Négoce et négociants en vins dans l'Hérault : pratiques, influences, trajectoires (1900-1970)

Stéphane Le Bras

▶ **To cite this version:**

Stéphane Le Bras. Négoce et négociants en vins dans l'Hérault : pratiques, influences, trajectoires (1900-1970). Histoire. Montpellier III, 2013. Français. NNT : . tel-01979491

HAL Id: tel-01979491
https://shs.hal.science/tel-01979491

Submitted on 19 Mar 2019

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.

Collège Doctoral du Languedoc-Roussillon

THÈSE

Pour obtenir le grade de

Docteur

Délivré par l'**Université de Montpellier III – Paul-Valéry**

Préparée au sein de l'école doctorale **LANGUES, LITTÉRATURES, CULTURES, CIVILISATIONS**
et de l'unité de recherche **CRISES – EA 4424**
(CENTRE DE RECHERCHES INTERDISCIPLINAIRES EN SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES)

Spécialité **: Histoire contemporaine (Section 22 du CNU)**

Présentée par **Stéphane Le Bras**

Négoce et négociants en vins dans l'Hérault : pratiques, influences, trajectoires (1900-1970)

Volume I

Soutenue le 28 novembre 2013 devant le jury composé de

M. Jean-Marc Olivier, Professeur d'Histoire économique contemporaine, Université de Toulouse-Le-Mirail, Rapporteur.

M. Serge Wolikow, Professeur émérite de l'Université de Bourgogne, Rapporteur.

Mme Jocelyne Pérard, Professeur émérite de l'Université de Bourgogne, Responsable de la Chaire UNESCO « Cultures et Traditions du Vin », Examinateur.

M. Laurent Jalabert, Professeur d'Histoire contemporaine, Université de Pau et des pays de l'Adour, Examinateur.

Mme Geneviève Gavignaud-Fontaine, Professeur d'Histoire contemporaine, Université de Montpellier III, Directrice de thèse.

Arts, Lettres, Langues, Sciences humaines et sociales
Université Paul-Valéry Montpellier 3

Avertissement :

Ce texte correspond au manuscrit de thèse tel qu'il a été autorisé à publication par mon jury de soutenance en novembre 2013.

Il contient donc nécessairement, sur près de 1 300 pages, des coquilles, des imperfections, voire des interprétations sur lesquelles je suis revenues depuis.

Ce travail de recherche a été remanié, repensé et étendu dans un ouvrage, plus récent et dont il est tiré : Le Bras Stéphane, *Le négoce des vins en Languedoc. L'emprise du marché (1900-1970)*, Tours, PUFR, 2019.

Il peut être complété par d'autres publications dont vous trouverez la liste ici : http://chec.uca.fr/article400.html

Vous pouvez également me contacter si besoin : stephane.lebras[at]uca.fr

(remplacer le [at] par un @)

Collège Doctoral du Languedoc-Roussillon

THÈSE

Pour obtenir le grade de

Docteur

Délivré par l'**Université de Montpellier III – Paul-Valéry**

Préparée au sein de l'école doctorale **LANGUES, LITTÉRATURES, CULTURES, CIVILISATIONS**
et de l'unité de recherche **CRISES – EA 4424**
(CENTRE DE RECHERCHES INTERDISCIPLINAIRES EN SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES)

Spécialité : **Histoire contemporaine (Section 22 du CNU)**

Présentée par **Stéphane LE BRAS**

Négoce et négociants en vins dans l'Hérault : pratiques, influences, trajectoires (1900-1970)

Volume I

Soutenue le 28 novembre 2013 devant le jury composé de

M. Jean-Marc OLIVIER, Professeur d'Histoire économique contemporaine, Université de Toulouse-Le-Mirail, Rapporteur.

M. Serge WOLIKOW, Professeur émérite de l'Université de Bourgogne, Rapporteur.

Mme Jocelyne PÉRARD, Professeur émérite de l'Université de Bourgogne, Responsable de la Chaire UNESCO « Cultures et Traditions du Vin », Examinateur.

M. Laurent JALABERT, Professeur d'Histoire contemporaine, Université de Pau et des pays de l'Adour, Examinateur.

Mme Geneviève GAVIGNAUD-FONTAINE, Professeur d'Histoire contemporaine, Université de Montpellier III, Directrice de thèse.

ARTS, LETTRES, LANGUES, SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
UNIVERSITÉ PAUL-VALÉRY MONTPELLIER 3

Remerciements

Travail solitaire et individuel par essence, une thèse ne saurait être possible sans des soutiens, des aides, des accompagnateurs.

Mes premières pensées vont fort naturellement vers Mme le Professeur Geneviève Gavignaud-Fontaine qui a fait naître l'idée de ce travail en m'orientant vers des champs encore méconnus d'une recherche viticole languedocienne riche et abondante. Après avoir passé mon enfance et mon adolescence à quelques foulées d'une cave coopérative, la thématique du marché et de la commercialisation des vins qu'elle évoquait avec moi en juin 2008 fit résonner ce qu'Alain Corbin appelle les « archives intérieures ». Je la remercie pour sa patience, sa rigueur intellectuelle et sa confiance dans un projet qu'elle a accompagné et laissé mûrir au gré de mes recherches. Sa disponibilité et ses conseils avertis furent toujours d'un grand secours à des moments-clés de ce projet.

Ma gratitude va également à l'ensemble des personnes qui m'ont accueilli et aidé dans les différents services des archives : M. Cyprien Henry aux Archives nationales qui m'a ouvert les portes de son service en plein déménagement vers le site de Pierrefitte-sur-Seine et a permis la consultation de deux fonds primordiaux pour mon travail ; Mme Muriel Bordogna de la Mission historique de la Banque de France qui m'a initié au vocabulaire et aux pratiques bancaires du début du XXe siècle, facilitant la compréhension des rapports d'inspection de la Banque de France, source primordiale dans le cadre de mon étude ; Mmes Lopez-Dréau et Briffaud, responsables respectivement des archives municipales de Sète et de Frontignan, qui m'ont orienté vers des documents précieux et dont la connaissance de la culture locale fut une ressource appréciable ; l'ensemble du personnel des Archives départementales de l'Hérault qui s'est montré attentif à mes impératifs, m'autorisant à dépasser les quotas de consultation ou cherchant toute une après-midi des documents perdus au moment du déménagement (encore un !) des Archives départementales.

À toutes ces personnes de bonne volonté, je dis merci.

Cette étude n'aurait pas pu avoir la dimension humaine et la profondeur d'analyse sans les apports lumineux des différentes familles de négociants qui ont eu la gentillesse de me

recevoir et de m'ouvrir les portes de leur demeure ou de leur passé. Qu'il me soit ici permis de dire ma profonde reconnaissance aux familles Prats, Granier, Salasc, Coulet, Jeanjean, Bècle, Michel, Préau qui ont accepté de répondre à mes questions ou me transmettre des documents afin de mieux appréhender un métier, un univers, une atmosphère. Sans la chair que leurs anecdotes, leurs documents et leur histoire familiale m'ont apportée, jamais il ne m'aurait été possible de réaliser une analyse fine de la profession et de la trajectoire des négociants qui peuplent ce travail.

Je ne peux également oublier toutes les personnes qui m'ont accompagné dans cette aventure, par email ou de vive voix, m'orientant vers tel article, tel fonds ou telle méthode comme Philippe Lacombrade, Claire Lemercier, Gilles Postel-Vinay, Olivier Jacquet, Viera Rebolledo-Dhuin ou Édouard Lynch. Parmi ces soutiens, je tiens à exprimer plus particulièrement mes vifs remerciements à celui qui fut une oreille attentive, un contradicteur incisif, un conseiller pertinent, mon stimulant collègue Laurent Dornel. Pour leurs relectures, leurs conseils, leurs encouragements, un grand merci à Giulia et Vincent, Victor, Christophe, Simon et mon frère Julien. Je remercie également l'Association des Anciens présidents de CCI-CRCI et l'Institut d'histoire consulaire qui ont permis à ce projet d'aboutir en m'accordant leur bourse de recherche en 2012. Merci aussi à mes parents qui, outre le goût de l'effort qu'ils m'ont inculqué, ont facilité mes nombreux séjours aux Archives départementales en s'adaptant à mes obligations.

Enfin, si Dionysos, le dieu du vin, ou Jean Meyer, le négociant amateur de tables tournantes, ont grandement contribué à l'achèvement de ce travail par leur spirituelle influence, je ne peux que terminer en m'inclinant devant Myriam qui fut mon Hestia, vaillante gardienne de mon foyer, et ma Lachésis, courageuse gardienne du temps.

Entre les multiples obstacles et les distractions variées qui ont jalonné ce travail, il ne m'aurait jamais été possible d'y parvenir sans l'aide de toutes ces personnes envers qui j'accumule une dette inestimable.

Résumé

Au cœur d'un monde viti-vinicole languedocien complexe et divers, les négociants en vins héraultais offrent un sujet d'étude particulièrement propice à l'analyse multiscalaire sur le temps moyen.

Alors que les ravages de la crise phylloxérique s'estompent au début du siècle, le marché des vins est bouleversé par les mutations rapides et nombreuses qu'il vient de subir. Intermédiaire primordial entre la production et la consommation, le négociant en vins connaît lui aussi de nombreuses mutations dans ses pratiques et dans son inscription au sein de réseaux commerciaux rayonnant principalement sur l'ensemble du territoire national. Soumis à des forces extérieures qui le contraignent à la dépendance à partir des années 1920-1930, il perd peu à peu une partie de ses fonctions commerciales pour devenir un simple rouage de distribution dans les années 1950-1960. Il n'a alors plus les ressources ni les capacités pour orienter le marché comme il le faisait dans le premier tiers du XXe siècle.

Cette perte d'influence est d'autant plus marquée que, jusqu'aux années 1940, les négociants héraultais représentent une élite socio-professionnelle méridionale bien identifiée, en partie grâce à leur implication dans un mouvement patronal efficace, dans la société héraultaise et dans de nombreux organismes ou institutions. Ces réseaux – qu'ils dominent ou cherchent à dominer – leur permettent d'assurer le bon fonctionnement de l'économie viticole régionale et départementale à leur profit.

Mais un ensemble de facteurs leur est préjudiciable : les trop fortes concurrences intérieures et extérieures ; les dérives qui entachent la réputation des négociants et des produits méridionaux sur le marché ; les échecs commerciaux sur les marchés internationaux ; l'incapacité à modifier certaines des pratiques dépassées.

Tels sont les mécanismes et les dynamiques que ce travail, articulé autour du dépouillement d'archives originales et inédites, interroge, expliquant l'effacement progressif de la profession du paysage et de la société viticoles héraultais.

Figure incontournable de la viticulture méridionale et nationale, le négociant en vins héraultais suit la trajectoire de la filière et, au rythme de ses succès et des épreuves, subit des évolutions qui traduisent son apogée puis son déclin.

Mots-clés : négoce, vin, Hérault, Languedoc, réseaux, commerce, domination, modernisation, déclin, fraudes, syndicats, groupe de pression

Summary

Amidst the complex and diverse wine-producing world of Languedoc, wine wholesalers provide a subject of study particularly convenient to the multiscalar analysis at the long term.

While the effects of the phylloxeric crisis are fading away, the market is upset by the fast and numerous transformations which it has just undergone. Essential middle-man between the production and the consumption, the wholesaler experiences as well numerous developments in its practices and in its positioning within retailing networks, shining mainly on the whole national territory. Submitted to outside agents who force him to the dependence from the years 1920-1930, he loses little by little a part of his sales functions, to become a simple cog of distribution in the years 1950-1960. He has then no more the resources nor the capacities to direct the market as he did in the first third of the XXth century.

This loss of influence is marked all the more so as, until 1940s, the wholesalers are a Southern social and professional elite well identified thanks to their implication in an effective corporatist movement, in the southern society and in numerous bodies and institutions from where they assure the running of the regional and departmental wine-making economy.

But the too strong internal and outside competitions, the abuses which ruin the reputation of the traders and the Southern products on the wine market, as well as the failures of the merchants to export their products or to modify some of their practices are harmful to a profession which fades little by little from the wine and social landscapes of Hérault.

Major character of the Southern and national wine economy and market, the wine wholesaler from Hérault follows the trajectory of the wine sector and, at the rate of the events, undergoes evolutions which underline his decline.

Keywords: Wine wholesale, Languedoc, networks, trading, domination, modernization, decline, frauds, syndicalism, pressure group

TABLE DES MATIÈRES

VOLUME I

INTRODUCTION GÉNÉRALE ..... p. 25
Le négociant en vins, intermédiaire indispensable mais méconnu ..... p. 28
À travers le négoce héraultais, une approche complémentaire de l'histoire viti-vinicole locale et nationale ..... p. 38
Fortunes et infortunes autour des sources du négoce héraultais : enjeux et questionnements ..... p. 49
Au cœur de l'histoire commerciale viti-vinicole héraultaise du XXe siècle ..... p. 57

PREMIÈRE PARTIE : Le commerce des vins en gros dans l'Hérault : pratiques, circuits commerciaux et dynamiques d'une activité capitale en mutation ..... p. 63
SECTION 1 : 1900-1930 : un négoce florissant et rayonnant ..... p. 67
Chapitre 1 : Être négociant dans l'Hérault au début du siècle ..... p. 71
Une hétérogénéité marquée ..... p. 71
Le négociant forfaitaire, un acteur majeur aux multiples visages ..... p. 73
Les commissionnaires : appât du gain ou solution face aux risques ? ..... p. 78
Dissémination et maillage rural ..... p. 81
Polarité et concentration urbaine ..... p. 86
Évolution du marché, évolution de l'armature commerciale : le cas des années 1920 ..... p. 92
Des structures commerciales protéiformes ..... p. 97
L'affirmation des sociétés en nom collectif et des sociétés en commandite ..... p. 97
De nouveaux types de sociétés : SA et SARL ..... p. 101
De nouveaux acteurs commerciaux sur le marché des vins héraultais ..... p. 103
Chapitre 2 : Une position pivotale : le négoce héraultais entre le Midi et l'« Extérieur » ..... p. 107
Permettre l'écoulement de la plus grande production française ..... p. 107
Un département de production, de vente et de transit ..... p. 108
Agréages, échelonnements et retiraisons : les achats à la propriété ..... p. 112
Vendre son vin : premiers contacts et finalisation des transactions ..... p. 116
Relais et circuits de commercialisation ..... p. 120
Au cœur de la campagne héraultaise, le courtier ..... p. 120
À travers la France, les représentants ..... p. 123
Dans le département, des approvisionnements ciblés ..... p. 128
Les réseaux de distribution : logiques spatiales et typologie ..... p. 133
Le marché aux vins, baromètre de la filière ..... p. 144
Venir au marché : une nécessité ..... p. 144
Béziers…et les autres ..... p. 148
Un outil performant : la première commission de cotation à Béziers (1900-1930) ..... p. 151
Extension et diversification des commissions de cotation (1910-1930) ..... p. 153
Chapitre 3 : Le négociant, un patron soucieux de rigueur, d'efficacité et de modernité ..... p. 159
Devenir négociant : plus qu'une simple formalité ..... p. 159
Ouvrir une maison de commerce ..... p. 160
Cautionnement, patente et licence ..... p. 162
La problématique question des transports ..... p. 166
La gestion du « stress temporel » ..... p. 166
Une période de progrès ..... p. 172
La modernisation des infrastructures commerciales ..... p. 178
Les perfectionnements de l'équipement ..... p. 178
Un personnel de plus en plus spécialisé ..... p. 187
Pratiques financières, facilités bancaires et multiplicité des circuits de financement ..... p. 192
Des stratégies commerciales entre tradition et modernité ..... p. 199

Deux atouts traditionnels : contrôle de l'information et contacts personnels ..... p. 199
Un exemple d'orientation entrepreneuriale efficace et lucratif : la diversification ..... p. 203
Stratégies familiales et consolidation entrepreneuriale ..... p. 207
Deux nouveaux outils : Marques et publicité ou l'art de se distinguer et de se différencier ..... p. 216
Chapitre 4 : La Première Guerre mondiale, un conflit perturbateur mais profitable ..... p. 227
Loin du front, un secteur pourtant troublé ..... p. 227
Faire face aux mobilisations humaines et matérielles ..... p. 227
De nouvelles pressions étatiques ..... p. 232
Une activité qui subsiste ..... p. 236
Réadaptation et continuité des circuits commerciaux ..... p. 236
Le front : une opportunité ? ..... p. 240
Conclusion de la section 1 ..... p. 247
Section 2 : 1930-1970 : le temps des inquiétudes et des difficultés ..... p. 249
Chapitre 1 : Le basculement des années 1930 ..... p. 251
Le renversement de conjoncture sur le marché des vins héraultais ..... p. 251
Surproduction et crise économique ..... p. 252
Le Statut viticole et ses conséquences ..... p. 255
De nouvelles formes de concurrence ..... p. 257
Les nécessaires tentatives d'adaptation ..... p. 260
Prudence et passivité : le négoce en retrait ..... p. 260
Le cas sétois : un cas à part ? ..... p. 263
Concentration, acquisition et la poursuite de l'effort de modernisation ..... p. 266
La transformation du tissu commercial ..... p. 273
Premier effacement numérique et résistances ..... p. 273
Un paysage commercial en mutation ..... p. 276
Mutation et dualité des circuits commerciaux ..... p. 281
Chapitre 2 : Entre restrictions et tentations : les vins héraultais dans la Seconde Guerre mondiale ..... p. 291
Révolution nationale et Occupation : la régulation rigide du marché des vins ..... p. 291
Encadrer le marché, encadrer la profession ..... p. 291
Une priorité : assurer le ravitaillement national ..... p. 295
Répondre à la demande allemande ..... p. 299
Le négoce héraultais face aux dérèglements et aux bouleversements ..... p. 303
Un marché des vins désordonné ..... p. 303
Un corolaire : abus, manœuvres illicites et marché noir ..... p. 309
Un milieu particulièrement traumatisé ..... p. 312
Une profession en partie décrédibilisée ..... p. 314
Chapitre 3 : Vers la disparition du négoce local (1945-1970) ..... p. 319
L'effacement progressif ..... p. 319
Le déclin numérique marqué ..... p. 319
La mutation du paysage commercial héraultais ..... p. 324
La lente disparition des marchés aux vins héraultais (1950-1970) ..... p. 329
Un symbole : rationalisation et réduction des commissions (1950-1970) ..... p. 331
La fin de l'indépendance ..... p. 334
Les maisons de commerce, cibles privilégiées ..... p. 334
Sous le contrôle de l'extérieur ..... p. 340
Chapitre 4 : Après 1950, un modèle de développement en crise ..... p. 347
L'atrophie de l'activité commerciale dans le département ..... p. 347
La mutation des circuits commerciaux : entre contractions et tentatives d'expansion ..... p. 347
La dégradation de l'appareil commercial héraultais ..... p. 356
Une gestion de crise permanente ..... p. 362

Une nécessité : la poursuite du processus de modernisation ..... p. 362
D'autres stratégies entrepreneuriales plus ou moins efficaces ..... p. 372
Le temps des difficultés et des restrictions de financement (années 1950-60) ..... p. 384
Conclusion de la section 2 ..... p. 388
Conclusion de la première partie ..... p. 391

VOLUME II

DEUXIÈME PARTIE : La « tentation hégémonique ». Enjeux et stratégies autour d'un négoce conquérant ..... p. 395
SECTION 3 : La puissance syndicale en action ..... p. 399
Chapitre 1 : Un mouvement syndical en quête d'unité et d'efficacité (1900-1920) ..... p. 401
Un nouveau regroupement : le Syndicat régional du Midi ..... p. 401
Le besoin d'union des syndicats locaux ..... p. 401
Objectifs, organisation et fonctionnement du Syndicat régional ..... p. 405
Un discours ambitieux ..... p. 409
Défense du Commerce et de la libre-entreprise : les deux axes majeurs ..... p. 410
Un outil de liaison nouveau : le *Bulletin mensuel* ..... p. 413
Un mouvement qui cherche à s'affirmer ..... p. 416
Poids et modes d'action du mouvement syndical ..... p. 416
Réussites et limites de l'action syndicale ..... p. 420
Un tournant décisif : la Première Guerre mondiale et l'immédiat après-guerre ..... p. 425
Solidarité et volontarisme syndicaux ..... p. 425
Une question brûlante : la normalisation des transports (1919-1920) ..... p. 428
La forte implication corporatiste ..... p. 432
Chapitre 2 : L'âge d'or de la puissance syndicale (1920-1944) ..... p. 435
Le raffermissement syndical : la Fédération méridionale du commerce en gros des vins et spiritueux ..... p. 435
Une nouvelle organisation ..... p. 435
Reformulation des objectifs, nouvelles perspectives ..... p. 439
La mutation du discours qualitatif ..... p. 444
Le syndicat sétois, précurseur et déclencheur ..... p. 444
L'effort de valorisation des vins méridionaux durant l'entre-deux-guerres ..... p. 446
Le rayonnement manifeste ..... p. 449
Le Congrès, expression de la puissance syndicale ..... p. 449
Une influence nationale ..... p. 453
Vichy et les syndicats des vins : un rôle actif dans la Révolution nationale ..... p. 457
Chapitre 3 : L'indiscutable affaiblissement (1945-1970) ..... p. 463
La difficile fin des années 1940 ..... p. 463
Un mouvement patronal compromis ..... p. 463
Les mirages de quelques trop rares succès ..... p. 467
La question de la représentativité ..... p. 469
L'effondrement syndical ..... p. 469
La nette perte d'influence ..... p. 473
Un simple relais ? ..... p. 477
Les derniers combats ..... p. 481
La libéralisation du marché ..... p. 481
La nécessaire adaptation ..... p. 483
Un intérêt syndical prioritaire : la « défense professionnelle » ..... p. 486
Conclusion de la section 3 ..... p. 490
SECTION 4 : Un objectif : le contrôle de la filière viti-vinicole héraultaise . p. 491
Chapitre 1 : Un premier effort désordonné (1900-1920) ..... p. 493
Orienter la filière ..... p. 493

Les premiers essais de régulation de la profession et des transactions ..... p. 493
Autour de 1907 : lutter contre les « mauvais vins » ..... p. 497
Devenir l'interlocuteur numéro un de la filière héraultaise ..... p. 501
Avec les pouvoirs publics, des relations ambiguës ..... p. 502
La problématique question des transports ..... p. 504
L' « Office du vin, office central de renseignements, d'étude et d'action », un instrument efficace ? ..... p. 509
Une démarche et une ambition louables ..... p. 509
Des obstacles en nombre ..... p. 512
Chapitre 2 : La domination comme ambition (1920-1939) ..... p. 517
Une politique de lobbying efficace ..... p. 517
La captation des postes à responsabilité : l'accaparement des chambres de commerce ..... p. 517
« Défendre » les intérêts commerciaux : les tribunaux de commerce héraultais ..... p. 522
La rationalisation de la filière viti-vinicole héraultaise ..... p. 525
Désencombrer le marché ..... p. 525
L'effort de promotion des vins héraultais ..... p. 529
Propriété et Commerce, des relations en clair-obscur ..... p. 534
Opposition(s) entre partenaires-adversaires ..... p. 534
Des alliances objectives ..... p. 538
Chapitre 3 : L'échec d'une tentative hégémonique (1950-1970) ..... p. 543
Le rayonnement contrarié ..... p. 543
La difficile résistance ..... p. 543
Permanences et mutation du discours ..... p. 548
Les années 1960 : le négoce évité ..... p. 553
Un acteur parmi les autres ..... p. 558
Un État de plus en plus distant ..... p. 558
La riposte corporatiste des courtiers ..... p. 560
L'interprofession, l'ultime recours ? ..... p. 562
Conclusion de la section 4 ..... p. 566
Section 5 : Le négociant : un notable au cœur de la société viti-vinicole héraultaise ..... p. 569
Chapitre 1 : Trajectoire (s) d'une élite en recomposition ..... p. 571
1900-1920 : le règne des grandes familles ..... p. 571
Un patrimoine considérable ..... p. 571
Consolidation du patrimoine et emprise sur le marché ..... p. 580
Années 1920-années 1960 : L'émergence d'une nouvelle bourgeoisie ..... p. 584
Le basculement de l'entre-deux-guerres ..... p. 585
Après 1945, le passage de témoin ..... p. 594
Quelques facteurs d'explication et éléments de comparaison ..... p. 600
Chapitre 2 : Modes et styles de vie : Une notabilité affirmée ..... p. 609
L'habitat comme marqueur social fort ..... p. 609
Un signe de différenciation ..... p. 609
Un aménagement raffiné : confort et luxe ..... p. 617
Un style de vie distinctif ..... p. 621
Une notabilité extravertie et sollicitée ..... p. 621
Des loisirs et des pratiques bourgeois ..... p. 629
Chapitre 3 : L'implication sociale d'un notable reconnu ..... p. 637
L'engagement associatif comme outil de valorisation et de promotion ..... p. 637
Le sport à Sète au début du siècle, une entreprise orientée ..... p. 637
Des démarches ciblées et intéressées ..... p. 642
Une question de prestige(s) ..... p. 646

À la conquête de postes prestigieux ..... p. 647
Une implication récompensée ..... p. 650
Le prestige utilitaire : la défense directe des intérêts commerciaux ..... p. 653
Chapitre 4 : L'ambiguïté du jeu politique ..... p. 661
Un investissement limité ..... p. 661
Une distance revendiquée ..... p. 662
Quelques mandats épars ..... p. 667
1900-1939 : la proximité avec les milieux républicains ..... p. 671
Des contacts précieux ..... p. 671
La défense de valeurs communes ..... p. 676
1950-1970 : le virage à droite ..... p. 680
Un fort conservatisme ..... p. 680
La tentation poujadiste ..... p. 683
Conclusion de la section 5 ..... p. 687
Conclusion de la deuxième partie ..... p. 689
TROISIÈME PARTIE : Le négoce héraultais sous tension(s) : dérives, répression, perturbations et déboires dans le commerce des vins ..... p. 691
Section 6 : Responsabilités, déviances et justice dans le négoce héraultais ..... p. 695
Chapitre 1 : Les vins héraultais : la mauvaise réputation ..... p. 697
« Soigner les vins » : négoce et vinification ..... p. 697
Le négociant, véritable artisan des vins ? ..... p. 697
La contrainte législative, source d'exigence ..... p. 702
Le mythe du « vin naturel » ..... p. 706
L'illusion d'un discours au début du siècle ..... p. 706
« Négociants, levez-vous ! » ..... p. 710
Traitements et coupages : entre nécessité et suspicion ..... p. 713
Des stratégies commerciales douteuses ..... p. 716
Le dénigrement de la concurrence ..... p. 716
Omissions, artifices et autres combines ..... p. 720
Appât du gain ou manque de professionnalisme ? ..... p. 724
Chapitre 2 : L'impact fondamental de la justice sur le marché des vins héraultais : contrôle et normalisation ..... p. 731
Les tribunaux méridionaux, source d'une régulation adaptative ..... p. 731
Standardiser les pratiques : la fixation des usages locaux dans le premier tiers du XXe siècle ..... p. 731
Encadrer la filière : mettre fin aux abus ..... p. 735
Consolider la profession : la justice garante de l'ordre commercial ..... p. 739
Deux acteurs incontournables, partenaires et antagonistes sur le marché des vins : Service de répression des fraudes et Syndicats ..... p. 743
Le Service de répression des fraudes : une ambition pionnière aux effets inégaux ..... p. 743
L'implication efficace et continue des syndicats ..... p. 748
Chapitre 3 : Le Commerce du Midi en marge de la loi ..... p. 755
Gestion des stocks, circulation et responsabilités légales ..... p. 755
Entrées et sorties des magasins ..... p. 755
Le contrôle de la circulation des vins ..... p. 759
Une activité risquée ..... p. 763
Une menace persistante : quand la spéculation devient illicite ..... p. 763
Être hors-la-loi à son insu : la question de la responsabilité individuelle ..... p. 769
Des contrats source d'imbroglio dans le premier XXe siècle ..... p. 773
Fraudes et fraudeurs ..... p. 776

L'Hérault et la fraude ..... p. 776
« Trafiquer les vins » ou quand la facilité côtoie la cupidité ..... p. 778
Destinations, volumes et origines : manigances autour des titres de mouvement ..... p. 784
Échapper aux poursuites, une affaire de spécialistes ..... p. 787
Conclusion de la section 6 ..... p. 791
Section 7 : Une position fragile : menaces et revers sur le marché des vins héraultais ..... p. 795
Chapitre 1 : Une activité génératrice de conflits dans un contexte tumultueux ..... p. 797
Au cœur des conflits sociaux (1900-1939) ..... p. 797
Les maisons de commerce, des cibles privilégiées ..... p. 797
Grèves dans et autour des chais ..... p. 803
Pressions et revendications dans les transports ..... p. 808
Une profession entre conflictualité et individualisme ..... p. 812
Entre partenaires commerciaux, le règne de la menace ..... p. 812
L'unité syndicale : une illusion ..... p. 818
Chapitre 2 : Le rendez-vous raté des vins héraultais avec l'international : l'échec des exportations ..... p. 823
Une détermination syndicale affirmée ..... p. 823
1900-1920 : une première étape vers la prise de conscience ..... p. 823
L'entre-deux-guerres : un effort continu ..... p. 826
À partir des années 1950 : l'accélération ..... p. 829
Causes et facteurs d'un échec au long cours ..... p. 830
Tracasseries, réputation et concurrence exacerbée : trois obstacles insurmontables ..... p. 830
L'implication étatique dans la seconde moitié du XXe siècle : frein ou facilitateur ? ..... p. 834
Les maisons héraultaises à l'export : paradoxe(s) d'une union manquée ..... p. 838
Les difficultés de l'enquête ..... p. 838
Esquisse de quantification des circuits de commercialisation des vins héraultais à l'étranger ..... p. 840
Des défaillances structurelles ..... p. 847
Chapitre 3 : Quand la menace vient de l'extérieur ..... p. 851
Midi-Algérie : les liaisons dangereuses ..... p. 851
1900-1914 : premiers contacts, premiers profits, premières inquiétudes ..... p. 851
1914-1945 : le temps du paradoxe, le Midi entre attraction et rejet ..... p. 856
1945-1970 : apaisement et nouvelles crispations ..... p. 861
Le négoce héraultais face à la CEE : le mélange des sentiments ..... p. 866
Le temps de l'indifférence et des questionnements : les années 1950 ..... p. 866
Les années 1960, entre espoirs et craintes ..... p. 871
Conclusion de la section 7 ..... p. 877
Conclusion de la troisième partie ..... p. 879
CONCLUSION GÉNÉRALE ..... p. 883
De la maison de commerce à l'entreprise de négoce : la modernisation de l'appareil commercial héraultais ..... p. 885
Enjeux et tensions autour du contrôle du marché des vins héraultais ..... p. 888
Le négociant, homme de réseaux et de l'informel ..... p. 893

VOLUME III

ÉTAT DES SOURCES ..... p. 899
BIBLIOGRAPHIE ..... p. 945
ANNEXES ..... p. 1007
LEXIQUE ET GLOSSAIRE ..... p. 1265

À la fin de chaque volume se trouvent un index et le sommaire

LISTE DES SIGLES ET ABRÉVIATIONS

ABDF : Archives de la Banque de France
ABV : Apéritif à base de vin
ADH : Archives de l'Hérault
AG : Assemblée générale
AM : *L'Action méridionale*
AN : Archives nationales
ANF : Archives nationales - Fontainebleau
AOC : Appellation d'origine contrôlée
AP : Archives de Paris
BDF : Banque de France :
BMS : Bulletin mensuel du Syndicat régional
CA : Chiffre d'affaires
CAEF : Centre des archives économiques et financières
CAM : Cour d'appel de Montpellier
CAN : Cour d'appel de Nîmes
CAV : Comité d'action viticole
CCB : Chambre de commerce de Béziers
CCC : Chambre de commerce de Carcassonne
CCM : Chambre de commerce de Montpellier
CCN : Chambre de commerce de Narbonne
CCS : Chambre de commerce de Sète
CCPI : Comité de confiscation des profits illicites
CCRB : Comité central de répartition des boissons
CDC : Compagnie générale des Produits Dubonnet, Cinzano, Byrrh
CEE : Communauté économique européenne
CGV : Confédération générale des vignerons
CGVM : Confédération générale des vignerons du Midi
CGVMA : Compagnie générale des Vins du Midi et d'Algérie
CI : Contributions Indirectes
CLL : Comités locaux de Libération
CM : Compagnie du Midi
CNVS : Confédération des vins et spiritueux.
CR : Compte rendu
CrCCC : Chambre criminelle de la Cour de cassation
DI : Dommages et intérêts
DM : Demi-muid
DMS : Diffusion des marques sélectionnées
F : Francs
FAV : Fédération des associations viticoles
Fig. : Figure
FIVV : Foire internationale de vigne et du vin
FM : Fédération méridionale
FORMA : Fonds d'orientation et de régularisation des marchés agricoles
GIE : Groupement d'intérêt économique
GNEVMA : Groupement national des expéditeurs de vins de la métropole et d'Algérie
GNIRVS : Groupement national d'importation et de répartition des vins et spiritueux
Graph. : Graphique
HBM : Habitats à bon marché
INAO : Institut national des appellations d'origine
IVCC : Institut des VCC
JORF : Journal officiel de la République française
l/hl : litres/hectolitres
M : Millions
MJM : *Moniteur judiciaire du Midi*
MV : *Midi Vinicole*
NF : Nouveaux francs
PAC : Politique agricole commune
PLM : Compagnie Paris-Lyon-Méditerranée
PO : Compagnie Paris-Orléans
PV : Procès-verbal
SA : Société anonyme
SARL : société à responsabilité limitée
SAPVIN : Société d'approvisionnements vinicoles
Sch. : Schéma
SCS : Société en commandite simple
SFIO : Section française de l'Internationale ouvrière
SICA : Société d'intérêt collectif agricole
SNC : Société en nom collectif
SNCF : Société nationale des chemins de fer français
SR : Syndicat régional
SVF : Société des vins de France
Tab. : Tableau
TCA : Taxe sur le chiffre d'affaires
TCB : Tribunal de commerce de Béziers
TCM : Tribunal de commerce de Montpellier
TCorrB : Tribunal correctionnel de Béziers
TCorrC : Tribunal correctionnel de Carcassonne
TCorrM : Tribunal correctionnel de Montpellier
TCS : Tribunal de commerce de Sète
TCvB : Tribunal civil de Béziers
TCvM : Tribunal civil de Montpellier
TSF : Transmission sans fil
TVA : Taxe à valeur ajoutée
UNR : Union pour la nouvelle République
URCAM : Union Régionale des Coopératives Agricoles du Midi
USM : Union des sociétés de secours mutuels
VCC : Vins de consommation courante
VDL : Vins de liqueur
VDN : Vins doux naturels
VDP : Vins de pays
VDQS : Vins délimités de qualité supérieure
VP : Vice-président
WF : Wagon-foudre
WPF : Wagon plate-forme
WR : Wagon-réservoir

LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES, SCHÉMAS, CARTES ET FIGURES

Liste des tableaux

Tab. 1 : Production moyenne dans l'Hérault (1890-1969) ..... p. 38
Tab. 2 : Les négociants en vins héraultais dans les chambres de commerce du Midi (1870-1939) ..... p. 39
Tab. 3 : Répartition des maisons de négoce en vins dans les grands centres d'expédition héraultais (1902-1929) ..... p. 67
Tab. 4 : Production annuelle moyenne dans l'Hérault (1900-1930) ..... p. 68
Tab. 5 : Types d'expéditions de la maison « Rassiguier » (1905) ..... p. 75
Tab. 6 : Structure commerciale, Hérault rural, Villages (Arrondissement de Béziers, 1902) ..... p. 82
Tab. 7 : Structure commerciale, Hérault rural, Gros bourgs (Arrondissement de Béziers, 1902) ..... p. 82
Tab. 8 : Structure commerciale, Hérault rural, Villages (Arrondissement de Béziers, 1919) ..... p. 83
Tab. 9 : Structure commerciale, Hérault rural, Gros bourgs (Arrondissement de Béziers, 1919) ..... p. 83
Tab. 10 : Corrélation entre production, superficie et armature commerciale (1919) ..... p. 84
Tab. 11 : Structure commerciale, Hérault urbain, Grands centres expéditeurs (1902) ..... p. 86
Tab. 12 : Structure commerciale, Hérault urbain, Grands centres expéditeurs (1919) ..... p. 87
Tab. 13 : La croissance du début des années, Grands et moyens centres d'expédition (1920) ..... p. 93
Tab. 14 : La croissance du début des années, Centres d'expédition ruraux (1920) ..... p. 94
Tab. 15 : La croissance de la fin des années 1920, Grands et moyens centres d'expédition ..... p. 96
Tab.16 : Quelques exemples d'acomptes chez « C. Granier » ..... p. 115
Tab. 17: Quelques exemples de la présence des courtiers dans l'arrondissement de Montpellier (1920) ..... p. 121
Tab. 18 : Courtiers et productions villageoises (Arrondissement de Montpellier, 1920) ..... p. 121
Tab. 19 : Répartition des représentants de la maison Augé en 1929 ..... p. 125
Tab. 20 : Répartition des achats de la maison « C. Granier » (1903) ..... p. 128
Tab. 21 : Répartition des achats de la maison « C. Granier » (1913) ..... p. 129
Tab. 22 : Répartition des achats de la maison « C. Granier » (1926) ..... p. 130
Tab. 23 : Récurrences géographiques de la clientèle des maisons de commerce héraultaises (Rapports d'inspection de la BDF, 1900-1930) ..... p. 137
Tab. 24 : Les marchés dans l'Hérault au début du siècle ..... p. 144
Tab. 25 : Coût de la licence – Hérault (1910) ..... p. 163
Tab. 26 : Évolution du coût de la licence – Hérault (1926-1938) ..... p. 164
Tab. 27 : Établissement de la patente –Hérault (1910) ..... p. 165
Tab. 28 : Des exemples de diversification dans les années 1920 ..... p. 203
Tab. 29 : La diversification viti-vinicole durant l'entre-deux-guerres ..... p. 206
Tab. 30 : Comparaison des logiques d'achalandage de la maison « C. Granier » (1913-1917) ..... p. 239
Tab. 31 : La concurrence de la production viticole dans d'autres départements dans les années 1930 ..... p. 257
Tab. 32 : Part des commissionnaires dans deux grands centres expéditeurs (1929-1938) ..... p. 261
Tab. 33: La spécialisation algérienne des importations sétoises (1912-13 et 1937) ..... p. 264
Tab. 34 : Vaisselle vinaire de la maison « C. Granier » en 1938 ..... p. 272
Tab. 35 : Les contrastes de l'évolution statistique dans les années 1930 ..... p. 273
Tab. 36 : Un premier effacement commercial dans l'Hérault au début des années 1930 ..... p. 276
Tab. 37 : Le roulement massif des maisons de commerce sétoises entre 1900 et 1939 ..... p. 277
Tab. 38 : L'évolution des effectifs des maisons de commerce à Sète (1910-1938) ..... p. 279
Tab. 39 : Évolution de la distribution des régions d'écoulement des maisons de commerce héraultaises selon les rapports de la BDF (1900-1939) ..... p. 282
Tab. 40 : La contraction de l'approvisionnement chez « C. Granier », 1926-1933 ..... p. 285
Tab. 41 : Prix-limites des VCC (1941) ..... p. 293
Tab. 42 : La limitation des marges du commerce des vins sous Vichy ..... p. 293
Tab. 43 : Marchés passés par les autorités allemandes entre 1940 et 1944 (Vins de l'Hérault) ..... p. 300
Tab. 44 : L'impact des difficultés liées à la Seconde Guerre mondiale : les approvisionnements chez « C. Granier » (1933-1942) ..... p. 305
Tab. 45 : Bénéfices nets de la maison « C. Salasc » (1939-1943) ..... p. 306
Tab. 46 : Stocks disponibles chez les négociants forfaitaires héraultais en 1948 ..... p. 320
Tab. 47 : Parts des concours bancaires de la BDF de Montpellier (1938-1961) ..... p. 321
Tab. 48 : Le lent effacement de l'appareil commercial vinicole héraultais (1938-1969) ..... p. 322
Tab. 49 : Comptes de la maison « C. Salasc » : pertes et bénéfices nets (1945-1950) ..... p. 323

Tab. 50 : Nombre de caves achetées par la maison « C. Granier » (1900-1970)....p. 348
Tab. 51 : La diminution des écoulements de la maison « C. Granier » (1949-1969)....p. 348
Tab. 52 : La nouvelle contraction géographique et quantitative des approvisionnements chez « C. Granier » (1949-1969)....p. 349
Tab. 53 : Zones d'expéditions de la maison « C. Granier » (1949-1969)....p. 351
Tab. 54 : Quelques exemples de la disparition des courtiers dans l'Hérault (1929-1969)....p. 360
Tab. 55 : Amortissement du matériel de transport Maison « C. Salasc » (1950-1955)....p. 370
Tab. 56 : Cotes de crédit des maisons de négoce des vins à la BDF (1960, Montpellier)....p. 387
Tab. 57 : Les syndicats des vins héraultais dans le premier XXe siècle....p. 402
Tab. 58 : Adhérents aux Syndicats des vins dans l'Hérault (1925)....p. 454
Tab. 59 : Récurrences de la thématique des transports dans le *BMS* (1907-1913)....p. 505
Tab. 60 : Les dernières grandes responsabilités économiques dans le département (1945-1970)....p. 544
Tab. 61 : Composition de la CCB (1961)....p. 546
Tab. 62 : Comparaison des prix de transport par denrées (Béziers-Paris, 1954)....p. 551
Tab. 63 : Les médailles d'or héraultaises de la FIVV (1966)....p. 554
Tab. 64 : Les niveaux de richesse dans le commerce héraultais. Quelques exemples de patrimoines familiaux dans la région de Béziers (1900-1914)....p. 572
Tab. 65 : Les possessions de la famille Nègre à Poussan au début du siècle....p. 573
Tab. 66 : Les logiques d'acquisition du petit négoce rural. L'exemple de L. Soulié à Poussan au début du siècle....p. 573
Tab. 67 : Le patrimoine foncier du petit négoce urbain. L'exemple de F. Puech à Sète au début du siècle....p. 574
Tab. 68 : Les possessions de V. Anthérieu au début du siècle à Frontignan....p. 574
Tab. 69 : Les possessions d'une famille de négociants de « belle fortune » : le cas de la famille Voisin à Marseillan au début du siècle....p. 575
Tab. 70 : Les principaux biens de la famille sétoise Chauvain au décès du père Dominique en 1902....p. 576
Tab. 71 : Possessions foncières de P. Bret à son décès (Montpellier, 1912)....p. 576
Tab. 72 : Quelques rapports entre la fortune mobilière et immobilière (1900-1914)....p. 577
Tab. 73 : Valeurs mobilières détenues par P. Bret à son décès (1912)....p. 578
Tab. 74 : La diversification des valeurs mobilières chez P. Bret (1912)....p. 580
Tab. 75 : La consolidation des fortunes dans le commerce des vins (1900-1914)....p. 582
Tab. 76 : Les niveaux de richesse dans le Commerce héraultais. Quelques exemples de patrimoines familiaux dans le département (1920-1939)....p. 585
Tab. 77 : La poursuite d'une stratégie d'emprise foncière : les principales acquisitions de la famille Anthérieu à Frontignan et alentours (Années 1920-1940)....p. 588
Tab. 78 : Les acquisitions d'une nouvelle famille bourgeoise : la famille Clarac à Sète durant l'entre-deux-guerres....p. 589
Tab. 79 : État de la fortune de Paul Coste à son décès (Sète, 1930)....p. 591
Tab. 80 : La diversification des valeurs mobilières chez P. Coste (1930)....p. 591
Tab. 81 : Entre ville et campagne, des disparités nettes (1900-1932)....p. 593
Tab. 82 : Les acquisitions de la famille Salasc après 1945....p. 596
Tab. 83 : État de la fortune d'Ernest Alby à son décès (1961)....p. 597
Tab. 84 : La diversification des valeurs mobilières chez E. Alby (1961)....p. 597
Tab. 85 : L'évolution des niveaux de fortune dans le négoce sétois (années 1900- années 1960)....p. 599
Tab. 86 : L'évolution relative des fortunes du négoce héraultais en France (1900-1970)....p. 605
Tab. 87 : Les possessions immobilières de Charles Leenhardt en 1900....p. 613
Tab. 88 : Évaluation du mobilier de quelques familles de négociants au XXe siècle (Estimations à partir des déclarations d'assurance)....p. 617
Tab. 89 : Les membres du bureau directeur de l'USFSA Languedoc (1906-1909)....p. 638
Tab. 90 : La forte implication associative du négociant Jean Guy durant l'entre-deux-guerres....p. 643
Tab. 91 : Quelques exemples de négociants héraultais dans les conseils scolaires (années 1930)....p. 647
Tab. 92 : La reconnaissance de l'implication sociale par le biais de la Légion d'honneur : les grandes figures du négoce décorées au XXe siècle....p. 650
Tab. 93 : La reconnaissance de l'expertise commerciale des négociants héraultais par l'État : les postes de conseillers....p. 654
Tab. 94 : Quelques négociants consuls dans le premier XXe siècle....p. 654
Tab. 95 : Les négociants héraultais élus nationaux (1900-1970)....p. 667
Tab. 96 : Les négociants héraultais conseillers généraux (1900-1939)....p. 668
Tab. 97 : Quelques négociants maires dans l'Hérault au XXe siècle....p. 670

Tab. 98 : Les différentes sortes de traitements chez le négociant....p. 714
Tab. 99 : Combines et recherche de profits dans le négoce héraultais : l'exemple de la maison « J. Augé » (début des années 1930) ....p. 728
Tab. 100 : Horaires des visites et vérifications des agents des CI dans les chais ....p. 756
Tab. 101 : État récapitulatif de l'application de la loi en matière de fraudes sur les vins (Octobre 1906-juin 1907)....p. 777
Tab. 102 : Quelques exemples de peines dans le cadre de la fraude des vins (1905-1907) ....p. 789
Tab. 103 : Les négociants héraultais adhérents de la FM présents à la Ve Foire commerciale de Bruxelles (1924) ....p. 827
Tab. 104 : Exportation des vins par le port de Sète (1955) ....p. 840
Tab. 105 : Sète et l'extraversion viticole : du port exportateur au port importateur (1875-1960)....p. 847
Tab. 106 : « Le marché commun et la viticulture » (1957) ....p. 868

Liste des graphiques

Graph. 1 : La fluctuation des cours du vin dans l'Hérault (1900-1938) ....p. 41
Graph. 2 : Maison «C. Granier» - Fonds de roulement (1906-1922) ....p. 74
Graph. 3 : Part des commissionnaires dans la structure commerciale biterroise (1902-1925)....p. 80
Graph. 4 : Évolution de la part des commissionnaires à Béziers et Montpellier (1902-1919)....p. 88
Graph. 5 : Du port espagnol au port algérien Le basculement des importations à Sète (1899-1914) ....p. 111
Graph. 6a : Entrées Annexe Charenton – Maison « C. Granier » (1919)....p. 138
Graph. 6b : Sorties Annexe Charenton – Maison « C. Granier » (1919)....p. 138
Graph. 7 : Évolution du coût de la licence pour une maison moyenne (1910-1938) ....p. 164
Graph. 8 : Capacités de stockage de la maison « Cazalis & Prats » (1905-1928)....p. 182
Graph. 9 : Comparaison des achats de la maison « C. Granier » (1913-1917) ....p. 238
Graph. 10 : Bénéfices bruts réalisés par la maison « C. Granier » (1912-1919)....p. 240
Graph. 11 : L'accroissement du vignoble algérien (1890-1939)....p. 252
Graph. 12 : Distribution des importations dans le port de Sète (1912-13 et 1937) ....p. 264
Graph. 13 : Les importations de vins algériens. Le déséquilibre de la concurrence Sète-Rouen (1931-1937) ....p. 265
Graph. 14 : Expéditions depuis les chais de Magalas Maison « C. Granier » durant l'entre-deux-guerres ....p. 286
Graph. 15 : Achats de « C. Granier » auprès des coopératives (1949-1969)....p. 349
Graph. 16 : Quelques grands chais dans le département (1959) ....p. 368
Graph. 17 : L'augmentation de capital de quelques maisons de commerce héraultaises au tournant des années 1950....p. 372
Graph. 18 : La croissance du capital de la maison « Cazalis & Prats» (1945-1966)....p. 375
Graph. 19 : Part de la publicité dans les frais généraux Maison « C. Salasc» (1948) ....p. 382
Graph. 20 : Part de la filière viti-vinicole languedocienne dans les crédits bancaires (1951-1961) ....p. 386
Graph. 21 : Droit de circulation des vins (1914-1920)....p. 428
Graph. 22 : L'accroissement des tarifs de transport par fer (1914-1920) ....p. 429
Graph. 23 : Poids des syndiqués dans quelques départements métropolitains (1925) ....p. 454
Graph. 24 : La chute des effectifs du Syndicat des vins montpelliérain (1914-1964)....p. 470
Graph. 25 : L'érosion du syndicalisme sétois (1920-1968) ....p. 471
Graph. 26 : Le déclin du syndicat régional (1900-1970)....p. 472
Graph. 27 : Le faible écho des syndicalistes languedociens : composition du bureau de la CNVS (1956-1957) ....p. 480
Graph. 28 : L'effondrement des cours du vin dans l'Hérault au début du siècle....p. 494
Graph. 29 : Négociants élus dans les chambres de commerce de l'Hérault entre 1900 et 1908 ....p. 518
Graph. 30 : Part des négociants dans les chambres de commerce de l'Hérault (1913-1930) ....p. 519
Graph. 31 : Part des négociants dans les chambres de commerce de l'Hérault (1930-1939) ....p. 520
Graph. 32 : Un exemple de la domination des tribunaux de commerce dans l'Hérault en 1921 ....p. 524
Graph. 33 : Part des négociants parmi les juges du tribunal de commerce de Sète (1921-1939)....p. 524
Graph. 34 : Part des négociants en vins dans le bureau de la CCS (1900-1970)....p. 545
Graph. 35 : L'effacement de la présence des négociants dans la Chambre de commerce de Sète (1919-1970) ....p. 545
Graph. 36 : L'accroissement de la pression fiscale sur le commerce des vins (1938-1955)....p. 549
Graph. 37 : L'accroissement des frais de transports (1914-1954) ....p. 550
Graph. 38 : La diminution des niveaux de fortunes de quelques familles (années 1900-années 1950)....p. 598

Graph. 37 : Part des héritiers identifiés comme « négociants » lors des transmissions de patrimoines (1900-1970) ..... p. 603
Graph. 40 : Patrimoine moyen des négociants héraultais au moment de sa transmission (1900-1970) ..... p. 604
Graph. 41 : Part des négociants dans les succursales de la BDF (Hérault, 1900-1970) ..... p. 656
Graph. 41b : Part des négociants censeurs dans les succursales de la BDF (Hérault, 1900-1970) ..... p. 657
Graph. 41c : Part des négociants administrateurs dans les succursales de la BDF (Hérault, 1900-1970) ..... p. 657
Graph. 42 : Majoration moyenne établie par la Commission de cotation des vins de Béziers (1920-1932) ..... p. 767
Graph. 43 : Fraudes des vins héraultais devant la Cour d'appel de Montpellier (1905-1906) ..... p. 778
Graph. 44 : Les vins «trafiqués» dans l'Hérault au moment de la crise de 1907 ..... p. 779
Graph. 45 : Les infractions retenues par le tribunal correctionnel de Montpellier contre les négociants en vins en 1915 ..... p. 783
Graph. 46 : Fraudes fiscales dans les maisons de commerce héraultaises (1906-1907) ..... p. 784
Graph. 47 : Occurrences des grèves perturbant le commerce des vins entre 1900 et 1938 dans l'Hérault ..... p. 799
Graph. 48 : Part des mouvements revendicatifs sétois dans l'Hérault (1902-1936) ..... p. 800
Graph. 49 : Les fluctuations des exportations de VCC (1954-1969) ..... p. 846
Graph. 50 : Les importations de vins Algériens à Sète (1876-1914) ..... p. 852
Graph. 51 : Part des vins algériens dans les procès pour fraudes à Montpellier en 1915-1916 ..... p. 856
Graph. 52 : Les importations de vins algériens en France (1949-1954) ..... p. 862
Graph. 53 : Évolution des exportations de VCC vers les pays membres (1960-1963) ..... p. 874

Liste des schémas

Sch. 1 : Les trois grands types de négoce dans le premier tiers du XXe siècle ..... p. 72
Sch. 2 : Schéma chronologique classique d'une transaction de type « achat » ..... p. 117
Sch. 3 : Schéma chronologique classique d'une transaction de type « vente » ..... p. 119
Sch. 4 : Les circuits de commercialisation ..... p. 127
Sch. 5 : Diversité des activités des maisons de négoce et diversité de la clientèle ..... p. 142
Sch. 6 : Circulation monétaire et pratiques financières ..... p. 194
Sch. 7 : Le financement des maisons de commerce héraultaises au début du siècle ..... p. 196
Sch. 8 : L'approvisionnement du front en vins : circuits de l'information et de la marchandise (1914-1918) ..... p. 243
Sch. 9 : Les maisons de commerce héraultaises dans le circuit d'achalandage de la société « Félix Potin » (années 1930) ..... p. 259
Sch. 10 : Un exemple de concentration horizontalo-verticale réussie : le monopole commercial de la maison « V. Anthérieu » sur le marché local des VDN ..... p. 268
Sch. 11 : L'encadrement du marché des VCC par l'État français durant la Seconde Guerre mondiale ..... p. 298
Sch. 12 : Chaîne de commande et canaux de distribution des vins héraultais pendant la Seconde Guerre mondiale ..... p. 302
Sch. 13 : Le nouveau circuit de commercialisation dans les années 1960 (hors vente directe) ..... p. 344
Sch. 14 : Les différentes logiques entrepreneuriales pour faire face à la crise dans les années 1950-1960 ..... p. 383
Sch. 15 : Fonctionnement classique d'un syndicat des vins dans l'Hérault au début du siècle ..... p. 403
Sch. 16 : Fonctionnement du Syndicat régional du commerce des vins et spiritueux du Midi en 1900 ..... p. 408
Sch. 17 : L'activité pluridimensionnelle du mouvement syndical dans le commerce des vins ..... p. 424
Sch. 18 : Mutations et rééquilibrage du mouvement patronal syndical ..... p. 440
Sch. 19 : Les syndicats des vins, relais essentiels de Vichy ..... p. 459
Sch. 20 : La mise sous tutelle du syndicalisme régional et local dans les années 1950 et 1960 ..... p. 478
Sch. 21 : La mutation du discours syndical : grands thèmes et perception ..... p. 488
Sch. 22 : Conséquences de la crise, diversité des réponses et des résultats ..... p. 497
Sch. 23 : La crise viticole de 1907 vue par la CCB : causes et remèdes proposés ..... p. 499
Sch. 24 : Organisation, objectifs et limites de l' « Office du vin » ..... p. 515
Sch. 25 : La rationalisation : solution à l'encombrement du marché des vins ..... p. 533
Sch. 26 : L'accaparement de postes à responsabilité : cibles, utilités et tensions ..... p. 541

Sch. 27 : La mise à l'écart du mouvement patronal héraultais des circuits de décision et de consultation dans les années 1960 ..... p. 557
Sch. 28 : Le projet du marché à terme et ses différents temps (1963) ..... p. 565
Sch. 29 : Le sport, élément déterminant de la notabilité : l'exemple de L. Koester à Sète au début du siècle ..... p. 640
Sch. 30 : L'effort lobbyiste auprès des élus à la Chambre des députés durant l'entre-deux-guerres ..... p. 664
Sch. 31 : Les négociants dans la sphère d'influence républicaine ..... p. 679
Sch. 32 : Poujadisme et mouvement patronal : les similitudes du discours ..... p. 684
Sch. 33 : Soigner les vins dans le premier XXe siècle : les différentes étapes de la vinification chez le négociant et leurs causes ..... p. 699
Sch. 34 : L'action tridimensionnelle de la justice sur le marché des vins héraultais ..... p. 742
Sch. 35 : Le Service de la répression des fraudes : à l'origine de la procédure pénale ..... p. 746
Sch. 36 : Le mouvement syndical, espace de liaison entre l'univers de la justice et les négociants en vins héraultais ..... p. 748
Sch. 37 : Les maisons de commerce, cibles et relais de la pression commerciale ..... p. 815
Sch. 38 : Les vins héraultais et l'exportation : difficultés et obstacles ..... p. 837

Liste des cartes

Carte 1 : Principales localités héraultaises citées dans cette étude ..... p. 59
Carte 2 : Principales maisons de commerce citées dans cette étude ..... p. 61
Carte 3 : Principales localisations des maisons de commerce à Sète (années 1900 - années 1920) ..... p. 90
Carte 4 : Représentants Maison Rassiguier (1905) ..... p. 124
Carte 5 : Surface d'achalandage de la maison « C. Granier » (1903) ..... p. 129
Carte 6 : Surface d'achalandage de la maison « C. Granier », (1926) ..... p. 131
Carte 7 : Clientèle Maison « Rassiguier », Olonzac (années 1900) ..... p. 135
Carte 8 : Clientèle Maison « C. Granier », Magalas (années 1900 - années 1910) ..... p. 136
Carte 9 : Clientèle Maison « C. Granier », Magalas (années 1920) ..... p. 137
Carte 10 : Distribution des expéditions annuelles depuis l'annexe de Charenton, Maison « C. Granier » (1919-1926) ..... p. 140
Carte 11 : Typologie spatiale de la clientèle des maisons de commerce héraultaises (1900-1930) ..... p. 143
Carte 12 : Clientèle Maison « C. Granier », Magalas (années 1930) ..... p. 287
Carte 13 : La comparaison de deux espaces d'achalandage : « C. Granier » et « J. Augé », 1933 ..... p. 288
Carte 14 : Clientèle Maison « J. Augé », Cessenon (1933-1934) ..... p. 289
Carte 15 : Le déplacement des maisons de commerce à Sète (années 1920-années 1960) ..... p. 326
Carte 16 : Fournitures auprès des caves coopératives. Les cas des maisons « C. Granier » et « C. Salasc » (1949-1950) ..... p. 350
Carte 17 : Clientèle de la maison « C. Granier » à Magalas (années 1960) ..... p. 351
Carte 18 : Références à des succursales de vente des maisons héraultaises (années 1950-années 1960) ..... p. 355
Carte 19 : La localisation des grandes familles du négoce à Sète dans le premier XXe siècle ..... p. 610
Carte 20 : Les différents types de pays cibles pour l'exportation des maisons héraultaises et leurs récurrences dans les sources (1900-1970) ..... p. 841

Liste des figures

Fig. 1 : Gare de Maraussan (années 1900) ..... p. 85
Fig. 2 : L'encombrement des quais à Sète (1913) ..... p. 91
Fig. 3 : Gabarre transportant de la futaille sur le Canal royal à Sète (1912) ..... p. 91
Fig. 4 : Le marché aux vins à Montpellier (début du XXe siècle) ..... p. 147
Fig. 5 : Le marché des vins à Béziers, rendez-vous incontournable au début du siècle ..... p. 149
Fig. 6 : Camionnage « J. Grasset », Clermont-l'Hérault (début du XXe siècle) ..... p. 167
Fig. 7 : Les grandes lignes ferroviaires transportant les vins héraultais au début du siècle ..... p. 169
Fig. 8 : Maison « G. Claudon », Port vieux, Béziers au début du siècle ..... p. 174
Fig. 9 : L'évolution des wagons transportant le vin (1900-1930) ..... p. 175
Fig. 10 : L'évolution des transports routiers (1900-1930) ..... p. 177
Fig. 11 : Insert publicitaire de la maison « J. Euzet » à Sète (1909) ..... p. 179
Fig. 12 : Le téléphone outil commercial distinctif (Publicité de la maison « C. Salasc Fils », 1911) ..... p. 180
Fig. 13 : En-tête gauche, Maison « J. Augé », (fin années 1920) ..... p. 181
Fig. 14 : Chais modèles à Sète (1920) ..... p. 183

Fig. 15 : Pompe électrique baladeuse à Sète (années 1920) ..... p. 184
Fig. 16 : Tableau Daubron à Sète en 1920 ..... p. 185
Fig. 17 : Les employés de la maison « Périer-Botta »à Frontignan (1912) ..... p. 189
Fig. 18a, b, c : Endogamie et homogamie dans le négoce montpelliérain (fin XIXe-déb. XXe s.) ..... p. 212
Fig. 19 : En-tête de la maison « E. Granaud » (1910) ..... p. 218
Fig. 20 : En-tête de la maison « Vivarès Jeune » (1910) ..... p. 219
Fig. 21 : En-tête de la maison « Cazalis & Prats » (début des années 1930) ..... p. 220
Fig. 22 : Publicité « Mignon » par Moriss (1908) ..... p. 222
Fig. 23 : Carte postale de la maison « Clarac Frère et Chauvain » (années 1920) ..... p. 223
Fig. 24 : Logo de la marque déposée « Rugby » de la maison « L. Koester » (années 1910) ..... p. 225
Fig. 25 : Maurice Roux en uniforme pendant la Première Guerre mondiale ..... p. 228
Fig. 26 : Le « pinard », ferment de la culture nationale pendant la guerre ..... p. 241
Fig. 27 : Camionnette de livraison de « J. Cavaillé », Agde (1938) ..... p. 270
Fig. 28 : Publicités et stratégie publicitaire de la maison « A. Prat » (années 1930) ..... p. 271
Fig. 29 : Cave coopérative de Saint-Mathieu-de-Tréviers (années 1950) ..... p. 327
Fig. 30 : Un contrat-type d'achat - Maison « C. Salasc » (1969) ..... p. 364
Fig. 31 : Tableau Daubron, Maison « C. Salasc » (fin années 1940-déb. années 1950) ..... p. 366
Fig. 32 : Machine à embouteiller et personnel, Maison « C. Salasc » - Apéritif SALS (fin années 1940-déb. années 1950) ..... p. 367
Fig. 33 : Publicité « Vermoutheries J. Prats » (fin des années 1960) ..... p. 378
Fig. 34 : Prix-Courant « Cazalis & Prats » (1956) ..... p. 379
Fig. 35 : La stylisation des publicités. Les exemples de « Saint-Raphaël » et « P. Bertouy » ..... p. 380
Fig. 36 : Les étiquettes soignées de la maison « Baudassé et Fils », Marseillan (années 1950) ..... p. 381
Fig. 37 : La défense du commerce des vins dans la presse spécialisée (1952) ..... p. 390
Fig. 38 : L'évolution des publications syndicales au début du siècle ..... p. 415
Fig. 39 : L'attractivité du Syndicat des vins montpelliérain au début du siècle ..... p. 417
Fig. 40 : Compte rendu hebdomadaire évoquant la « crise des transports » (1919) ..... p. 430
Fig. 41 : Le nouveau Bulletin de liaison (1923) ..... p. 437
Fig. 42 : Les différences entre le *BMS* et l'*AM* ..... p. 443
Fig. 43 : Entrée du pavillon de la Fédération méridionale à l'Exposition régionale de 1923 ..... p. 448
Fig. 44 : Lecture d'un rapport devant l'Assemblée générale de la FM (Béziers, 1933) ..... p. 450
Fig. 45 : Banquet et menu du XXXIVe Congrès de la FM (Lézignan-Corbières, 1934) ..... p. 451
Fig. 46 : A. Pradal, président de la FM, reçoit L. Douarche et L. Castel avant le Congrès de 1934 ..... p. 452
Fig. 47 : Compte rendu du *Midi Libre* et sa faute de frappe (1945) ..... p. 465
Fig. 48 : Le *Midi Vinicole*, nouvel organe du Commerce (1952) ..... p. 475
Fig. 49 : La fraude, cause principale de la crise de 1907 ..... p. 498
Fig. 50 : Charroi renversé lors des inondations de l'hiver 1907 à Béziers ..... p. 505
Fig. 51 : L'encombrement de la gare de Béziers au début du siècle ..... p. 507
Fig. 52 : Premier PV de l'Office du vin (1908) ..... p. 510
Fig. 53 : Les attaques contre la CGV dans la presse (1920) ..... p. 534
Fig. 54 : La présence des intérêts commerciaux dans le premier Conseil d'administration de la CGV (1907) ..... p. 535
Fig. 55 : Fascicule présentant la 3e FIVV (1951) ..... p. 552
Fig. 56 : Publicité pour le « repas vin compris » (1952) ..... p. 553
Fig. 57 : Maison de la famille Bühler (Béziers, 1914) ..... p. 612
Fig. 58 : La maison des Voisin à l'entrée du port de Marseillan au début du siècle ..... p. 614
Fig. 59: Le clos « Monrêve » à Pézenas (Famille Hugues, 1906) ..... p. 615
Fig. 60 : Jean Prats dans son bureau, Villa « Marie-Louise », Sète, (années 1920-1930) ..... p. 619
Fig. 61 : P. Bousquet et ses employés (Béziers, début du siècle) ..... p. 622
Fig. 62 : Le vêtement, un signe distinctif en effacement ..... p. 623
Fig. 63 : Le Grand café du commerce à Agde au début du siècle ..... p. 624
Fig. 64 : Jean Prats en 1921 à Luchon ..... p. 625
Fig. 65 : La famille Jeanjean (années 1930) ..... p. 625
Fig. 66 : « Jean Prats et ses collaborateurs » (date inconnue) ..... p. 626
Fig. 67 : Félix Michel et sa famille (Montpellier, début du siècle) ..... p. 627
Fig. 68 : Eugène Leenhardt, son épouse et leurs fils (Montpellier, Château de Verchant, 1936) ..... p. 628
Fig. 69 : La voiture, un marqueur social ostentatoire à la symbolique multiple ..... p. 631
Fig. 70 : La famille du négociant E. Rieux au « Cottage Robinson » (Marseillan, années 1900) ..... p. 633

Fig. 71 : Les employés de la maison « Cazalis & Prats » récompensés et honorés par la presse (1960) ..... p. 652
Fig. 72 : Appel à une manifestation pour célébrer la réforme de la Taxe unique (1930) ..... p. 665
Fig. 73 : Lafferre mis en cause par la presse (1907) ..... p. 674
Fig. 74 : Le *Midi Vinicole* se félicite en Une de l'intervention de l'UDCA à Lunel en 1954 ..... p. 685
Fig. 75 : Le mariage de J.H. Prats et A. Ginestet (Château Marbuzet, Gironde, 1929) ..... p. 688
Fig. 76 : La recette du Kola-Coca chez « Cazalis & Prats » (années 1930) ..... p. 701
Fig. 77 : La préparation d'un Malaga Blanc Supérieur (Carnet d'un maître de chai, maison « Cazalis & Prats », 1941) ..... p. 701
Fig. 78 : L'encadrement des manipulations (années 1930) ..... p. 703
Fig. 79 : Chant « La Vigneronne » (1907) ..... p. 707
Fig. 80 : M. Albert et la lutte pour le vin naturel (1907) ..... p. 707
Fig. 81 : Lettre de dénonciation anonyme contre la maison « Chauliac-Affre » (Montpellier, 1917) ..... p. 717
Fig. 82 :« Arrière intermédiaire parasite » : la dénonciation des négociants (1904) ..... p. 718
Fig. 83 : Une étiquette de « Frontignamont » (Frontignan, années 1930) ..... p. 723
Fig. 84 : L'affaire « Micotox » à la Une du *Midi Vinicole* (1955) ..... p. 736
Fig. 85 : Un recensement chez « C. Granier », 1937 ..... p. 756
Fig. 86 : Congé utilisé dans l'Hérault (années 1940-1960) ..... p. 759
Fig. 87 : Acquit-à-caution de la maison « C. Granier » (années 1960) ..... p. 761
Fig. 88 : La presse spécialisée et les dangers des bénéfices illicites (1920) ..... p. 766
Fig. 89: La question du plâtrage des vins dans la presse à la fin du XIXe siècle ..... p. 771
Fig. 90 : Les conflits impliquant les négociants en vins dans l'espace public sétois au début du siècle ..... p. 804
Fig. 91 : Affiche publique lors du conflit sur le barral (Montpellier, 1914) ..... p. 810
Fig. 92 : Détail du papier à en-tête du comité d'organisation de la VIIe Fête des vins de France (1939) ..... p. 820
Fig. 93 : Deux exemples de destinations éloignées au début du siècle : les Îles Seychelles et les Philippines ..... p. 824
Fig. 94 : Le *Midi Vinicole* célèbre la naissance de la Section exportation de la FM (1952) ..... p. 829
Fig. 95 : Couverture du « prix-courant » spécial « Exportation », Maison « Cazalis & Prats » (1928) ..... p. 843
Fig. 96 : Contre-étiquette « Noilly-Prat » (1910) ..... p. 844
Fig. 97 : La maison « J. Bergnes » : un exemple typique de l'orientation algérienne à Sète au début du siècle ..... p. 854
Fig. 98 : Publicité « Cazalis & Prats » pour les vins algériens (1927) ..... p. 859
Fig. 99 : Premier rapport relatif au Marché commun devant la FM (1959) ..... p. 870
Fig. 100 : Les craintes de la presse spécialisée face à la CEE (1970) ..... p. 876

ORIENTATIONS BIOGRAPHIQUES

Les biographies et trajectoires des négociants et maisons de commerce ci-dessous, régulièrement abordés dans les pages suivantes, sont développées en annexes :

« Jules Alby » (Sète) ..... p. 1185
« Victor Anthérieu » (Frontignan) ..... p. 1189
Bret Paul (1850-1912) ..... p. 1193
« J.-C. Bühler », Béziers ..... p. 1195
« Cazalis & Prats », Sète ..... p. 1197
Cazalis Lionel (1869-1963) ..... p. 1201
« Clarac Frères et Clauzel », Sète ..... p. 1203
Coste Paul (1849-1930) ..... p. 1207
Cousin Élie (1886-1968) ..... p. 1209
Domerc Georges (1875-1959) ..... p. 1211
Euzet Joseph (1860-1945) ..... p. 1213
Granaud Paul (1874-1948) ..... p. 1215
« C. Granier », Magalas ..... p. 1217
Guy François (1842-1922) ..... p. 1219
« A. Herber », Sète ..... p. 1223
« Les Fils de Louis Huc », Béziers ..... p. 1227
Koester Louis (1867-1847) ..... p. 1231
« E. & F. Leenhardt », Montpellier ..... p. 1233
« Leenhardt-Bazille », Montpellier ..... p. 1235
Malet Gustave (1876-1960) ..... p. 1237
Méloux André (1898-1985) ..... p. 1239
Meyer Jean (1855-1931) ..... p. 1241
Michel Félix (1849-1936) ..... p. 1243
Pétrier François (1890- ?) ..... p. 1245
Prats Jean (1866-1951) ..... p. 1249
« Clovis Salasc », Clermont-l'Hérault ..... p. 1253
Taillan Maurice (1878-1958) ..... p. 1257
Tirat Robert (1902-1963) ..... p. 1259
Vergnes Ulysse (1910-2002) ..... p. 1261
Warnery Charles (1858-1942) ..... p. 1263

Trois extraits provenant d'horizons divers qui, chacun à leur manière, expriment l'univers du négoce.

« *Le vin est le professeur du goût, et, en nous formant à la pratique de l'attention intérieure, il est le libérateur de l'esprit et l'illuminateur de l'intelligence. Le vin est le fils du soleil et de la terre, mais il a eu le travail comme accoucheur. Comme les grandes œuvres et les grandes pensées, il ne sort pas du pressoir tout prêt […]. Il lui faut la collaboration de l'art, de la patience, du temps, de l'attention.* »

Paul Claudel, *Éloge du vin*, 1936

« *Les productions que l'on appelle naturelles ne sont pas pour la plupart – du moins celles qui servent aux besoins de l'homme – l'œuvre spontanée de la nature. Les hommes oublieux opposent aujourd'hui ce qu'ils appellent le vin naturel au vin artificiel, les créations de la nature aux combinaisons de la chimie. Il n'y a pas de vin naturel. »*

Jean Jaurès, « La houille et le blé », *La Petite République* (31/01/1901).

« *Savinet : - Donc, tout ce que je vous demande, c'est qu'on n'en sache rien. Dans quelques temps, je divorcerai d'avec ma femme et personne ne se sera douté de la vérité. Je vous le répète, je suis marchand de vins, et je ne veux pas d'un scandale qui me causerait le plus grand préjudice dans mes affaires et me déconsidèrerait à Bercy.*

Ribadier : - Ah ! vraiment, ça vous…

Savinet : - À Bercy ? Oh ! là là ! Vous ne les connaissez pas !… Mais un marchand de vins qui serait soupçonné d'être… mais il ne tiendrait pas huit jours ! »

Georges Feydeau, *Le Système Ribadier*, (acte II, scène 3), 1892.

INTRODUCTION

GÉNÉRALE

Étudier le négoce des vins languedociens apparaissait comme l'un des derniers grands pans inexplorés de l'histoire viti-vinicole régionale. Une fois attelé à ce projet stimulant, un questionnement a rapidement émergé : comment expliquer que les négociants languedociens, si nombreux et si puissants au début du XXe siècle[1], aient pratiquement disparu du paysage viti-vinicole local à la fin de celui-ci ? Comment expliquer qu'un acteur majeur de la filière se soit effacé en quelques décennies pour que, dans le dernier quart du XXe siècle, « les petits négociants traditionnels [aient] quasiment tous disparu » alors que seules « quelques entreprises ont assuré leur développement »[2] ?

Depuis l'époque moderne, les négociants en vins languedociens assurent la commercialisation des vins du Midi dans l'ensemble du territoire national[3]. Sur un marché des vins « atomistique »[4], où la production est fragmentée entre des milliers de récoltants[5] et des millions de consommateurs[6], la présence de ces intermédiaires est nécessaire afin de permettre la mise en relation commerciale entre l'offre et la demande. C'est d'autant plus vrai dans une région languedocienne (Aude, Gard, Hérault, Pyrénées-Orientales) où la productivité dépasse largement les autres grands espaces de production (Bordelais, Bourgogne, Champagne). Or, dans les années 1950-1960, alors que la production régionale conserve des niveaux de production élevés et en progression[7], les maisons de négoce ferment massivement leurs portes[8].

Ce constat originel sans équivoque sur l'effacement progressif des négociants languedociens suscite dès lors de nombreuses interrogations qui sont le cœur de ce travail : qui sont ces négociants ? Quel est leur rôle dans la filière ? Quelle est leur influence sur le marché ? Quels sont les facteurs qui expliquent leur domination puis leur quasi-disparition ? En somme, une série de questions sur la définition du métier de négociant, intermédiaire fondamental sur

[1] Dans un rapport présenté devant la Chambre de commerce de Montpellier (CCM) en 1954, R. Tirat, membre de l'institution consulaire, évoque 200 maisons de commerce pour la seule ville de Montpellier dans les années 1910 (cf. Archives départementales de l'Hérault [désormais ADH] : 4 ETP 257, Fonds de la CCM, *Rapport Tirat sur le transport des vins*, 1954). Dans un autre rapport, il évalue le nombre de maisons de commerce dans la région à 1.200 dans les années 1920 (cf. TIRAT R., *Évolution comparée de la viticulture méridionale, 1907-1953*, Paris, Impr. Davy, 1954). Le chiffre est sans doute supérieur car 1.200 correspond au nombre d'adhérents du syndicat régional à cette époque. Pour les seuls trois grands centres expéditeurs de l'Hérault (Béziers, Montpellier, Sète), l'Annuaire du département recense 457 maisons en 1902 (Cf. *Annuaire de l'Hérault*, 1902).

[2] TOUZARD J.-M., LAPORTE J.-P., « Deux décennies de transition viticole en Languedoc-Roussillon : de la production de masse à une viticulture plurielle », *Pôle Sud*, n°9 – 1998, p. 41.

[3] GERAUD-PARRACHA G., *Le commerce des vins et des eaux-de-vie en Languedoc sous l'Ancien Régime*, Montpellier, Déhan, 1957.

[4] L'expression est de l'économiste J. Milhau pour caractériser la multitude d'acteurs intervenant sur le marché. Cf. MILHAU J., « L'avenir de la viticulture française », *Revue économique*, vol 4, n°5, 1953, p 700-738.

[5] Environ 50.000 au début du siècle dans le département de l'Hérault puis plus de 70.000 dans les années 1940 à 1960.

[6] La consommation taxée, hors période de conflit mondial ou de reconstitution, se situe toujours entre 40 et 50 M d'hl par an pendant la période. Voir annexes, p. 1014.

[7] Près de 23 M d'hl pour les années 1950 ; près de 25,5 M d'hl pour les années 1960.

[8] Voir l'évolution de l'armature commerciale dans le département en annexes, p. 1022.

un marché agricole national de premier plan[1], ainsi que sur les dynamiques qui structurent la trajectoire de cette profession entre 1900 et 1970, depuis les crises de mévente jusqu'à l'instauration de l' « Europe verte ».

Parallèlement à ces premières interrogations, plusieurs thématiques alimentent la présente recherche. La question de la nature d'une profession majeure de la filière viti-vinicole est ici centrale. Comprendre qui sont les négociants, quelles sont leurs activités, comment ils élaborent leurs stratégies commerciales et entrepreneuriales, c'est comprendre dans quelle mesure un acteur indispensable du marché des vins s'inscrit dans les évolutions d'une économie viti-vinicole languedocienne particulièrement fluctuante. C'est alors chercher à analyser comment s'articulent les différentes forces en présence dans la filière et quels sont les équilibres qui s'instaurent sur un marché des vins caractérisé par son imprévisibilité et son altérabilité.

Par-delà cette dimension technique et mercatique du métier de négociant, ce constat initial renvoie également à d'autres thèmes comme l'étude du négoce en tant que groupe socioprofessionnel. Il convient ici de s'interroger sur la place du négoce dans la société languedocienne : son rôle dans les instances officielles, dans le monde politique, dans le tissu social. Il importe dès lors d'étudier les contours de son implication dans une société entièrement tournée, au moins jusqu'aux années 1960, vers l'économie viticole, source quasi-exclusive de la prospérité de la région[2].

Enfin, ce constat nous oriente également vers la question du négoce en tant qu'objet historique. Toujours présent en filigrane et souvent évoqué dans les études consacrées à la viticulture méridionale, le négociant est l'agent économique du marché le moins bien connu d'une histoire viticole régionale foisonnante. Celle-ci s'est essentiellement intéressée aux producteurs et à leur inscription dans des champs divers (outils de production, syndicats, lien avec le politique), délaissant partiellement la question de l'écoulement de la production.

Dès lors, dans sa conception, cette étude se propose de répondre à ce questionnement initial. Recoupant l'histoire économique et sociale d'un groupe socioprofessionnel bien identifié, elle vise à mettre en exergue les particularités de celui-ci dans un cadre spatial spécifique. En croisant les intérêts locaux et les intérêts nationaux de personnalités et de maisons qui s'inscrivent dans des réseaux multiples et multiformes, il s'agira de montrer la diversité et les dynamiques d'un milieu professionnel en mutation. Sans prétendre à l'exhaustivité d'une histoire totale, ce projet se propose alors d'éclairer les pratiques, l'influence et la trajectoire d'une profession essentielle et d'un acteur incontournable de la société viti-vinicole languedocienne entre 1900 et 1970.

---

[1] LACHIVER M., *Vins, vignes et vignerons*, Paris, Fayard, 1988.

[2] MARRES P., « Le problème du vin dans le Bas-Languedoc », *Annales de géographie*, 1939, n°274, p. 427-430 et BERGER A., MAUREL F., *La viticulture et l'économie du Languedoc (du XVIIIe siècle à nos jours)*, Montpellier, Ed. du Faubourg, 1980.

Le négociant en vins, intermédiaire indispensable mais méconnu

Négoce et négociants entre ombre et lumière : un bilan historiographique

Bien qu'étant au cœur des logiques commerciales de la nouvelle viticulture productiviste qui émerge avec la reconstitution post-phylloxérique dans le Midi[1], le *Commerce*[2] est un objet historique paradoxal.

En effet, il est un élément indispensable à la filière viti-vinicole régionale. Comme l'indique l'*Annuaire de l'Hérault* dans cette première moitié du XXe siècle, il est celui qui « fabrique[3] les vins (…), mélangés entre eux, coupés selon l'art du négociant »[4]. C'est également grâce à lui que le département « exporte en grand les vins et quelques produits dérivés (eaux-de-vie, liqueurs, vermouths, etc.) »[5].

Or, bien qu'étant un agent[6] essentiel pour la filière viti-vinicole et l'économie languedociennes, le négoce est un acteur très rarement interrogé et interpellé par la recherche en sciences humaines et sociales. Ainsi, il est évoqué dans les nombreux travaux qui abordent la viticulture nationale ou régionale et qui rappellent son impact sur la filière[7], mais il ne fait pas l'objet de travaux distinctifs *pour lui-même*. De fait, son étude est encore largement en friche, faisant de cet intermédiaire incontournable pendant la plus grande partie du siècle, un acteur inconnu.

Jusqu'au début des années 1970, l'étude du négoce méridional n'est jamais abordée par les historiens eux-mêmes. Elle est dans un premier temps le fruit des travaux de juristes, d'économistes et de géographes.

Du début du siècle aux années 1950, ce sont essentiellement des juristes qui s'intéressent à la question du négoce. Centrés sur les mécanismes en œuvre sur le marché des vins, ces travaux veillent à décrypter et à analyser les rapports de force qui construisent les relations commerciales sur le marché des vins ainsi que, dans une prospective étiologique, les principales causes des déséquilibres de ce dernier. Premier à évoquer l'instabilité du marché

[1] Marcel Lachiver compare le Midi à une « usine à vin » dans sa grande synthèse sur l'histoire du vignoble français. Cf. LACHIVER M., *op. cit.*, p. 462.

[2] C'est là le nom que l'on donne communément au négoce dans la région. Pris sous la forme d'une entité, il s'écrit ainsi, avec une majuscule et concerne l'ensemble des maisons de commerce méridionales et leurs représentants. Il en va de même avec les propriétaires que l'on appelle « la Propriété » ou « la Viticulture ». Nous reprenons ici cette graphie pour marquer la distinction entre l'entité « Commerce » et l'activité « commerce ».

[3] Le terme n'est en rien péjoratif et il est d'ailleurs utilisé dans la présentation qui est faite par l'*Annuaire de l'Hérault* en 1912.

[4] *Annuaire de l'Hérault*, 1929, p. 37.

[5] *Ibid*., p. 38.

[6] Dans la conception bourdieusienne du terme, c'est-à-dire avec une multitude de facettes. Cf. BOURDIEU P., « L'illusion biographique », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 62-63, juin 1986, p. 70.

[7] Citons G. Garrier (GARRIER G., *Histoire sociale et culturelle du Vin*, Paris, Larousse, 1995) ou M. Lachiver (LACHIVER M., *op. cit.)* qui tous deux évoquent, à l'échelon national, succinctement le rôle du négoce dans la filière viti-vinicole. G. Gavignaud-Fontaine dans son *Languedoc viticole, la Méditerranée et l'Europe au siècle dernier* rappelle à quelques reprises la position délicate des négociants languedociens qui eux aussi souffrent lors des périodes de crises (GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée et l'Europe au siècle dernier,* Montpellier, Publications de l'UPV, 2006 (2000), p. 119 [Les pages renvoient à l'édition de 2000]).

des vins et les mécanismes qui y concourent en 1907, Michel Augé-Laribé, présente l'un des marchés « des plus incertains et des moins organisés » du monde agricole, fragilisé par des « écarts les plus brusques, non seulement pour une période un peu longue, mais encore dans le cours d'une seule année »[1]. Évoquant le rôle « indispensable »[2] des négociants en vins dans l'écoulement de la production, il insiste sur le rapport de force entre Production et Commerce, véritables « combats d'avant-garde que se livrent deux armées ennemies pour évaluer leurs forces »[3]. À la fin de ce premier épisode de mévente, Paul Degrully, lui aussi juriste, étudie le rôle des acteurs dans la « dépression des prix » ainsi que les solutions à y apporter[4]. Très critique à l'égard de certaines pratiques déflationnistes des négociants en gros dont « les intérêts sont le plus souvent opposés » à ceux de la Propriété[5], il souligne leur rôle primordial dans l'écoulement de la production[6].

Bien que plus proches des milieux du Commerce que ne l'étaient Augé-Laribé et Degrully, deux autres juristes viennent rejoindre leurs conclusions dans les années 1920. Jean-Louis Cazalet étudie le lien inaltérable entre le commerce des vins et le port sétois, lien qui « « harmonieusement […] constitua l'aliment essentiel de son mouvement maritime »[7]. Ici aussi, à l'aide de nombreux détails[8], J.-L. Cazalet dépeint l'évolution du négoce sétois, cœur d'une activité commerciale où concurrence, rivalités et antagonismes jouent à plein dans la ville portuaire. Quelques années plus tard, Pierre Bergé soutient sa thèse de droit sur *Le marché des vins du Midi*[9]. L'ouvrage de Bergé se distingue par l'intérêt qu'il porte aux stratégies commerciales sur le marché des vins, analysant les évolutions récentes du métier, mais également du mouvement syndical. Comme ses prédécesseurs, il constate l'instabilité des cours, conséquence des rapports de force établis sur le marché et des dérèglements (fraude, individualisme, surproduction) de ce dernier. Il faut enfin attendre les années 1950 pour qu'un dernier juriste, Jacques Estadas, qui soutient une thèse de droit spécialité « Sciences économiques », présente une analyse de la vigne et du commerce des vins à travers les âges dans le Midi[10]. Résumant les réflexions de ses prédécesseurs, Estadas propose une approche évolutive où il observe les facteurs de développement et les spécificités du Commerce méridional.

Dans les années 1950-1960, deux géographes publient tour à tour deux contributions majeures à l'étude des négociants et des maisons de commerce méridionales. En 1958, Gaston

[1] AUGÉ-LARIBÉ M., *Le problème agraire du socialisme. La viticulture industrielle du Midi de la France,* Paris, V. Giard et E. Brière, 1907, p. 188.
[2] *Ibid*., p. 195.
[3] *Ibid*., p. 189.
[4] DEGRULLY P., *Essai historique et économique sur la production et le marché des vins en France*, Montpellier, Goulet et fils, 1910.
[5] *Ibid*., p. 253.
[6] P. Degrully développe longuement dans son ouvrage les avantages et les inconvénients de la vente directe par les propriétaires « la plus simple et la plus pratique » (*Ibid*., p. 255). Il fait également l'historique des mouvements coopératifs et associatifs dans le pays. (*Ibid*., p. 268-281).
[7] CAZALET J.-L., *Cette et son commerce des vins de 1666 à 1920, essai d'histoire économique*, Montpellier, Firmin et Montane, 1920, p. 398.
[8] Des listes précises de négociants à certaines dates, les grandes maisons présentes au début du siècle, des chiffres précis sur les entrées et sorties des vins, etc.
[9] BERGÉ P., *Le marché des vins du Midi*, Paris, PUF, 1927.
[10] ESTADAS J., *Évolution du marché vinicole et du commerce des vins depuis 1850*, Thèse de droit, Montpellier, 1953.

Galtier expose dans une synthèse résumant près de vingt années de recherche sur les caractères et caractéristiques de ce qu'il appelle « le vignoble de masse » méridional, cœur de l'économie et de la vie régionale[1]. Dans le chapitre X de son ouvrage, il développe l'étude de la commercialisation des vins languedociens au cours de l'histoire, ainsi que les différentes dynamiques (économiques et spatiales) qu'ils permettent de construire. Soucieux d'inscrire son propos dans une logique d'analyse systémique de grande ampleur, Galtier s'appuie sur de nombreux chiffres pour décrire l'organisation pratique du marché, l'implication de ses acteurs et l'évolution de l'écoulement de la production. Dans la décennie suivante, un autre géographe, Raymond Dugrand, propose, dans une dimension économétrique, structuraliste et réticulaire, une nouvelle approche du marché des vins dans la région[2]. L'auteur, par sa volonté de mettre en évidence les différents espaces de polarisation des structures urbaines languedociennes[3], réinvestit le marché des vins languedociens selon une nouvelle grille de lecture. Dès lors, il aborde principalement les logiques de réseaux d'expédition (autochtones ou de transit) des vins languedociens puis les différents acteurs de la profession et leurs logiques commerciales. Dugrand se démarque de ses prédécesseurs en abordant également pour la première fois la dimension sociale des négociants languedociens[4].

Il faut attendre 1973 pour qu'un historien s'intéresse pour la première fois au négoce languedocien. Rémy Pech, dans sa thèse, cherche à élaborer des logiques d'explication aux différentes crises de mévente qui frappent avec persistance la région pendant quelques décennies[5]. Le fondement capitaliste de la viticulture régionale se trouvant au cœur de son propos et de ses interprétations, il n'est donc pas surprenant de voir R. Pech décrypter et analyser le marché, cadre d'agissement de ce capitalisme viticole, et chercher à évaluer le positionnement des négociants sur ce dernier. L'auteur met en exergue la dualité d'une structure viticole associant une dimension artisanale et une dimension capitaliste. Par ailleurs, il ébauche les contours des liens existant entre le monde viticole et le monde politique. Enfin, il définit ce qu'il appelle « le verrou sélectif de la commercialisation »[6], c'est-à-dire le rapport de force qui s'instaure sur le marché des vins. Ce sont là des considérations qui ont influencé notre réflexion et nous ont poussés à envisager leur transposition dans le monde commercial pour lequel le vide historiographique est manifeste.

En effet, bien que l'ensemble de ces ouvrages soit des témoignages de premier ordre sur le Commerce, ils suscitent de nombreux questionnements : qui sont ces négociants ? Comment expliquer certaines stratégies commerciales ? Les réussites ? Les échecs ? Quelles sont leurs sphères d'influence et leurs rayons d'action ? Quelle est leur place dans la société méridionale ? Dans ces études souvent synthétiques et nomothétiques, le marché des vins est

[1] GALTIER G., *Le vignoble du Languedoc méditerranéen et du Roussillon : étude comparative d'un vignoble de masse,* 2 vol., Montpellier, Causse, Graille et Castelnau, 1958.
[2] DUGRAND R., *Villes et Campagnes en Bas-Languedoc*, Paris, PUF, 1963.
[3] Ce que l'auteur appelle « l'organisation de la vie de relation ».
[4] L'auteur, d'inspiration marxiste, évoque une « classe bourgeoise », p. 168 et p. 175.
[5] PECH R., *Entreprise viticole et capitalisme en Languedoc-Roussillon du phylloxera aux crises de mévente*, Toulouse, Publications de Toulouse-Le Mirail, 1975.
[6] *Ibid*., p. 463.

interprété comme un ensemble holistique d'où les singularités sont parfois difficiles à percevoir. Ce sont ces singularités – humaines et entrepreneuriales – que nous avons ici interrogées.

Le négoce face aux pesanteurs des représentations

La nature même du négoce en tant qu'objet historique justifie en grande partie que ce dernier soit resté – partiellement à l'échelon régional et totalement au niveau national – un « angle mort historiographique »[1]. Les facteurs explicatifs de cette désaffection sont majoritairement liés aux représentations négatives qui singularisent le négoce.

En premier lieu, la nature même d'intermédiaire justifie vraisemblablement le peu d'intérêt porté au négoce et aux négociants. En effet, ceux-ci, par le biais de leurs syndicats ou les institutions dans lesquels ils sont représentés comme les Chambres de commerce ou les Tribunaux de commerce, sont des acteurs de premier plan des corps intermédiaires régionaux. Or ces derniers n'ont été que peu ou pas du tout interrogés et interprétés par la recherche historique. Claire Lemercier et Alain Chatriot, dans un article fondateur au début des années 2000, soulignent cette souffrance historiographique d'un élément pourtant incontournable de l'économie française[2]. Selon eux, plusieurs raisons majeures ont « stérilisé la recherche historique dans ce domaine »[3]. La principale est l'incompatibilité de la notion de corporatisme avec la République, en raison de l'attachement idéologique du terme « corporation » à l'Ancien Régime ou à la France de Vichy. Pour les auteurs, paradoxalement, la République française se serait ainsi construite en opposition à ces corps intermédiaires à qui elle ne reconnaissait aucune légitimité, tout en s'appuyant sur eux au besoin, car ils sont producteurs d'expertises. Les auteurs soulignent également les tensions, rivalités et conflits qui existent au sein des différents corps intermédiaires qui expliqueraient à la fois leur mise à l'écart historiographique et leur déficit d'image, dans une société autogérée pour et par le bien commun. De son côté, Clotilde Druelle-Korn dans son chapitre introductif aux *Corps intermédiaires économiques, entre l'État et le marché* signale les nombreuses dérives « monopolistiques » régulièrement « dénoncées »[4] qui peuvent pousser les historiens à se montrer distants de professions et de corps intermédiaires dont les contours sont mal définis. Le versement et l'ouverture des archives consulaires ainsi que certaines études pionnières[5] ont récemment inversé ce courant.

---

[1] L'expression est ici empruntée à André Loez. Cf. LOEZ A., « Autour d'un angle mort historiographique : la composition sociale de l'armée française en 1914-1918 », *Matériaux pour l'histoire de notre temps,* 3/2008 (n° 91), p. 32-41.

[2] CHATRIOT A. et LEMERCIER C., « Les corps intermédiaires » in DUCLERT V. et PROCHASSON C., *Dictionnaire critique de la République*, Paris, Flammarion, 2002, p. 691-698.

[3] *Ibid*., p. 691.

[4] DRUELLE-KORN C., « Les corps intermédiaires économiques : mise en perspective historique d'une actualité » in DRUELLE-KORN C. (dir.), *Les corps intermédiaires économiques entre l'État et le marché*, Actes du Colloque tenu à Limoges en octobre 2008, Limoges, PULIM, 2012, p. 6. Il est intéressant de noter que dans cet ouvrage qui aborde de nombreux exemples de professions et de corps intermédiaires, ni les négociants en vins, ni le Midi de la France ne sont spécifiquement étudiés.

[5] Notamment les travaux de Claire Lemercier et de Philippe Lacombrade. Cf. LEMERCIER C., *La Chambre de commerce de Paris, 1803-1852. Un « corps consultatif » entre représentation et information économiques*, Thèse de 3ème cycle sous la direction de G. Postel-Vinay, EHESS, 2001 et LACOMBRADE P., *La Chambre de commerce, Paris et le capitalisme français (1890-1914)*, Thèse de 3ème cycle sous la direction de F. Demier, Paris X, 2002.

Par ailleurs, en France, depuis la loi le Chapelier qui interdit « d'inspirer aux citoyens un intérêt intermédiaire, de les séparer de la chose publique par un esprit de corporation »[1], les intermédiaires sont perçus comme des agents économiques nuisibles, qui, par un goût prononcé pour le profit et la spéculation, sont des facteurs déstabilisants des marchés. On est là dans le prolongement des procès pour « négociantisme » de la période révolutionnaire : sous la Terreur, des commerçants sont accusés de privilégier des intérêts privés aux intérêts publics et sont poursuivis par la justice dans un contexte de crise où l'enrichissement peut être perçu comme une provocation[2]. Cette représentation d'un négociant profiteur associée à une hostilité des plus vives face à la bourgeoisie commerciale ancre dans la mémoire collective nationale le rejet d'une fraction des acteurs du marché. En période de crise, le rejet des intermédiaires est dès lors le premier réflexe protectionniste sur les marchés agricoles nationaux. Par conséquent, souffrant de ce déficit d'image, les négociants en vins ont pendant très longtemps peu attiré l'intérêt de la production historienne.

De plus, d'un point de vue institutionnel, les intermédiaires, lorsqu'ils se regroupent, sont souvent perçus comme des « groupes de pression sectoriels »[3] veillant uniquement à la défense de leurs propres intérêts. Si une forme de corporatisme est tacitement acceptée avec la multiplication des Chambres de commerce et l'abrogation partielle de la loi Le Chapelier dans les années 1860, il n'en reste pas moins que les décisions prises aux origines de la République française construisent la mémoire collective nationale et « pèse sur le destin ultérieur des corps intermédiaires »[4], bien que ces derniers trouvent un périmètre d'exercice étendu par la loi du 21 mars 1884 sur les syndicats professionnels patronaux et ouvriers et la loi du 1er juillet 1901 sur les associations. Cette inflexion dans une politique jusque-là intransigeante vis-à-vis des corps intermédiaires – sur la base d'un « individualisme moderne » liant inextricablement et exclusivement les électeurs à leurs représentants[5] – se justifie alors par la nécessité d'avoir recours à des experts afin de gouverner avec plus de justesse et d'efficacité. Pourtant, alors que les relations entre un État jacobin et des corps intermédiaires fournisseurs d'informations, semblent s'apaiser dans le premier XXe siècle, la période vichyste reconstruit à nouveau l'image d'intermédiaires agioteurs qu'il faut encadrer par des lois corporatistes, « donnant mauvaise presse »[6] aux corps intermédiaires. L'accroissement de cette image négative explique que dans les années 1950, dans l'opinion publique, le négociant soit perçu comme un acteur nuisible, un profiteur agioteur, sensible à ses seuls intérêts. Il est devenu, sur les marchés agricoles en général et sur le marché des vins en particulier, l'ennemi numéro un. Cela fait dire au *Moniteur vinicole* en 1952 : « On mange aujourd'hui de l'intermédiaire comme on bouffait du curé il y a quelques années. »[7]

[1] Exposé des motifs de la proposition de décret sur les sociétés populaires, Assemblée nationale constituante, 29 septembre 1791.
[2] AUDRAN K., « L'accusation d'émigration des négociants malouins : une justification abusive de la politique terroriste à Saint-Malo », *Annales historiques de la Révolution française*, 345, 2006, 31-53.
[3] CHATRIOT A. et LEMERCIER C., *op. cit.*, p. 693.
[4] *Idem*.
[5] *Ibid*., p. 697.
[6] DRUELLE-KORN C., *op. cit.,* p. 6.
[7] Moniteur vinicole, numéro spécial « La qualité sauvera la viticulture », 1952.

Cette double logique finit de dépeindre l'image d'un intermédiaire auquel, la recherche historique ne s'intéresse que très peu[1], tant dans sa dimension sociale qu'institutionnelle. En définitive, l'historiographie française ne se penche que sur le « grand commerce » du XVIIIe siècle[2], délaissant le commerçant des XIXe et XXe siècles, devenu un « homme moyen »[3], parfois rejeté, le plus souvent anonyme et dont l'étude ne comporte que trop peu d'intérêt. Lorsque le marché est abordé, les hommes, les mentalités, les stratégies sont évacués pour préférer l'analyse des structures productives et des grands courants commerciaux dans une approche répondant au paradigme labroussien que seul viendra rompre le « tournant critique »[4] des *Annales*, en partie sous l'influence de la *micro-historia* italienne. Il est ainsi logique que dans le Midi, les négociants aient été pendant longtemps oubliés par la recherche historique et qu'ils aient constitué un champ inexploré de la production historienne. Significativement, lorsqu'on étudie les moyens d'écoulement de la plus grande production viticole nationale, la recherche se tourne plus facilement vers les caves coopératives qui bénéficient d'un double avantage. Elles jouissent tout d'abord d'une image particulièrement positive dans l'esprit collectif (lutte contre les inégalités commerciales, partage des moyens de production, démocratisation des prises de décision). Et surtout, de par leurs origines, elles sont mieux connues grâce à une abondante recherche historique sur la production et le monde viticole languedocien[5]. Ainsi, dans les grands ouvrages de synthétisation de l'histoire du vignoble, les caves coopératives sont toujours étudiées, au contraire du négoce[6].

À l'aune de cette analyse d'ensemble et de cette « histoire oubliée »[7], ainsi que des écrits parfois virulents sur le négoce languedocien tout au long de la période[8], notre étude vise à questionner le positionnement réel du négoce méridional dans la filière viti-vinicole régionale, ceci à la fois en tant qu'acteur commercial et en tant que groupement institutionnel. Au

[1] C. Druelle-Korn dans son article introductif aux Actes du colloque tenu à Limoges en octobre 2008 sur le thème des « Corps intermédiaires économiques, entre l'État et le marché » conclut sur la « discrétion » du thème mais également sur la mauvaise évaluation qui entoure les corps intermédiaires économiques et les acteurs qui les composent, dont les « évolutions récentes sont mal connues » alors que « la question de leur contours reste à préciser ». Elle reprend à ce sujet le concept de « notion floue », développé par Loïc Blondiaux dans *Le nouvel esprit de la démocratie. Actualité de la démocratie participative*, Paris, Le Seuil, 2008. (DRUELLE-KORN C., *op. cit.,* p. 25).

[2] PÉTRÉ-GRENOUILLEAU O., « Pour une histoire du négoce international français au XIXe siècle : Problèmes, sources et perspectives », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 23 | 2001.

[3] L'expression est du statisticien Adolphe Quételet, *Sur l'homme et le développement de ses facultés ou Essai de physique sociale*, Paris Fayard, 1991 (1835), p. 499-505.

[4] LEPETIT B. (dir), « Histoire et sciences sociales. Une tournant critique », *Annales ESC*, n°6, nov.-déc. 1989, p. 291-293.

[5] La coopération est au carrefour de nombreux domaines viti-vinicole : œnologie, appellations, techniques, politique, sociologie, mode de gouvernance, etc.

[6] C'est le cas par exemple chez LACHIVER M., *Vins, vignes et vignerons, op. cit.* ou GARRIER G., *Histoire sociale et culturelle du vin, op. cit.*

[7] L'expression, qui concerne l'histoire générale du négoce, provient de PÉTRÉ-GRENOUILLEAU O., *art. cit.,* p.23.

[8] En 1924, par exemple, *L'Éclair*, *Le Petit Méridional*, *La Dépêche de Toulouse*, les trois journaux les plus populaires dans le département, reprennent le discours de M. Ravel, président de la Fédération des Caves coopératives qui, devant une Commission parlementaire de passage à Marsillargues, compare les négociants à des « parasites » (voir l'édition du 21 septembre 1924 de ces trois journaux). Cinquante ans plus tard, les ouvrages des syndicalistes viticoles vont dans le même sens, comparant les négociants à des « margoulins » (MAFFRE-BAUGÉ E., *Vendanges amères*, Paris, Ramsay, 1976), des exploiteurs (BARDISSA J., *Cent ans de guerre du vin*, Paris, Téma Éditions, 1976), des trafiquants (LE BRIS M. (dir.), *La révolte du Midi*, Paris, Presses d'aujourd'hui, 1976).

cours de cette recherche, c'est cette dimension bipolaire – professionnelle et institutionnelle – qui a été interrogée et analysée, au moyen de l'étude des réseaux de clientèle, professionnels, syndicaux ou familiaux, mais également des différentes formes d'interventionnisme qui caractérisent le négoce : relations avec l'État ; contrôle des marchés ; mouvements associatifs ; présence dans le paysage local.

Autres orientations, autres cadres : une nouvelle compréhension du négoce languedocien

Au-delà des références incontournables qui retracent partiellement les contours du négoce régional et orientent notre étude, d'autres travaux ont attiré notre attention. Conçus dans des cadres (géographiques, professionnels, temporels) différents, ces diverses études permettent de mettre en perspective et de comparer l'objet de ce travail.

Dans la région méridionale, les travaux récents réalisés sous la direction de Geneviève Gavignaud-Fontaine ont stimulé notre réflexion : Jean-Philippe Martin sur le syndicalisme viticole[1], Didier Porcer sur la sociologie viticole languedocienne[2], Isabelle Tarral sur la qualité des vins héraultais[3] ou Jean-Marc Bagnol sur les députés du vin[4] proposent un angle d'approche différent sur la viticulture méridionale. J.-P. Martin met en évidence les singularités du syndicalisme viticole languedocien où les particularismes régionaux expliquent en creux les réussites, mais également les limites, d'un mouvement revendicatif turbulent et déterminé entre 1945 et les années 1980. D. Porcer, pour sa part, étudie sur la longue durée (XVIe-XXe siècles), les grandes évolutions sociales languedociennes en s'appuyant sur l'histoire de plusieurs familles et de plusieurs groupes sociaux locaux. Sa « généalogie sociale » articule plusieurs dynamiques : spatiale (intra-locale, locale, régionale), temporelle (temps court et long) et sociale (grands propriétaires, petite et moyenne bourgeoisies, prolétariat viticole). Surtout, l'auteur éclaire les processus d'ascension ou de déclassement sociaux de certaines familles languedociennes par le biais de parcours familiaux ciblés. De son côté, I. Tarral s'interroge sur la notion de qualité dans la viticulture héraultaise. Dans la lignée des travaux de G. Gavignaud-Fontaine battant en brèche les clichés habituels sur la médiocre qualité des vins languedociens[5], elle vise à réhabiliter l'effort entrepris dès le XIXe siècle par certains producteurs pour assurer l'écoulement de vins méridionaux de qualité. Enfin, J.-M. Bagnol, propose de mesurer et d'analyser les interactions entre l'histoire viticole et l'histoire politique grâce à l'exemple des « députés du vin », c'est-à-dire les députés héraultais qui œu-

[1] MARTIN J.-P., *Les syndicats de viticulteurs en Languedoc (Aude et Hérault), de 1945 à la fin des années 1980*, Montpellier, Thèse, Histoire, 1994.
[2] PORCER D., *Trajectoires familiales et professionnelles. Contribution à l'histoire économique et sociale du Languedoc (XVIe-XXe s.)*, Thèse de 3e cycle, Histoire, Montpellier, 2004.
[3] TARRAL I., *Vins de qualité en pays héraultais (du Second Empire à la guerre 1939-1945)*, Nîmes, C. Lacour Ed., 2005.
[4] BAGNOL J.-M., *Le Midi viticole au Parlement : Édouard Barthe et les députés du vin de l'Hérault, années 1920-1930*, Montpellier, PULM, 2011.
[5] Cf. GAVIGNAUD-FONTAINE G., « Stratégies qualitatives des vignerons : la longue marche du Midi » in GAVIGNAUD-FONTAINE G. (dir.), *Vignobles du Sud, XVIe-XXe siècle*, Actes du colloque du Centre d'Histoire moderne et contemporaine de l'Europe méditerranéenne et de ses périphéries, Montpellier, Publications Universitaires de la Méditerranée, 2003, p. 577-603.

vraient en faveur de l'économie et de la société viticole méridionale. L'auteur y étudie l'ensemble des mécanismes aboutissant à l'élaboration puis au vote d'une loi ainsi que les différentes connexions qui existent entre les acteurs du monde viticole héraultais : institutions, syndicats, groupes de travail ou de pression. Ainsi, au gré d'une histoire qui se veut ancrée dans le local, se dessine un pan de l'histoire nationale qui, en retour, influe sur le devenir du Midi tout entier.

Notre recherche est particulièrement redevable à ces travaux car ils permettent d'élargir les registres de l'analyse du monde viti-vinicole en ouvrant sur des dimensions syndicales, sociologiques, culturelles et politiques que nous avons cherché à remobiliser et à réinvestir dans notre étude. Ils s'inscrivent dans le sillon tracé par G. Gavignaud-Fontaine depuis sa thèse d'État, *Propriétaires-viticulteurs en Roussillon. Structures, conjonctures, sociétés (XVIIIe-XXe s.)*[1] jusqu'à *Terroirs et marchés des vins dans un siècle de crises. 1907-2007 en Languedoc-Roussillon*[2], en passant par *Le Languedoc viticole, la Méditerranée et l'Europe au siècle dernier*[3]. Ces trois ouvrages analysent les permanences et mutations qui structurent le Midi viticole sur la longue durée, dans une histoire souvent tourbillonnante et parfois tumultueuse. Ils ouvrent la voie à un pan majeur de notre réflexion qui est la concordance des mutations du négoce régional et de la viticulture régionale. Ils permettent ainsi d'articuler l'analyse en profondeur des transformations de la viticulture méridionale que G. Gavignaud-Fontaine étudie et les évolutions du négoce que notre étude aborde.

Au-delà de l'espace méridional, quelques monographies traitant du négoce retiennent également notre attention. Dans le Bordelais présenté en profondeur par Philippe Roudié[4], Paul Butel s'est intéressé au rôle des négociants dans le développement des liens intercontinentaux du port de Bordeaux à l'époque moderne. Il évoque la question des négociants en vins ambitieux qui partent à la conquête de ce « nouveau monde » dans *Les négociants bordelais, l'Europe et les Îles au XVIIIe siècle*[5]. C'est ici un type de démarche commerciale – l'acquisition de nouveaux marchés – que nous avons largement interrogé. On retiendra également d'autres études monographiques plus restreintes telles celle de Christophe Montez sur les négociants en vins autour de Tain-l'Hermitage au XIXe siècle[6] ou celles de Philippe Bouchardeau et Carole Junique sur les commerçants en vins drômois aux XIXe et XXe siècles[7]. L'approche des stratégies commerciales évoquées dans ces communications centrées sur la proche région de la vallée du Rhône nous ouvrent des perspectives comparatistes particliè-

[1] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Propriétaires-viticulteurs en Roussillon : structures, conjonctures, sociétés, XVIIIe-XXe siècles,* Paris, Université de Paris I, 1983.
[2] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Terroirs et marchés des vins dans un siècle de crises. 1907-2007 en Languedoc-Roussillon,* Montpellier, PULM, 2012.
[3] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée et l'Europe au siècle dernier*, Montpellier, Publications de l'UPV, 2006 (2000).
[4] ROUDIÉ P., *Vignobles et vignerons du Bordelais (1850-1980)*, Paris, CNRS, 1988.
[5] BUTEL P., *Les négociants bordelais, l'Europe et les Îles au XVIIIe siècle*, Paris, Aubier, 1974.
[6] MONTEZ C., « Les commerciaux du vignoble : l'exemple des négociants en vins de la région de Tain-l'Hermitage au XIXe siècle », dans MAYAUD J.-L. (dir.), *Clio dans les vignes. Mélanges offerts à G.. Garrier, 1998,* p. 201-215.
[7] BOUCHARDEAU P. et JUNIQUE C. « Les enjeux du commerce des vins drômois aux XIXe et XXe siècles », *Revue drômoise d'archéologie, histoire, géographie*, Valence, 2000, p. 355-417.

rement profitables. En Champagne, Benoît Musset s'intéresse aux grandes mutations du vignoble local dans sa thèse *Le vignoble de Champagne, de la naissance des vins mousseux à celle des maisons de Champagne (1650-1830). Les transformations d'un univers vinicole, social et commercial*[1]. L'étude des évolutions en profondeur d'une industrie et d'une société viti-vinicoles traditionnelles sur la longue durée est ici le thème qui a principalement retenu notre attention.

Dans le même esprit, nous nous sommes également intéressés à plusieurs études portant sur des maisons de commerce. En Champagne toujours, Michel Étienne et Claire Desbois-Thibault proposent deux études détaillées sur de grandes maisons de champagne : « Veuve Cliquot Ponsardin »[2] et « Moët & Chandon »[3], tandis qu'Olivier Londeix retrace l'histoire de la maison bordelaise « Lillet », spécialisée dans les vins d'apéritifs[4]. Ces travaux sont ici à mettre en perspective avec les nombreux vins spéciaux (Vins doux naturels, vins de liqueur, vins d'imitation, apéritifs) confectionnés dans le Midi et que notre étude aborde régulièrement. À l'extérieur des frontières hexagonales, il existe peu d'études embrassant une perspective historique du marché des vins, notamment dans l'Europe méditerranéenne où sont produits des vins entrant en concurrence directe avec les vins héraultais. En Espagne, la géographe Sophie Lignon-Darmaillac a réalisé une étude majeure sur les maisons de négoce de la région de Jerez sur plus d'un siècle et demi[5]. Pour sa part, dans un article paru en 1995, l'historien Carlos Navajas Zubeldia met en relief les relations entre les propriétaires et les négociants en vins dans la région de la Rioja dans les années 1920 et leur opposition autour de la dénomination d'un vin d'appellation « Rioja »[6]. De son côté, le géographe britannique Tim Unwin, dans son panorama mondial de l'histoire du vin, évoque certaines stratégies commerciales à l'époque contemporaine en Angleterre, mais elles concernent essentiellement des sociétés de vente au détail[7].

Au croisement de ces démarches monographiques locales et entrepreneuriales se trouve l'étude d'envergure de Christophe Lucand pour les maisons de commerce de la région de Bourgogne[8]. L'auteur y évoque le marché des vins bourguignons, les pratiques commerciales et les logiques réticulaires qui les conditionnent. Il explore également sur la longue durée l'idée d'un renversement de conjoncture dans le négoce bourguignon qui, peu à peu, se referme sur lui-même dans une dynamique d'exclusivité et de monopole. Ce sont là des enjeux et des thèmes qui ont particulièrement attiré notre attention et qui permettent ici encore

---

[1] MUSSET B., *Le vignoble de Champagne, de la naissance des vins mousseux à celle des maisons de Champagne (1650-1830). Les transformations d'un univers vinicole, social et commercial*, Thèse de Doctorat, Université de Reims, décembre 2006.

[2] ÉTIENNE M., *Veuve Clicquot Ponsardin. Aux origines d'un grand vin de Champagne*, Paris, Economica, 1994.

[3] DESBOIS-THIBAULT C., *L'extraordinaire aventure du Champagne Moët & Chandon. Une affaire de famille*, 1792-1914, Paris, PUF, 2003.

[4] LONDEIX O., *Lillet, 1862-1985. Le pari d'une entreprise girondine*, Bordeaux, PUB, 1998.

[5] LIGNON-DARMAILLAC S., *Les grandes maisons du vignoble de Jerez (1834-1992)*, Madrid, Casa de Velásquez, 2004.

[6] NAVAJAS ZUBELDIA C, « "Cosecheros" contra "Comerciantes". Los antecedentes inmediatos de la creación del Consejo Regulador de la Denominación Vinícola "Rioja".», *Berceo* (129), 1995, p. 176-188.

[7] UNWIN T., *Wine and the Vine*, Routledge, Londres, 1991. Citons par exemple la maison « Victoria Wine », (p. 289-295) qui développe des stratégies proches des maisons à succursales multiples en France (not. en multipliant les succursales et en vendant ses propres vins).

[8] LUCAND C., *Les négociants en vins de Bourgogne : de la fin du XIXe siècle à nos jours*, Bordeaux, Féret, 2011.

d'ouvrir des perspectives de comparaison avec les pratiques et les dynamiques en œuvre dans le monde commercial viti-vinicole languedocien.

Enfin, en dehors du monde viticole, on retiendra l'étude de Sylvie Vabre sur l'entreprise « Roquefort société »[1]. Dans ce travail sur une société agro-alimentaire dont les logiques sont proches de celles des maisons de commerce en vins (traditionalisme, fabrication d'un produit perçu comme naturel, lien fort avec un territoire précis), les stratégies de modernisation entrepreneuriale et de rayonnement commercial qui structurent l'activité de la société nous ont paru éclairantes pour étayer notre réflexion sur les dynamiques propres aux maisons de commerce en vins languedociennes. Les thématiques du marché, de son accès, des réseaux qui s'y construisent et des tensions qui le structurent sont également étudiées sur le long terme par Hubert Bonin dans la filière laitière, notamment par le biais du mouvement coopératif[2]. Ces questions sont également abordées par Pierre-Antoine Dessaux au sujet de la consommation, la production et la commercialisation des pâtes alimentaires du XVIIe au XXe siècle en France[3]. Dans le domaine industriel, Jean-Claude Daumas s'intéresse lui à une entreprise familiale textile moyenne mettant en évidence les logiques de la transmission intergénérationnelle ainsi que les aléas des stratégies commerciales et entrepreneuriales sur le temps long[4]. En ce qui concerne l'artisanat, Jean-Marc Olivier aborde la commercialisation des produits confectionnés par les artisans moréziens et notamment la question prééminente de l'adaptabilité face au marché et l'importance des réseaux sociaux[5]. Cette problématique des réseaux est enfin largement mise en lumière par l'étude des banquiers locaux dans le Sud-Ouest de la France par Christophe Lastécouères : oligarchie puissante, attentive à son rayonnement et à son prestige, elle assure par sa proximité le financement d'entreprises avec lesquelles elle établit des liens dépassent le strict cadre financier[6].

Ainsi, ce bilan historiographique permet de délimiter en grande partie les enjeux de ce projet de recherche. Si le contexte national voire international demeurait un horizon essentiel, nous avons cherché également à mettre en exergue les spécificités languedociennes, leurs mutations et leurs permanences, dans un domaine très peu appréhendé jusque-là, le Commerce. Nous avons tenté également de retracer certaines trajectoires – personnelles, familiales ou de groupe – afin d'en noter les ruptures et les continuités, les similitudes et les différences. Surtout, les dynamiques syndicales, sociales, commerciales et politiques étant au cœur de notre

---

[1] VABRE S., *Roquefort Société : une entreprise agro-alimentaire en Aveyron (vers 1840-1914),* Thèse de Doctorat, Toulouse, 2010. Dans le même ordre d'idées, voir également MARTY N.*, Perrier, c'est Nous ! Histoire de la Source Perrier et de son personnel*, Paris, Éditions de l'Atelier, 2005.

[2] BONIN H., *Les Coopératives laitières du grand Sud-Ouest (1893-2005). Le mouvement coopérateur et l'économie laitière,* Paris, P.L.A.G.E, 2005.

[3] DESSAUX P.-A., *Des vermicelliers au groupe Danone : consommer, produire et vendre des pâtes alimentaires en France, XVIIe-XXe siècles*, Thèse de doctorat sous la direction de Patrick Fridenson, Paris, EHESS, 2003.

[4] DAUMAS J.-C., *L'amour du drap Blin & Blin (1827-1975). Histoire d'une entreprise lainière familiale*, Besançon, Presses universitaires franc-comtoises, 1999.

[5] OLIVIER J.-M., *Des clous, des horloges et des lunettes. Les campagnards moréziens en industrie (1780-1914)*, Paris, Ed. Du CTHS, 2004.

[6] LASTÉCOUÈRES C.*, Les feux de la banque : oligarchie et pouvoir financier dans le Sud-Ouest : 1848-1941,* Paris, Ed. du CHTS, 2006.

étude, il nous semblait primordial d'articuler nos recherches en parallèle et en complémentarité avec les avancées proposées par les ouvrages évoqués ci-dessus.

Pour ce faire, nous avons choisi un cadre géographique précis – l'Hérault – et un cadre temporel large – 1900-1970 – qui ont semblé les plus à même de permettre l'identification et l'analyse des pratiques et de la trajectoire des négociants languedociens. Il s'agissait dès lors de permettre, par l'étude du négoce héraultais, une approche complémentaire de l'histoire viti-vinicole locale et nationale.

À travers le négoce héraultais, une approche complémentaire de l'histoire viti-vinicole locale et nationale

L'Hérault, un observatoire privilégié

Le cadre départemental semblait plus propice – quitte à effectuer des comparaisons avec d'autres départements méridionaux ou régions extra-méridionales – pour déceler, décrypter et expliquer les ruptures et les continuités façonnant le négoce languedocien et son investissement dans les rouages économiques locaux, régionaux voire nationaux.

Dans cette logique, le choix de l'Hérault s'explique de plusieurs manières.

Tout d'abord, c'est le premier département producteur de toute la période contemporaine et sa part dans la production nationale est considérable comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tab. 1 : Production moyenne dans l'Hérault (1890-1969)

Périodes	1890-1899	1900-1909	1910-1919	1920-1929	1930-1939	1940-1949	1950-1959	1960-1969
Production (M hl)	7,5	10,6	10,7	12,7	11	7,5	9,4	10,6
Part dans la prod. nat. (%)	20,7	18,9	24,7	21,1	18,7	18,2	17,7	17,6

Source : LACHIVER M., *op. cit.*, p. 608-612

Une armature commerciale solide et efficace est donc nécessaire pour écouler cette production considérable. Il n'est ainsi pas étonnant, lorsque l'on compare le nombre de maisons de commerce dans l'Hérault et dans les autres départements régionaux, de trouver une large surreprésentation des premiers dans les annuaires de commerçants au début du siècle[1]. Par ailleurs, cette surreprésentation se constate également dans les instances institutionnelles comme l'a démontré récemment Ph. Lacombrade dans son étude sur les chambres de commerce languedociennes et la question viticole entre 1870 et 1939[2] (tab. 2, page suivante).

[1] GERVAIS C., *Indicateur des vignobles méridionaux*, Montpellier, Firmin, Montane et Sicardi Impr., 1903. Il y a 85 maisons de commerce référencées par Ch. Gervais à Montpellier ; 41 à Béziers ; 32 à Sète, contre 21 à Nîmes ; 42 à Perpignan ; 32 à Carcassonne ; 24 à Narbonne. Si ces chiffres sont partiels, ils donnent une idée de cette surreprésentation héraultaise au début du siècle.

[2] LACOMBRADE P., « Les chambres de commerce du Languedoc méditerranéen et la question viticole sous la Troisième République » in LACOMBRADE P. et NICOLAS F., *Vin et république, 1907-2007*, Actes du colloque (Montpellier, 18-19 octobre 2007), Paris, L'Harmattan, 2009, p.112-124.

Tab. 2 : Les négociants en vins héraultais dans les chambres de commerce du Midi (1870-1939)[1]			
Chambre	**Total membres (1870-1939)**	**Négociants en vins**	**Part des négociants en vins consuls**
Hérault (Montpellier, Sète, Béziers)	213	51	24 %
Nîmes	97	13	13,4 %

À ce critère quantitatif se joint un critère qualitatif primordial. Contrairement à l'image véhiculée, dans et surtout en dehors du Languedoc, d'un département uniquement producteur de « gros rouge », l'Hérault propose une grande diversité de vins[2]. Certains sont particulièrement réputés au-delà des frontières départementales comme le souligne l'*Annuaire du département* dans les années 1900 :

> « Des vins de bonne qualité et très estimés ; les meilleurs sont ceux de Saint-Georges-d'Orques, Vérargues, Saint-Geniès, Saint-Christol, Saint-Drézéry et Castries, bons vins rouges d'ordinaire, et surtout une grande quantité de vins muscats excellents, parmi lesquels ceux de Frontignan, de Lunel, de Saint-Georges, de Cazouls et de Béziers. Les vins blancs de Marseillan et de Pinet sont aussi fort estimés. »[3]

Pourtant, très rapidement, dès le début du siècle, la réputation des vins du Midi semble faite : c'est celle du « pinard » et du « gros rouge ». Même l'*Annuaire de l'Hérault* atteste de cette mutation en 1912 : « Les vins de l'Hérault ne sont pas un produit de luxe ; ce sont les vins de la consommation familiale. Bien fabriqués et d'un prix toujours abordable, on établit cependant entre eux un certain classement. Ceux des plaines sont plus abondants ; ceux des coteaux ont plus de bouquet et sont plus riches en couleur et en alcool. »[4] Dans un texte qui reste figé jusqu'aux années 1930[5], il n'est plus question de « qualité », d' « excellence » ni d'« estime » et les mots sont bien pesés pour entériner le basculement qualitatif et le renoncement face à la dépréciation de la notoriété des vins héraultais.

Il semblait alors intéressant de voir comment, dans ce département gros producteur, les commerçants s'adaptaient à cette image en mutation au début du siècle puis qui se fige en une caricature monolithique et contraire à la réalité productive. En effet, si les vins rouges de con-

[1] Chiffres tirés de LACOMBRADE P., « De l'histoire consulaire à l'histoire contemporaine des pays méditerranéens : Les Chambres de commerce du Languedoc méditerranéen sous la IIIème République (1870-1939) » , Université Montpellier III, *Bulletin du Centre d'histoire moderne et contemporaine de l'Europe méditerranéenne et de ses périphéries*, n°13, janv.-juin 2004, Annexes, p 105-117.

[2] Voir par exemple à ce sujet GAVIGNAUD-FONTAINE G., « Les vins doux naturels en Languedoc-Roussillon : un savoir-faire ancestral de qualité » in MAYAUD J.-L, *Clio dans les vignes : mélanges offerts à G. Garrier*, Lyon, PUL, 1998

[3] *Annuaire de l'Hérault*, 1902, p. 48.

[4] *Annuaire de l'Hérault*, 1912, p. 66-67.

[5] *Annuaire de l'Hérault*, 1939, p.50.

sommation courante sont largement majoritaires, les maisons de négoce commercialisent également des vins fins, des vins vieux, des apéritifs, des VDN, soit toute une gamme de produits que les négociants cherchent à valoriser.

En outre, le cadre géographique s'est dessiné de lui-même en raison de la nature composite du département où se côtoient petits villages de plaine, gros centres expéditeurs au cœur de vastes réseaux de communication et petites villes de l'arrière-pays. De même, dans le département se croisent négociants héraultais et négociants venus de l'*Extérieur*[1], français ou étrangers. Dès lors, une diversité des champs d'étude s'ouvrait à cette recherche à plusieurs échelles, offrant la possibilité de saisir les variations des stratégies ou de l'implication commerciale d'un espace à l'autre, d'une maison à l'autre.

Enfin, les archives de l'Hérault proposent à la fois des ressources en plus grand nombre et plus accessibles (notamment en ligne) que les autres départements languedociens, tandis que les rapports d'inspection de la Banque de France (BDF) – qui sont l'une de nos sources principales – sont bien plus complets et nombreux pour le département héraultais.

De fait, l'étude des maisons de commerce héraultaises apparaît ainsi comme un outil privilégié pour permettre une nouvelle approche de l'histoire viti-vinicole méridionale et nationale. Voilà l'une des ambitions de ce travail qui vise à approfondir l'histoire locale et nationale dans le cadre de « la construction d'une théorie générale intégrant l'espace », notamment par le biais du recours à l'économie des territoires[2] et grâce à une approche multiscalaire (espaces entrepreneurial, local, départemental, national voire international). Pour prendre toute sa dimension, cette étude spatiale est couplée à une approche temporelle bien précise.

1900-1970 : un contexte chahuté

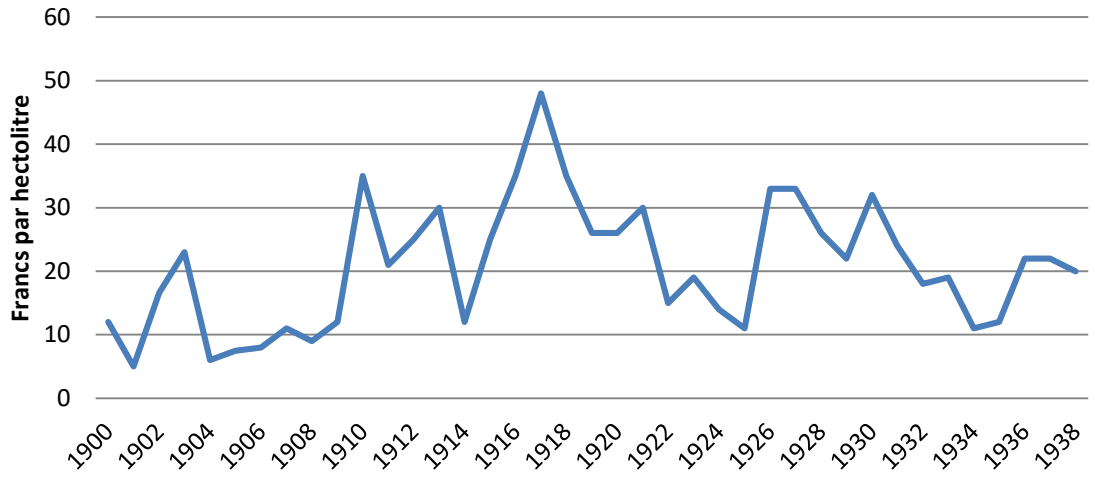
Pour plusieurs raisons, le début du siècle marque une césure nette dans la profession. Comme le souligne Prosper Gervais dans son étude de la viticulture en France au début du siècle, en raison de la loi de 1900 qui libéralise la vente des boissons, le marché des vins est livré à lui-même. Cette loi « rendit le Commerce accessible à tout le monde (…), le grand Commerce se vit tout à coup débordé par une foule de commerçants improvisés, de courtiers-commissionnaires qui, affranchis des traditions, des pratiques, des charges de celui-là, n'eurent qu'un souci : faire des affaires et qui recherchèrent dans le bon marché, dans une surenchère effrénée, le moyen de réaliser cet objectif »[3]. Cette inflexion au début du siècle est relevée par d'autres observateurs[4] ou acteurs du monde viti-vinicole[5]. C'est ce nouveau marché que nous avons étudié dans ce travail : les anciennes et les nouvelles maisons, les pra-

[1] L' « Extérieur » (avec une majuscule) est le nom générique que l'on donne dans la profession aux clients extra-méridionaux.
[2] DUEZ P., « La place de l'économie des territoires dans la construction d'une théorie générale intégrant l'espace », *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, 2011/4 octobre, p. 735-764.
[3] GERVAIS P., *La viticulture en France de 1913 à 1923*, Paris, 1924, p. 2.
[4] Pierre Bergé ou Léopold Vivarès qui décrivent le marché dans les années 1910 et 1920.
[5] La Chambre de commerce de Béziers lors de la réunion préparatoire à la venue de la Commission d'enquête sur la crise viticole dans le Midi en 1907.

tiques, les réseaux, les hommes qui les façonnent. Conséquence directe de cette désorganisation, les années 1900 sont le cadre des premières violentes crises de mévente cycliques, immédiatement suivies de périodes de prospérité plus ou moins longues[1]. À partir de cette date, cette bipolarité du marché[2] (graph. 1) conditionne l'exercice des maisons de commerce et les transactions, pour le meilleur, comme pour le pire.

Voici une période où les crises viennent scander le rythme de cette viticulture devenue industrielle, comme le résume Rémy Pech évoquant « l'angoisse des contemporains » : « Chute désastreuse et prolongée des cours du vin, baisse du prix de la terre, endettement généralisé, conditions de vie difficiles pour tous. »[3] Face à l'extrême variabilité des cours[4], les avenirs deviennent dès lors incertains.

Graph. 1 : La fluctuation des cours du vin dans l'Hérault 1900-1938
(en francs constants 1910)



Source : PECH R., *op. cit.* , p. 515-516

Avec des modalités différentes, ces crises ponctuelles touchent tant les vignerons que les négociants ainsi que le relève Michel Augé-Laribé en 1907 : « La situation n'est plus aussi bonne pour les propriétaires ; elle n'est d'ailleurs pas moins dangereuse pour les négociants. »[5] Elles ont principalement deux causes. La première est la surproduction, conséquence de la reconstruction post-phylloxérique. Afin de répondre à la demande, les deux cépages phares de la reconstitution (carignan, aramon[6]) comme les cépages hybrides[1] engagent

[1] PECH R., *op. cit*.
[2] Sur une même année ou sur plusieurs années comme l'indique M. Augé-Laribé (cf. *supra,* p. 29).
[3] PECH R., *op. cit*., p. 76.
[4] Au sujet de la thématique des prix et des cours dans le monde viticole sud européen, voir le numéro spécial des *Annales du Midi,* « Les cours du vins en Catalogne et Languedoc-Roussillon », n°281, janv.-mars 2013. Voir également les différents graphiques et tableaux sur la variabilité des cours, p. 1019-1021.
[5] PECH R., *op. cit*., p. 191.
[6] Ces deux cépages furent, dans le Languedoc à la base de la reconstitution post-phylloxérique et colonisèrent les vignes méridionales, autorisant des rendements exceptionnels : « En plaine, [le carignan] fut le digne associé de l'aramon, en donnant jusqu'à 200 hl à l'hectare d'un vin léger et plat. » (GARRIER G., *Histoire sociale et culturelle du Vin*, Larousse, Paris, 1998, p. 487).

les producteurs locaux dans une course à la productivité sans fin, faisant progresser les rendements à près de 100 voire 150 hl par hectare[2]. Ces choix de cépages d'abondance se résument à assurer la pérennité et la rentabilité de la première culture d'un département dont dorénavant l'économie tout entière est dépendante. L'épanouissement de ce « vignoble de masse »[3] trace, pour des décennies, le sillon de la viticulture méridionale. La région s'oriente désormais majoritairement et quasi exclusivement vers « un vignoble de masse [qui] produit un vin de consommation courante, vendu à bas prix, en grande quantité, sur un marché étendu »[4]. Mais face à une consommation inélastique, les années d'abondance voient les cours s'effondrer, en raison d'une inadéquation entre l'offre et la demande sur un marché asymétrique et atomistique[5]. Ce sont les années de « vaches maigres », matérialisées par le net déséquilibre entre production et consommation[6].

Par ailleurs, avec la destruction des ceps et le manque de matière première, certains producteurs et certains intermédiaires – dans la région et en dehors – se lancent dans la fabrication de vins artificiels, frelatés, sucrés ou mouillés. À partir de quelques hectolitres de vin naturel ou malade (voire d'aucun pour les « bistrouilleurs » qui élaborent des vins sans aucune vendange[7]), on produit des centaines d'hectolitres de vins contrefaits dont le marché se satisfait, en période de disette marquée. Mais, dès le retour à la normale, le marché se trouve encombré de ces « vins » hautement rémunérateurs et qui se vendent en-dessous des tarifs habituels. Cette fraude généralisée et persistante, à la différence de la surproduction au caractère plus aléatoire et cyclique, est l'un des éléments perturbateurs structurant le marché des vins sur l'ensemble de notre période.

Dans ce contexte de transformation radicale de la viticulture méridionale – et donc des conditions d'exercice du négoce – est fondé en 1900 le Syndicat régional du commerce en gros des vins et spiritueux. Acteur majeur de la scène viti-vinicole locale et nationale tout au long de la période, sa création semblait être un événement d'envergure pour en faire le point de départ de notre étude.

À l'extrémité basse, notre étude s'arrête en 1970. Ce choix résulte de plusieurs facteurs. Il s'agissait tout d'abord de concevoir notre réflexion sur un temps assez long pour bien saisir l'ensemble des facteurs et mutations qui expliquent la disparition du négoce local. Ensuite, la date de 1970 s'est imposée d'elle-même. Il s'agit de l'entrée des vins languedociens dans le Marché commun. Prévue dès 1957 par les accords de la PAC (Politique agricole commune) qui organisent le contrôle des productions agricoles dans le cadre de la CEE, la mise en œuvre de cette politique commune pour le domaine viticole est plusieurs fois repous-

[1] Vignes issues d'un croisement de pépins de deux variétés différentes. Dans le Languedoc, il s'agit de croiser des cépages français (*Vitis vinifera*) à des cépages américains résistant au phylloxéra (*Vitis labrusca*). Les hybrides sont largement utilisés dans les coupages afin de remonter la couleur ou la teneur alcoolique des vins. Dans les années 1930, certains des hybrides sont interdits en raison de suspicions sur leur qualité.
[2] Contre 50-60 hl/ha auparavant. Cf. GARRIER G., *op. cit.*, p. 481.
[3] GALTIER G., *op. cit.*
[4] *Ibid.*, Introduction.
[5] MILHAU J., *Étude économétrique du prix du vin*, Montpellier, Causse Impr., 1935.
[6] Voir l'évolution de la consommation en France en annexes, p. 1014.
[7] LE BRIS M. (dir), *La révolte du Midi*, Les presses d'aujourd'hui, 1976, p. 93.

sée jusqu'en 1970. S'il nous semblait intéressant d'étudier comment cette nouvelle configuration des marchés était perçue par les négociants méridionaux avant son instauration, aller au-delà aurait considérablement élargi la recherche. En effet, les grandes dynamiques que nous interrogeons prennent clairement fin dans les années 1960 (fin de la concurrence algérienne, effacement du mouvement patronal, dilution des négociants dans le paysage économico-social du département) et à partir de 1970, un nouveau cycle débute. Par ailleurs, le tournant des années 1970 marque, commercialement, le passage à des pratiques d'un nouveau type et à des mutations structurelles qui elles aussi réclament une étude approfondie et à part entière. En outre, passé 1970, les sources sont moins diversifiées et le relatif silence des acteurs ont été, encore une fois, déterminants dans la délimitation de notre objet d'étude.

Ces facteurs expliquent le choix d'une période dans un cadre géographique qui semble homogène et particulièrement propice à l'étude des évolutions du négoce héraultais pendant soixante-dix ans. Elle permet de mieux appréhender, dans une perspective historienne longue, la place du négoce et des négociants héraultais au cœur de l'histoire locale et nationale. Cette mise en relief est au cœur des enjeux de notre recherche et vient compléter une histoire viti-vinicole méridionale et française dont la connaissance des outils, structures et réseaux d'écoulement était encore en partie méconnue.

Une histoire des entreprises et du marché : au-delà de l'histoire économique

Cette étude des maisons de commerce en vins héraultaises cherche aussi à participer à la meilleure connaissance des entreprises, non plus comme simples cadres d'agissement de l'économie nationale ou locale, mais comme des entités à part entière, autour de thématiques nouvelles : gestion organisationnelle ; performances commerciales et entrepreneuriales ; diversité des financements ; mobilités (en terme de capital, d'activités ou intergénérationnelle) ; rapports avec la main-d'œuvre ; innovations techniques. Associant ces domaines d'études à l'analyse des réseaux (clientèles, fournisseurs, institutions professionnelles) et à l'histoire des mentalités (stratégies commerciales, matrimoniales ou de filiation), ce travail s'inscrit par conséquent dans une dynamique propre à ces « nouveaux espaces »[1] de l'histoire économique française actuelle : celle de l'histoire des entreprises. Notre démarche s'inspire largement du renouveau historique porté par plusieurs historiens des entreprises et que Jean-Claude Daumas résume en 2008 dans un article qui fait date[2]. Il y expose les raisons d'une nécessaire redynamisation de l'histoire économique en France et décline des pistes de réflexions plurielles. S'il estime la situation de l'histoire économique inquiétante[3], il évoque les espoirs portés par le croisement des méthodes avec d'autres sciences sociales, mais également, à l'instar de

[1] BARJOT D., « Histoire économique et historiographie française : crise ou renouveau ? », *Histoire, économie & société,* 2/2012, p. 9.
[2] DAUMAS J.-C., « Redynamiser l'histoire économique en France », *Entreprises et histoire*, 2008/3 n° 52, p. 7-17.
[3] Il appuie son argumentaire sur la remise en cause depuis une trentaine d'années « du paradigme labroussien, de l'histoire globale, de la longue durée, de la quantification et des grandes enquêtes collectives », mais également par « le recul continu de son poids dans les revues historiques françaises depuis trente ans [qui est] un indice inquiétant de cet affaiblissement » (p. 8).

l'histoire sociale, par l'élargissement des objets étudiés[1]. De fait, nos travaux adoptent cette nouvelle approche : appel à la sociologie voire à l'anthropologie, recours à la géographie humaine et à l'étude de l'organisation des territoires, appui sur des méthodes mathématiques (lexicométrie et analyse de réseaux). Nous nous inscrivons ainsi dans cette régénération historienne de l'étude des entreprises[2], en centrant une grande partie de notre réflexion sur les différents modes de gestion entrepreneuriaux – ici les maisons de négoce – et la structuration d'un marché bien précis – le marché des vins languedociens.

Dépassant les cadres intellectuels fournis par l'historiographie anglo-saxonne (*Business History* des années 1950, *Public History* des années 1970 ou l'étude de la culture d'entreprise au tournant des années 1990), les chercheurs qui œuvrent à une meilleure connaissance de l'histoire des entreprises, ont veillé à déceler par le biais des stratégies et des dynamiques d'insertion sur le marché, les spécificités des logiques entrepreneuriales françaises, quelle que soit leur taille ou leur renommée[3]. En cela, l'apport de nouvelles sciences sociales comme les sciences de la gestion ont été primordiales. Ainsi, les controverses autour des œuvres d'Alfred Chandler, notamment *Stratégies et structures d'entreprises*[4], vont mobiliser les débats autour de la question[5]. L'entreprise est alors devenue un objet historique appréhendé de l'intérieur (structures, management, financement, activités, etc.) mais également de l'extérieur (positionnement sur un ou plusieurs réseaux, impacts sur le marché, polarisation socio-spatiale, etc.). C'est dans cette tendance au renouvellement et à la modernité d'une approche pluridimensionnelle, appelée de leurs vœux par Michael Rowlinson et Agnès Delahaye[6] relayant les travaux de Patrick Fridenson[7], que s'inscrit notre étude.

Pour la parfaire, il a fallu également puiser dans d'autres domaines de l'historiographie économique, consubstantiellement liés à l'histoire des entreprises. L'histoire des faillites qui permet de mesurer les dynamiques des pratiques entrepreneuriales en est un bon exemple. Si la faillite a longtemps servi d'indicateur d'un cycle de crise[8], elle permet aujourd'hui d'entrevoir également les stratégies entrepreneuriales et les implications d'une entreprise dans son domaine d'activité[9]. Sans être le cœur de notre enquête[1], c'est en ce sens que

---

[1] Lire à ce sujet le récent DAUMAS J.-C. (dir.), *L'histoire économique en mouvement, entre héritages et renouvellements*, Villeneuve d'Ascq, Septentrion, 2012 qui ouvre de nouvelles et stimulantes perspectives.

[2] Débutée dès 1992 par l'appel de F. Caron lors du lancement de la revue *Entreprises et Histoire*. S'interrogeant sur une question alors récurrente (« les entreprises ont-elles besoin d'une histoire ? »), il posait les jalons des questionnements et des réflexions qui stimulent les problématiques de ce nouvel objet historique.

[3] Citons ici JOLY H. « Les dirigeants des grandes entreprises industrielles françaises au 20e siècle »,*Vingtième Siècle. Revue d'histoire* 2/2012 (N° 114), p. 16-32 ou DAUMAS J.-C., « Les dirigeants des entreprises familiales en France, 1970-2010. Recrutement, gouvernance, gestion et performances », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2012/2 N° 114, p. 33-51.

[4] CHANDLER A., *Stratégies et structures de l'entreprise*, Paris, Ed. de l'organisation, 1989. Cette étude permet de saisir le rôle de ceux que Chandler appelle les « managers » dans la dynamique et l'innovation des firmes, même si Chandler s'intéresse surtout aux grandes entreprises (une des plus saillantes critiques à son encontre).

[5] GODELIER E., « L'histoire des entreprises. À la croisée des chemins ? », *Entreprise et histoire*, 2009, n°55, p. 5-10.

[6] ROWLINSON M. et DELAHAYE A., « The cultural turn in business history », *Entreprises et histoire* 2/2009 (n° 55), p. 90-110.

[7] FRIDENSON P., « Business History and History », in JONES G. & ZEITLIN J. (eds.), *The Oxford Handbook of Business History*, Oxford, Oxford University Press, 2008, p. 9-36.

[8] MARTIN J.-C., « Le commerçant, la faillite et l'historien », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 35e année, n° 6, 1980, p. 1251-1268.

[9] HAUTCOEUR P.-C., « Pour une approche quantitative des faillites », *Histoire et mesure*, n°23, 2008, p. 3-17.

que nous avons interrogé les sources relatives aux faillites des maisons de négoce héraultaises. L'histoire financière permit également de saisir les stratégies de financement et la singularité des liens entre le négoce et le système bancaire dans le département grâce à l'étude des organisations institutionnelles comme les banques régionales ou la BDF[2] ou par le biais des différentes formes de financement, notamment dans le monde viti-vinicole[3].

Enfin, nos travaux, par l'étude des hommes à la tête de ces entreprises, convoquent largement les récentes thématiques développées par l'histoire du patronat. Cette réalité diverse et fourmillante du petit patronat français – ce que Claire Zalc appelle « l'atout du flou »[4] – est aujourd'hui au cœur des problématiques d'une histoire socio-économique riche[5], s'appuyant sur les travaux initiaux des sociologues[6] et débordant de l'étude du singulier pour aborder l'action collective dans le domaine institutionnel[7] ou syndical[8], sans oublier les cadres mentaux, intellectuels et psychologiques qui le façonnent[9]. Notre étude se nourrit de l'ensemble de ces travaux épistémologiques pour répondre à notre questionnement initial sur les spécificités et particularismes des maisons de commerce héraultaises.

Fort de ces influences qui appellent à dépasser une histoire économique classique trop statique, nous visons ici à une meilleure compréhension d'un certain type d'entreprises : de petites et moyennes entreprises locales qui s'inscrivent dans un marché national.

Au cœur de notre propos, l'étude du marché – ou plutôt « des » marchés devrait-on dire – participe également à ce renouvellement de l'histoire économique contemporaine française[10]. Pour Dominique Barjot, il s'agit, ici, d'un des domaines revivifiés dans l'histoire économique, notamment grâce à de nouvelles thématiques : régulation, circuits, pratiques normatives, dynamiques[11]. Ainsi, des études récentes ont cherché à mettre en avant les spécificités

---

[1] Comme c'est le cas pour la thèse de V. Rebolledo-Dhuin sur les libraires parisiens au XIXe siècle. REBOLLEDO-DHUIN V., *La librairie et le crédit : réseaux et métiers du livre à Paris (1830-1870),* Thèse de Doctorat, université de Versailles Saint-Quentin-en-Yvelines, décembre 2011.

[2] LESCURE M. et PLESSIS A. (dir.), *Banques locales et banques régionales en Europe au XXe siècle*, Paris, Albin Michel, 2004 ; PLESSIS A., *Histoires de la Banque de France*, Paris, Albin Michel, 1998.

[3] POSTEL-VINAY G., *La Terre et l'Argent. L'agriculture et le crédit en France su XVIIIe au début du XXe siècle*, Paris, Albin Michel, 1998.

[4] ZALC C., « Les petits patrons en France au 20e siècle ou les atouts du flou », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire,* 2/2012, n° 114, p. 53-66.

[5] DAUMAS J.-C., « Regards sur l'histoire du patronat », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2012/2, n° 114, p. 3-14.

[6] Citons les travaux de P.-P. Zalio dont ZALIO P.-P., « Territoires et activités économiques. Une approche par la sociologie des entrepreneurs », *Genèses*, 56, 2004, p. 4-27 ou « Un regard sur le patronat marseillais du XXe s. », *Industrie en Provence*, n°8, 2001, p. 24-31.

[7] LEMERCIER C., « Les carrières des membres des institutions consulaires parisiennes au XIXe siècle *», Histoire & mesure*, n° 20, 2005, p. 59-95 ou DRUELLE-KORN C. (dir.), *Les Corps intermédiaires économiques, entre l'État et le marché*, Limoges, PUL, 2012.

[8] DARD O. et RICHARD G. (dir.), *Les Permanents patronaux : éléments pour l'histoire de l'organisation du patronat en France dans la première moitié du XXe siècle*, Metz, Centre de recherche Histoire et civilisation de l'Université Paul-Verlaine, 2005 ; FRABOULET D., *Quand les patrons s'organisent : stratégies et pratiques de l'Union des industries métallurgiques et minières, 1901-1950*, Villeneuve-d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2007 ; VERNUS P. (dir.), *Les Organisations patronales : une approche locale (XIXe-XXe siècles)*, Lyon, Cahiers du Centre Pierre-Léon, 2002.

[9] Voir à ce sujet le numéro spécial de la revue *Vingtième siècle* : « Patrons et patronat en France au 20e siècle », n°114, avril-juin 2012.

[10] CHATRIOT A., CHESSEL M., « L'histoire de la distribution, un chantier inachevé », *Histoire, économie et société*, 2006, n°1. p. 67-82.

[11] BARJOT D., *art. cit.*

des marchés comme les travaux d'Éric Godeaux sur le marché du tabac en France[1] par exemple. Dans une société contemporaine façonnée par la société de consommation[2], le marché dont les réalités sont multiples et parfois insaisissables[3], devient alors le produit de l'interaction entre plusieurs acteurs[4] qui rivalisent de stratégies pour s'accaparer une fraction de celui-ci[5]. C'est là l'une des problématiques centrales de notre étude : la construction d'un marché à différentes échelles par des acteurs interdépendants et concurrents. Il était donc nécessaire, sous l'influence d'une historiographie en renouvellement, de dépasser les analyses statiques ou structuralistes qui avaient marqué l'histoire économique française jusqu'aux années 1970-1980[6]. Il s'agit alors de repérer sur le marché des vins héraultais les éléments régulateurs et normatifs[7], leur morphologie architecturale et sociale[8], les articulations réticulaires qui les structurent[9] ou les tensions qui s'y manifestent[10]. De la sorte, au même titre que les maisons de commerce, le marché des vins devient un outil d'études interne et externe, un objet historique multimodal, qui sert à la fois d'instrument d'évaluation et de quantification, mais également un cadre d'interprétation des différentes interdépendances entre les acteurs qui le construisent.

Hégémonie, élites et représentations : le recours à l'histoire socioculturelle

À l'aune de nos entretiens et des premières plongées dans les archives, les négociants apparaissaient comme une notabilité distincte dans le monde viti-vinicole héraultais. Nous avons ainsi cherché à saisir les contours et la nature de cet ensemble de notables locaux : ont-ils des comportements spécifiques ? Sur quels types de patrimoines s'appuient-ils ? Quels sont leur positionnement et leur implication au sein de la société viti-vinicole méridionale ? S'inscrivent-ils dans des réseaux de solidarité ?

Par conséquent, nous avons développé l'ambition de participer à une meilleure connaissance de notables locaux[11] jusque-là ignorés, les commerçants en vins héraultais. Mais

[1] GODEAU É., *Le Tabac en France de 1940 à nos jours. Histoire d'un marché*, Paris, PUPS, 2008.
[2] CHESSEL M.-E., *Histoire de la Consommation*, Paris, La Découverte, 2012.
[3] FLIGSTEIN N., « Le mythe du marché », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 139, 2001, p. 3-12.
[4] COQUERY N., *L'Hôtel aristocratique. Le marché du luxe à Paris au XVIIIe siècle*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1998.
[5] Comme par exemple : COQUERY N., « « Mode, commerce, innovation : la boutique parisienne au XVIIIe siècle. Aperçu sur les stratégies de séduction des marchands parisiens de luxe et de demi-luxe » in HILAIRE-PEREZ L. et GARÇON A.-F. (dir.), *Les Chemins de la nouveauté. Innover, inventer au regard de l'histoire*, Paris, Éditions du CTHS, 2004, p. 187-206 ; COCHOY F., « *Progressive Grocer* ou la "petite distribution" en mouvement (États-Unis, 1929-1959) », *Espaces et sociétés*, vol. 4, nº 135, 2008, p. 25-44 ; ZALC C., « Trading on origins : signs and windows of foreign shopkeepers in interwar Paris », *History Workshop Journal*, nº 70, 2010, p. 133-151.
[6] Comme par exemple les études de J. Milhau déjà citées ou CARREL J., « Le commerce des produits agricoles et les marges commerciales », *Revue économique*, vol. 4, n°5, 1953, p. 673-694.
[7] STANZIANI A., *Histoire de la qualité alimentaire, XIXe-XXe siècles*, Paris, Seuil, 2005.
[8] CHAUVIN P.-M., « Architecture des prix et morphologie sociale du marché. Le cas des grands crus de Bordeaux », *Revue française de sociologie*, 2011/2, vol. 52, p.277-309.
[9] OLIVEIRA COELHO A., RASTOIN J.-L., « Globalisation du marché du vin et stratégies d'entreprise », *Économie rurale*, n°264-265, 2001, p. 16-34.
[10] FILLIEULE O., AGRIKOLIANSKY É. et SOMMIER I., *Penser les mouvements sociaux : conflits sociaux et contestations dans les sociétés contemporaines*, Paris, La découverte, 2010.
[11] BOUSSARD I., « Fonctionnaires et notables agricoles en France », *Mélanges de l'École française de Rome. Moyen-Âge, Temps modernes,* T. 95, n°2. 1983. pp. 51-68.

délimiter les contours d'une élite économique et sociale n'est pas chose aisée. D'André Palluel-Guillard qui soulignait une notion mouvante, sans cesse remodelée[1] à Christophe Charle pour qui « l'élargissement des frontières du mot au gré des enjeux » est un préalable nécessaire[2], chacun reconnaît la difficulté à définir les élites. Rejeté par le structuralisme de l'école des *Annales*, le concept connaît une période de « pénitence »[3] avant de devenir un objet historique grâce à la redécouverte d'ouvrages de sociologie politique[4], puis les travaux de Norbert Elias[5] et de Pierre Bourdieu[6] dans les années 1970 ou plus récemment ceux de Monique et Michel Pinçon[7]. Les élites deviennent alors le cadre de compréhension de l'utilisation du « capital symbolique et [du] capital culturel dans des stratégies de distinction et de reproduction »[8]. En conséquent, il nous semblait important d'étudier le désir d'hégémonie territoriale[9] de ces élites dans le département par le biais des instruments et méthodes du contrôle des domaines institutionnel (territoire juridique), productif (territoire économique) et culturel (territoire social).

Tout en gardant à l'esprit les réserves exprimées par Michel Vovelle sur les dangers de l'artificialité d'une telle démarche[10] et les limites que la construction empirique que la manipulation de tels concepts renferme[11], nous avons cherché à analyser les logiques d'appropriation du territoire social par le négoce héraultais, ses formes d'implication, son patrimoine et sa mobilité ascendante ou descendante, tant dans la société elle-même que dans la filière viti-vinicole languedocienne et nationale. Ainsi, au-delà de l'hétérogénéité d'un groupe socioprofessionnel riche et varié, s'esquissent des lignes de convergence et des similitudes dans les comportements qui en font une catégorie sociale à part. Émerge alors la figure d'un notable dont la principale caractéristique est la multiplicité des champs d'action et la légitimité qu'il en retire[12]. En nous appuyant largement sur les travaux éclairants et synthé-

[1] PALLUEL-GUILLIARD A., « Les notables dans les Alpes du Nord sous le Premier Empire », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, juill.-sept. 1970, p. 741-757.
[2] CHARLE C., *Les élites de la République (1880-1900)*, Paris, Fayard, 1987, p. 12.
[3] RIOUX J.-P., « Les élites en France au XXe siècle. Remarques historiographiques », *Mélanges de l'École française de Rome. Moyen-Âge, Temps modernes*, T. 95, n°2. 1983, p. 13.
[4] Notamment les sociologues italiens du début du siècle comme PARETO V., *Traité de sociologie générale,* Paris, 1965 (éd. orig. : 1917-19) ou MOSCA G., *The Ruling Class*, New York, 1939 (éd. orig. : 1923).
[5] ELIAS N., *La société de cour*, Paris, Calmann-Lévy, 1974.
[6] BOURDIEU P., *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris, Les Éditions de minuit, 1979 ou *Le sens pratique*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980. Un peu plus tard, l'ensemble de ses travaux sur la question sont synthétisés dans *La noblesse d'État : grandes écoles et esprit de corps*, Paris, Les Éditions de minuit, 1989.
[7] PINÇON M., PINÇON-CHARLOT M., *Sociologie de la bourgeoisie*, Paris, La Découverte, coll. «Repères», 2000.
[8] LEFERME-FALGUIÈRES F., VAN RENTERGHEM V., « Le concept d'élites. Approches historiographiques et méthodologiques », *Hypothèses 2000, revue de l'École doctorale de l'Université de Paris 1 - Sorbonne*, 2001, p. 61.
[9] Ce que Nicolas Lyon-Caen appelle l' « appropriation territoriale ». Cf. LYON-CAEN N., « L'appropriation du territoire par les communautés », *Hypothèses*, 2005/1, p. 15-24.
[10] VOVELLE M., « L'Élite ou le mensonge des mots », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, 29e année, n° 1, 1974. pp. 49-72.
[11] BOUDON R., BOURRICAUD F., « Élite(s) » in *Dictionnaire critique de la sociologie*, Paris, PUF, 1982, p. 225-232.
[12] En ce sens, nous nous inspirons en partie de la dimension psychologique évoquée par A.-J. Tudesq dans « Le concept de notable et les différentes dimensions de l'étude des notables », *Cahiers de la Méditerranée*, n°46, 1993, p. 1-12. Il y définit le notable comme celui qui exerce une autorité sur d'autres hommes qui l'acceptent.

tiques d'Adeline Daumard[1], ce sont ces champs d'action que nous avons questionnés par le biais de l'étude de son positionnement social (notamment sa présence et ses interactions à l'intérieur et à l'extérieur du groupe).

Nous avons ainsi veillé à saisir les stratégies, les pratiques, les dynamiques qui construisent ce désir de domination. Nos interrogations et nos recherches se sont alors orientés vers les nombreux symboles qui assurent l'autorité sur un territoire : habitat, vêtements, loisirs, modes de vie, récompenses, postes à prestiges et à responsabilité. En quelque sorte, il s'agissait d'essayer de repérer et d'interpréter tous les éléments qui participaient à l'instauration d'une hégémonie culturelle[2] qui en l'espèce se doublait d'une hégémonie économique préalable. De même, la question des représentations et de la distinction sociale était, elle aussi, à mobiliser car celles-ci manifestent « la position privilégiée du groupe dominant »[3]. Cette thématique permettait de saisir là aussi l'ensemble des stratégies mises en œuvre pour s'affirmer dans une société encore particulièrement éprise des conventions sociales. Nous nous inscrivons ainsi dans un courant qui, à mi-chemin entre la *microstoria* italienne[4] et l'histoire culturelle récente[5], s'apparente à un renouvellement des grilles d'analyse de la société par le biais de travaux sur les individus, leurs représentations et les mentalités[6].

Cette étude socioculturelle ne pouvait se faire sans l'étude des réseaux. L'analyse des réseaux permet de mesurer comment un individu ou plusieurs individus, regroupés dans une entité (professionnelle, familiale ou syndicale), cherche(nt) à établir des stratégies réticulaires afin de contrôler un espace (physique, institutionnel ou de discussion). Il s'agit là, comme le définit Emmanuel Lazega, de recourir à une nouvelle approche, dite « structurale »[7], qui donne la priorité aux données relationnelles et aux structures qu'elles construisent[8]. Émerge alors un nouveau type de capital – le capital social – qui s'ajoute aux capitaux déjà bien connus des historiens : capital financier, matériel, intellectuel par exemple. C'est une approche fondamentale pour comprendre comment les négociants en vins héraultais cherchent à s'approprier un capital social, à le faire fructifier puis à la transmettre.

Ainsi, suivant les recommandations de Guy Chaussinand-Nogaret, il s'agira, à la lumière des renouvellements historiographiques récents, d'écrire l'histoire d'une élite sans en faire une histoire élitiste, folklorique ou mondaine[9]. En incorporant dans l'étude de la société viti-vinicole héraultaise ce groupe socioprofessionnel unique que sont les négociants en vins

---

[1] DAUMARD A., *Les bourgeois et la bourgeoisie en France*, Paris, Aubier, 1987.

[2] THOMPSON E.P., « Patrician Society, Plebeian Culture », *Journal of Social History*, Vol. 7, No. 4 (Summer, 1974), p. 382-405

[3] RÜTHER S., « Entre intégration et distinction. La logique sociale des fondations pieuses des couches dominantes à Lübeck », *Histoire urbaine*, 2010/1 n° 27, p. 44.

[4] GINZBURG C., PONI C., « La micro-histoire », *Le Débat*, n° 17, 1981, pp. 133-136

[5] RIOUX J.-P. et SIRINELLI J.-F., *Pour une histoire culturelle*, Paris, Seuil, 1997 ou POIRRIER P., *Les enjeux de l'histoire culturelle*, Paris, Seuil, 2004

[6] Voir par exemple sur un sujet qui recoupe nos problématiques : MEYZIE P., « La noblesse provinciale à table : les dépenses alimentaires de Marie-Joséphine de Galatheau (Bordeaux,1754-1763) », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 2007/2 n° 54-2, p. 32-54.

[7] LAZEGA E., « Présentation », *Revue française de sociologie*, « Analyses de réseaux et structures relationnelles », 1995, Vol 36, n°4, p. 593.

[8] Sur la primauté des réseaux dans le domaine commercial, voir GRANOVETTER M., *Le marché autrement. Les réseaux dans l'économie*, Paris, Desclée de Brouwer, 2000. L'auteur y met en lumière les jeux de réseaux et leur incidence sur l'efficacité d'une stratégie de positionnement sur le marché.

[9] CHAUSSINAND-NOGARET G., *Une histoire des élites, 1700-1848*, « Introduction », Paris, Mouton, 1976.

héraultais, nous voulons ici appréhender au mieux les convergences de son originalité, ses dynamiques et ses pratiques.

Pour ce faire, par-delà cette inscription dans ces champs historiographiques multiples, nous nous sommes appuyés sur des sources multiples et variées.

Fortunes et infortunes autour des sources du négoce héraultais : enjeux et questionnements

Les difficultés de l'enquête

Matière à substance, l'archive révèle à la fois les pratiques du passé et les orientations décidées par celui qui archive (fonctionnaire, employé, particulier). L'archivage devient alors un acte particulier significatif, « une opération à part entière qui déplace, réorganise, transforme le statut et l'usage d'un matériau pour l'inscrire dans un ordre nouveau »[1].

Dès lors, si l'archive nous interroge tout autant sur les pratiques du passé que sur les conceptions et les représentations de celui qui en assure la postérité, il apparaît comme évident que, dans le cadre du négoce, la conservation des archives commerciales soulève de très nombreuses questions. En effet, au-delà de la masse considérable de documents et l'hétérogénéité des sources qu'un tel sujet embrasse par son ampleur temporelle et la diversité des acteurs, nous nous sommes rapidement trouvés confrontés à un problème majeur et récurrent : l'absence de sources entrepreneuriales directes.

Si cette question de l'accès aux sources entrepreneuriales a déjà été abordée, notamment pour certaines périodes sensibles de l'histoire nationale[2], elle est renforcée dans le monde viti-vinicole par la sensible question de la maîtrise de l'information, de l'honorabilité et du secret[3]. Ce sont là trois thèmes au cœur du métier de négociant et qui rejaillissent, assez logiquement finalement, sur la conservation et l'accessibilité aux archives. Ainsi, il n'est pas surprenant d'affirmer, dès le préambule de cette présentation des sources, que l'accès aux archives des entreprises de négoce encore actives[4] dans le département nous a été, à chaque fois, refusé.

Si les contacts personnels, comme nous le soulignerons plus tard, ne sont pas impossibles, l'accès direct aux archives des sociétés ne fut pas possible pour des raisons diverses et variées. Le plus souvent, les archives nous ont été déclarées comme non-conservées, perdues ou tout simplement détruites par des accidents. Parfois, la structure même de la société fut la

[1] MÜLLER B., « À la recherche des archives de la recherche. Problèmes de sens et enjeux scientifiques », *Genèses,* 2/2006 (nº 63), p. 9.
[2] JOLY H., « Introduction » in *Les Archives des entreprises sous l'Occupation,. Conservation, accessibilité et apport*, Actes du Colloque « Les entreprises françaises sous l'Occupation », Roubaix, 4 et 5 mars 2004, Lille, IFRESI, 2005, p. 11-12.
[3] S. Wolikow évoque « la barrière du secret » au sujet des archives viticoles (cf. WOLIKOW S., « Les archives du vin et du terroir au XXe siècle », *Historiens & Géographes*, n°404, p. 138).
[4] Et dont l'installation date des années 1960 pour les plus récentes et des années 1870 pour la plus ancienne.

cause mise en avant par les responsables dans une logique de justification auto-dévalorisante[1]. En conséquence, le peu de souci de patrimonialisation et d'enracinement dans l'histoire locale[2] des maisons de commerce en vins héraultaises fut un frein notable à nos recherches, d'autant plus qu'en toute logique, il n'existe pas non plus, à une exception, de dépôt vers les archives institutionnalisées.

Dès lors, le travail de recherches sur les maisons de commerce devient délicat.

Tout d'abord en raison de la structure même ce celles-ci. À l'aune de notre étude, il ressort qu'une grande majorité des maisons languedociennes, encore jusqu'aux années 1960, souffrent d'un manque de professionnalisation et de rigueur dans la gestion de leur activité. En dépit d'un effort constant pendant l'ensemble de la période, il est somme toute logique que l'archivage – et la conservation des archives dans un lieu sûr – ne soit pas une des priorités de ces dernières. En définitive, lors des déplacements, des changements de patrons, des cessations d'activité, des accidents[3], la plupart des archives sont détruites, perdues, détériorées et seuls quelques souvenirs sont conservés par des membres de la famille avant de disparaître dans les méandres des legs intergénérationnels. Par ailleurs, la taille limitée de ces structures entrepreneuriales ainsi que leur trajectoire heurtée, intermittente voire très brève, expliquent qu'une fois sorties définitivement du paysage commercial, elles n'aient plus intérêt à conserver comptabilité, correspondance, publicités. Enfin, une grande quantité des documents administratifs, fiscaux, commerciaux sont détruits après un certain nombre d'années. C'est là, comme le souligne Christophe Lucand pour les maisons de commerce bourguignonnes, « la perte définitive de pans entiers d'archives historiques »[4].

En outre, ce phénomène est renforcé dans le département par la présence massive de maisons de commerce aux origines extra-départementales : parisiennes, lyonnaises, bourguignonnes, alsaciennes ou picardes, voire extranationales : espagnoles, algériennes, suisses ou grecques. Bien souvent, avec le retour des mandataires dans leur région d'origine ou la centralisation des opérations administratives auprès de la maison-mère, les archives ont, elles aussi, disparu du département. C'est d'ailleurs un souci dont se plaignent les inspecteurs de la BDF lorsqu'ils visitent les succursales départementales[5] : un nombre considérable des opérations bancaires leur échappent car si elles sont bien enregistrées sur place, les documents justificatifs[6] sont, eux, remis à des organismes extra-départementaux.

En dernier lieu, se pose pour les maisons de commerce la question du rapport à l'histoire déjà entraperçu plus tôt. Pour des raisons multiples, celles-ci éprouvent face à l'histoire et à l'historien, un sentiment ambigu. La dimension historique leur est importante car celles encore en activité aujourd'hui – mais c'était déjà le cas dans la première moitié du XXe siècle – valorisent une trajectoire identitaire qui joue le levier de crédibilisation commer-

[1] « Nous sommes une entreprise familiale » nous a-t-on répondu pour s'excuser de ne pas avoir conservé d'archives.
[2] Autre qu'à des fins commerciales, bien entendu.
[3] Ces accidents peuvent toucher les grandes comme les petites entreprises. Ainsi, les chais de la maison « Cazalis & Prats » sont ravagés par un feu dans les années 1970 (CF. entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012).
[4] LUCAND C., *op. cit.*, p. 17.
[5] Voir les différents rapports d'inspection de la Banque de France.
[6] Notamment les billets de change ou les bilans annuels.

ciale. Il n'est ainsi par rare de voir fleurir dans les publicités – d'alors et d'aujourd'hui – la référence à la date de fondation ou la mise en exergue de la longévité de la maison de commerce, signes ostentatoires de réussite et d'honorabilité commerciales. Dans un monde où l'image du produit est presque aussi importante que le produit lui-même, il n'est pas donc incongru de relever cette démarche dont on pourrait pourtant questionner la scientificité historique[1]. Pourtant, au-delà de cette mythologie originelle, les maisons encore en activité, particulièrement soucieuses de leur identité et de la pureté de cette dernière, donnent, malheureusement, l'impression de considérer la recherche historique comme une intrusion.

Assurément, si l'argument de la négligence et de la mégarde des anciens responsables (souvent leurs aïeux d'ailleurs) des maisons de négoce au sujet de la conservation archivistique s'apparente à une échappatoire commode, permettant d'évacuer les pressions extérieures, il est également révélateur des craintes et des inquiétudes des acteurs de la filière. En effet, l'ensemble de la période est jalonné par des phénomènes dépréciatifs qui peuvent engendrer la peur, dans les maisons de commerce ou chez leurs héritiers, de voir leur réputation mise à mal : fraude, spéculation illicite, collaboration, falsifications fiscales, pratiques commerciales douteuses pour ne citer que les plus importants et les plus récurrents. Ces dérives, constitutives du marché des vins depuis le tournant du XXe siècle, font peser, sur l'ensemble du secteur, une chape de plomb qui s'apparente à un culte du secret et du non-dit particulièrement prégnant dans les relations commerciales mais également auprès des historiens. Cette question de l'honorabilité est telle, dans le monde viti-vinicole départemental, que certains entretiens avec des acteurs directs de la profession sont biaisés et qu'il faut avancer avec précaution lors des démarches.

C'est donc dans un flou archivistique qu'elles ont parfois – directement ou indirectement – contribué à créer, que les maisons de commerce construisent leur image, au détriment, malheureusement, de la recherche historique.

Enfin, à cette pratique du secret s'ajoutent les diverses politiques de l'État et de ses services en matière de conservation d'archives. En effet, s'il est possible de comprendre que certaines familles, soucieuses de leur image, ont préféré jalousement conserver (ou laisser le temps ou l'accident détruire) certains documents, il est regrettable que l'État, dans une logique de réduction des archives et de contraction des masses d'informations disponibles, ait lui aussi participé à renchérir les difficultés d'accès aux sources[2]. Ainsi, pour ne citer qu'un exemple, les archives de l'Hérault ne disposent d'aucune archive fiscale sur le commerce du vin, l'ensemble des archives des Contributions Indirectes pour la période ayant été détruites. Cette perte est importante car ce sont les CI qui jugulaient et enregistraient les opérations d'expéditions des marchandises et donc, de l'activité des maisons de commerce.

Ce sont là des logiques et des péripéties qu'il nous a fallu contourner afin de mieux saisir, comprendre, décrypter et analyser la place et l'évolution d'un acteur majeur de la socié-

[1] La plupart des informations recueillies dans les journaux ou sur Internet recèlent d'imprécisions, d'approximations voire de contre-vérités.
[2] WOLIKOW S., « Les archives du vin et du terroir au XXe siècle », *op. cit.*

té viti-vinicole héraultaise. Il a donc été nécessaire, grâce aux traces[1] que l'on pouvait percevoir du négoce dans des sources non-entrepreneuriales[2], retrouver celui-ci au sein d'un ensemble de fonds hétéroclites.

« Mesurer » le commerce des vins dans l'Hérault : méthodes et état des sources

Dans le chapitre où il aborde le négoce languedocien, Rémy Pech reconnaît que l'une des limites de son étude consiste dans la modicité des sources et leur état lacunaire, ce qui ne lui permit pas alors de préciser les évolutions structurelles de la profession sur la durée[3]. Ce sont ces limites que nous avons tenté de dépasser avec une double exigence dans notre lecture critique des sources : comprendre les dynamiques et les mécanismes en cours dans le négoce héraultais d'une part ; proposer une focale multiscalaire par le biais de l'inscription dans un espace dépassant les limites héraultaises d'autre part. Pour ce faire, il a fallu multiplier les sources[4] pour contourner le caractère hétéroclite et volatile du Commerce héraultais et en saisir les mécanismes.

Pour l'analyse du domaine professionnel, à la suite des recommandations de Christian Chevandier et Michel Pigenet, il s'agit avant toute chose de comprendre bien évidemment les activités mêmes du métier, tout en dépassant la simple énumération et rester attentif, à travers le « foisonnement des objets et des approches »[5], aux gestes et aux modalités de construction des identités singulières des acteurs. Nous avons donc interrogé les sources avec le souci d'identifier les pratiques, les valeurs, les hiérarchies et les imaginaires qui entrent en résonance dans l'univers commercial. Ainsi, au-delà des activités déjà en partie connues des maisons de commerce à proprement parler dont nous avons essayé d'approfondir la meilleure connaissance, l'un de nos questionnements principaux concernait les modalités opératoires et les mécanismes stratégiques qui structurent les maisons de commerce et leurs trajectoires. De fait, nous inspirant largement de la psychologie économique, dont Hubert Touzard, spécialiste de la négociation[6], a dessiné les contours à la fin des années 1990[7], nous nous sommes interrogés sur les interactions entre les individus, les groupes, les systèmes sur un marché des vins chahuté et inconstant et que l'étude précise des sources permettrait de mieux cerner.

---

[1] CAVAZZINI A., « L'archive, la trace, le symptôme. Remarques sur la lecture des archives », *L'Atelier du Centre de recherches historiques* [En ligne], n°05, 2009. L'auteur y évoque l'importance des « lapsus », ces traces involontaires laissées dans les archives et que C. Ginzburg a été le premier à populariser à travers son « paradigme indiciaire » (cf. GINZBURG C., « Signes, traces, pistes. Racines d'un paradigme de l'indice », *Le Débat*, n°6, nov. 1980, p. 8-44.

[2] Comme par exemple les actes de société (cf. Joly H., « L'exploitation des actes de sociétés pour l'histoire des entreprises : intérêts et difficultés », *Entreprises et histoire*, 2003, n°33, p. 120-126).

[3] PECH R. *op. cit.*, p. 468.

[4] Une étude détaillée des sources et des fonds consultés est faite dans la partie « État des sources », présentée en annexes, p. 899.

[5] CHEVANDIER C. et PIGENET M., « L'histoire du travail à l'époque contemporaine, clichés tenaces et nouveaux regards », *Le Mouvement Social*, 2002/3, no 200, p. 168.

[6] TOUZARD H., « Acquis et perspectives de la recherche sur la négociation », *Négociations*, 2009/2 n° 12, p. 59-66.

[7] TOUZARD H., « De la théorie des jeux à la négociation » in ROLAND-LÉVY C. et ADAIR P., *Psychologie économique. Théories et applications*. Paris, Economica, 1998.

Pour mieux appréhender ce marché des vins singulièrement mouvementé, l'un des outils méthodologiques particulièrement mobilisé fut l'étude des réseaux. Ce choix méthodologique permet, comme l'a abondamment détaillé Claire Lemercier, de quantifier le pouvoir et le rayon d'action des groupes d'influence[1]. Il faut pour cela dépasser la polysémie et la neutralité d'un concept « piégé »[2] en ne se limitant pas à isoler et identifier les réseaux mais plutôt à déterminer, comment, dans une démarche historienne dynamique, ils sont hiérarchisés, mobiles, connectés et multiples. Si nos travaux ne nous ont pas poussés vers une modélisation quasi-mathématique de l'analyse de réseaux, nous nous sommes largement nourris des méthodes de l'analyse de réseaux, présentées avec détail par C. Lemercier dans un article synthétique en 2005[3]. Nous y avons emprunté de nombreuses notions et démarches qui ont structuré nos questionnements ou nos recherches, comme les problématiques autour du capital relationnel et des stratégies réticulaires familiales, communautaires ou entrepreneuriales. Nous avons également mobilisé les avancées de la lexicométrie. Bien qu'elle s'appuie sur des méthodes quantitatives parfois fort éloignées de l'image que l'on a de l'histoire sociale ou culturelle, cette méthode vise à proposer une échelle d'analyse complémentaire des sources, par le biais de l'analyse de l'utilisation des mots, de leur récurrence et de leur utilisation[4]. Sans pousser l'expérience jusqu'à utiliser les principes et formules mathématiques que les chercheurs en pointe emploient dans ce domaine, nous nous sommes inspirés de cette méthode, notamment dans l'étude des documents syndicaux, de la correspondance ou des rapports de la BDF afin de saisir les occurrences et les mécanismes cognitifs qui régissaient ces types de source. Couplé aux approches prosopographiques[5] qui permettent de mettre en lumière grâce à l'étude d'une série d'individus, les comportements collectifs, les convergences tout comme les divergences d'un groupe socioprofessionnel bien identifié[6], cela nous offrait un appareil méthodologique complet afin de mieux saisir les réalités de l'univers commercial héraultais.

Articulés autour de ces démarches et au cœur de notre projet se trouvent plusieurs fonds des archives départementales de l'Hérault (ADH). Il s'agit des fonds des tribunaux de commerce, des fonds consulaires, des fonds privés, des fonds de l'enregistrement et des fonds préfectoraux. Cet ensemble composite permet de révéler les différentes formes du négoce ainsi qu'une partie des types d'implication dans la société viti-vinicole languedocienne. Les stratégies commerciales, les réseaux de fournisseurs et de clientèles, le rayonnement des maisons de commerce est au centre des sources consultables dans les fonds des tribunaux de commerce et les fonds privés. Par le biais de la correspondance et des registres de comptabili-

[1] LEMERCIER C., « Réseaux et groupes d'influence – bilan historiographique », article à paraître [en ligne : http://hal.archives-ouvertes.fr/docs/00/52/28/88/PDF/HPR_Lemercier.pdf].
[2] *Ibid*., p. 2.
[3] LEMERCIER C. « Analyse de réseaux et histoire », *Revue d'histoire moderne et contemporaine,* 2/2005 (no52-2), p. 88-112.
[4] LEMERCIER C. et ZALC C., *Méthodes quantitatives pour l'historien*, Paris, La Découverte, 2008.
[5] CHARLE C., « Prosopography (collective biography) », *International Encyclopedia of the Social and Behavioral Sciences,* Oxford, Elsevier Science Ltd, 2001, vol. 18, p. 12236-12241.
[6] Voir à ce sujet : DEMEULENAERE-DOUYÈRE C., « Rechercher les acteurs du commerce dans les archives publiques de l'État du XIXe siècle » in DEMEULENAERE-DOUYÈRE C. et LE GOFF A., *Histoires individuelles, histoires collectives : sources et approches nouvelles*, Paris, ECTHS, 2012, p. 57-68.

té déposés auprès des tribunaux lors des faillites (Maisons Rassiguier à Olonzac ; Augé à Cessenon ; Dourlan à Florensac) ainsi que les archives de maisons de commerce versées par des familles héraultaises (Domergue à Montpellier-Saint-Jean-de-Védas ; Granier à Magalas) complétées par des fonds notariaux (Doumergue à Montpellier), la profession de négociant en vins dans le département est mieux appréhendée. Tant les relations multiples et diverses avec de nombreux interlocuteurs que les différentes formes des sociétés permettent de construire avec précision la variété des pratiques ainsi que leurs évolutions. Cette étude des maisons de commerce a été rendue possible par la consultation des fonds de l'enregistrement, notamment les registres des droits celés et des mutations par décès qui fournissent de nombreuses informations sur le patrimoine des familles de négociants. Cet indicateur est fondamental pour percevoir la singularité des négociants au sein de la société viti-vinicole languedocienne.

Les fonds consulaires, pour leur part, concernent les chambres de commerce de Béziers (CCB) et de Montpellier (CCM) principalement. Jusqu'en 1939 pour la CCB et les années 1970 pour la CCM, ces fonds assurent la compréhension de l'organisation du marché des vins, grâce aux avis, requêtes et vœux émis par deux institutions[1] dans lesquelles les négociants sont majoritaires et qui participent à l'orientation économique que département. Par la suite, ce fonds est enrichi par les archives de la Xe Région économique, créée au tournant des années 1920. Enfin, les fonds de la préfecture sont indispensables pour la période postérieure à 1940, notamment les sources issues de la 4e division de la préfecture de l'Hérault, chargée de la fixation des prix, de la réglementation et statistiques économiques. Offrant un large panorama du marché des vins et de sa régulation, ces fonds révèlent les tensions qui y existent, les interventions des différentes forces et le rôle normalisateur de l'État depuis la période vichyste jusqu'aux années 1970. Les actes des sociétés enregistrés auprès des tribunaux de commerce, ainsi que les registres du commerce ont également été consultés, bien que leur classement et leurs lacunes – notamment jusqu'en 1919[2] – soient parfois problématiques.

Pour compléter ces archives et pallier leurs insuffisances, nous avons eu recours à plusieurs types de publications disponibles aux ADH. L'*Annuaire de l'Hérault*, qui paraît jusqu'en 1939, fut fondamental pour évaluer l'évolution statistique des maisons de commerce dans le département ainsi que l'implication des négociants dans différentes associations ou institutions. L'absence de sources officielles du mouvement syndical est compensée par la presse spécialisée. La presse syndicale à usage interne (le *Bulletin mensuel du Syndicat régional* (*BMS*), 1907-1924) puis externe (*L'Action Méridionale* (*AM*), *1924-1939*) permet de saisir les logiques corporatistes, les grands thèmes de défense et la propagande en œuvre dans le mouvement patronal. C'est aussi l'occasion de mesurer le décalage qui existe entre le discours patronal et la pratique quotidienne. Après 1950, le *Midi Vinicole* (*MV*) devient l'organe de référence du Commerce dans le département et son étude met en lumière l'affaiblissement du mouvement patronal et de la profession dans le département. Enfin, le *Moniteur judiciaire du*

[1] Notamment la Commission des vins de la CCB dont la production est importante jusqu'à la fin des années 1930.

[2] La loi du 18/03/1919 impose l'inscription dans le nouveau registre du commerce auprès des tribunaux de commerce. Mais il n'existe pas toujours de répertoire analytique, rendant le travail de recherche complexe sur le temps long et si l'on souhaite évaluer une évolution générale sur plusieurs décennies et plusieurs tribunaux.

Midi (*MJM*) éclaire à la fois sur les pratiques commerciales et la régulation de ces dernières par la justice entre 1904 et 1930.

Afin de combler les lacunes des archives départementales, notre attention s'est portée sur d'autres sources extra-méridionales. Ainsi, pour compléter l'évolution statistique du négoce dans le département, nous avons consulté le *Bottin du commerce* (ou *Didot-Bottin*) aux Archives de Paris (AP). Dans la même optique, les archives nationales de Paris (AN) ou de Fontainebleau (ANF) ont été un recours précieux pour percevoir l'intégration des problématiques départementales dans un cadre national plus vaste. Si les fonds sur l'agriculture et le commerce permettent de mettre en perspective les enjeux locaux, nationaux et internationaux (lois, décrets, Code du vin, CEE, accords douaniers, tarifs de chemin de fer), les fonds du ministère de la Justice se sont révélés particulièrement utiles pour compléter les informations disponibles aux ADH au sujet des dérives qui structurent le marché des vins : fraudes diverses, trafic de vins, collaboration. Par le biais d'une abondante correspondance, des informations très précises sont fournies sur les modes opératoires, les motivations, les poursuites. À Fontainebleau, un rapport très précis sur le service de la répression des fraudes en 1951 ainsi qu'au moment de la Révolution nationale viennent renforcer notre étude des troubles sur le marché des vins. On retrouve également aux ANF les dossiers de nomination et de promotion à la Légion d'honneur. Eux aussi recèlent d'informations précises et détaillées sur la carrière et l'implication de personnalités de premier plan du négoce héraultais tels Félix Michel, Charles Warnery, Georges Domerc ou Jean Prats. Enfin, les archives de l'Assemblée nationale permettent de consulter les rapports et les débats tenus entre 1900 et 1970 au sujet du marché des vins. Ce dernier est l'objet de rapports précis et circonstanciés, notamment en période de crise (1907, 1931, 1949) et ces fonds ouvrent de nombreuses perspectives sur les enjeux et les tensions qui sous-tendent le marché.

Ces fonds nationaux ont été complétés par deux fonds d'origine institutionnelle et qui ont été soumis à notre lecture critique. Il s'agit tout d'abord des fonds du ministère de Finances, conservés au Centre des archives économiques et financières (CAEF) à Savigny-le-Temple. Particulièrement sensible à l'évolution du marché des vins, le ministère des Finances est un prolixe producteur de rapports et d'études qui rendent compte des évolutions du marché des vins. Souvent rédigés par des experts, ils illustrent l'attention portée par l'État à un secteur turbulent et instable. D'ailleurs, la plupart des rapports portent sur les défaillances ou les fraudes relevées sur le marché des vins. Ce souci de contrôle caractérise également les fonds issus de la BDF. En raison des liens étroits qui existent entre l'univers bancaire et l'univers commercial, les inspecteurs de la BDF qui visitent chaque année les succursales de la BDF dans le département étudient scrupuleusement les maisons de commerce, la personnalité de leur patron et leurs stratégies commerciales. Ces rapports d'inspection que nous avons entièrement dépouillés entre 1890 et 1961 pour les trois villes de Béziers, Sète et Montpellier sont des témoignages de premier plan sur les individus, leurs comportements (commercial et personnel), leur niveau de richesse et les circuits de financement d'une activité qui nécessite de nombreux investissement à courts et longs termes. Les archives de la BDF disposent égale-

ment de la liste des membres des conseils de surveillance des succursales locales et nous y avons cherché la présence des négociants sur l'ensemble de la période. Enfin, deux rapports intitulés « Fascicule de documentation », parus en 1962, présentent « Le négoce des vins » et « La viticulture ». Ce sont là deux rapports objectifs et très précis sur l'état de l'économie viti-vinicole à cette époque. Ils mettent en valeur les évolutions récentes du négoce national et la place du négoce-expéditeur méridional au sein du dispositif commercial métropolitain. Ces archives de la BDF, auxquelles il faut ajouter les différents rapports et circulaires sur la politique de financement du marché des vins[1], confirment et complètent notre étude sur les grandes évolutions de la profession et des négociants en tant que groupe socioprofessionnels.

La lecture critique de ces sources présente une idée relativement claire de la mutation du négoce héraultais et de son inscription dans un espace national où il entre en confrontation avec les enjeux d'autres acteurs. Pour parfaire cette étude, nous avons croisé notre *corpus* avec l'étude de plusieurs monographies locales qui disposaient d'informations précises sur l'armature commerciale locale ainsi qu'à la consultation de manuels à destination de négociants qui se multiplient à partir de la fin du XIXe siècle. C'était là l'occasion d'obtenir des informations plus concrètes et plus tangibles sur le métier de négociant.

C'est dans cet état d'esprit que nous avons eu également recours aux sources orales. C'était là une démarche importante car ces rencontres permettaient de combler les lacunes des archives écrites et imprimées. Cette démarche, qui aujourd'hui en histoire contemporaine est largement acceptée[2], prend tout son sens si elle est bien cadrée et encadrée[3]. Une demi-douzaine d'entretiens semi-directifs ont ainsi été menés avec comme préoccupation première la diversité des témoins. Si ces rencontres ne furent pas toujours faciles à organiser[4], elles ont été essentielles pour notre étude. Elles permettent tout d'abord, en variant les points de vue, d'aborder des trajectoires de vie différentes : Jean-Marie Prats, issu d'une famille sétoise puissante, à la tête d'une des plus prestigieuses maisons de la région (« Cazalis & Prats ») ; Gabriel Granier, héritier d'une maison rurale, maire de son village, qui à la fin de sa carrière professionnelle ferme sa maison ; Hugues et Maurice Jeanjean qui ont opté pour deux parcours différents[5] à la suite de leur père Paul qui a fait prospérer la petite maison familiale ; Mesdames Salasc, épouse et fille de négociants à Clermont-l'Hérault.

---

[1] Notamment les politiques de restriction de crédit dans les années 1950-1960 et les causes de ces dernières.

[2] DESCAMPS F. (dir.), *Les sources orales et l'histoire, Récits de vie, entretiens et témoignages oraux*, Paris, Bréal, 2006.

[3] GOMART T., « Quel statut pour le témoignage oral en histoire contemporaine ? », *Hypothèses,* 1/1999, p. 103-111.

[4] L'un des patrons d'une maison mézoise, à la tête de cette dernière depuis les années 1960, est décédé au début de nos travaux tandis que Gabriel Granier, qui a confié l'ensemble des archives de la maison familiale aux archives départementales, a vu sa santé se dégrader dans les mois précédant notre prise de contact[4]. En outre, comme le souligne V. Pereira dans sa thèse sur l'État portugais et l'immigration portugaise en France, il est parfois difficile pour les chercheurs d'avoir accès aux membres d'une élite (PEREIRA V., *L'État portugais et les Portugais en France de 1957 à 1974*, Thèse Histoire, IEP, Paris, 2007, p. 32.) Enfin, de nombreuses familles ont disparu du paysage local soit après l'extinction de la branche ainée soit après un départ vers d'autres région, et il est souvent difficile de retrouver leur trace dans le département ou ailleurs.

[5] Hugues a pris la suite de son père et a fait de « Jeanjean SA » l'une des premières maisons de commerce de la région puis du pays; Maurice a choisi une autre voie professionnelle (cadre dans une entreprise).

Pris avec le recul critique que nécessite un tel travail, tant la distance entre la période étudiée et ces entretiens comporte une part de risque (notamment les oublis, conscients ou inconscients, et les reconstructions *a posteriori*[1]), ces témoignages sont essentiels. Ils permettent de donner de la profondeur et de la consistance à une histoire parfois trop désincarnée, ils donnent vie à un travail historique parfois aride, trop centré sur la source écrite[2]. Tout en tenant compte des non-dits ou des oublis, ces signes qui traduisent un parcours en creux, ce que Michael Pollack appelle l' « indicible »[3], ces témoignages permettent également de confirmer ou d'infirmer certaines hypothèses, de répondre à certaines interrogations. Ils sont l'atout qui assure de pouvoir « défricher l'information importante dans le maquis de documents »[4] qui s'offrent à nous. Dans le cas où le croisement entre les archives de la maison de commerce et l'entretien est possible (comme c'est le cas avec la maison « C. Granier » de Magalas), il s'agit d'un outil primordial dans la compréhension des logiques entrepreneuriales et des représentations en œuvre dans la profession. Associé aux entretiens – écrits ou oraux – d'autres témoins[5], c'est là l'occasion de faire sortir le témoignage oral de son statut de prétexte ou de source complémentaire[6].

Au cœur de l'histoire commerciale viti-vinicole héraultaise du XXe siècle

L'ensemble de nos réflexions initiales, riches en perspectives, explique en grande partie la structure prise par ce projet. Celui-ci vise à une meilleure compréhension des pratiques des négociants installés dans le département, à une évaluation solide de leur influence par le biais de leur inscription dans différents réseaux et à leur trajectoire d'ensemble au sein d'un siècle chahuté, parsemé d'obstacles et de difficultés. Notre plan suit donc une logique thématico-chronologique dans laquelle l'analyse diachronique interne aux parties est essentielle. Cette organisation qui délaisse un plan chronologique linéaire s'explique par la discordance des grandes ruptures chronologiques dans les domaines commerciaux, syndicaux, sociaux voire dans la jurisprudence. Notre étude s'est donc construite en trois temps, chacun rythmé par son propre calibrage chronologique.

Ainsi, dans un premier temps, une étude sectorielle et professionnelle, scandée par la rupture chronologique majeure de 1930 permet de procéder à une radiographie du négoce et des négociants dans l'Hérault entre 1900 et 1970. Nous commencerons donc par retracer la présence, les pratiques et les grandes évolutions de la profession : qui sont les négociants ? Que font-ils ? Où sont-ils ? Qu'achètent-ils et que vendent-ils ? À qui ? Dans quelles conditions ? Il s'agit ici de saisir la complexité et les évolutions du métier de négociant, de ses fi-

[1] VOLDMAN D., « L'histoire orale entre science et conscience », *Vingtième siècle*, n°25, (janvier-mars 1990), p. 113-115.
[2] Odile Join-Lambert parle du « fétichisme de la source écrite ». Cf. DESCAMPS F. (dir.), *op. cit.,* p. 167.
[3] POLLAK M., « La gestion de l'indicible », *Actes de la recherche en sciences sociales*, Vol. 62-63, juin 1986, p. 30-53.
[4] QUENNOUELLE-CORRE L., « Le sources orales et l'histoire économique et financière » in DESCAMPS F. (dir.), *op. cit.,* p. 249.
[5] Membres des familles de négociants, courtiers, propriétaires.
[6] QUENNOUELLE-CORRE L., *op. cit.*

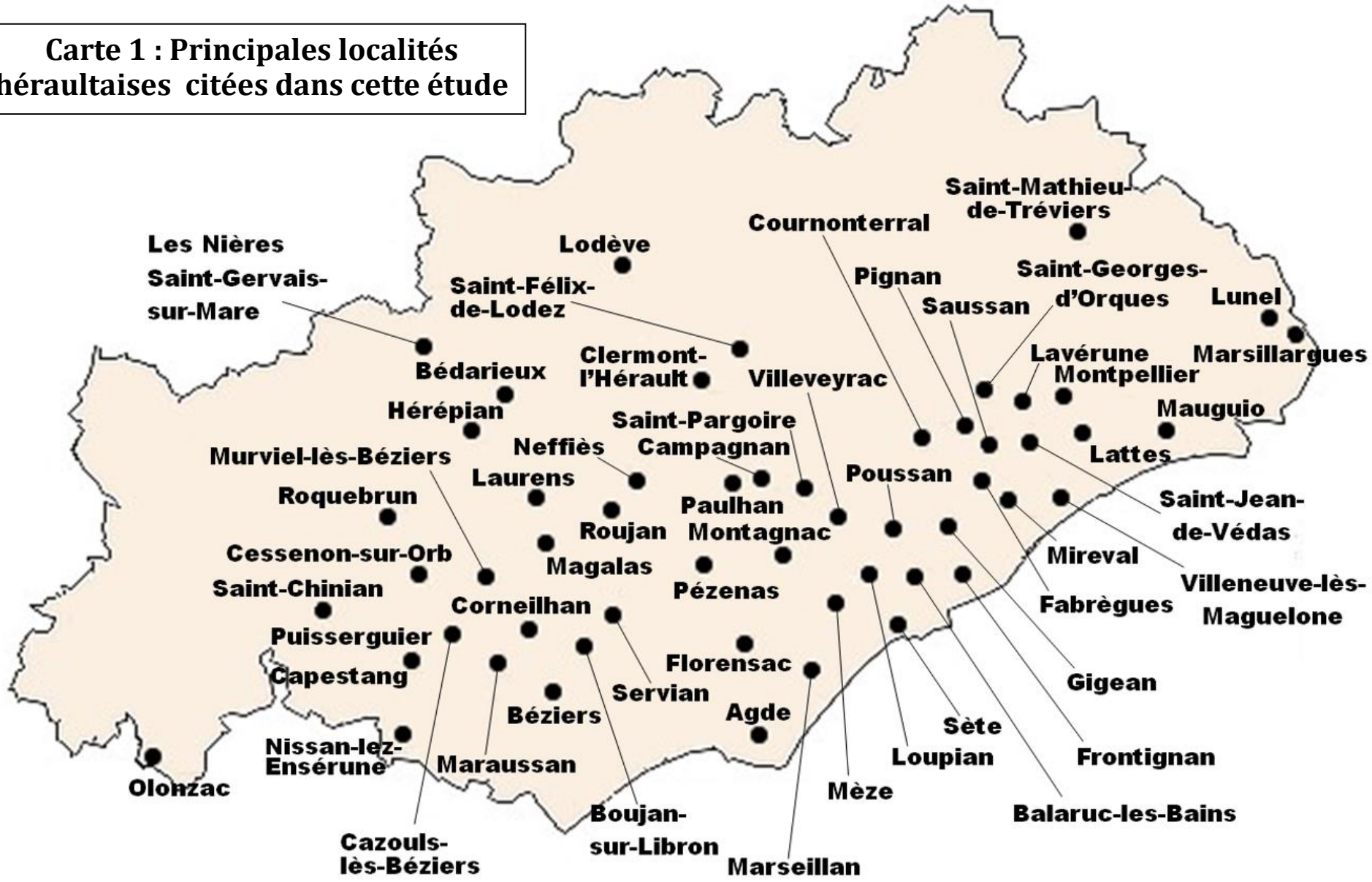
lières commerciales amont et par conséquent de dessiner les contours d'une profession particulièrement présente jusqu'aux années 1950. Dominante sur le marché des vins où elle assure le bon écoulement de la première production métropolitaine, elle rayonne jusqu'à 1930 où face à la persistance et la force de la crise lui font connaître un premier essoufflement. Nous veillerons à bien délimiter son champ d'action, la multiplicité des facettes de son exercice, l'encadrement de son activité ainsi que les facteurs de son effacement après la Seconde Guerre mondiale. Nous chercherons également à décrypter, grâce à l'étude de sociétés ciblées, qui apparaissent comme autant d'observatoires privilégiés, les stratégies mises en place, celles porteuses de réussite mais également celles synonyme d'échec.

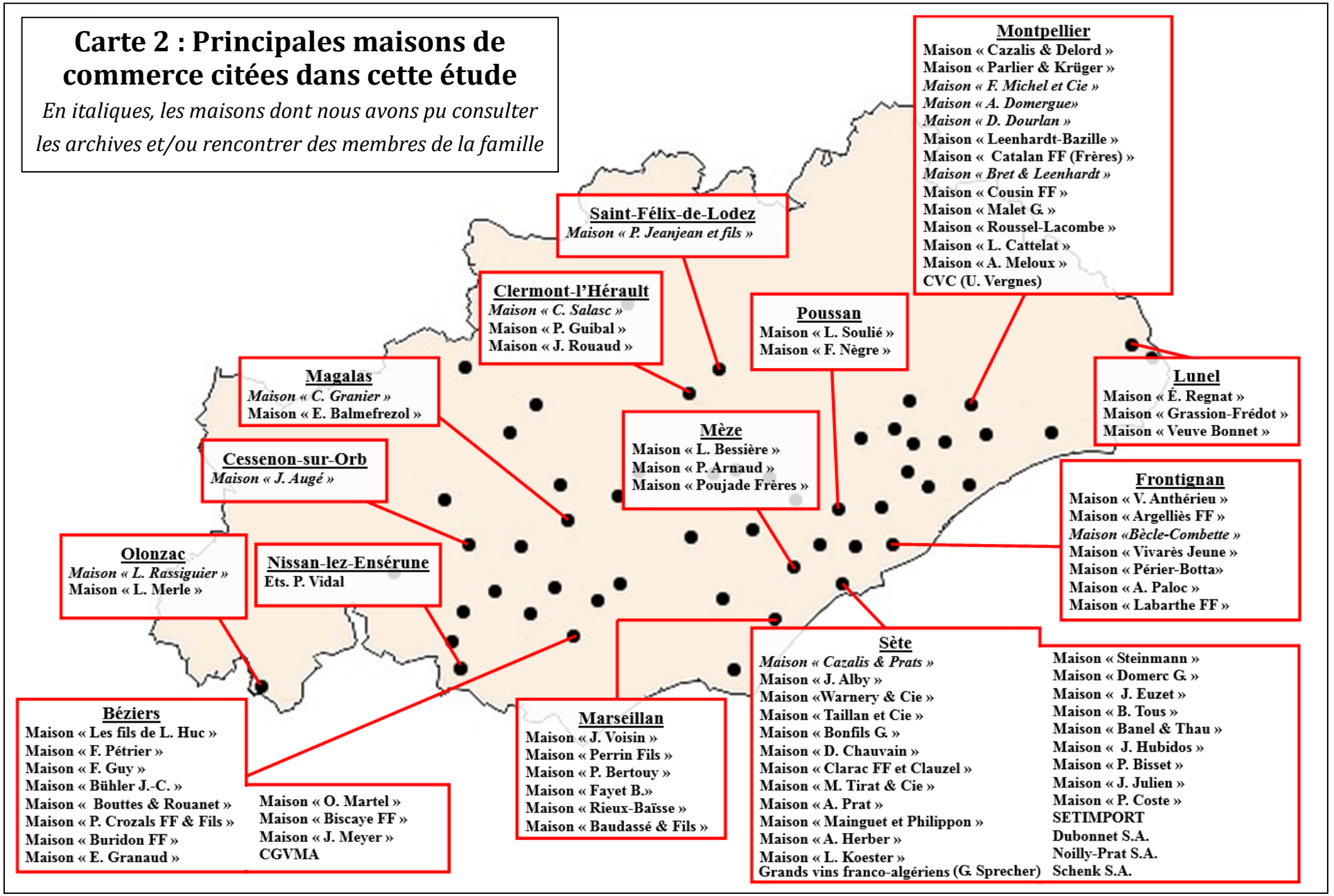
Dans un second temps, notre objectif est d'étudier le négoce comme un groupe socio-professionnel dominant. Nous montrerons alors comment les négociants en vins héraultais investissent les quatre dimensions de la notabilité définies par David Lambert : importance, visibilité, utilité et médiation[1]. Cette démarche, fondamentale et itérative, participe de l'établissement d'une stratégie volontaire de singularisation dans une société qui, jusqu'aux années 1960 au moins, est tout entière tournée vers la culture de la vigne et ses débouchés. Quels sont les différents réseaux (syndicaux, institutionnels, politiques, sociaux) dans lesquels les négociants s'investissent plus ou moins profondément ? Peut-on repérer des continuités dans ces logiques ? de grandes ruptures ? Apparaît clairement ici l'influence corporatiste sur le marché des vins et le désir de puissance, symbolisé par l'appétit syndical et l'appropriation de postes-clés jusqu'aux années 1950. Du reste, conjointement à cette « tentation hégémonique » sur le marché, le négoce s'inscrit également dans une démarche de domination sociale, s'imposant – ou cherchant à s'imposer – comme une élite méridionale, qui, là aussi, connaît des évolutions marquées dont nous analysons les causes et les effets. Par conséquent, il s'agit ici de mettre en lumière les problématiques d'appropriation de l'espace viti-vinicole héraultais par un négoce particulièrement ambitieux, jusqu'aux années 1950 notamment.

Enfin, nous avons voulu, de manière plus thématique et en sondant l'ensemble du siècle, étudier les tensions sur le marché des vins. Le domaine commercial viti-vinicole est en effet fondamentalement conflictuel tout au long de la période : conflits entre acteurs, conflits entre produits, conflits entre activités, conflits entre groupes, conflits avec l'autorité. Au cœur de ces enjeux conflictuels, le négoce doit alors faire face à de nombreuses tensions qui agissent sur lui comme autant de forces contradictoires, structurantes et perturbatrices. Ainsi la traversée de ces périodes turbulentes et déstabilisatrices a-t-elle été un facteur d'affaiblissement ou, au contraire, source de renforcement du positionnement du négoce sur le marché des vins ? Quelles différentes formes prennent ces tensions ? Quels sont leurs impacts sur les maisons de commerce ? D'où proviennent-elles et avec quelle intensité ?

[1] LAMBERT D., *Notables des colonies. Une élite de circonstance en Tunisie et au Maroc (1881-1939)*, Rennes, PUR, 2009, p. 20-23.

Carte 1 : Principales localités héraultaises citées dans cette étude




Carte 2 : Principales maisons de commerce citées dans cette étude
En italiques, les maisons dont nous avons pu consulter les archives et/ou rencontrer des membres de la famille
Montpellier
Maison « Cazalis & Delord »
Maison « Parlier & Krüger »
Maison « F. Michel et Cie »
Maison « A. Domergue»
Maison « D. Dourlan »
Maison « Leenhardt-Bazille »
Maison « Catalan FF (Frères) »
Maison « Bret & Leenhardt »
Maison « Cousin FF »
Maison « Malet G. »
Maison « Roussel-Lacombe »
Maison « L. Cattelat »
Maison « A. Meloux »
CVC (U. Vergnes)
Saint-Félix-de-Lodez
Maison « P. Jeanjean et fils »
Clermont-l'Hérault
Maison « C. Salasc »
Maison « P. Guibal »
Maison « J. Rouaud »
Poussan
Maison « L. Soulié »
Maison « F. Nègre »
Lunel
Maison « É. Regnat »
Maison « Grassion-Frédot »
Maison « Veuve Bonnet »
Magalas
Maison « C. Granier »
Maison « E. Balmefrezol »
Mèze
Maison « L. Bessière »
Maison « P. Arnaud »
Maison « Poujade Frères »
Cessenon-sur-Orb
Maison « J. Augé »
Frontignan
Maison « V. Anthérieu »
Maison « Argelliès FF »
Maison «Bècle-Combette »
Maison « Vivarès Jeune »
Maison « Périer-Botta»
Maison « A. Paloc »
Maison « Labarthe FF »
Olonzac
Maison « L. Rassiguier »
Maison « L. Merle »
Nissan-lez-Ensérune
Ets. P. Vidal
Sète
Maison « Cazalis & Prats »
Maison « J. Alby »
Maison «Warnery & Cie »
Maison « Taillan et Cie »
Maison « Bonfils G. »
Maison « D. Chauvain »
Maison « Clarac FF et Clauzel »
Maison « M. Tirat & Cie »
Maison « A. Prat »
Maison « Mainguet et Philippon »
Maison « A. Herber »
Maison « L. Koester »
Grands vins franco-algériens (G. Sprecher)
Maison « Steinmann »
Maison « Domerc G. »
Maison « J. Euzet »
Maison « B. Tous »
Maison « Banel & Thau »
Maison « J. Hubidos »
Maison « P. Bisset »
Maison « J. Julien »
Maison « P. Coste »
SETIMPORT
Dubonnet S.A.
Noilly-Prat S.A.
Schenk S.A.
Béziers
Maison « Les fils de L. Huc »
Maison « F. Pétrier »
Maison « F. Guy »
Maison « Bühler J.-C. »
Maison « Bouttes & Rouanet »
Maison « P. Crozals FF & Fils »
Maison « Buridon FF »
Maison « E. Granaud »
Maison « O. Martel »
Maison « Biscaye FF »
Maison « J. Meyer »
CGVMA
Marseillan
Maison « J. Voisin »
Maison « Perrin Fils »
Maison « P. Bertouy »
Maison « Fayet B.»
Maison « Rieux-Baïsse »
Maison « Baudassé & Fils »

PREMIÈRE PARTIE

Le commerce des vins en gros dans l'Hérault : pratiques, circuits commerciaux et dynamiques d'une activité capitale en mutation

INTRODUCTION DE LA PREMIÈRE PARTIE

Selon l'article 97 de la loi du 28 avril 1816, les négociants sont ceux qui « voudront faire le commerce des boissons en gros »[1], d'où le nom générique que de l'on donne dans la région à l'ensemble des professionnels du négoce : le « Commerce ». Derrière ce terme globalisant se cache une foule d'intermédiaires qui permettent la liaison entre les secteurs de la production et de la consommation. Dès lors, le négociant est donc considéré comme un agent d'intermédiation commerciale qui assure l'interface entre l'offre et la demande. Mais les négociants héraultais, dans toute leur diversité, sont autre chose que de simples relayeurs d'ordres, d'autant plus que sur l'ensemble de la période, leur nombre, leur rôle, leur activité évoluent profondément.

Cette première partie se propose donc de saisir les contours du métier de « négociant en vins ». Il s'agira de comprendre quels sont les grands caractères de la profession, sa diversité, ses évolutions. Pour cela nous nous intéresserons aux pratiques, bien entendu, mais également aux stratégies et aux réseaux dans lesquels les négociants s'inscrivent localement et nationalement. Par le biais d'exemples de maisons de commerce héraultaises ciblées, nous veillerons à nous interroger sur leurs activités, leurs dynamiques et leur inscription dans des circuits commerciaux multiples et complexes. Ainsi, nous chercherons à définir leur trajectoire au sein de la filière viti-vinicole languedocienne en mobilisant plusieurs échelles : temps court/temps long, microhistoire/macrohistoire, parcours individuels/parcours collectif, espaces local/départemental/régional/national.

En effet, cette étude, centrée sur des histoires d'hommes et de femmes impliqués dans une activité primordiale pour ce département, ne peut se faire sans prendre en compte la filière viti-vinicole languedocienne dans son ensemble. Bien qu'il ne soit pas un homme de la vigne, le négociant est incontestablement un professionnel du vin. Dès lors, il n'est pas possible de faire l'économie des évolutions majeures qui frappent le marché des vins languedociens et dont les négociants sont à la fois les premiers responsables et, alternativement, les premiers bénéficiaires ou les premières victimes.

Par ailleurs, le négociant est également un acteur économique inscrit dans un territoire construit autour d'un double rayonnement : en amont auprès des fournisseurs et en aval auprès de la clientèle. Il interagit ainsi dans un espace qui intègre à la fois l'ultra-local et le distant, ce que l'on appelle communément dans le métier l' « Extérieur ».

Enfin, les nombreuses problématiques commerciales au cœur du métier recoupent largement divers pans de ce que Ronan Le Velly appelle « l'encastrement des transactions marchandes», c'est-à-dire l'enchevêtrement de relations interpersonnelles, de règles formelles, d'outils et de représentations qui forment le socle de l'activité[2]. C'est là un concept de psychologie économique majeur que nous interrogerons pour saisir ce qu'est le patron d'une

[1] Loi du 28 avril 1816, Section Ière, « Établissement d'un commerce de boissons en gros », Art. 97.
[2] LE VELLY R., « La notion d'encastrement : une sociologie des échanges marchands », *Sociologie du travail*, 44/1, 2002, p. 37-53.

maison de commerce de vins en gros pendant cette période dans l'Hérault. Nous nous intéresserons ainsi aux stratégies investies par les négociants pour faire des maisons de commerce des petites et moyennes entreprises susceptibles de s'insérer avec efficacité sur un marché des vins de dimension nationale.

Cette première partie aborde donc dans ce cadre multidimensionnel les différents aspects, les différents territoires et les différentes évolutions du métier de négociant dans l'Hérault entre 1900 et 1970. En veillant à proposer la conciliation entre approches historiques, juridiques et économiques, nous viserons alors l'étude de l'ensemble des réalités de cette profession grâce à des sources variées et complémentaires.

Pour traiter cette thématique, nous avons fait le choix d'un découpage chronologique en deux temps, avec une césure en 1930 qui marque une rupture dans la conjoncture viti-vinicole héraultaise.

Tout d'abord, dans une première section, il s'agira d'apprécier les différentes dimensions d'un négoce héraultais alors florissant et rayonnant entre 1900 et 1930. Dans une période de relative prospérité générale rompue par de brusques cycles de mévente, nous évoquerons les différentes facettes d'une activité multiple et diverse. Puis, l'étude des circuits commerciaux doit aider à mieux cerner leur inscription dans le local autour du marché aux vins et leur déploiement sur un territoire national plus ou moins vaste. Dans un troisième temps, l'analyse de l'ensemble des stratégies élaborées par les négociants pour accroître la stabilité et l'efficacité des maisons de commerce doit permettre de saisir l'adaptabilité entrepreneuriale de ces maisons au gré des contextes. Enfin, nous étudierons un événement capital durant cette période, la Première Guerre mondiale, qui, en dépit des conséquences perturbatrices qu'elle conditionne, assure aux maisons de commerce héraultaises une prospérité durable.

Dans une seconde section, nous envisagerons le basculement du négoce héraultais dans l'inquiétude et les difficultés à partir de 1930 et jusqu'en 1970. Si l'étude préalable de ce basculement à partir des années 1930 au moment où la conjoncture se retourne définitivement est nécessaire, il faut également veiller à en étudier les conséquences sur la structure commerciale dans son ensemble et pour les maisons de commerce en particulier. Cette période est également marquée par la Seconde Guerre mondiale qui, à l'inverse de la Première Guerre mondiale, est un moment de rupture négative majeur pour le négoce héraultais. Par la suite, c'est un effacement progressif et inéluctable auquel doit faire face un négoce qui, en raison de pressions externes nombreuses, disparaît lentement du paysage viti-vinicole local. Cette situation est d'autant plus critique qu'en dépit des tentatives d'adaptation et des processus de modernisation, le modèle de développement général du négoce héraultais est un modèle commercial en crise à partir de 1950.

Il s'agit ainsi de mettre en exergue, sur le long terme, les particularités du métier de négociant, la diversité de ses pratiques et les ruptures qui façonnent la trajectoire d'un acteur majeur de la filière viti-vinicole languedocienne entre 1900 et 1970.

SECTION 1

1900-1930 : un négoce florissant et rayonnant

La période courant du début du siècle à la fin des années 1920 est indéniablement une période de prospérité sur le marché des vins. D'un point de vue statistique, les maisons de commerce connaissent une expansion marquée, passant d'un total agrégé de 457 unités dans les trois grands centres expéditeurs du département à 499, tandis que certains centres secondaires voient leur armature commerciale progresser de plus de 50 % (Clermont-l'Hérault), voire doubler (Frontignan ou Pézenas).

Tab. 3 : Répartition des maisons de négoce en vins dans les grands centres d'expédition héraultais (1902-1929)

	1902	*1929*	*Évolution*
Béziers, Montpellier, Sète	457	499	9,1 %
Frontignan	30	75	150 %
Pézenas[1]	5	11	120 %
Clermont-l'Hérault	11	17	54 %

Source : *Annuaire de l'Hérault* et *Bottin du Commerce*

Si cet essor numérique cache des disparités et des nuances qu'il conviendra d'étudier, il est significatif d'une évolution positive pour la période. Il accompagne un accroissement de la productivité viticole dans le département qui enregistre des récoltes annuelles en hausse de près de 20 % pendant la période de notre étude, soit une croissance nettement supérieure à la croissance productive viticole nationale et semblable, en volume, à l'ensemble des trois grands autres départements producteurs de la région comme l'indique le tableau 2 ci-dessous. Cette production permet de répondre à une consommation toujours très élevée en France (tab. 4, page suivante) et qui s'accroit pendant cette période[2].

[1] Selon le *Bottin du Commerce*. Les chiffres établis dans l'*Annuaire de l'Hérault* pour Pézenas ne sont pas assez précis, notamment pour le début du siècle où négociants en vins et en alcool sont mélangés. Nous avons donc préféré ceux du *Bottin* qui paraissent plus crédibles.

[2] En moyenne, les Français consomment 130 l de vin par personne et par an entre 1870 et 1913 et 162 l entre 1919 et 1939. Cf. NOURRISSON D., *Alcoolisme et antialcoolisme en France sous la Troisième République : l'exemple de la Seine Inférieure*, Paris, La Documentation française, 1988, p. 875.

Tab. 4 : Production annuelle moyenne dans l'Hérault 1900-1930 (en M hl)				
	1900-1909	***1910-1919***	***1920-1929***	***Évolution***
Hérault	10,6	10,7	12,7	19,8 %
Aude	5,6	4,6	6,3	12,5 %
Gard	3,3	2,6	4,1	24 %
Pyrénées-Orient.	2,7	2,8	3,4	25 %
France	56	43,4	59,8	6,8 %
Consommation taxée	43,6	37,9	47,3	8,5 %

Source : LACHIVER M., *Vins, vignes et vignerons*, annexes.

Département d'expédition des vins produits par les milliers d'exploitants locaux, l'Hérault est également une zone de transit pour des vins espagnols, italiens, grecs ou algériens qui s'intègrent aux circuits de commercialisation approvisionnant les bassins de consommation et les clients métropolitains. Cette production quasi-exclusive dans le département nécessite un réseau de distribution solidement organisé et qui assure l'interface entre l'offre et la demande, entre le viticulteur et le consommateur.

Néanmoins, en dépit de cette prospérité générale en cette époque florissante, la période est également secouée par des cycles de mévente, souvent brefs mais intenses, qui ébranlent l'économie viti-vinicole départementale : 1905-1907 bien sûr, mais également 1922 ou 1925 comme le signalent les rapports d'inspection de la BDF[1]. Mais ces crises sont rapidement suivies de cycles de prospérité qui donnent à la période sa coloration positive[2] et permettent au négoce de s'affirmer dans les circuits commerciaux départementaux et extra-méridionaux.

Dès lors émergent une série de questions : qu'est-ce qu'être négociant au début du siècle ? Quelle est la place des maisons de commerce sur le marché des vins héraultais et quels réseaux mettent-ils en œuvre pour écouler la plus grande production métropolitaine ? Comment les négociants s'adaptent-ils et évoluent-ils dans la période face à l'instabilité du marché et la concurrence interne et externe grandissante ? Comment traversent-ils l'événement le plus marquant de la période, la Première Guerre mondiale ?

Nous nous orienterons donc dans cette section à l'étude du négoce durant cette période positive et à son nouveau visage à la suite de la crise phylloxérique et aux dérèglements qui l'ont accompagnée. Nous chercherons à déterminer comment le négoce héraultais traverse les différents cycles de prospérité ou de méventes et quelles attitudes les maisons de commerce adoptent pour s'adapter à cette altérabilité marquée qui symbolise le marché des vins.

Dans un premier temps, nous veillerons à esquisser le portrait du négoce héraultais dans ce premier tiers du XXe siècle dans toute sa diversité, depuis les grandes maisons urbaines à Sète, Montpellier ou Béziers, jusqu'aux petites maisons de commerce rurales dans

[1] ABDF : Béziers, Montpellier, Sète, 1900-1930.
[2] Cette période est perçue positivement à l'époque comme le soulignent les rapports de la BDF, mais également par la suite, notamment dans les années 1930 et 1950 où cette époque est mythifiée (cf. *infra,* p. 680-682).

l'arrière-pays ou la plaine languedocienne. Nous n'oublierons pas d'en étudier l'hétérogénéité commerciale ou juridique, mais également l'évolution sur ces trente années.

Dans un second chapitre, nous étudierons la position pivotale du négoce héraultais, c'est-à-dire son rôle d'interface entre la production et la consommation. Pour ce faire, nous évaluerons les différentes logiques réticulaires qui structurent le marché des vins héraultais, tant dans le département qu'en dehors. En dressant une typologie de la clientèle et en analysant les logiques d'approvisionnement, nous essaierons de construire, dans une approche dynamique et évolutive, le tissu commercial dans lequel le négoce héraultais rayonne.

Le troisième point de cette section sera consacré pour sa part aux différentes stratégies mises en œuvre par les maisons de commerce pour assurer stabilité et efficacité sur un marché incertain et devenu ultra-concurrentiel. Il s'agira ici de montrer comment les négociants s'inscrivent dans des stratégies rigoureuses et modernes qui, à différentes échelles, transforment le visage de structures artisanales qui peu à peu deviennent de véritables entreprises.

Enfin, le dernier chapitre étudiera le négoce héraultais et l'expérience de la guerre entre 1914 et 1918. Dans une période de turbulences et de perturbations, il faudra s'interroger sur les tentatives d'adaptation d'un négoce soucieux de stabilité et de régularité. Nous montrerons comment certaines maisons héraultaises, en dépit des nouvelles exigences de l'État ou des interférences du ravitaillement, profitent de la situation pour réaliser des bénéfices substantiels.

CHAPITRE 1 : ÊTRE NÉGOCIANT DANS L'HÉRAULT AU DÉBUT DU SIÈCLE

Alors que s'ouvre la grande période des crises de mévente, le négoce héraultais est dans une période transitoire, entre rupture et continuité. Tout d'abord, les structures mêmes des unités commerciales, les maisons de commerce, connaissent une évolution marquée. Tout en conservant certains particularismes qui ont fait leur spécificité dès la fin du XIXe siècle, elles doivent s'adapter aux mutations que connaît le marché des vins. Par la suite, le paysage commercial départemental lui-même se transforme lentement avec des différenciations sensibles entre les territoires urbains et ruraux. Cette une période charnière modèle alors le visage du Commerce héraultais pour plusieurs décennies.

Ainsi, dans ce premier chapitre, nous nous proposerons d'étudier la grande hétérogénéité des maisons de commerce languedocienne ainsi que leurs pratiques sur le marché des vins. Nous verrons ensuite comment le négoce occupe l'espace, tant en ville qu'à la campagne et comment cette occupation évolue au fil du temps et au gré des dynamiques du marché. Enfin, nous aborderons la multiplicité des structures commerciales avec l'étude des différentes raisons sociales et raisons juridiques des maisons de commerce. Ici aussi nous nous attacherons à marquer l'évolution de ces structures dans un contexte instable, alternant des phases de prospérité et de difficultés.

Une hétérogénéité marquée

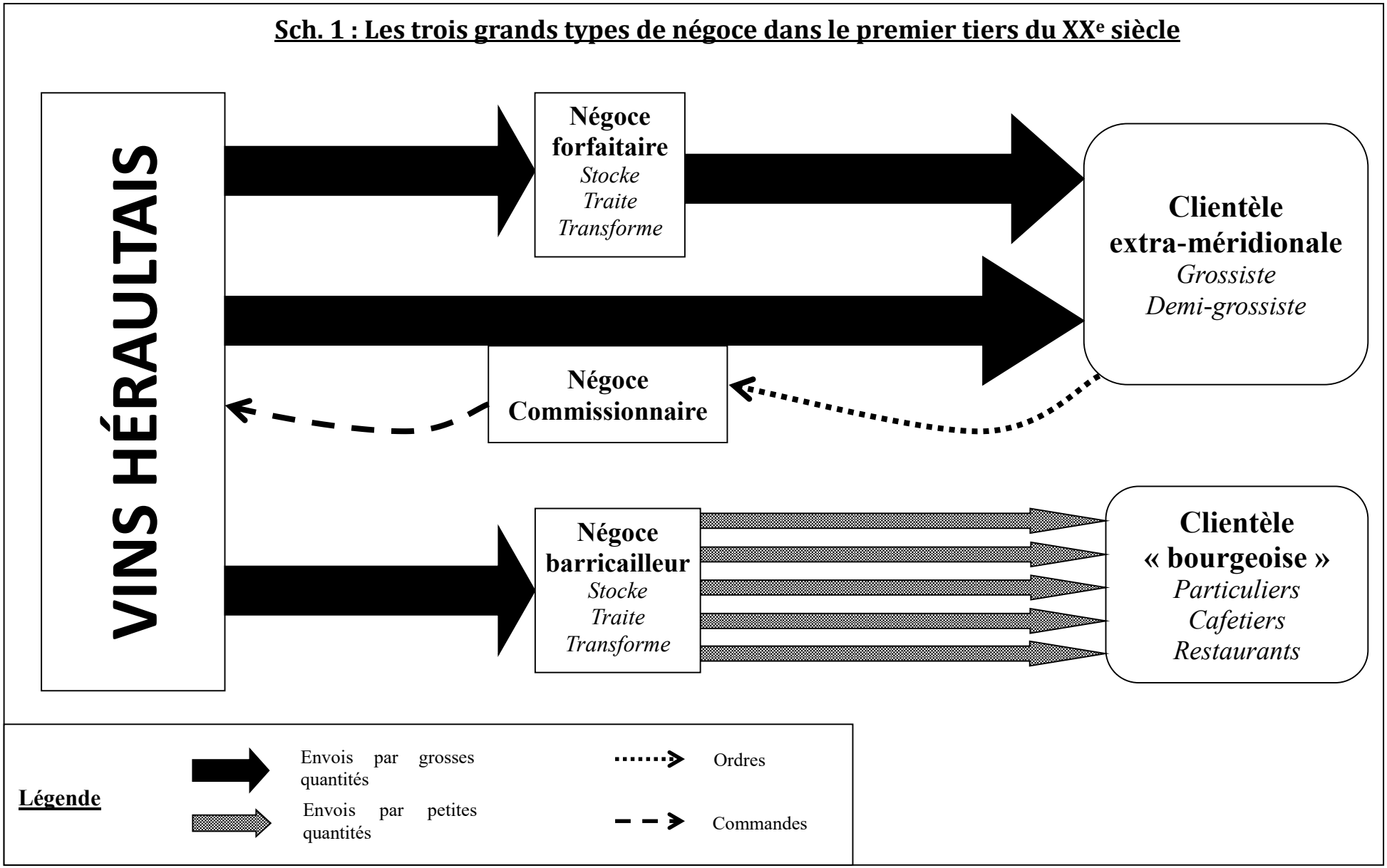
Le Midi viticole se caractérise par la grande hétérogénéité de ses structures d'exploitation vinicole. C'est le cas également avec ses structures commerciales dans ce premier tiers du XXe siècle. Ainsi, à la diversité des viticulteurs[1] répond une grande variété des maisons de commerce héraultaises. Cette nature hétéroclite est l'une des caractéristiques fondamentales du négoce héraultais et le différencie grandement des autres structures commerciales dans les grands vignobles tels celui de Champagne[2] ou de Bourgogne[3]. Ces dernières recouvrent alors des réalités professionnelles souvent différentes comme le montre l'indique le schéma 1 page suivante. Par ailleurs, il est frappant de relever que cette hétérogénéité, constitutive d'une identité méridionale, est notable à la fois entre les différents types de négoces mais également à l'intérieur d'un même type.

[1] J. Milhau évoque, dans *Étude économétrique du prix du vin,* le caractère « atomistique » du marché du vin, en raison de la multiplicité de ses acteurs. Cf. MILHAU J., *Étude économétrique du prix du vin,* Montpellier, Causse, Graille et Castelnau, 1935.

[2] MUSSET B., *Le vignoble de Champagne, de la naissance des vins mousseux à celle des maisons de champagne (1650-1830). Les transformations d'un univers vinicole, social et commercial*, Thèse de 3ème cycle, Université de Reims, 2006.

[3] LUCAND C., *op. cit*.

Sch. 1 : Les trois grands types de négoce dans le premier tiers du XXe siècle



Le négociant forfaitaire, un acteur majeur aux multiples visages

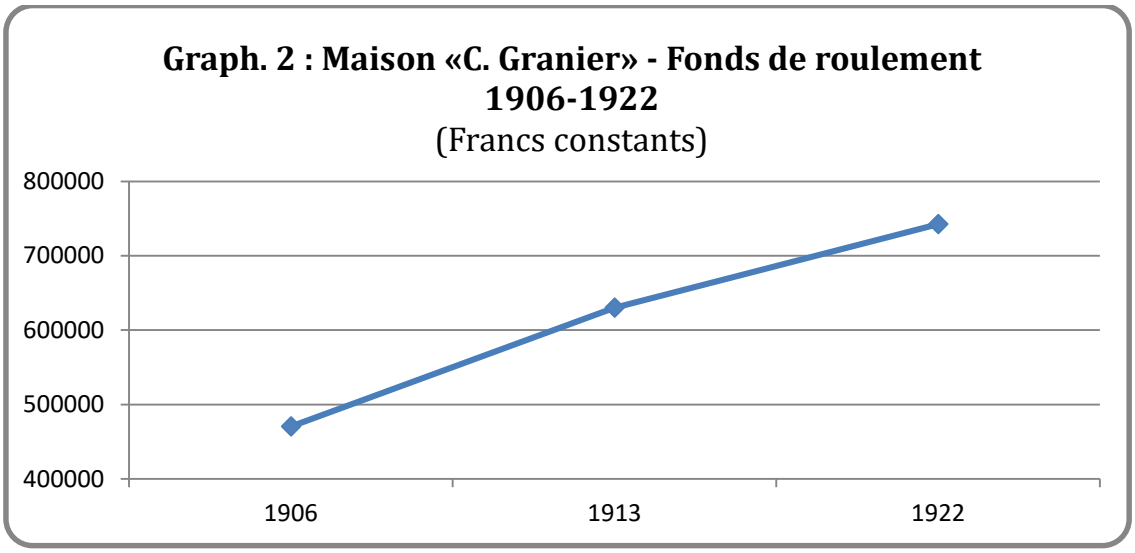
Au début du siècle, le négociant forfaitaire est la figure phare de la profession. Pour Pierre Bergé, il est celui qui joue « un rôle encore plus important »[1] que les autres acteurs de la filière. « Commerçant considérable »[2], il dispose de chais plus ou moins vastes qui lui permettent d'entreposer les marchandises qu'il reçoit de ses fournisseurs, de les traiter et de les conserver. Il tient son nom du fait qu'il vend ses vins « au forfait », c'est-à-dire selon un prix global comprenant à la fois le cours des vins mais également les frais de transport, d'entrepôt et de traitement. Lorsque la marchandise transite par les chais du négociant, on parle ainsi de « forfait magasin ». Le vin est alors acheminé vers les chais du négociant où ils sont stockés et traités avant d'être expédiés, sur un temps moyen d'environ 2 à 3 mois pour les VCC et un an pour les vins fins ou les apéritifs. En revanche, lorsque le vin est expédié directement depuis les caves du producteur (où il a subi des opérations de stockage et de traitement qui sont à la charge du négociant), on parle de « forfait propriété ».

Le taux de ce forfait est bien évidemment aléatoire en fonction des périodes, des maisons de commerce et des stratégies commerciales. Néanmoins, on peut estimer que sur l'ensemble de la période, il s'établit autour de 10 % du prix à l'hl avec des variations notables, entre 8 et 15 % en moyenne[3]. Outre le matériel et les instruments nécessaires à toutes ces opérations, le négociant forfaitaire dirige également un personnel plus ou moins conséquent, depuis les ouvriers des chais jusqu'aux employés administratifs. Les premiers sont soit des ouvriers à demeure soit des ouvriers extérieurs, employés à la journée ou à la commande, comme les tonneliers ou les soutireurs[4]. Les seconds sont le plus souvent, au début de la période, des membres de la famille qui font office de comptable-secrétaire[5]. Dans le cas des grosses maisons comme « Cazalis & Prats » à Sète, « Noilly-Prat » à Marseillan, « Parlier & Krüger » à Montpellier, « V. Anthérieu » à Frontignan, une partie de ces ouvriers sont à demeure et on en compte jusqu'à plusieurs dizaines[6]. Dans les plus petites structures, il y a le plus souvent un seul ouvrier qui fait office de maître de chais, soutireur, entonneur voire régisseur de la propriété. À Puisserguier, les patrons de la maison « Lavigne & Degeilh » effectuent eux-mêmes les charrois et les soins, aidés par un maître des chais au début du siècle[7].

Dès lors, l'immobilisation de quantité de marchandises considérable ainsi que les salaires quotidiens des ouvriers des chais et des employés requièrent une puissance et une surface financières qui expliquent qu'à cette période, le nombre des gros négociants forfaitaires

[1] BERGÉ P., *Le marché des vins du Midi*, Paris, PUF, 1927, p. 33.
[2] *Idem.*
[3] Il est très difficile de conclure sur un taux moyen ou même sur les bénéfices tirés par les négociants car ils varient amplement d'une période à l'autre, d'une maison à une autre, d'une transaction à une autre.
[4] ADH : 10 M 235, Fonds Travail et Main d'œuvre – Conflits du travail, « Grève des ouvriers tonneliers, Sète, juillet-août 1911 ».
[5] Chez Domergue par exemple, c'est son beau-fils – qui reprend l'exploitation par la suite – qui s'occupe des tâches administratives (ADH : 5 J 69, Fonds Domergue, Correspondance, 1901-1911).
[6] Cf. *infra,* p. 187 et sq..
[7] ABDF : Béziers, 1904.

est relativement limité[1]. Ainsi, chez « C. Granier » à Magalas, grosse maison de commerce rurale à cette époque et dont nous disposons des livres de compte pour notre période d'étude[2], le fonds de roulement au début du siècle est d'environ 474.000 F pour atteindre 2,6 M de F en 1922 soit une augmentation en francs constants de plus de 50 %.



Source : ADH 10J 225, Fonds Granier, Inventaire

Être négociant forfaitaire demande donc des fonds de roulement et de fonctionnement imposants, ce que ne manquent jamais de souligner les inspecteurs de la BDF lorsqu'ils étudient la solvabilité et la viabilité des maisons de commerce dans le département.

Cela explique que l'impact des négociants forfaitaires sur le marché des vins soit majeur car ils disposent, par leurs capacités financières plus développées que la moyenne, des moyens pour acheter les caves les plus importantes, parfois de plusieurs milliers d'hl. Par exemple, la maison « Cazalis & Prats » dispose de 45.000 hl de vaisselle vinaire sur une surface de plus de 6.000 mètres carrés le long du quai de Bosc[3] à Sète tandis que la maison « Noilly-Prat » est propriétaire de chais pouvant contenir 170.000 hl à Marseillan et 70.000 à Sète[4]. Au milieu des années 1920, des chais de plus de 250.000 hl sont construits par les architectes Carlier pour la maison Dubonnet, quai des moulins[5].

À côté de ces gros négociants, les « barricailleurs », eux, expédient à leur clientèle des quantités beaucoup plus limitées, généralement quelques fûts[6] par expédition[7]. Au contraire des gros négociants, dont les clients sont principalement d'autres négociants, les barricailleurs commercent exclusivement avec la clientèle bourgeoise, c'est-à-dire des particuliers ou de

[1] DEGRULLY P., *Essai historique et économique sur la production et le marché des vins en France*, Montpellier, Imp. Roumégous et Déhan, 1910, p. 361.
[2] ADH : 106 J 225, Fonds G. Granier, Inventaire.
[3] *Annuaire de l'Hérault*, 1910, Publicité.
[4] ADH : 1 J 1397, Fonds isolés, « Noilly-Prat », Publicité, 1909.
[5] *Travaux d'Architecture 1870-1930*, Strasbourg, Edari, 1931
[6] Cela peut varier d'un fût de 120 litres à une douzaine selon les transactions.
[7] D'où leur nom, tiré du terme générique « barrique ».

petites structures tels les cafetiers, les débits d'alcool ou les restaurants ; leurs fournisseurs sont peu nombreux ; leurs moyens de stockage plus limités[1]. Ils expédient le plus souvent des vins de qualité, directement consommables, comme la maison « G. Causse » qui écoule en petites quantités, dans le cadre d'une « vente au commerce » des « vins de Saint-Georges, garantis authentiques et petits »[2]. Bien évidemment, cette césure n'est pas aussi marquée que cela et il arrive bien souvent que des maisons, aux moyens plus ou moins développés, traitent à la fois de grosses et de petites quantités. Ainsi, au début du siècle, la maison « Rassiguier » à Olonzac expédie majoritairement de petites quantités (entre 60 et 5.000 litres) mais, de temps à autres, passe de contrats pouvant dépasser les 1.000 hl (comme avec Barboteau à Niort)[3].

Tab. 5 : Types d'expéditions de la maison « Rassiguier » 1905

Nom du représentant- destination (durée)	***Contenant (conte-nance)***	***Unités***
Sancaise – Cher (janvier-juillet 1905)	Sixain (60 l)	14
	Bordelaise (225 l)	19
Wastiaux – Troyes (octobre-novembre 1905)	Fûts (110 l)	5
Louis Roux - Charenton (octobre 1905)	Wagons-réservoirs (148 hl en moy.)	7
	Demi-muids	12
Junié – Paris (octobre-décembre 1905)	Barriques (220 l)	21
	Fûts (110 l)	2
	Demi-muids (585 l)	2

Source : ADH : 3 U 4 988, Faillite Rassiguier, registre des représentants

Néanmoins, lorsque le barricailleur gagne en volume, et même s'il continue à expédier parfois de petites quantités[4], il ne se considère plus comme barricailleur. Ainsi la maison « Jeanjean » qui en 1911 se rend acquéreur d'un terrain à Saint-Félix de Lodez pour pouvoir entreposer plus de marchandises et qui passe du statut de barricailleur à celui d' « entreprise de commerce en gros »[5]. On considère donc que le barricailleur est le négociant qui vend majoritairement une partie de ses stocks « à la barrique ».

[1] Très souvent il s'agit de la grange de la maison familiale comme la famille Jeanjean à ses débuts.
[2] *Annuaire général du Commerce en gros des vins et des spiritueux*, 1910.
[3] ADH : 3 U 4/981 à 984, Tribunal de première instance de Saint-Pons, Faillite Rassiguier, 1905.
[4] C'est encore le cas de Granier au début du siècle et d'Augé au tournant des années 1930.
[5] JEANJEAN M., *Vigne et vin en Languedoc-Roussillon. L'histoire de la famille Jeanjean, 1850-2006*, Toulouse, Privat, 2007, p. 62.

Dans ses logiques d'achats, le négociant forfaitaire cherche soit à suivre le marché soit à le devancer Il a ainsi une incidence majeure sur le marché des vins et sur l'évolution des cours. En effet, il joue un rôle de spéculateur, en essayant d'estimer au plus juste à l'avance les évolutions futures des cours du vin et, en conséquence, en achetant la marchandise dans une optique bien précise. Il peut ainsi selon les périodes, comme à la bourse, viser la hausse ou la baisse du marché, ce qui, bien sûr, a des conséquences sur ce dernier.

Lorsqu'il est haussier, le négociant-forfaitaire, confiant dans une logique ascensionnelle du marché, achète en devançant ses collègues et la demande de ses clients. Il se fournit auprès des producteurs en étant persuadé que, dans quelques semaines ou dans quelques mois, les prix seront plus élevés et qu'il pourra ainsi réaliser un bénéfice conséquent. Ces achats, dans une logique haussière, se font généralement en septembre-octobre et avant les fêtes de fin d'année. C'est toutefois une stratégie hasardeuse et dangereuse car, sur un marché par nature aléatoire[1], il y a de nombreux risques de baisse, ce qui force le négociant forfaitaire à « vendre à crédit »[2]. Derrière cette expression technique et neutre se cache en réalité une vente à perte. Pour éviter de subir un préjudice trop conséquent qui s'avèrerait dramatique pour la survie économique de la maison de commerce, le négociant est forcé de vendre dans la précipitation et de subir des pertes, qui au début du siècle, peuvent s'élever à plusieurs dizaines de milliers de francs. Citons ici la maison « Castelbon » à Béziers en 1904[3] ou Auguste Taillan au début des années 1910[4]. Certaines de ces pratiques spéculatives trop risquées entraînent même la disparition de maisons de commerce solidement établies, comme la maison « Leenhardt-Bazille » à Montpellier dans la décennie suivante[5]. D'un point de vue plus général, ces pratiques « à crédit » tendent à désorganiser le marché et à tirer les cours vers le bas.

Le baissier lui, au contraire, cherche à vendre son vin avant de l'avoir acheté, en espérant une baisse des cours, notamment dans les périodes les plus calmes (février, mars, avril principalement). C'est pour cette raison qu'on l'appelle le « vendeur à découvert ». Il signe avec son client un marché à terme à un prix qu'il espère plus élevé que les cours au moment où le contrat est passé. Afin d' « allécher »[6] sa clientèle, le baissier cherche à se placer dans une gamme de prix inférieure à ses concurrents pour être certain de passer des contrats et d'engager la clientèle. La première des conséquences est une lutte acharnée entre baissiers pour trouver les plus bas prix, ce qui a tendance à tirer le marché vers le bas. Mais inversement, cette stratégie a également pour conséquence, notamment dans un contexte de récoltes déficitaires, de faire monter les prix par une demande accrue qui entraine, selon le principe de la loi de King[7], une hausse des cours. Ainsi, en raison de l'importance des demandes, le négociant baissier se met brusquement à acheter ce qui a tendance à faire rapidement remonter les

[1] L'ensemble des observateurs s'accorde à penser que le marché des vins se caractérise par les importantes fluctuations des cours et leur imprévisibilité, ce que confirme l'étude sur le long terme des cours.
[2] BERGÉ P., *op. cit.,* p. 34.
[3] ABDF : Béziers, 1905.
[4] ABDF : Sète, 1912.
[5] ABDF : Montpellier, 1922.
[6] BERGÉ P., *op. cit.,* p. 34.
[7] Loi établie selon l'économiste statisticien britannique Grégory King (1648-1712). Cette loi énonce que la rareté ou l'abondance d'un produit influe sur son prix. C'est, de manière générale, la « loi de l'offre et de la demande ».

cours et donc à lui faire perdre de l'argent car il achète plus cher que ce qu'il a promis de vendre. À cette première hausse s'en ajoute une seconde : devant l'impossibilité de certains baissiers qui préfèrent limiter leurs pertes en annulant leurs contrats, les clients sont obligés de repasser des commandes, ce qui fait à nouveau augmenter les cours. Ici aussi, cette pratique risquée explique que certaines maisons sont dans l'impossibilité d'assurer les transactions pour lesquelles elles s'étaient engagées. Elles préfèrent alors trouver un accord avec leurs clients sous la forme d'un concordat où elles s'engagent à payer une indemnité pour compenser les pertes. Ainsi, en 1912, dans le cadre d'une transaction portant sur 90.000 hl, deux vendeurs à découvert préfèrent payer 1 F par hl à leur client de dommages et intérêts plutôt que livrer une marchandise qui, en raison de la hausse subite et brusque des cours, leur aurait fait perdre 2 M de F[1].

Pour remédier à ce genre de risques et devant l'irrégularité de plus en plus marquée des cours en ce début de siècle, les négociants abandonnent peu à peu leur fonction de spéculateurs et de régulateurs du marché. Ils passent, dans une logique de fidélisation, des marchés à terme avec les clients. Ceux-ci s'engagent alors à acheter le vin quelques mois plus tard au prix du mois du contrat. Satisfaits, ils sont certains d'avoir des prix fixes sur de longues durées et les négociants sont certains de pouvoir écouler leurs stocks. Ce premier pas vers une sécurisation des transactions est la principale préoccupation des maisons de commerce durant la période. Mais au début du siècle, c'est encore une pratique limitée car trop contraignante.

En effet, l'époque voit surtout l'accroissement des négociants-forfaitaires baissiers[2]. Cela s'explique tout d'abord en grande partie car la pratique devient de plus en plus courante dans le Midi, notamment en raison des faibles besoins en capitaux frais qu'elle réclame. Mais cette première évolution au début du siècle désorganise profondément le marché, tout d'abord par l'effet négatif de ces pratiques dépressionnistes mais également par l'effacement progressif des achats à la hausse qui donnaient « à la cote des vins une vive impulsion »[3]. Ainsi, au début du siècle, le journal *La Ligue du Midi* souligne la confusion qui règne sur le marché[4] en raison de ces pratiques baissières. Cependant, si les négociants ne sont pas directement mis en cause dans les revendications entendues lors des manifestations de 1907 dans le département, on ne peut négliger l'impact déstructurant de pratiques déflationnistes sur un marché déjà largement perturbé par la fraude et la surproduction[5]. C'est d'ailleurs dans ce contexte de profonde désorganisation d'une profession pourtant considérée comme « le régulateur des prix du marché »[6] que nait le Syndicat régional avec comme ambition, nous le verrons plus loin, de restructuration de la profession et, ainsi, de la filière.

[1] *MJM*, 07/07/1912, Cour d'Appel de Nîmes, 19/02/1912.
[2] BERGÉ P., *op. cit.,* p. 35.
[3] JOUFFROY-SCHAEFFER M., « La crise vinicole de 1907 en Languedoc », *REM*, n°78, 1972, p. 4.
[4] « De marchés, il n'existe plus, de cours, pas davantage » affirme le journal dans son édition du 23 septembre 1900.
[5] SAGNES J., *Discours parlementaires : La crise viticole de 1907 devant la Chambre des députés,* Montpellier, ADH, 2007, p. 12.
[6] BERGÉ P., *op. cit.,* p. 36.

Ces pratiques s'expliquent car les négociants réalisent des bénéfices très limités. En raison de l'opacité des sources à ce sujet et de la discrétion des acteurs à l'époque, il est difficile de quantifier les marges réalisées par les maisons de commerce, hors « coup » exceptionnel[1]. Mais, par exemple, la maison « Granier » réalise en 1920 un bénéfice de 75.000 F pour plus de 94.000 hl expédiés depuis la maison de Magalas soit 1,25 F par hl[2]. Par ailleurs, les syndicats estiment les marges des maisons aux alentours de 2 à 5 % pendant la période. Cette faible rentabilité explique que les maisons de commerce brassent de grosses quantités de marchandises.

Le commerce est ainsi profondément déstabilisé par des pratiques nouvelles qui lui font perdre sa cohésion et sa « maîtrise d'autrefois »[3]. Procédé le plus ancien[4], la vente au forfait est remise en question, au début du siècle, sous la pression des clients des centres de consommation. Ces derniers préfèrent faire appel à un autre agent commercial : le commissionnaire en vin.

Les commissionnaires : appât du gain ou solution face aux risques ?

Prosper Gervais, dans son analyse des marchés des vins et de leur basculement au début du siècle dans le désordre qui mène, en partie, aux crises de mévente, explique qu'en raison de la nouvelle de loi de 1900 qui « rendit le Commerce accessible à tout le monde (…), le grand commerce se vit tout à coup débordé par une foule de commerçants improvisés, de courtiers-commissionnaires qui, affranchis des traditions, des pratiques, des charges de celui-là, n'eurent qu'un souci : faire des affaires et qui recherchèrent dans le bon marché, dans une surenchère effrénée, le moyen de réaliser cet objectif »[5].

Le professeur Gervais fait ici référence à la loi de 1900 sur les boissons qui libéralise effectivement le marché[6] et entraîne de nombreux dérèglements. Ainsi, lorsqu'il évoque les commissionnaires, il se fait le porte-parole de l'ensemble des négociants traditionnels qui acceptent difficilement cette nouvelle – et avide – concurrence. Néanmoins, cette tendance à vouloir « faire des affaires » n'est pas l'apanage des seuls « commissionnaires purs » et l'irruption de ces derniers sur le marché des vins languedociens n'est pas une nouveauté.

En effet, nous avons vu que les négociants-forfaitaires sont également, dans une logique spéculative haussière ou baissière, également à la recherche des profits les plus substantifs. En outre, le développement des négociants baissiers pendant cette période est un premier signe de cette mutation du négoce languedocien vers une activité qui demandait moins d'implication financière mais qui était également moins indépendante car soumise à la de-

[1] Comme la maison biterroise « A. Diot » qui gagne 500.000 F en 1903 (ABDF : Béziers, 1904).
[2] ADH : 106 J 225, *op. cit.* et ADH : 106 J 49, Fonds Granier, Sorties de vins, 1919-1921. Les cours s'établissent aux alentours des 95 F/hl cette année-là.
[3] GERVAIS P., *La viticulture en France de 1913 à 1923*, Paris, 1924, p. 2.
[4] ABDF : 1370199402, Rapport sur le négoce des vins, 1962, p. 7.
[5] GERVAIS P., *op. cit.,* p.2.
[6] Loi du 20/12/1900 sur le régime des boissons qui supprime certains des droits sur la circulation des vins et les droits d'octroi.

mande. Enfin, le commissionnaire n'est pas un acteur inconnu dans l'Hérault. Guillaume Geraud-Parracha a montré dans sa thèse sur le commerce des vins et des eaux-de-vie sous l'Ancien régime qu'aux XVIIe et XVIIIe siècles, le Languedoc était parcouru par une armée de commissionnaires qui travaillaient pour les maisons de commerce parisiennes ou lyonnaises[1]. Ainsi, cette tradition de dépendance des centres de consommation n'est pas nouvelle et le Midi a toujours été très attentif des ordres d'achats venus de l'extérieur, même en ce qui concerne les maisons les plus puissantes.

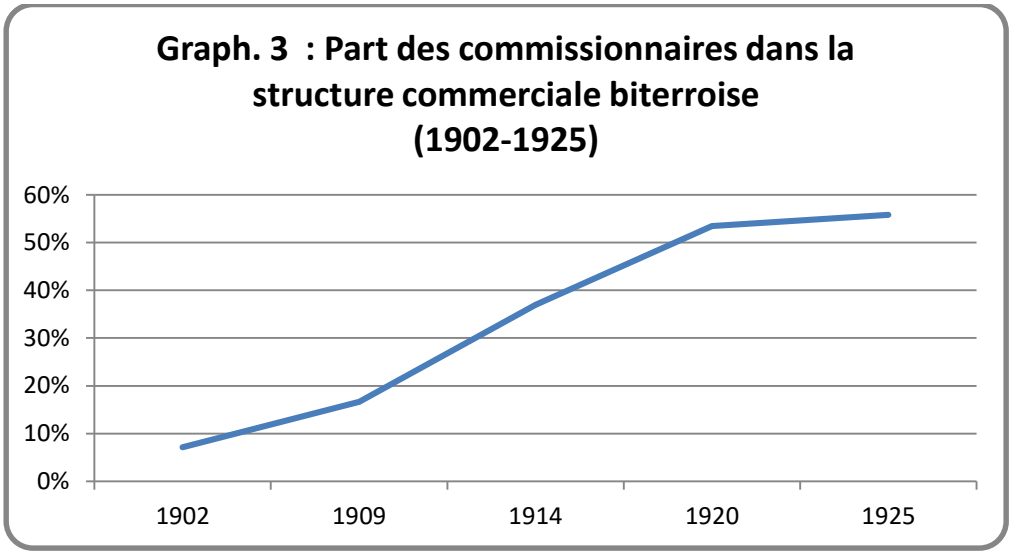
Toutefois, il est indéniable que le début du siècle marque le retour massif des commissionnaires sur le marché des vins. C'est là l'une des spécificités du négoce des vins dans le département. Ces derniers sont, jusqu'aux années 1920, le plus souvent, des courtiers qui cherchent à multiplier leurs activités dans une logique de diversification et de profitabilité. Ce sont également parfois d'anciens négociants qui ont fait faillite et qui cherchent à se relancer[2].

Mais si le négociant garde une certaine indépendance, le commissionnaire est lui totalement assujetti aux maisons des centres de consommation dont il est le simple exécutant et pour qui il procède aux achats sur place. Ainsi, selon le *Code du commerce*, « le commissionnaire est celui qui agit en son propre nom ou sous un nom social pour le compte d'un commettant »[3]. Le commissionnaire est donc un mandataire qui suit les ordres envoyés par le négoce-approvisionneur de Paris, Lyon, Nancy ou Saint-Etienne. Chargé par son client de lui fournir des vins à des conditions déterminées à l'avance, il ne fait qu'exécuter un ordre. Dans ce cadre, il n'acquiert donc à aucun moment la marchandise, son rôle se limitant à acheter des quantités de vin définies qualitativement et quantitativement par son commettant. Cet intermédiaire n'a donc besoin ni de stock ni d'entrepôts ni de capitaux, d'où, d'ailleurs, sa proximité avec le métier de courtier. En revanche, si le métier ne comporte aucun risque quant à l'évolution des cours (et donc aucune perte ni profit), il ne peut réaliser aucun bénéfice en cas de hausse des cours. Son seul bénéfice provient de sa commission, d'où il tire son nom, qui comprend sa commission propre, la commission du courtier, du représentant, des frais d'entonnage, des frais généraux. À cela s'ajoutent pour le commettant les frais de transports (charrois et location de wagons-réservoirs). Cette commission est fixée à l'hectolitre et elle avoisine 5 F au maximum à la fin des années 1910[4]. D'un point de vue fiscal, considéré comme un négociant en gros, il doit payer la taxe sur le chiffre d'affaires mais uniquement sur sa commission et non pas sur l'ensemble de sa facture comme les forfaitaires. En revanche, il ne paie ni licence, ni patente[5], ce qui permet de travailler avec des frais généraux bien moindres que ceux des négociants classiques.

Ces raisons – le peu de risques pour le commissionnaire et les frais réduits pour les clients – expliquent le développement rapide de la profession. Ainsi, bien que le nombre de

[1] GERAUD-PARRACHA G., *Le commerce des vins et des eaux-de-vie en Languedoc sous l'Ancien Régime*, Montpellier, Déhan, 1957.
[2] Comme Lautier à Montpellier au début des années 1900 (ABDF : Montpellier, 1900).
[3] *Code du commerce*, article 94.
[4] Dans les années 1930, elle tourne autour de 8-10 F l'hectolitre, ce qui représente une évolution quasi-nulle de la commission.
[5] Sauf dans le cas des « commissionnaires-entrepositaires », assez rares au début du siècle.

maisons référencées comme « commissionnaires » soit limité au début du siècle à Béziers où ils ne représentent que 7% de la profession, le chiffre, en constante progression, dépasse les 50 % dans les années 1920[1].



Source *: Annuaire de l'Hérault*

C'est là une preuve de l'attrait d'un nouveau type de négoce dans un contexte particulièrement tendu et aléatoire. Cette évolution signifie également la réduction du nombre d'intermédiaires (notamment avec la nouvelle profession de « courtiers-commissionnaires ») et la contraction des circuits commerciaux, notamment lors des périodes difficiles.

Toutefois, ici aussi, la porosité entre les différents types de négoce est importante. On a vu qu'elle était justifiée entre les commissionnaires et les courtiers dans une logique de pluriactivité. Elle est d'autant plus judicieuse dans ce début de siècle, qu'en endossant le costume à la fois de courtier et de commissionnaire, le courtier-commissionnaire empoche deux commissions : celle du courtier et celle du commissionnaire. D'ailleurs, cette situation est critiquée par le biais des instances officielles du Commerce. Ainsi, en 1907, dans un rapport présenté par Achille Gaillard à la Chambre de commerce de Béziers, l'une des causes de la crise viticole est très clairement avancée : ce sont « les courtiers [qui] ayant remplacé les négociants (…), ne [paient] le plus souvent ni patente, ni licence »[2].

Cette perméabilité des types d'activité est également sensible chez les commerçants en gros : une large partie des maisons de commerce fonctionne à la fois au forfait et à la commission. C'est une manière pour elles de limiter les frais lorsque la situation générale sur le marché des vins devient tendue, comme lors des crises de mévente. En effet, cette solution de repli est particulièrement pratique lorsque les conditions générales d'évolution du marché des vins rendent les spéculations trop risquées. Les maisons peuvent alors se contenter, en limitant ainsi leur frais, de vendre à la commission. Cette évolution est nettement perceptible dans les

[1] Voir l'armature commerciale héraultaise en annexes, p. 1022.
[2] ADH : 8 M 213, Fonds CCB, « Enquête parlementaire sur la Crise viticole, Indication des causes de la crise et de ses conséquences, Remèdes proposés », Séance du 12 mars 1907, p.16.

publicités où les termes « forfait » et « commission » sont de plus en plus associés. Ainsi, en 1914, à Montpellier, les maisons « Fayet », « Leenhardt-Bazille », « Miard » ou « Rouzières » marchent à la fois au forfait et à la commission[1].

Déjà au début des années 1900, les rapports de la BDF indiquaient que certaines maisons fonctionnaient tant au forfait qu'à la commission. À Béziers par exemple, la maison « Clément-Pomarède » travaille à la commission avec des maisons parisiennes, bordelaises et du Centre et, dans le même temps, dispose d'un magasin à Paris où elle expédie des vins de la région passés par ses chais héraultais[2]. Dans les années 1910, toujours à Béziers, l'inspecteur relève le cas de la maison « Marquié J. et Cie » dont le patron est décrit à la fois comme « commissionnaire » et « spéculateur à la hausse », démontrant ainsi la capacité des acteurs commerciaux à s'adapter aux contingences dans l'optique de réaliser les meilleures affaires possibles.

Mais ce phénomène ne touche pas que les grands centres expéditeurs. Dans les villages, la tendance est également sensible, même si plus difficilement décelable. C'est le cas, par exemple au tournant des années 1920, de la maison « Alvin Avérous » au Poujol qui stipule sous l'en-tête « Vins à la propriété » : « Commission et forfait »[3]. Augé lui aussi, à la fin des années 1920, travaille à la fois au forfait et à la commission depuis Cessenon[4].

C'est là une évolution notable de la période et, surtout, qui tend à se généraliser, dans la suivante.

Cette transformation progressive du visage du négoce héraultais par de nouvelles pratiques, mais également l'émergence de nouveaux acteurs, s'opère dans un cadre spatial où s'opposent les dynamiques rurales et urbaines. Agents incontournables de la filière, les négociants et leurs auxiliaires, les courtiers, sont omniprésents dans le paysage viticole languedocien. On les retrouve aussi bien dans les campagnes héraultaises que dans les villes avec, dans les deux cas, des stratégies d'occupation de l'espace différenciées.

Dissémination et maillage rural

Chaque village languedocien dispose de son réseau commercial lui permettant d'écouler son stock de production et, sur l'ensemble de la période, aucun village n'est laissé à l'écart par les réseaux du négoce. On assiste ainsi ici à une structuration de l'espace par le Commerce, dans le cadre d'un maillage rural visant essentiellement à l'efficacité commerciale.

Ainsi, à l'étude de l'arrondissement de Béziers dans l'Hérault en 1902[5], il apparaît que le commerce des vins est présent par l'intermédiaire des courtiers et des maisons de négoce[1] dans les proportions suivantes :

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1914.
[2] ABDF : Béziers, 1905.
[3] ADH : 8 M 309, Fonds CCB, Transports, Plates-formes des chemins de fer, Correspondance.
[4] ADH : 6 U 2 746 : Tribunal de commerce, Béziers, Faillite Augé, Correspondance, 1929.
[5] *Annuaire de l'Hérault*, 1905.

Tab. 6 : Structure commerciale – Hérault rural – 1902 Arrondissement de Béziers		
Nombre villages (<2.000 hab.)	***Maisons de négoce***	***Courtiers***
78	95	162

Source *: Annuaire de l'Hérault*

Cela fait donc en moyenne deux courtiers par village et une maison de négoce par village. Ces moyennes qui par définition lissent le réel, cachent en fait une réalité bien plus disparate : des villages sans courtier (Boujan), d'autres avec 6 ou 7 courtiers (Corneilhan), certains sans négociant (Maureilhan) alors que d'autres en comptent une demi-douzaine (Neffiès). Quoi qu'il en soit, ces chiffres font preuve de la présence massive du Commerce dans les villages héraultais. Ces réseaux sont essentiels à la fois pour les négociants dans l'optique de l'expédition de leurs stocks, mais ils sont également primordiaux pour les producteurs qui doivent écouler leur récolte.

Si l'on monte dans la hiérarchie villageoise, on retrouve dans les gros bourgs une armature commerciale qui grossit en conséquence.

Tab. 7 : Structure commerciale – Hérault rural – 1902 Arrondissement de Béziers			
Village	***Nombre d'hab.***	***Maisons de négoce***	***Courtiers***
Cazouls-lès-Béziers	4.143	5	8
Florensac	3.677	3	7
Montagnac	3.580	4	4
Puisserguier	3.754	8	5

Source *: Annuaire de l'Hérault*

Là aussi, le tissu commercial permet de répondre aux besoins de la consommation grâce à une activité qui se concentre dans le village lui-même s'il est gros producteur (Cazouls, Puisserguier) ou dans les villages environnants qui sont sous l'influence commerciale de ces maisons de commerce. En effet, certains villages ne disposent d'aucun courtier ou négociant mais ils sont très proches, et donc sous le rayonnement commercial direct des villes ou villages voisins comme Boujan à côté de Béziers ou Vailhan dans le canton de Roujan qui est sous l'influence directe de Neffiès.

En 1919, la situation a sensiblement évolué (tab. 8, page suivante).

[1] Nous emploierons ici le terme de « maisons de négoce » car cette réalité juridique recouvre une diversité humaine. En effet, il y a parfois dans une seule et même maison plusieurs négociants (c'est par exemple le cas chez les Jeanjean à Saint-Félix de Lodez où père et fils travaillent ensemble) alors que dans d'autres maisons, c'est une seule personne qui tient la maison (comme par exemple la maison « Tudez » à Poussan). Concrètement, dans cette période, il y a donc plus de négociants que de maisons de commerce.

Tab. 8 : Structure commerciale – Hérault rural – 1919 Arrondissement de Béziers				
Nombre villages (<2.000 hab.)	***Maisons de négoce***		***Courtiers***	
76	*Forfaitaires*	*Commissionnaires*	*Courtiers*	*Courtiers-commissionnaires*
	60	10	141	14
Évolution 1902-1920	- 26, 3%		- 4,3 %	

Source *: Annuaire de l'Hérault*

Ces pertes, somme toute logiques pour une période qui a vu s'enchainer une crise majeure de mévente (1903-1907) et un conflit meurtrier, sont compensées par le développement rapide des commissionnaires. Ceux-ci sont soit des négociants qui en raison des charges et des crises deviennent commissionnaires, soit des courtiers qui, dans une situation d'absence de négoce local, décident de s'orienter vers le commerce. Au total, la baisse n'est pas si importante que cela, seulement 12,4 % si on prend l'ensemble de la structure commerciale rurale (courtiers et négociants) de l'arrondissement. Elle est en outre compensée par la forte croissance des négociants urbains qui polarisent l'espace rural, comme nous le verrons plus loin.

À l'échelon supérieur, les gros villages de l'arrondissement enregistrent des trajectoires contrastées comme en témoigne le tableau ci-dessous.

Tab. 9 : Structure commerciale – Hérault rural – 1919 Arrondissement de Béziers				
Village	***Production***	***Maisons de négoce***	***Courtiers***	***Tendance***
Cazouls-lès-Béziers	240.000 hl	4	5	⇘
Florensac	210.000 hl	6	9	⇗
Montagnac	180.000 hl	3	8	⇘
Puisserguier	200.000 hl	7	6	⇘

Source *: Annuaire de l'Hérault*

Trois des villages-tests subissent une légère baisse de leurs effectifs (Cazouls, Montagnac, Puisserguier) tandis que Florensac connaît une hausse marquée (doublement des effectifs). Il est délicat dans ces conditions de trouver une homogénéité dans l'évolution du tissu commercial rural même s'il est certain que les adaptations à la conjoncture – locale ou nationale – ou des aléas commerciaux expliquent bien souvent les fluctuations statistiques. Ainsi, il semblerait qu'à Montagnac, la baisse du nombre de négociants soit compensée par la multiplication des courtiers-commissionnaires (7 selon le *Didot-Bottin* de 1920). Au-delà de nos quatre villages-tests et sur d'autres territoires du département, les constatations sont les

mêmes : Maureilhan enregistre l'arrivée d'une maison de négoce qui entre en concurrence avec les négociants venus d'autres villages alentours pour se partager l'écoulement des 100.000 hl du village, alors que d'autres communes voient la disparition de leur arsenal commercial (Roquessels par exemple).

Enfin, si le nombre de négociants et le nombre de courtiers tend à diminuer dans certains territoires de la région, notamment dans la plaine languedocienne où sont concentrées les exploitations produisant les plus forts rendements[1], il n'existe pas réellement de corrélation entre la production villageoise et la structure commerciale. On le remarque pour nos quatre villages-tests, mais également pour d'autres. Ainsi, en 1919, si l'on prend en considération deux villages sensiblement semblables (Saint-Pargoire et Maraussan), la situation commerciale est différente. Alors que le premier village est dépourvu de présence commerciale, le second enregistre une surreprésentation notable.

Tab. 10 : Corrélation entre production, superficie et armature commerciale 1919

	Superficie vignoble	***Propriétaires***	***Production***	***Maisons de négoce***	***Courtiers***
Saint-Pargoire	860 ha	55	70.000 hl	0	9
Maraussan	885 ha	22	80.000 hl	5	3
Paulhan	887 ha	66	48.000 hl	9	1

Source *: Annuaire de l'Hérault*

À quelques kilomètres de Saint-Pargoire, à Paulhan, on observe également une surreprésentation du négoce, encore plus marquée qu'à Maraussan. Proche physiquement de Saint-Pargoire, il est très vraisemblable que le négoce paulhanais participe à la polarisation de l'espace productif saint-pargorien. Il ne s'agit pas là d'un cas isolé. Au Bosc, dans l'arrondissement de Lodève, la production atteint difficilement les 8.000 hl et pourtant, on y retrouve un courtier et une maison de négoce, essentiellement car il n'y a pas de pôle commercial à proximité. Depuis Le Bosc, la maison « A. Segond » rayonne sur un territoire allant jusqu'à Lodève et Saint-Privat au nord et le lac du Salagou au sud. À Margon, la seule maison de négoce traite, de manière plus ou moins autonome – ou en tout cas, dans la mesure de ses moyens – les 25.000 hl annuels du village, concurrencée par des négociants venus de plus ou moins loin[2].

Le plus souvent, les seules logiques véritablement perceptibles sont familiales. Ainsi, à Gabian toujours pour la même année, la famille Debrus compte dans ses rangs un négociant, un courtier et un propriétaire. À Poussan, Jean-Baptiste Tudez ouvre une maison de négoce en 1916 afin d'écouler une partie de la production familiale[3]. C'est dans tous les cas de figure, l'assurance de pouvoir expédier sa production mais également de diversifier ses activités dans

[1] Ainsi, le petit village de Cers qui en une vingtaine d'années perd la totalité de son armature commerciale : 3 courtiers et 2 négociants en 1902 ; zéro en 1925.
[2] P. Granier, venu de Magalas, à une dizaine de km de là, s'approvisionne à Margon.
[3] ADH : 3 Q 7876, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 29-643/1896.

un contexte des plus incertains. Venant souvent du même milieu que les propriétaires[1], le négociant rural entretient avec ces derniers des relations de voisinage, familiales, amicales qui facilitent grandement les activités commerciales. Le plus souvent ces transactions se réalisent dans la bonne entente, en raison du partage d'un destin, de valeurs et d'intérêts communs. S'il peut exister une différenciation sociale entre les négociants et la majorité des propriétaires, ils se retrouvent largement, dans les zones rurales, autour d'une communauté d'esprit et dans la défense d'intérêts communs renforcés par des liens familiaux. C'est en grande partie ce partage identitaire qui explique d'ailleurs que, dans les zones rurales, le négoce ne soit jamais menacé par les mouvements de révolte de l'année 1907 et que dans un premier temps, il soit associé aux mouvements de défense de la viticulture[2].

Physiquement, ce commerce des vins se matérialise dans les villages par la présence massive de la futaille qui encombre les ruelles, les places ou les quais de gare. C'est là la preuve de l'importance du commerce des vins qui, s'il ne se concrétise pas physiquement par la présence d'agents commerciaux à demeure, marque l'espace héraultais par son activité et les traces qu'il engendre. Ainsi, les cartes postales de la première moitié du XXe siècle font état de cette activité qui engorge les quais de gare de ses muids, de ses wagons-foudres ou de ses réservoirs (fig. 1, page suivante) et envahit les rues des villages des barriques et des demi-muids[3].

Fig. 1 : Gare de Maraussan Années 1900

Source : ADH : 2 fi CP 5820/3

Toute une foule de commerçants et de leurs auxiliaires parcourent ainsi la campagne viticole languedocienne afin de répondre du mieux possible à une demande qui se fait, à cette époque, irrégulière mais toujours importante[4]. Ils agissent ici dans une logique de structuration et de contrôle de l'espace afin de quadriller au maximum un territoire viticole abondant et

[1] Les négociants sont eux-mêmes propriétaires et un certain nombre de propriétaire choisissent de devenir négociants.
[2] Des négociants font partie du premier bureau de la CGV en 1907. Cf. *infra*, p. 535.
[3] Voir en annexes le dossier sur la présence du négoce dans l'espace héraultais, p. 1153.
[4] Autour de 50 à 70 M d'hl selon les différentes études.

de maîtriser au maximum les stocks. Tout cela s'exerce dans une logique de régulation du marché et de polarisation de l'espace dont l'impulsion provient des grands centres urbains.

Polarité et concentration urbaine

Les villes méridionales regroupent également un nombre conséquent de maisons de négoce et de courtiers. En tant qu'interface commerciale majeure avec l'Extérieur et dans une région dont l'économie est quasi exclusivement tournée vers la monoculture viticole[1], il est logique qu'une grande partie de la profession cherche à asseoir son commerce dans les villes. Néanmoins, au contraire de la dispersion rurale commerciale, les négociants dans les villes du Midi tendent à se concentrer dans des lieux bien précis. Cette dynamique repose ici sur une volonté d'accaparement d'un espace commercial stratégique comme la gare, le port ou la proximité du marché. On est là en présence d'une double logique de concentration spatiale : une logique externe d'attraction vers les villes et une logique interne de concentration dans des espaces bien identifiés.

Ainsi, toujours en 1902[2], on retrouve dans les grands centres expéditeurs du département les chiffres suivants :

Tab. 11 : Structure commerciale – Hérault urbain – 1902
Grands centres expéditeurs

Ville	***Maisons de commerce***	***Courtiers***
Montpellier	180	26
Béziers	141	134
Sète	136	68
Frontignan	30	7
Clermont-l'Hérault	11	6
Lunel	18	29

Source : *Annuaire de l'Hérault*

Ici, l'attractivité urbaine s'explique de plusieurs manières. Béziers est le cœur du monde viticole languedocien, c'est elle qui donne le ton sur le marché des VCC. Montpellier est la capitale régionale et on y retrouve tous les interlocuteurs de premier plan depuis le préfet jusqu'au directeur des Contributions indirectes. C'est également le centre commercial de la région où se déroule un marché des vins attractif et où descendent tous les grands négociants de l'Extérieur. Sète est le port par lequel transitent les vins en provenance de l'étranger, notamment d'Espagne, d'Italie, de Grèce ou, depuis la fin du XIXe s., le vin en provenance d'Algérie. Ancien port d'exportation, il est devenu avec la crise phylloxérique le premier port d'importation de vins étrangers en France, attirant ainsi nombre de commerçants. Frontignan,

[1] DUGRAND R., *Villes et campagnes en Bas-Languedoc*, Paris, PUF, 1963, p. 167.
[2] *Annuaire de l'Hérault,* 1903.

Lunel et Clermont-l'Hérault enfin sont des centres secondaires mais qui se sont spécialisés dans les vins doux pour les deux premiers et les vins blancs pour le dernier.

Les maisons de négoce ont donc tout intérêt à développer leurs réseaux commerciaux dans l'un de ces centres de commercialisation. En outre, depuis ces villes, les maisons de commerce rayonnent vers les villages alentours comme la maison « Denis Galtier » qui au début du siècle achète des vins à Saint-Jean-de-Védas[1] ou la maison « Pétrier » qui, à la même époque, partage son activité entre Béziers et Coursan sous la direction de Pétrier père, puis entre Béziers et Cazouls sous la direction des deux frères Pétrier. Ce phénomène de polarisation, théorisé en partie par Alain Dewerpe dans l'Italie du nord rural proto-industrielle au XIXe siècle[2], se retrouve donc également dans l'Hérault avec des villes qui rayonnent commercialement sur un espace rural productif plus ou moins vaste. Néanmoins, dans le département, cette polarisation est contrariée par les négociants ruraux qui eux-mêmes rayonnent sur un espace plus ou moins large comme nous le verrons plus loin.

En 1919, quantitativement, la situation est relativement stable.

Tab. 12 *:* Structure commerciale – Hérault urbain – 1919
Grands centres expéditeurs

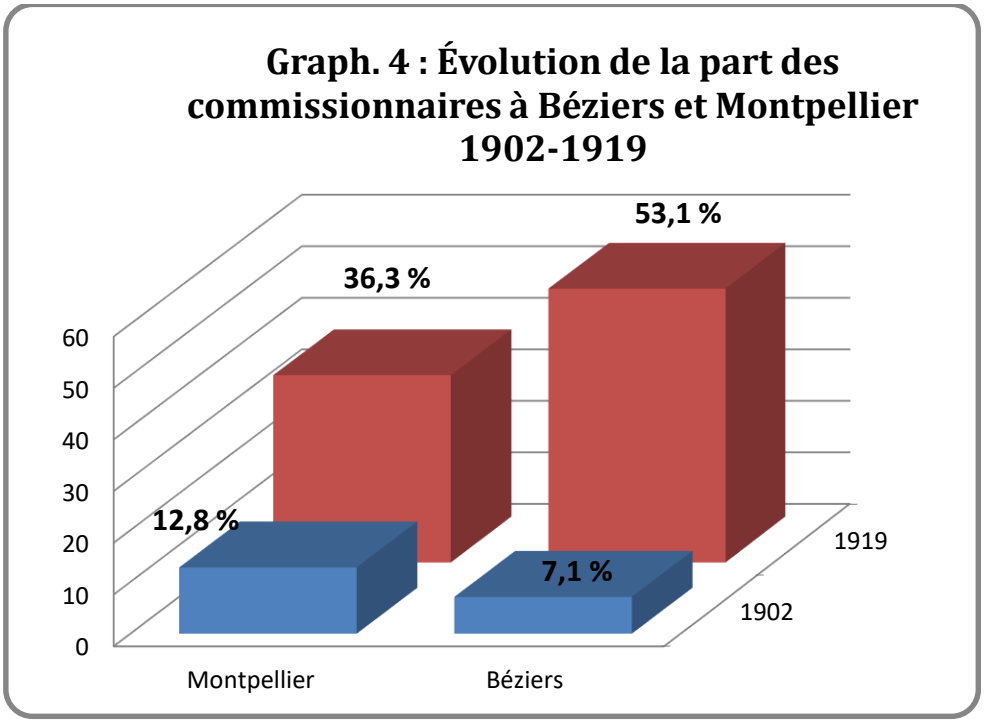
Ville	Maisons de commerce	Courtiers	Tendance
Montpellier	179	66	=
Béziers	159	93	↗
Sète	126	77	↘
Frontignan	47	10	↗
Clermont-l'Hérault	18	8	↗
Lunel	27	13	↗

Source : Annuaire de l'Hérault

Ainsi, hormis Frontignan et Clermont qui connaissent une croissance marquée (+ 54 % pour Frontignan et + 52 % pour Clermont), les croissances ou les réductions d'effectifs restent limitées. Les centres expéditeurs du département enregistrent une remarquable stabilité dans la période, en dépit de la crise de mévente et du conflit, preuve d'une certaine attractivité de la profession qui connaît pourtant de larges mutations internes comme nous le verrons plus loin. La croissance commerciale de la ville de Frontignan s'explique en grande partie par la spécialisation des commerçants locaux dans les vins d'imitation, les vins de liqueur et le muscat. Clermont, quant à elle, expédie des vins de coteaux, recherchés pour leur couleur, leur titrage et leur tenue pour les rouges et leur douceur pour les blancs. Dans les deux cas, la spécialisation dans des productions de vins de qualité explique cette croissance.

[1] ADH : 5 J 75, Fonds Domergue, Transactions relatives à la vente des vins, 1907-1927.
[2] DEWERPE A., *L'industrie aux champs. Essai sur la proto-industrialisation en Italie du nord (1800-1880)*, Rome, École Française de Rome, 1985

Le principal changement provient du rapport commissionnaires-forfaitaires qui s'est modifié en raison de l'incertitude qui frappe le Commerce pendant ce début du siècle et de la relative sécurité qu'apporte le statut de commissionnaire. Il est en effet facile de devenir commissionnaire et ouvrir une maison à la commission se fait à peu de frais. Leur proportion augmente donc rapidement à Montpellier et à Béziers surtout[1].



Source *: Annuaire de l'Hérault*

En outre, les villes participent à une véritable entreprise d'attraction de négociants venus de l'extérieur du département, voire du pays, pour profiter de l'économie viti-vinicole locale[2]. Ainsi, se poursuit un processus entamé au XIXe siècle avec l'afflux de négociants étrangers, notamment les Allemands dès le début du siècle et les Espagnols dans le second tiers de celui-ci[3]. Ces maisons étrangères qui créent des têtes de pont à Sète, Béziers ou Montpellier procèdent de deux logiques différentes. Les Allemands viennent s'installer pour pouvoir importer dans leur pays d'origine les vins héraultais qu'ils utilisent comme vin de coupage ou qu'ils consomment directement (notamment les vins doux ou les vins de liqueurs). Après une arrivée à partir du premier XIXe siècle, ils s'installent durablement pour fonder des maisons puissantes et prospères en ce début de XXe siècle : Leenhardt ou Krüger à Montpellier ; Bühler ou Meyer à Béziers ; Steinmann ou Koester à Sète. Les Espagnols, au contraire, fondent des bureaux de vente pour leurs vins qui sont utilisés comme vins de cou-

[1] Pour la ville de Sète, les chiffres ne sont pas assez détaillés : les commissionnaires n'apparaissent pas dans la nomenclature.
[2] L'ensemble des renseignements suivants proviennent des rapports d'inspection de la BDF.
[3] Les Allemands et les Espagnols ne sont pas les seuls mais ils représentent une écrasante majorité. Dans la période étudiée, on note également une maison grecque à Sète (« Hadji-Démétriou ») ou un négociant d'origine suisse à Béziers, M. Ruttiman.

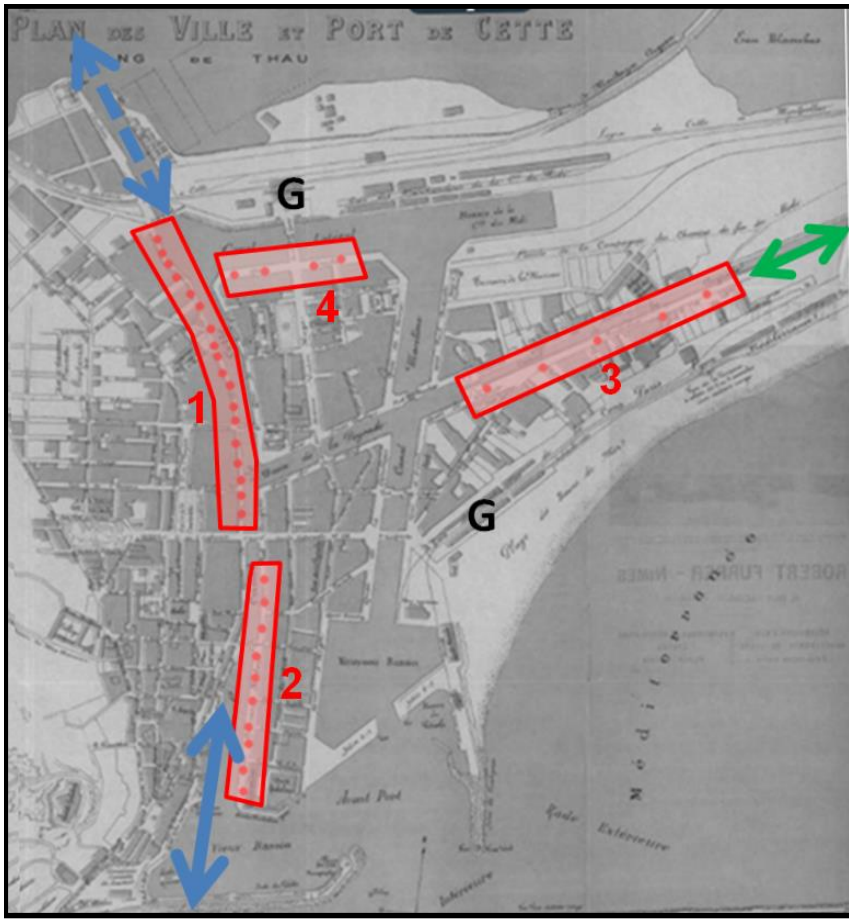
page par les maisons héraultaises. On les retrouve principalement à Sète en raison de l'activité portuaire de la ville car leurs marchandises sont expédiées, majoritairement, par bateau depuis Valence ou Barcelone. Comme les Allemands, les Espagnols envoient des cadets de famille, mais à la différence des Germaniques, ils ne s'installent que très rarement et, si les bureaux de vente restent[1], il n'y a pas de continuité ni d'implication majeure à quelques rares exceptions, comme la maison « B. Tous »[2].

À cette migration internationale s'ajoute une migration nationale avec l'installation de négociants français venus majoritairement des régions d'achat ou de consommation des vins languedociens et qui s'installent sur place dans une logique de développement commercial. Ils choisissent d'ouvrir une maison de commerce dans le département pour profiter des liens commerciaux et de leurs réseaux dans leur région d'origine. Jules Philippon, négociant d'origine bourguignonne, s'installe ainsi au début des années 1910 à Sète où il succède aux frères Grosbon qui étaient eux-mêmes originaires de l'extérieur du département, de la Somme très exactement[3]. Les logiques familiales procèdent ensuite à ces extensions comme à Béziers où la maison « E. Gros » est fondée par un négociant originaire de Lons-le-Saunier et qui commerce avec sa famille jurassienne[4]. Enfin, certains partenaires s'associent pour former une entité transdépartementale. Ainsi la maison « Brugié et Canac » dont le siège social est à Rodez et dont les associés ouvrent une maison de négoce à Clermont-l'Hérault au début du siècle[5]. Ces installations sont en grande partie réalisées dans l'objectif d'un renforcement de circuits commerciaux préexistants entre le département d'origine et la maison héraultaise. Les centres d'expédition majeurs du département participent ainsi, en tant que pôle d'attraction, à la concentration de l'activité commerciale dans les villes.

À l'échelle de l'occupation urbaine, les maisons de commerce, tendent à se concentrer dans des lieux bien spécifiques, engendrant ainsi une véritable emprise spatiale[6]. À Béziers, les maisons de commerce se situent, pour certaines, sur les allées Paul-Riquet où se tient toutes les semaines le marché aux vins ou, pour d'autres, dans les rues, boulevards et avenues adjacentes qui descendent jusqu'à la Gare du Midi. Ainsi, les maisons les plus renommées se situent avenue du Président Wilson, boulevard de Verdun ou boulevard de la Liberté. Le cœur commercial de la ville, dans un rayon de 500 mètres au sud des allées Paul-Riquet, est de fait colonisé par les maisons de commerce. À Montpellier, la concentration est moins marquée, très certainement en raison d'un éventail commercial plus développé et de l'attention des autorités de ne pas favoriser une profession plutôt qu'une autre. Elles se retrouvent le plus souvent proches de la Gare du Rondelet qui est la gare d'expédition des marchandises (rue de

[1] Ce qui est rarement le cas, les maisons espagnoles étant très brèves, dix ans au maximum en général même si certains bureaux de vente se maintiennent plus longtemps comme les maisons « Amat » ou « Pi Suner » que l'on retrouve pour l'ensemble de cette période. Mais il s'agit uniquement de représentants, parfois des membres de la famille (fils cadet ou neveu).
[2] Barthélémy Tous s'installe à Sète au milieu des années 1880, pour représenter une maison majorquine et il devient une figure majeure du commerce sétois jusqu'à sa mort en 1930.
[3] ABDF : Sète, 1914 (pour Philippon) et 1900 (pour Grosbon).
[4] ABDF : Béziers, 1890.
[5] ABDF : Montpellier, 1900.
[6] Les informations suivantes sont tirées de l'Annuaire de l'Hérault (1900-1920).

Bercy, rue de Saint-Denis, rue Durand, cours Gambetta), près de la place de la Comédie où se tient le marché (rue de l'Aiguillerie par exemple) ou bien sur les grands axes de sortie de la ville (avenue de Toulouse, route de Palavas, avenue de Lodève). À Sète, on les trouve surtout le long des quais où appareillent les voiliers puis les vapeurs (quai de Bosc, quai Aspirant Herber, quai Vauban) ou sur la principale route sortant de la ville, la route de Montpellier comme l'indique la carte 3. Dans les plus petits centres, on les retrouve essentiellement sur les grands axes des villes ou proche des gares, comme à Pézenas (route de Béziers) ou à Frontignan, le long de l'axe principal traversant la ville de Sète à Montpellier.



Carte 3 : Principales localisations des maisons de commerce à Sète Années 1900- 1920

1 Quai de Bosc

2 Quai Herber

3 Route de Montpellier /Quai des Moulins

4 Quai Vauban

Interface avec Mer Méditerranée

Interface avec Étang de Thau

Interface avec Canal du Rhône et Route de Montpellier

G Gares

Comme dans les villages, la présence des négociants et du négoce est fortement symbolisée par la futaille qui s'amoncelle aux points d'entrée et de sortie des villes ou aux abords des maisons de commerce. À Sète, sur les quais s'accumulent des milliers de barriques et de demi-muids, flanqués des initiales des maisons de commerce ou de location, qui attendent d'être embarqués sur les bateaux ou acheminés dans les chais des négociants. Quotidiennement, une noria de barques et de petites péniches quittent ou rejoignent les quais, pleines de barriques en provenance ou en direction de l'étang de Thau.

Fig. 2 :L'encombrement des quais à Sète, 1913
Source : ADH : 2 Fi CP 1817 2

Fig. 3 : Gabarre transportant de la futaille sur le Canal royal à Sète, 1912
Source : Fonds privés

À Frontignan, à Marseillan ou à Mèze, les quais sont également parcourus par d'immenses chais comme les chais de la maison « Périer-Botta » à Frontignan qui s'étendent sur près de 150 mètres, le long du canal[1]. À Marseillan, les quais nord-est sont, jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, constamment encombrés de futailles qui attendent d'être expédiés à travers l'Étang de Thau vers Sète. À Béziers et à Montpellier, les gares – du Nord et du Midi à Béziers, Rondelet à Montpellier – connaissent un trafic intense dont se plaignent d'ailleurs assez souvent les riverains qui ne peuvent marcher sur les trottoirs alentours, encombrés de

[1] Voir en annexes le dossier sur la présence de l'activité commerciale viticole dans l'espace héraultais, p. 1153.

futailles et dont les déplacements sont gênés par les charrois qui stationnent à proximité[1]. À Béziers, à la gare du Midi, un quai est spécialement réservé aux expéditions, d'où son surnom de « quai des vins ».

Les grandes artères qui sortent des villes (route de Montpellier à Sète, avenue de Toulouse à Montpellier, boulevard Gambetta à Frontignan) ou qui mènent aux gares (avenue Gambetta à Béziers, boulevard de la Gare à Frontignan) sont également marquées par la présence du négoce comme en attestent, sur les cartes postales ou les photographies du début du siècle, les demi-muids qui attendent à l'extérieur des maisons d'être expédiés[2]. Dans les villes ou à leurs périphéries, les cours des maisons de commerce sont continuellement emplies de futailles diverses et variées, depuis les futs jusqu'aux demi-muids, comme les maisons « J.-M. Lacombe » à Clermont-l'Hérault[3], « L. Hugues » à Pézenas[4], « A. Boyer » à Béziers[5] ou « P. Olive » et « V. Anthérieu » à Frontignan[6]. Le Canal du Midi enfin, bien que moins utilisé qu'au XIXe siècle, reste toujours et quotidiennement parcouru, au début du XXe siècle, par des péniches pouvant transporter une trentaine de demi-muids (depuis le Port Notre-Dame de Béziers par exemple)[7].

Cette occupation massive de l'espace et du paysage viti-vinicole héraultais est, par ailleurs, largement sensible aux évolutions du marché comme le prouve la situation dans les années 1920.

Évolution du marché, évolution de l'armature commerciale : le cas des années 1920

L'étude de l'évolution des maisons de commerce dans quelques places du département montre très clairement que ces dernières sont sensibles aux évolutions conjoncturelles nationale et régionale. C'est particulièrement le cas dans les années 1920 qui sont considérées, par les inspecteurs de la BDF, comme une période de relative prospérité.

Ainsi, alors que se reconstitue rapidement le vignoble héraultais et languedocien à la suite de la Première Guerre mondiale, les superficies ne cessent de croître : 184.000 hectares pour la décennie 1920-1930 et 188.000 pour 1930-1939[8]. Les records d'avant la guerre et même d'avant la période phylloxérique sont atteints puis dépassés. Surtout les records de production explosent pendant la période : 12.700.000 hl en moyenne pour les années 1920-1930[9], des chiffres qui n'ont jamais et ne seront jamais plus atteints. L'Hérault suit un rythme de

[1] En 1912, le directeur des CI de l'Hérault reçoit de nombreuses plaintes des habitants du quartier du Rondelet car les camionneurs déchargent leur charrettes devant la gare lorsque celle-ci est fermée, gênant ainsi la circulation des piétons et des autres convois (*BMS*, août-sept. 1912, p. 144).
[2] ADH : 2 Fi CP, Cartes postales de l'Hérault.
[3] HERNANDEZ P., *Mémoire en images : Clermont-l'Hérault,* Saint-Avertin, A. Sutton Ed., 2005, p. 98.
[4] ADH , 2 Fi CP 1646, « Clos Monrêve », Pézenas 1906.
[5] TRIAIRE M., *Mémoire d'hier, Béziers et ses environs*, Cazouls-les-Béziers, Du Mont éd., 2010, p. 80.
[6] VALETTE J., *Frontignan, un siècle d'histoire par la photographie*, Béziers, Aldacom, 2007, p.95-96.
[7] VIALA M., *Mémoire en images : Béziers*, Saint-Avertin, A. Sutton Ed., 2001, p. 30.
[8] LACHIVER M., *Vins, vignes et vignerons, Histoire du vignoble français*, Paris, Fayard, 1988, p.602.
[9] *Ibid*., p. 610.

production effréné avec « des rendements qui galopent au-dessus des soixante-dix hl »[1]. Il n'est pas rare que, dans la plaine héraultaise, certaines propriétés atteignent deux cents hl par hectare. C'est le triomphe de la viticulture industrielle alors que les droits d'octroi sur les vin-sont été définitivement supprimés entre 1897 et 1914 au niveau national[2], tandis que les droits de circulation sont abaissés en 1921. En 1922, les accords de Béziers donnent naissance au double marché de l'alcool : aux céréaliers et aux betteraviers les alcools industriels, aux viticulteurs et aux maraichers les alcools de bouche. Toutes les conditions sont réunies pour que s'épanouisse ce que Gaston Galtier a appelé « le vignoble de masse »[3] et, son corollaire, une structure commerciale capable d'assurer l'écoulement et l'expédition de ces vins.

Dès lors, sur un marché qui se gonfle par l'afflux de marchandise et une demande toujours autant soutenue[4], le commerce des vins devient extrêmement attractif. Pour écouler cette production de masse, la structure commerciale connaît une nouvelle expansion générale.

Tab. 13 : La croissance du début des années 1920
Grands et moyens centres d'expédition

Centre d'expédition	***Maisons de commerce 1925***	***Évolution 1919-1925***
Montpellier	196	+ 9,5 %
Béziers	258	+ 62 %
Sète	98	- 23 %
Frontignan	81	+ 72 %
Lunel	23	- 14 %
Clermont-l'Hérault	18	=
Cazouls-lès-Béziers	4	=
Montagnac	4	+ 25 %
Florensac	4	- 50%
Puisserguier	6	- 14 %
Saint-Chinian	8	+ 100 %

Source : *Annuaire de l'Hérault*

Les chiffres négatifs ont des causes variées. À Lunel, la légère chute se fait surtout au niveau des commissionnaires (- 40 %) tandis que les maisons forfaitaires progressent et deviennent majoritaires (12 forfaitaires contre 11 commissionnaires). À Puisserguier, la diminution des effectifs s'explique par la très forte croissance du village voisin de Saint-Chinian qui concentre une grande partie de l'appareil commercial de ce territoire. Florensac est également mis en concurrence par les villages alentours (Bessan, Montblanc) et surtout la proximité de Pézenas et Montagnac.

À Sète, on retrouve au tout début des années 1920, les chiffres des années 1900, aux alentours de 120 maisons de commerce. Par la suite, les effectifs de la ville portuaire connaissent un certain affaiblissement en raison en 1921 de la suppression du « tarif de pénétration »

[1] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée et l'Europe…, op.cit.*, p.97.
[2] Seule la ville de Paris conserve son octroi qui sera supprimé en 1943.
[3] GALTIER G., *Le vignoble du Languedoc méditerranée et du Roussillon : étude comparative d'un vignoble de masse*, Montpellier, Causse, Graille et Castelnau éd., 1953.
[4] On dépasse pour la première fois les 50 M d'hl de consommation taxée en 1925.

n°206 qui permettait d'avoir des tarifs préférentiels pour les marchandises empruntant la voie maritime puis la voie ferrée (c'est-à-dire les vins étrangers ou algériens importés). Les chiffres restent quand même assez élevés, aux alentours de 100 unités.

Dans les villages de l'arrondissement biterrois, les chiffres sont également plutôt stables. Surtout, bien qu'en légère chute pour l'ensemble de l'arrondissement[1], ils connaissent une nette croissance dans la plaine biterroise où des villages plus ou moins importants disposent d'une armature commerciale conséquente (Magalas, Hérépian, Laurens). En dehors de l'arrondissement, les effectifs sont également stables ou en progression dans les régions de plaine (Campagnan, Pignan, Saussan) comme l'indique le tableau ci-après. C'est particulièrement significatif dans les petits villages de la plaine viticole où le négoce connaît une nouvelle croissance après un léger déclin dans la période précédente. Bien souvent, lorsqu'il n'y a pas de négociants, un village à proximité dispose d'une structure commerciale qui rayonne au-delà des limites du village. Les villages de Loupian ou Gigean par exemple, au nord du bassin de Thau, sont en partie sous la domination commerciale de Poussan. Dans le cas de la plaine viticole biterroise, c'est d'autant plus remarquable que la ville de Béziers elle-même connaît une croissance très forte pendant la période.

Tab. 14 : La croissance du début des années 1920
Centres d'expédition ruraux

	Nombre d'habitants	***Nombre de maisons de négoce***	***Évolution des maisons 1919-1925***
Magalas	2.000	5	=
Hérépian	1.300	8	x 2
Laurens	1.200	4	x 2
Pignan	1.800	5	=
Campagnan	352	4	x 2
Saussan	400	4	=
Poussan	2.000	4	=

Source : *Annuaire de l'Hérault*

Cette attractivité générale est relevée par les inspecteurs des succursales de la BDF qui nous offrent, très souvent, une analyse distante et objective de la situation des marchés méridionaux. En 1924, le rapport de la succursale de Béziers relève que la région connaît « une période de prospérité » et que la hausse des cours « a favorisé les intermédiaires et les négociants »[2]. Ainsi, cette attractivité s'explique surtout par les profits potentiels que soupçonnent les nouveaux commerçants dans un marché qui se gonfle année après année, au tournant des années 1920, de quantités toujours plus importantes de vins. En 1919, la quantité de vin dis-

[1] Il est difficile de quantifier cette chute. Si les effectifs passent de 70 à 59 pour les villages de l'arrondissement, ils sont en partie masqués par la croissance démographique générale du département qui donne le statut de gros bourgs à certains anciens villages.
[2] ABDF : Béziers, 1924.

ponible à la vente dans le département s'élève à 11.156.000 hl[1], en 1921 à 12.214.000 hl, en 1923 à 11.891.000 hl[2], en 1925 à 14.848.000 hl[3], maximum pour la période. Se met donc en marche un arsenal commercial qui vise à écouler une production pléthorique et à répondre à une demande, elle aussi, en augmentation. Même lorsque les cours sont assez bas, les négociants arrivent à tirer profit de la situation, soit en vendant à la baisse, soit en vendant à la commission. À Sète, ce sont les importations qui font dorénavant vivre le négoce local. Lorsque les cours sont trop élevés (1926) ou les récoltes trop peu abondantes (1923), on importe massivement des vins espagnols qui sont meilleurs marchés, en dépit des taxes de plus en plus élevés qui les grèvent[4]. La fonction de transit du port sétois permet alors aux négociants de la ville de gagner rapidement beaucoup d'argent. À Montpellier, l'inspecteur de la BDF note qu'en 1928, la région jouit d'une « prospérité incontestable »[5], reprenant ainsi les constatations de ses collègues en 1920, 1922 ou 1925. À Béziers, enfin, si l'enrichissement des maisons de commerce est relevé dès le début des années 1920, la période est également symbolisée par une certaine prospérité où les années de difficultés se font rares (1921, 1926)[6].

Cette prospérité est symbolisée par la stabilité de maisons de commerce qui ne veulent plus, comme avant 1914, prendre de risques et s'engagent dans des processus de commercialisation plus rationnel et raisonné. Désormais, on achète au cas par cas, selon l'évolution de la demande, en sécurisant à la fois les transactions avec les clients mais également avec les fournisseurs. Ainsi, dans les années 1920, la maison « Clarac Frères et Chauvain » achète régulièrement la production totale de la cave coopérative de Planèzes dans les Pyrénées-Orientales qui vient de voir le jour (1923). Il y a ainsi un grand mouvement de rationalisation des pratiques spéculatives qui se font moins « ardentes », comme le rapportent les inspecteurs de la BDF à de multiples reprises. À l'inverse, cette prospérité continue d'attirer de nouveaux négociants, souvent sans aucune expérience : ainsi en 1922, un commissaire de police montpelliérain, P.-F. Cals rachète un fonds de commerce à deux négociants biterrois pour 200.000 F[7]. À la même période, Rouanet, originaire d'une famille d'avocats, « apprend le métier auprès de son beau-père » Bouttes[8]. Augé et Dourlan, eux aussi, ne sont pas originaires du monde du vin : Augé est un négociant en grains et fourrages à l'origine et Dourlan un administratif, semble-t-il. Dans le même temps, de nouveaux négociants venus de l' « Extérieur » viennent s'installer dans le département, comme la maison « Sébenq et Lhotte » qui regroupe trois négociants originaires de Soissons qui s'installent en 1920 à Béziers[9].

Symbole de la corrélation entre le marché et la croissance numérique du commerce héraultais, alors que les profits se font moins importants et que l'opulence est moins marquée

[1] 11.044.687 hl de production et 111.451 hl de stocks commerciaux.
[2] 11.890.395 hl de production et 623.713 hl de stocks commerciaux.
[3] 14.379.003 hl de production et 469.569 hl de stocks commerciaux.
[4] En 1928, la taxe de douane passe à 55 F (contre 12 F avant-guerre).
[5] ABDF : Montpellier, 1929.
[6] ABDF : Béziers, 1920-1929.
[7] ABDF : Béziers, 1923.
[8] ABDF : Béziers, 1924.
[9] ABDF : Béziers, 1921.

sur l'ensemble du territoire départemental, le nombre de maisons de commerce se stabilise voire régresse dans la seconde partie de la décennie. Si la période est à la prospérité générale, les bénéfices sont moins facilement réalisables que dans les premières années des années 1920, comme le prouve l'échec de Dourlan dans les années 1926-27. En conséquence, la profession, bien que toujours largement représentée dans le département est moins attractive. De nombreuses maisons qui avaient ouvert leurs portes en période de forte prospérité disparaissent. Dès lors, avec ce retour à une situation plus mesurée, les chiffres tendent à légèrement régresser comme on peut le noter dans les centres d'expédition les plus importants.

Tab. 15 : La croissance de la fin des années 1920
Grands et moyens centres d'expédition

Centre d'expédition	***Maisons de commerce 1929***	***Évolution 1925-1929***
Montpellier	143	- 27 %
Béziers	261	=
Sète	95	=
Frontignan	75	- 7%
Lunel	18	- 21 %
Clermont-l'Hérault	16	- 11%
Cazouls-lès-Béziers	4	=
Montagnac	4	=
Florensac	2	- 50 %
Puisserguier	4	- 33 %
Saint-Chinian	8	=

Source : *Annuaire de l'Hérault*

Dans certains centres, c'est un retour à la normale, plus en accord avec le calibrage commercial (Lunel, Puisserguier), tandis que d'autres souffrent de la concurrence de centres à proximité (Florensac concurrencée par Pézenas, Montblanc, Saint-Thibéry ou Montagnac voisins). La capitale régionale pour sa part enregistre une première désaffection pour l'économie viticole. La ville semble s'orienter de plus en plus vers les activités marchandes ou administratives, direction qu'elle prendra définitivement dans les années 1930 comme le soulignera l'inspecteur de la BDF en 1938[1].

Les logiques de rayonnement et de structuration spatiale des réseaux commerciaux dans l'Hérault sont donc assez évidentes. Elles visent à assurer l'approvisionnement dans les campagnes en s'appropriant l'espace viticole par un contrôle accru grâce aux nombreux courtiers et maisons de commerce qui polarisent une surface plus ou moins étendue. Elles cherchent également à permettre l'écoulement des stocks en occupant les espaces de sorties des villes, les grands axes ou la proximité des infrastructures d'expédition.

[1] ABDF : Montpellier, 1938.

Cette homogénéité dans l'occupation de l'espace contraste grandement avec l'hétérogénéité d'une profession qui devient de plus en plus multiple en ce début de XXe siècle. Alors que l'impact sur les marchés des grandes maisons de commerce au forfait est toujours notable, de nouveaux acteurs, plus informels et moins solides, font leur apparition, notamment en période de prospérité, comme dans les années 1920.

Cette hétérogénéité est également perceptible dans la nature juridique des maisons de commerce et des acteurs commerciaux sur le marché des vins héraultais.

Des structures commerciales protéiformes

Traditionnellement, depuis le milieu du XIXe siècle, les maisons de commerce héraultaises prennent comme raison sociale le nom du fondateur de la maison ou celui de son successeur. L'analyse des noms des maisons permet de voir que leur grande majorité, dans les trois grands centres d'expédition que sont Montpellier, Sète et Béziers, suivent ce schéma. Ainsi, sur l'ensemble de la période, au minimum sept maisons sur dix portent, en moyenne, le seul nom du fondateur. À Montpellier, ce chiffre oscille entre 85 et 81 % ; à Béziers entre 81 et 70 % ; à Sète entre 75 et 67 %[1]. Il s'agit du statut le plus simple, qui ne demande que l'enregistrement de la maison de commerce au tribunal de commerce, une fois la déclaration d'ouverture effectuée à la recette buraliste. Mais, derrière cette réalité statistique se cache une multiplicité des situations et l'étude des raisons sociales ne fait que dessiner de grandes tendances car certaines maisons conservent leur nom d'origine tout en modifiant leurs statuts. C'est principalement le cas dans le cadre de partenariat aux contours multiples.

L'affirmation des sociétés en nom collectif et des sociétés en commandite

Jusque dans la première moitié des années 1920, le type de statut uninominal (« B. Tous » à Sète ; « Guibal J. » à Mèze ; « L. Huc » à Béziers par exemple) coexiste en effet avec un autre type de raison sociale qui recouvre une association entre un ou plusieurs négociants : « Buridon frères » ou « Giganot et Carrières » à Béziers ; « Sézary fils et Cie » ou « Dubonnet et fils » à Sète ; « Leenhardt Eugène et Fernand » ou « Bonnafé et Cie » à Montpellier. Ces associations, qui sont soit des associations de fait soit des sociétés en nom collectif (SNC) soit des sociétés en commandite simple (SCS) représentent entre 15 et 30 % des maisons de commerce dans les grands centres d'expédition et ont plusieurs formes et plusieurs origines.

La plus classique est le regroupement familial, dans le cadre d'une succession, présente ou à venir, dans une SNC. En effet, une part conséquente des maisons de commerce sont des entreprises familiales, c'est-à-dire qui regroupent au moins deux membres d'une même famille (parents et alliés). Il en est ainsi des maisons disposant de la raison « frères » ou « fils », bien que d'autres raisons sociales ne fassent pas état des liens de parentés : « Cazalis

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1903-1930.

& Prats » par exemple est dirigé par deux beaux-frères tandis que « Leenhardt-Bazille » réunit les intérêts de Pierre Leenhardt, de son fils Louis et de son beau-frère Charles Warnery. Ce type d'association se fait dans le but de ne pas dilapider le patrimoine familial, mais également dans l'optique d'une meilleure et plus grande efficacité sur le marché des vins en associant le capital familial autour d'une même activité. Ainsi, Félix Michel, en 1912, fonde avec son fils « Maurice Michel et Cie »[1] ou les enfants de Pierre Taillan, après la mort du négociant en 1916, qui fondent « P. Taillan et Cie »[2] en 1917. Dans la même logique, certains négociants locaux se regroupent afin de mettre en commun leurs moyens financiers et leurs réseaux. C'est le cas par exemple pour de grandes maisons comme « Cazalis & Prats » à Sète ou des maisons de tailles plus réduites comme « Mainguet & Philippon », tous deux d'origine bourguignonne et qui s'associent pour reprendre un commerce à Sète[3]. Il existe également des partenariats entre négociants et propriétaires, comme à Béziers entre Pescaire et Déjean qui créent, en février 1920, la société « Pescaire, Donnadieu et Cie » pour 10 ans et un capital – important – de 200.000 F[4].

Lorsqu'elles sont en commandite simple, ces maisons associent un commanditaire et un gérant comme dans le cas de la maison « Pascal et Cie » à Montpellier. Félix Michel, ancien négociant, y finance, à partir de 1919, la nouvelle maison qui est gérée exclusivement par Fernand Pascal[5]. Il s'agit ici pour F. Michel d'investir dans une société de négoce, un monde qu'il connaît et qu'il maîtrise. Son apport dépasse le cadre financier car il fait très certainement bénéficier Pascal de ses réseaux et de ses connaissances. C'est pour lui la possibilité de rester impliqué dans un métier qu'il ne pratique plus et d'en retirer une substantive rente. De manière générale, le commanditaire est soit un ancien négociant qui cherche à investir dans une filière qu'il connaît bien, soit un propriétaire qui apporte son soutien financier à une maison qui lui permettra d'écouler à coup sûr – et à des cours rémunérateurs – ses stocks. Dans certains cas, il peut s'agir d'un soutien financier familial comme la maison sétoise « Pascal J. » dont le commanditaire est l'oncle[6]. Parfois, celui-ci est un simple rentier comme la maison biterroise « Ferrali et Cie » qui associe deux négociants « sans ressources » à un propriétaire qui apporte la totalité des fonds, soit 70.000 F[7].

Dans les campagnes héraultaises, le mouvement de regroupement est moins marqué mais il est également notable comme la maison « Boyer et Cahuzac » ou « Besse et Barthès » à Puisserguier[8]. Il peut s'agir de l'association d'une maison du village et d'une autre d'un centre expéditeur majeur à proximité, comme dans le cas de « Boyer et Cahuzac » où la maison « Boyer » est une maison biterroise. Dans les campagnes également, on assiste au regroupement de négociants et de propriétaires comme à Thézan-lès-Béziers en 1919 où Salles, négociant, se joint à Aïn, propriétaire dans une petite société de négoce au capital de 2.000 F et

[1] ADH : 131 J 5-1, Fonds Doumergue, Statuts, « Maurice Michel et Cie », 1912.
[2] ADH : 131 J 5-4, Fonds Doumergue, Statuts, « P. Taillan et Cie », 1914-1926.
[3] ABDF : Sète 1920.
[4] ADH : 6 U 2 156, Tribunal de commerce de Béziers, enregistrement des actes des sociétés, 1903-1920.
[5] ADH : 131 J 5-2, Fonds Doumergue, Statuts, « Pascal et Cie », 1918.
[6] ABDF : Sète, 1931.
[7] ABDF : Béziers, 1905.
[8] ADH : 6 U 2 156, *op. cit.*

pour un an renouvelable[1]. À Maureilhan, les frères Serres s'associent au propriétaire Marrot pour fonder « Serres frères et Marrot » pour 25 ans et autour d'un capital de 100.000 F[2].

Un dernier type d'associations concerne les partenaires extérieurs qui s'associent à des maisons héraultaises. En 1911, la maison « Lemoine » d'Arcueil en région parisienne forme une SNC avec la maison biterroise « Amalric »[3]. Ce partenariat a pour but de « faire le commerce des vins et des spiritueux, à la commission et au forfait ». Prenant le nom de « P. Amalric et Lemoine », elle est créée pour 10 ans et avec un capital social de 20.000 F, ce qui est qui relativement élevé pour la période. La maison disparaît des annuaires en 1924, au-delà des termes du contrat signé entre les deux maisons. C'est là la preuve d'une certaine réussite, contrairement à la maison « Pech et Duthion » créée à la même époque mais qui ne survit pas à la guerre. D'ailleurs, alors que Paul Amalric continue le négoce de manière indépendante quelque temps, il s'associe dès 1927 à nouveau avec une autre maison de négoce de l'Extérieur, la maison « Collin ». Dans d'autres cas, on assiste à l'association entre un négociant héraultais et des rentiers extra-méridionaux dans une SCS, comme la maison « Marty et Cie » qui est le regroupement autour d'un commissionnaire biterrois, L. Marty, et de deux propriétaires en Haute-Marne. La société est prévue pour durer 3 ans, renouvelable tacitement deux fois, avec un capital de 20.000 F[4]. Parfois, on assiste à l'association d'un propriétaire local, d'un négociant local et d'un négociant de l'Extérieur comme la maison « Daulet-Galzy-Arles » à Pignan qui regroupe un propriétaire de Pignan, un commerçant de Montpellier et un commerçant de Nancy[5]. Enfin, il se trouve également l'exemple de partenaires étrangers ou d'origines étrangères, qui viennent s'installer en France et former des associations avec des commerçants héraultais ou originaires de leur pays. Citons ici l'exemple de la maison franco-allemande « Schulz et Grand » à Montpellier en 1920 ou de la maison espagnole « Martinell, Ramada et Cie » à Sète en 1923[6].

Très clairement, l'objectif de ces partenariats est d'assurer un meilleur écoulement des productions tout en sécurisant les transactions et en réduisant les intermédiaires. Ainsi, pour les négociants de l'Extérieur impliqués dans ces sociétés, c'est l'assurance d'avoir des rentrées de marchandises régulières, à des prix compétitifs et à qualité plus ou moins constantes, tout en ayant un ou des interlocuteurs de confiance sur place. Ces derniers qui maîtrisent le tissu économique local sont en outre impliqués dans une association où, juridiquement, ils sont partie prenante. Pour les négociants héraultais, c'est très souvent l'apport non négligeable de fonds permettant de soutenir l'activité de leur maison de commerce mais également la certitude de pouvoir trouver des clients[7]. C'est, enfin, la possibilité de faire connaître son travail et donner une certaine publicité à son nom afin de prétendre à une extension de son réseau de clientèle. Ainsi, la maison « Daulet-Galzy-Arles » est fondée dans l'Hérault pour permettre

[1] *Idem.*
[2] *Idem.*
[3] *Idem.*
[4] *Idem*.
[5] ADH : 131 J 3-1, Fonds Doumergue, notaire à Montpellier, Statuts, « Daulet-Galzy-Arles », 1920.
[6] *Annuaire de l'Hérault*, 1920 et 1923.
[7] Dans le contrat « Daulet-Galzy-Arles », il est écrit que le nancéien Arles, qui n'a aucun fonds, « apporte de son côtés ses relations et ses connaissances commerciales » (cf. ADH : 131 J 3-1, *op. cit*.).

comme le stipulent ses statuts « le commerce des vins à Nancy et dans la Meurthe-et-Moselle »[1].

Les contours de ces sociétés en nom collectif sont très variables. Le contrat passé entre les partenaires définit la durée de la société et l'apport de chacun des membres. Certains contrats sont signés pour des durées assez courtes comme la société « Vinas et Garric » dont la convention est signée pour 2 ans tandis que Garra et Gerandon en 1919 fondent une nouvelle maison pour trente ans. La surface financière est elle-même très variable : au tournant des années 1920, à Thézan-lès-Béziers, une petite maison dispose d'un capital de 2.000 F[2] tandis que la maison « Paul Crozals Frère et Fils » a un capital de 700.000 F[3]. Ce capital représente l'apport numéraire mais également le matériel et les marchandises[4]. Le contrat définit également le nom de la raison sociale, le siège de la société et le rôle de chacun dans la gestion de la maison de commerce. Ainsi, pour la société « Peyrot Jeune et Coulombié »[5] fondée en 1917, Peyrot apporte un tiers de la somme et Coulombié les deux tiers mais chacun dispose du même pouvoir de décision. Les décisions quant à elles sont prises en commun[6]. Bien évidemment, les bénéfices sont reversés à hauteur des investissements et déterminés chaque année à la suite d'un inventaire. En outre, chaque associé perçoit, annuellement, un retour sur investissement à hauteur de 5 à 6 % de son apport. Enfin, un salaire peut être versé dans le cas où l'un des associés œuvre en tant que gérant comme Maurice Michel qui perçoit 500 F par mois[7]. Parfois, ce salaire peut correspondre à un pourcentage des bénéfices comme dans la maison « Pascal et Cie » où Fernand Pascal reçoit comme salaire 20 % des bénéfices[8]. Généralement, la dissolution de la maison peut intervenir soit au terme du délai contractuel, soit en cas de décès d'un des deux actionnaires, soit en cas de grosses pertes au terme de l'inventaire annuel (entre un tiers et 50 % du capital selon les contrats). Il se peut enfin que la totalité des parts soit rachetée par l'un des partenaires. Ainsi, à la mort de Mainguet en 1928, Philippon rachète les parts de son associé à ses héritiers, soit près de 3 M de F[9]. Ces actes contractuels sont signés devant notaire, puis enregistrés par le juge de paix avant d'être transmis au tribunal de commerce compétant. Enfin, la nouvelle société fait l'objet d'une annonce publique dans la presse locale comme *Les Petites affiches montpelliéraines et de l'Hérault* pour « Daulet-Galzy-Arles »[10], « Peyrot jeune et Coulombié » et « Pascal et Cie ».

[1] ADH : 131 J 3-1, *op. cit*.
[2] ADH : 6 U 2 156, Tribunal de commerce de Béziers, enregistrement des actes des sociétés, 1903-1920. Il s'agit de la maison « Salles et Aïn ».
[3] ABDF : Béziers, 1935.
[4] Dans certains cas, il s'agit de la transmission dans le cadre familial, dans d'autres, il s'agit d'apports à parts plus ou moins égales : un associé apporte de l'argent, un autre le matériel et le fonds de commerce. Dans d'autres cas, un associé peut financer l'ensemble de la société tandis que l'autre n'apporte que ses compétences commerciales.
[5] ADH : 131 J 5-3, Fonds Doumergue, Statuts, « Peyrot Jeune et Coulombié », 1917-1922.
[6] Il est en effet question lors des prises de décisions importantes « du consentement de son associé » ou du « consentement exprès et écrit de son co-associé ».
[7] ADH : 131 J 5-2, Fonds Doumergue, Statuts, « Pascal et Cie », 1918.
[8] *Idem*.
[9] ABDF : Sète, 1928.
[10] Et également dans *L'Est républicain* à Nancy puisque l'un des associés est domicilié dans cette ville.

À ce type de sociétés, largement répandues jusqu'aux années 1920, viennent s'adjoindre d'autres formes de sociétés après la Grande Guerre.

De nouveaux types de sociétés : SA et SARL

En effet, dans les années 1920, alors que le marché se remet des perturbations de la Première Guerre mondiale, deux nouveaux types de sociétés se développent : les Sociétés anonymes (SA) et les Sociétés à responsabilité limitée (SARL). Une première indication peut être obtenue grâce aux noms des maisons de commerce. Si on observe l'évolution de ces noms dans l'*Annuaire de l'Hérault* entre 1914 et le début des années 1930[1], on peut avoir une idée tendancielle de ce développement. Ainsi, en 1914, il n'existe à Béziers que deux sociétés dont le nom indiquent qu'elles fonctionnent de la sorte : « Le Comptoir vinicole français » qui est une société anonyme gérée par Paul Monestié et la « Vendangeuse du Languedoc ». En 1923, ce chiffre double et au début des années 1930, il atteint près de 12 % des maisons de commerce. À Sète, on note la même évolution, bien que plus tardive (le chiffre des SA ou des SARL triple pour atteindre près de 11 %) tandis qu'à Montpellier, cette évolution est moins marquée (on passe de 3 maisons sous une de ces raisons sociale en 1923 à 5 au début des années 1930 soit près de 6 % seulement). Cette constatation d'ensemble et superficielle, qui ne traduit qu'imparfaitement une dynamique réelle, est renforcée par l'étude des rapports d'inspection de la BDF. Ces derniers indiquent très clairement qu'après-guerre, les maisons de commerce s'orientent de plus en plus vers ce types de sociétés : les premières SA dans le monde du négoce héraultais y sont relevées dès les premiers rapports suivants le conflit et, alors que la loi autorise les SARL en 1925[2], de nombreuses maisons de commerce y ont recours, encouragée par la presse spécialisée[3].

Il s'agit là, dans un contexte de professionnalisation de plus en plus marqué et face à des concurrents de mieux en mieux armés et structurés, d'opter pour des statuts plus solides et qui s'adaptent mieux à un climat économique beaucoup plus risqué. En effet, SA et SARL limitent les risques de faillites personnelles et surtout permettent une gestion plus efficace grâce notamment à une meilleure utilisation des capitaux (actions, réinjections, divisions) et à la possibilité de nommer un gérant, qui, chaque année, doit rendre des comptes à une assemblée générale. Cette limitation des risques et cette souplesse gestionnaire, tout comme la sécurité inhérente à ce type de statuts, poussent les plus grandes maisons à se tourner vers cette solution. D'ailleurs, lorsqu'en 1926, la maison « V. Anthérieu » de Frontignan change de nature pour devenir une SARL, l'inspecteur de la BDF révèle qu'il s'agit là d'un changement effectué « pour des raisons fiscales »[4]. La même année à Sète, Ernest Alby forme avec sa sœur, son beau-frère et sa belle-sœur une SARL s'appuyant sur un capital conséquent de 1 M

[1] *Annuaire de l'Hérault,* 1914-1930.
[2] Loi du 7 mars 1925, JORF, 8/03/1925.
[3] L'*Action Méridionale* recommande à ses lecteurs « ces sociétés dont la forme présente […] des commodités très appréciables », notamment l'assurance qu'en cas de dissolution (faillite ou non), on ne pourra pas réclamer aux associés plus que les fonds engagés (*AM*, 15/04/1925).
[4] ABDF : Montpellier, 1926.

de F leur permettant d'accroître le développement de l'entreprise. À Montpellier, la première maison de la place, « Cazalis et Delord » prend cette forme pour associer les fondateurs et leurs fils[1]. Par ce changement de nature des sociétés, les maisons de commerce imitent les autres secteurs industriels ou les maisons des grands centres de consommation qui dès le début du XXe siècle avait franchi le pas[2]. En outre, cela leur permet d'accroître notablement le capital de base de la société et donc d'offrir des garanties supérieures aux banques et de financer des transactions de plus en plus importantes : en 1926, la SARL « V. Anthérieu » fonctionne avec un capital de 1,6 M de F tandis que la Compagnie générale des Vins du Midi et d'Algérie (CGVMA) voit son capital passer de 1.8 M de F (1921) à 4 M à la fin des années 1920[3]. En effet, ces structures permettent d'étendre le capital social, notamment par la création de parts qui sont financées par les négociants : en 1926 et 1929, Joseph et Victor Clarac augmentent de 50.000 F le capital de « Clarac Frères et Chauvain » par ce procédé[4].

Dans les faits, schématiquement, soit la maison garde le nom de famille précédé du terme « Établissements » comme les « Établissements Fauroux et Cie » à Béziers en 1924, soit elle prend un nom nouveau comme la SARL « Docks Vinicole Biterrois » au tournant des années 1930 à Béziers ou la SA « Soc. Béziers-Strasbourg » à Béziers en 1921. Dans d'autres cas, elles conservent leur nom d'origine comme les maisons « J. Alby » ou « Cazalis & Prats »[5]. Les publicités soulignent ce changement statutaire : ainsi la maison « Louis Cattelat et Fils Successeurs » à Montpellier qui indique dans ses publicités à la fin des années 1920 « SARL au capital de 1.700.000 F »[6]. Les plus grandes maisons sont rapidement suivies par d'autres plus modestes qui y voient un atout commercial indéniable, notamment la solidité statutaire. Ainsi, en 1928, la SA des « Établissements U. Voisin et Cie » est fondée à Marseillan, autour d'un capital de 200.000 F. Le capital est apporté par Urbain Voisin, négociant à Agde, son fils Max Voisin, son cousin Joseph Voisin et ses associés Colomer et Barral, ces trois derniers assurant la gérance de la maison[7]. Urbain apporte essentiellement son fonds de commerce composé de matériel de chais, de matériel roulant, de mobilier de bureau et de laboratoire ainsi que des marques déjà déposées par la maison. Les autres associés apportent essentiellement de l'argent frais pour faire fonctionner la maison. Il s'agit là de pérenniser une maison fondée par le père d'Urbain, Jean Voisin, à la fois grâce à une structure juridique solide (la SA) et l'implication des successeurs. À la mort d'Urbain Voisin en 1931, la maison lui survit et continue ses activités au moins jusqu'aux années 1940, expédiant les 6 à 8.000 hl produits par la famille et des vins de la région d'Agde-Marseillan[8].

[1] ABDF : Sète, 1926.
[2] La loi sur les SA date de 1807 (sous autorisation préalable) et elle connaît une réforme en 1867 qui permet une plus grande adoption de ce régime.
[3] Mais ce n'est pas toujours le cas, certaines SARL ou SA ont des capitaux très limités comme la SA « Grands vins franco-algériens » à Sète (100.000 F) ou « Guibal P. et Cie » à Clermont (75.000). D'ailleurs, la BDF note que ces capitaux sont insuffisants pour les affaires qu'ils brassent et les encourage à augmenter leur capital.
[4] ADH : 3 Q 15385, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 12-533/1869.
[5] ABDF : Sète, 1926.
[6] *Annuaire de l'Hérault, 1930.*
[7] ADH : 6 U 1 98, Tribunal de commerce d'Agde, Actes des sociétés, 1902-1928.
[8] *Annuaire de l'Hérault, 1939*.

Dans le cadre de ces sociétés, l'organisation de la maison de commerce est très précise et rigoureuse. Ainsi, en 1920, lors de la création de la société anonyme « Ets Jules Julien »[1] entre Antoine Pradal et Jules Julien, tous deux négociants, on apprend que les partenaires se partagent les actions à hauteur de 1.100 actions chacun sur les 3.000 au total (le reste étant possédé par des actionnaires minoritaires). La société est régie par un conseil d'administration, nommé tous les six ans par l'assemblée générale, avec un renouvellement annuel d'un à trois membres. Chaque membre de ce CA doit disposer d'au moins 20 actions de la société, soit un investissement minimum de 10.000 F. Ce CA, à la tête duquel se trouve un président (ici J. Julien), se réunit au minimum tous les trois mois et peut prendre des décisions à la majorité des voix. Chaque année, l'Assemblée générale se tient de manière ordinaire, regroupant les actionnaires ayant investi au minimum 5.000 F (donc disposant de 10 actions) et chaque membre de l'AG dispose d'une voix par tranche de 10 actions. La structure est complétée par un administrateur délégué qui s'occupe du domaine commercial (Congé) et un autre chargé du service financier (A. Pradal). Le président et les deux administrateurs touchent un salaire de 24.000 F par an et chaque actionnaire bénéficie d'un retour sur investissement de 8 % auxquels s'ajoutent des retours sur bénéfices complémentaires (pour les membres du CA par exemple ou pour l'administrateur délégué en charge du commerce). En 1920, les « Ets Julien » comptent deux actionnaires majoritaires et sept actionnaires minoritaires, essentiellement des négociants, qui se partagent les 800 actions restantes. En dépit de sa courte durée de vie[2], cette structure montre l'ambition de certains négociants héraultais et leur compréhension des enjeux en cours dans le marché des vins, notamment l'impératif de rigueur et d'efficacité.

Cette évolution est alors nécessaire car, sur le marché des vins, de nouvelles structures concurrentes apparaissent.

<u>De nouveaux acteurs commerciaux sur le marché des vins héraultais</u>

Tout d'abord, les bureaux d'achat se développent rapidement dans le département. C'est là une grande nouveauté dans les années 1920. En effet, les maisons de l'extérieur décident de continuer à investir dans le département mais sans ouvrir de maisons de commerce comme c'était le cas auparavant. Elles ouvrent de nouvelles structures qui se superposent aux maisons de commerce héraultaises. Un intermédiaire, sur place et avec une liberté commerciale très limitée, est chargé d'effectuer les achats pour eux. Ainsi naît en 1921 la Compagnie générale des Vins du Midi et d'Algérie (CGVMA). Société anonyme dont le siège social est à Paris, elle regroupe, dans un actionnariat puissant, divers maisons d'alimentation de premier plan : Félix Potin, les Docks lyonnais, la Nancéienne d'alimentation, l'Alimentation moderne du Midi. Basés à Sète (pour les vins blancs) et à Béziers (pour les vins rouges), les bureaux d'achat dirigés par deux négociants locaux (Châtillon à Sète, Bousquet à Béziers) sont char-

[1] ADH : 131 J 3-4, Fonds Doumergue, Statuts, « Ets. J. Julien », 1901-1924.
[2] L'entreprise est dissoute en 1923 après que J. Julien ait décidé de se consacrer uniquement au commerce des soufres.

gés d'acheter pour ces maisons d'alimentation[1] près de 500.000 hl de vins par an dans le département au tournant des années 1930[2]. Sans avoir la puissance financière de la CGVMA, d'autres maisons extérieures reproduisent ce modèle : la maison suisse « Schenk SA » à Sète[3] ; la « Soc. Béziers-Strasbourg » à Béziers ; « La coopération vinicole » à Béziers (bureau d'achat de diverses maisons d'alimentation du Sud-ouest et de la région parisienne[4]). À Montpellier, la société picarde « Aubry Conrad et Cie » et la « Société anonyme viticole parisienne » se partagent le même bureau d'achat tenu par V. Aubry[5]. La « Société vinicole de l'Est et du Nord », basée à Sète, achète pour sa part des vins algériens et espagnols dans le port héraultais afin d'alimenter les coopératives de consommation ou les magasins à succursales multiples de ces régions[6]. Toutes ces maisons font, plus ou moins, office de commissionnaires, mais avec une nuance importante. Ce ne sont pas des commissionnaires classiques car tout d'abord ils ne sont affiliés qu'à une seule maison ou à un seul groupement et, surtout, car ils ne disposent d'aucune liberté commerciale étant donné que la raison même de l'existence de leur maison procède de clients extérieurs. C'est un renversement tendanciel fondamental car jusque-là, les commissionnaires, s'ils étaient soumis aux ordres de leurs commettants, n'étaient pas liés à ces derniers directement. Désormais, ces maisons de commissions sont financées exclusivement par l'Extérieur où se prennent les décisions. On retrouve ainsi ici la source de la grande dépendance du Commerce héraultais dans les décennies suivantes.

À l'inverse, au début des années 1920, certains négociants biterrois se regroupent dans une société qui vise à permettre l'écoulement d'une partie de la production. Cette société, « Les représentants-expéditeurs du Midi », cherche à « faciliter au commerce de gros des centres de consommation les achats directs à la propriété dans toutes les régions du Midi »[7]. Cette société dont le siège social est à proximité du marché, sur les allées Paul-Riquet, est une preuve de la modification structurelle du négoce languedocien et biterrois en particulier avec l'émergence des commissionnaires dans les années 1920. C'est également la preuve, ici aussi, de la compréhension du Commerce héraultais des attentes de la clientèle et des nouvelles réalités du marché. Ainsi, dans le but d'attirer les maisons de commerce de l'Extérieur, certains commissionnaires n'hésitent pas à se regrouper afin d'être plus efficaces mais également plus résistants face aux pressions (concurrence directe, exigences, chantage) du négoce extrarégional qui cherche à s'étendre dans la région par le biais des bureaux d'achat.

Enfin, afin de permettre au plus grand nombre de disposer des outils nécessaires au traitement et au stockage des marchandises, les grands centres d'expéditions voient la généralisation à partir des années 1910 de « docks » et autres « magasins généraux ». Ces nouvelles

[1] Et d'autres également comme les Docks du Nord ou les Docks rémois par exemple.
[2] ABDF : Béziers, 1921-1930.
[3] ABDF : Sète, 1922. Très rapidement, ce bureau devient une SNC qui s'installe durablement dans le département en achetant des propriétés.
[4] ABDF : Béziers, 1928.
[5] ABDF : Montpellier, 1928.
[6] ABDF : Sète, 1928.
[7] *Annuaire de l'Hérault*, 1923-24.

structures visent à permettre aux négociants de stocker, traiter et manipuler leurs vins dans des locaux tiers.

L'impulsion a été initiée dans les années 1900 par Achille Gaillard qui est un industriel biterrois, proche des milieux négociants de la ville. En 1904[1], il est autorisé à ouvrir des magasins généraux et une salle de vente en gros où les vins sont vendus aux enchères[2]. En 1911, devant le succès de son entreprise, Gaillard agrandit ses magasins généraux. Les services offerts par Gaillard connaissent un très grand succès en raison de la rigueur, du professionnalisme et du sérieux des employés des magasins généraux. Les vins sont stockés dans les chais des magasins généraux situés chemin de l'Albigeois à Béziers et les négociants peuvent y accéder librement dans le respect des horaires. Toutes les opérations (de manutention, de traitement, de coupage, de stockage ou d'expédition) effectuées à l'intérieur des magasins généraux le sont par des employées de ces derniers et, à de rares exceptions, les ouvriers extérieurs n'y sont pas acceptés. Dans le cas d'un déficit de futaille, les magasins généraux peuvent également louer les leurs[3]. Les négociants agissent donc auprès des magasins généraux comme des donneurs d'ordre et chaque intervention est minutieusement répertoriée dans le règlement intérieur et dans le tableau des tarifs. Ce système, en dépit de son coût, est un réel avantage pour les négociants qui ne disposent pas de chais ou de capacité de stockage assez limitée comme Augé par exemple. Dans les années 1920, les « Magasins généraux Gaillard », qui ont été déplacés rue des Entrepôts, disposent alors de chais de 25.000 hl et de leur propre embranchement ferroviaire pour permettre la réception et le remplissage des wagons. Une publicité résume très bien le rôle des magasins généraux: représenter à Béziers leurs clients, payer les vendeurs, entonner, stocker, soigner, expédier les vins[4]. Devant le succès des magasins généraux de Gaillard, les entrepôts de stockage se multiplient dans le département[5] : les « Docks et entrepôts de Sète »[6] en 1907 et les « Entrepôts centraux sétois » dans l'immédiat après-guerre ou à Béziers, le « Magasin de gros des Coopératives de France » en 1922 et les « Entrepôts et docks biterrois » en 1928[7].

Si cette émergence des docks et autres magasins généraux est la preuve d'un commerce actif, lucratif et dont l'armature commerciale devient de plus en plus complète durant cette première période, elle est également symptomatique des défaillances du négoce local. En effet, en creux, elle démontre qu'une grande partie des négociants locaux ne disposent pas des infrastructures nécessaires pour répondre à une demande toujours marquée et profiter d'une offre en forte croissance. Ils sont dans l'obligation d'externaliser une grande partie de leurs activités en raison de leurs propres insuffisances. C'est problématique car dans le même

[1] ADH : 8 M 15, Magasins généraux, circulaires et instructions ministérielles, Arrêté préfectoral 6 juin 1904.
[2] ADH : 8 M 15, *op. cit.*, lettres des CI du 10/06/1904.
[3] Dans les années 1920, certains magasins généraux louent également des WR comme les « Entrepôts et docks biterrois ».
[4] Voir en annexes, le livret publicitaire des « Magasins généraux » d'A. Gaillard p. 1153.
[5] Sauf à Montpellier où il ne semble pas exister de magasins généraux réservés aux vins.
[6] Fondés par Domerc et Estève, deux négociants-transitaires sétois. Cf. la biographie de Domerc en annexes, p. 1211.
[7] *Annuaire de l'Hérault*, 1920 et 1928.

temps la concurrence dans l'Hérault, notamment les bureaux d'achat des puissantes maisons de l'Extérieur, se fait de plus en plus présente.

En définitive, nous ne pouvons pas conclure autrement que sur la très grande multiplicité du métier de négociant dans l'Hérault entre 1900 et 1930. Outre la très grande hétérogénéité des pratiques, les dynamiques en œuvre entre les années 1900 et les années 1920 modifient la structure interne d'une profession particulièrement soumise à la conjoncture.

Ainsi, alors que les forfaitaires tendent à perdre leur poids sur le marché des vins, des intermédiaires d'un nouveau genre apparaissent venant du département mais également des bassins de consommation. Cela se traduit par un renouvellement des acteurs sur place, mais également par une adaptation des structures commerciales locales qui cherchent à résister à la pression extérieure et aux impératifs de rentabilité de plus en plus importants des clients.

Dès lors, dans un milieu commercial particulièrement soumis aux aléas – positifs et négatifs – de la conjoncture, les maisons de commerce font preuve de résistance et d'adaptabilité afin de conserver la maîtrise d'un marché de plus en plus concurrentiel.

Cette hétérogénéité et ces évolutions sont également sensibles dans les circuits commerciaux qui, outre leur diversification, connaissent également une nette évolution durant la période.

CHAPITRE 2 : UNE POSITION PIVOTALE : LE NÉGOCE HÉRAULTAIS ENTRE LE MIDI ET L'« EXTÉRIEUR »

Pierre Bergé met en exergue dans sa thèse sur les marchés viticoles du Midi la très forte relation entre le Midi et l'extérieur. Il remarque que « le Midi doit donc plus que tout autre région se préoccuper de l'écoulement d'une grosse récolte »[1]. Cette situation entraîne *de facto* une profonde dépendance de la filière viti-vinicole vis-à-vis de l'Extérieur. C'est d'autant plus vrai que l'Hérault est – largement – le plus gros département producteur de la métropole et que ses vins sont consommés « dans toute la France »[2]. Il faut donc, pour écouler une marchandise qui n'est que très marginalement consommée dans le département[3], un appareil commercial qui s'inscrit dans une logique réticulaire efficace.

Dans cette optique, les maisons de commerce bâtissent en amont et en aval des circuits de commercialisation plus ou moins pérennes où elles assurent la fonction de pivot entre le Midi et l'Extérieur. Articulé autour d'auxiliaires qui servent de relais vers les espaces de production ou vers les bassins de consommation, ce tissu commercial agit comme une interface entre le département et ce que l'on appelle communément et génériquement l'« Extérieur », c'est-à-dire les régions de consommation extra-languedociennes. Il permet de répondre à une demande constante à cette époque, assurant l'approvisionnement, direct ou indirect, de millions de consommateurs sur le territoire national grâce à des circuits commerciaux évolutifs.

Symbole de cette fonction d'articulation, le marché *aux* vins est également le marqueur de la bonne santé du marché *des* vins. Au moins jusqu'aux années 1930, sur un laps de temps assez court (quelques heures) et un espace des plus réduits (une esplanade de quelques mètres carrés) se joue souvent l'avenir des maisons de commerce et parfois même de la filière, symbolisant là aussi la fragilité, les excès et la singularité de la profession.

Permettre l'écoulement de la plus grande production française

L'action des maisons de commerce, qu'elles agissent au forfait ou à la commission, est vitale pour le département car ce dernier est sur l'ensemble de la période le plus gros producteur en vins métropolitain[4]. Les réseaux que les négociants tissent dans le département et à l'extérieur de celui-ci sont donc fondamentaux pour permettre d'écouler une marchandise essentielle pour l'économie locale du fait de la grande dépendance des autres secteurs économiques de la région.

[1] BERGÉ P., *Les marchés des vins du Midi*, Paris, PUF, 1927, p. 18.
[2] ADH : 8 M 179, Fonds de la Chambre de commerce et d'industrie, PV de séance, 12/03/1907.
[3] Selon diverses sources syndicales, moins de 1/10e de la production serait consommé localement. C'est confirmé par les chiffres officiels. Cf. en annexes la comparaison des consommations départementales, p. 1016.
[4] Voir LACHIVER M., *op. cit.,* Annexes.

Un département de production, de vente et de transit

Dans son article sur le fonctionnement du marché des vins en Languedoc-Roussillon, Rémy Pech souligne que les négociants locaux portent le nom de « chargeurs » car « installés dans les villes du Languedoc, ils regroupent les vins régionaux et les expédient vers les places de consommation »[1]. C'est effectivement la fonction principale des négociants méridionaux : expédier les vins du Midi vers les grands centres de consommation nationaux. Concrètement, le cœur de la clientèle des négociants héraultais sont : les grands centres urbains qui connaissent depuis la seconde moitié du XIXe siècle une croissance marquée (Région parisienne, Nord, Lyonnais), les régions du Centre de la France (depuis le Massif Central jusqu'au sud du Bassin Parisien), l'Est de la France. Ils viennent s'approvisionner dans le département car ce dernier représente, pour la période, celui qui est, en proportion, le plus planté en ceps (11 % de la surface nationale) et le plus gros producteur (entre 16 et 24 % de la production nationale)[2].

L'Hérault est, dès lors à juste titre, dépeint par de nombreux observateurs comme très dépendant de cette mono-activité. Ainsi, en 1907, lorsque la Chambre de commerce de Béziers se réunit pour étudier les causes et les remèdes à apporter à la crise qui frappe la viticulture méridionale, elle évoque le marasme économique généralisé qui frappe le département où « l'influence de la crise est désastreuse pour l'économie locale » car les viticulteurs ne peuvent plus « n'ayant pas de réserves ou les ayant épuisées, s'acquitter de leur dettes ; il suffit à peine, à payer la nourriture. On n'achète que l'indispensable »[3]. En 1930, lors de la venue de la Commission Barthe, M. Vieu, président de l'Union commerciale et industrielle déplore toujours cette forte dépendance, tout comme François Esparcel, président de la Fédération des syndicats patronaux du Commerce et de l'Industrie de l'Hérault[4].

Cette situation est due essentiellement aux choix qui ont été faits au tournant du siècle, faisant de l'Hérault, « dont le milieu est le plus favorable »[5] à la production des vins, le cœur d'un vignoble de masse, en raison de qualités hygrométriques, géologiques, climatiques bien connues[6]. Ainsi, dans un département dont l'orientation économique est centrée sur la seule filière viticole, la question des écoulements est primordiale, à la fois pour le négoce et pour les propriétaires mais également pour toutes les professions induites qui travaillent de concert avec eux ou pour les commerces et services locaux qui dépendent de la prospérité viticole.

Comme l'indique le schéma 1 (p. 72), à la diversité des activités des maisons de négoce répond une diversité de la clientèle. Ainsi, tout au long de la période, les vins héraultais

[1] PECH R., « L'organisation du marché du vin en Languedoc-Roussillon aux XIXe et XXe s. », *Études Rurales*, av.-déc. 1980, 78-80, p. 105.
[2] LACHIVER M., *op.cit., Annexes.*
[3] ADH : 8 M 179, *op. cit.*
[4] BARTHE É., *Rapport fait au nom de la Commission des boissons chargée de procéder à une enquête sur la situation de la viticulture en France et en Algérie et sur toutes les réformes utiles de nature à améliorer le marché vinicole et à réduire les charges qui frappent le commerce des vins* [Désormais : *Rapport Barthe (1930)*], n° 3156, Chambre des députés, Paris, Imprimerie de la Chambre des députés, 1932, p. 34-37.
[5] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 18.
[6] GALTIER G., *op.cit.*

sont commercialisés à l'extérieur du département pour plusieurs types d'usages. La plupart du temps, on les utilise essentiellement comme vins de coupage (les « vins médecins ») afin de modifier les vins produits dans d'autres régions (Centre, Bordelais, Bourgogne, Nord-est) et qui sont soit trop faibles en titrage soit trop clairs. Les vins héraultais – en dépit de toutes les variations qui peuvent exister entre les dizaines de « terroirs » du département[1] – sont alors réputés pour leur robustesse, leur teneur alcoolique et leur couleur. Ils sont alors particulièrement prisés par des maisons de commerce de l'Extérieur (maisons de gros et de demi-gros). Une part de la production est également destinée à être expédiée pour être consommée rapidement, auprès de ce que l'on nomme dans la profession la « clientèle bourgeoise » : cafés, restaurants, associations, institutions, particuliers. Il s'agit des vins rouges typiques du département, mais également des vins doux, des apéritifs, des vins de liqueur dans la première partie du XXe siècle puis petit à petit de certains VCC qui obtiennent la labellisation VDQS à partir des années 1950 : minervois, faugères, saint-chinian, pic Saint-Loup par exemple. Mais, cette proportion de « vins bourgeois » expédiée pour être consommée directement est une part très faible des expéditions. En 1930, lors de la venue de la Commission Barthe dans le Midi, Gustave Malet, alors président du syndicat montpelliérain, estime que pour la campagne 1928-1929, 2 M hl ont été expédiés en gros par les membres de son syndicat contre 60 à 70.000 hl par la barricaille, soit environ 3 % des expéditions totales pour l'arrondissement de Montpellier[2]. Ce chiffrage, à prendre avec précaution[3], permet de relativiser la part de la barricaille qui est devenue à la fin des années 1920 une activité secondaire.

Enfin, les négociants en vins héraultais sont également, tout au long de la période, les fournisseurs privilégiés de grandes institutions : armée, marine, hôpitaux, compagnies de chemin de fer. Les forces militaires sont, en effet, de grands consommateurs de vins héraultais, et ce bien avant la Première Guerre mondiale. Les négociants doivent remplir les conditions exposées dans des cahiers des charges bien précis[4], qui établissent les termes du contrat : volume, degré, type de vin, échelonnement des livraisons. Ils doivent ensuite déposer leurs

[1] Ne serait-ce que pour Montpellier et ses alentours, voilà ce que dit la notice de l'Annuaire de l'Hérault en 1930 : « Le vignoble produit tous les genres de vins, depuis Aramon 7-8°, jusqu'au Montagne supérieur 10-11° ; ils sont en général d'excellente qualité, souples et un peu tendres. En raison de la grande variété des terrains et de la grande périphérie qu'occupe le vignoble, il faut juger les vins par quartiers. Dans la direction de Mauguio et de Pérols, aux confins extrêmes de la commune, les hauteurs, soubergues et coteaux à terrain rouge et caillouteux donnent un vin de choix, ayant du corps, vineux, joli rouge couleur Montagne, 10 à 11° ; les plaines qui bordent les rives du Lez, depuis Salaison jusqu'à la limite de la commune de Lattes, produisent des Aramons ayant assez de plein, fruités, un peu tendres, 8°, mélangés avec le Carignan et l'Alicante-Bouschet, ils donnent de bons vins courants ordinaires, 8° à 9° ; les coteaux et soubergues qui dominent dans les quartier d'Arènes, de Montels, de la Castelle, de la Croix d'Argent, donnent d'excellents demi-Montagne, 9-10° ; d'excellents vins de table, ayant du corps, de la finesse, couleur montagne ordinaire, tendres, 10-11°, produits par les vignobles situés sur la droite de la route de Lavérune jusqu'à la Mosson, par ceux de Celleneuve, qui s'étendent dans la direction de Saint-Georges et de Grabels ; du côté de la route de Ganges et de Mende, les vins récoltés sont nerveux, avec grain, couleur demi-Montagne, 10° environ. »

[2] AAN, *Rapport fait au nom de la Commission des boissons chargée de procéder à une enquête sur la situation de la viticulture de France et d'Algérie*, Paris, 1930-1931, Tome I, p. 44.

[3] Ces chiffres sont à prendre avec prudence car il existe, à Montpellier, un syndicat des négociants expéditeurs-directs. En outre, il y a des centres d'expédition où la barricaille est bien plus présente qu'à Montpellier (Saint-Georges, Lunel, Frontignan Sète). Mais même dans ces centres-là, le commerce de gros est largement majoritaire.

[4] Voir par exemple le *Recueil des conditions particulières des marchés de la Marine* (Fascicule de 1932, mise à jour en 1939), ADH : 4 ETP 254, Organisation des marchés, Adjudication militaire.

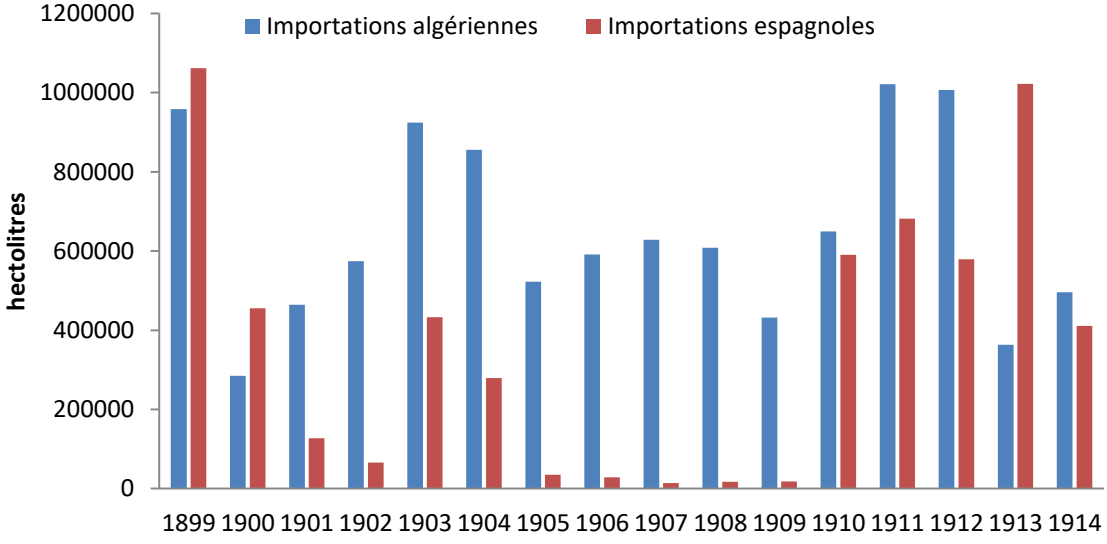
propositions et leurs échantillons lorsqu'une demande est faite pour les troupes ou les marins. Une commission se réunit ensuite[1] afin de procéder à l'examen des échantillons et des conditions de la transaction avant la mise aux enchères. L'offre assurant le meilleur rapport qualité-prix remporte alors le marché. Certaines maisons se spécialisent dans ce type de commerce comme le reconnaît le Syndicat montpelliérain en 1912. Dans les années 1920, la maison « F. Pétrier Fils » de Béziers fait fortune en approvisionnant les armées d'occupation du Rhin[2] tandis que la maison montpelliéraine « Chauliac-Lahonde » perd pour sa part plus de 200.000 F. dans un marché avec la marine[3]. Les hôpitaux également fonctionnent sous la forme d'adjudications, qu'il s'agisse d'hôpitaux locaux[4] ou non[5]. D'autres institutions enfin sont la cible des négociants héraultais : les coopératives de cheminots avec lesquels la maison « Tellier et Carrière » fait fortune. Après avoir commencé à vendre à des coopératives ouvrières locales, la maison de commerce, qui est devenue la « Coopérative vigneronne » puis « La Vigneronne méridionale », fournit l'ensemble des coopératives du PLM et de la Compagnie des Chemins de fer de l'Est dans les années 1920[6]. La maison « Chauliac-Lahonde », quant à elle, après sa mésaventure avec la Marine, devient l'expéditeur exclusif du COPRA (Comptoir des produits de l'alimentation) qui est la société d'approvisionnement en commun des hôteliers parisiens[7]. Enfin, la maison « Arnaud P. » de Balaruc-les-Bains se spécialise, durant l'Entre-deux-guerres, dans l'approvisionnement des communautés religieuses du département et des départements limitrophes[8].

Évoquons dans un dernier temps la ville de Sète. Considérée comme le « port du vin », elle est une double interface car elle permet, depuis la fin du XIXe siècle et la crise phylloxérique, l'importation, en quantité plus ou moins importante, de vins étrangers et algériens. Au début du siècle, ces vins sont essentiellement des vins espagnols et Sète, comme le souligne Jean-Louis Cazalet, « devient le port importateur des vins d'Espagne et c'est surtout le Priorato, l'Alicante et le Benicardo qui vont emplir nos chais [devenus] le prolongement des quais de Barcelone »[9]. Le port importe également des vins italiens : 30 % des entrées totales sur le territoire français au début du siècle. Tout comme les vins espagnols, ce sont des vins de coupage, fortement titrés et à la robe puissante. Sète dispose dans cette logique réticulaire d'avantages conséquents : infrastructures portuaires, forte activité manutentionnaire (dockers), multiplicité des moyens de réexpédition (route, canal, chemin de fer). En outre, les vins étrangers – espagnols principalement – bénéficient au début du siècle de dérogations tarifaires qui leur permettent d'être compétitifs en vue d'une réexpédition vers les centres de consommation français. Toutefois, alors que s'ouvre le siècle nouveau, la ville

[1] Sur place pour les troupes, à Cherbourg au moins jusqu'aux années 1920 pour la Marine.
[2] ABDF : Béziers, 1922.
[3] ABDF : Montpellier, 1928.
[4] ADH : 3 HDT 1 P989, Adjudication des hôpitaux de Montpellier, 1926.
[5] *BMS*, déc. 1910, adjudication des hôpitaux civils de Lyon, 1911, p. 289.
[6] ABDF : Montpellier, 1931.
[7] ABDF : Montpellier, 1930.
[8] ABDF : Sète, 1922, 1923 et 1931.
[9] CAZALET J.-L., *op. cit.,* p. 213.

connaît un ralentissement des affaires en raison de lois qui à la fois durcissent l'utilisation des vins étrangers dans le cadre des coupages et augmentent les droits de douane. Ainsi entre 1880 et 1910, le port sétois perd environ 60 % de son potentiel d'importation en provenance d'Espagne et le port « végète sous le régime d'un protectionnisme outrancier »[1]. Mais à partir de 1910, de nouveaux vins font leur apparition à l'entrée sur le territoire : les vins de liqueur grecs, turcs et espagnols qui vont permettre de compenser à hauteur de 40 % la perte des années précédentes[2]. Le lien avec l'Espagne est si fort, en dépit de la chute des vins ordinaires, qu'au tournant du siècle, dans une dynamique de renforcement des avantages comparatifs qui valorisent le port héraultais, s'implante à Sète une « Chambre de commerce espagnole ». Dans cette dernière, on y retrouve en moyenne huit membres sur douze qui sont des négociants en vin[3], preuve de la domination des vins dans les transactions hispanico-sétoises. Pourtant, désormais, les vins algériens prennent massivement la place occupée précédemment par les vins espagnols. Au début du siècle, ils représentent en moyenne 50 % des importations totales dans l'île singulière, soit environ 650.000 hl par an et entre 1900 et 1914, seule deux années voient rentrer dans le port sétois plus de vins algériens qu'espagnols (graph. 5)

Graph. 5 : Du port espagnol au port algérien
Le basculement des importations à Sète
1899-1914



Source : CAZALET J.-L., *op. cit.*, p. 277-279

Enfin, pendant la Grande Guerre, Sète devient le port d'importation de la Suisse, ce qui accroit considérablement, pendant deux ans, le commerce sétois dans son ensemble et des

[1] VIVARÈS L., « Les grands marchés vinicoles du Midi », *Bulletin de la Société languedocienne de géographie*, Montpellier, 1918, p. 26.
[2] 600.000 hl ont été perdus entre 1880 et 1910 alors qu'environ 250.000 hl de vins de liqueur entrent en moyenne sur le territoire national par le port sétois dont 160.000 pour la seule Espagne.
[3] *Annuaire de l'Hérault*, 1912.

vins en particulier[1].

Certains négociants locaux se spécialisent alors dans cette activité d'importation et cette dimension d'ouverture est symbolisée par les publicités des années 1900, 1910 et 1920 qui manifestent toujours le lien avec l'étranger : « maison d'importation », « importations directes », « importateurs », « comptoirs ». C'est également le cas pour les maisons qui disposent de bureaux à l'étranger ou en Algérie : « Darbon & Pioch » qui sont spécialisés dans les muscats grecs de Samos ; « A. Prat » qui a ouvert des comptoirs d'importation à Porto et à Malaga ; « J. Bergnes » qui propose des « Vins du Midi et des vins d'Algérie »[2]. Autre symbole d'ouverture, à l'inverse, de nombreuses maisons étrangères installent des représentants ou des succursales dans le département : la maison « A. Schick » originaire de Colmar qui s'installe à Sète au début des années 1920 ; la maison « E. Villars » qui ouvre une succursale à Sète en 1919, qui sert de relais entre la maison-mère et les bureaux-chais en Suisse[3]. Exemple symbolique, en 1930, les publicités de Louis Estève le décrivent comme le « représentants des plus importantes firmes espagnoles et helléniques » dans le port héraultais[4]. Agent de la « Compagnie Hellénique » pour laquelle il importe les vins dans le port sétois depuis les années 1910, Louis Estève a fait fortune dans cette activité avec son ancien associé Georges Domerc[5]. Ce dernier, futur président de la CCS, est décrit comme un « homme habile et sérieux »[6] et ayant amassé une fortune s'élevant à 7 M de F dans les années 1920 grâce au commerce de vins grecs dont il a le monopole du transit dans le port sétois[7].

L'ensemble de ces expéditions, dans leur grande diversité, sont conditionnées par des règles commerciales qui dessinent les contours des relations entre vendeurs et acheteurs.

Agréages, échelonnements et retiraisons : les achats à la propriété

Les transactions se réalisent selon un schéma de consommation classique qui permet à la marchandise d'être écoulée depuis le lieu de production, la vigne, jusqu'au lieu de consommation, le verre. Pour effectuer ce trajet, le vin suit un parcours qui lui fait rencontrer de nombreux intermédiaires et passer par de nombreuses étapes.

La première étape concerne la formation du contrat entre le vigneron et le négociant expéditeur. C'est là une transaction marchande, qui dans le cadre d'une relation institutionnalisée par le droit, répond à un ensemble de procédés normalement[8] parfaitement intégrés par

[1] « Cette, port suisse », *L'Éclair*, 24/03/1919.
[2] *Annuaire de l'Hérault*, 1900-1920.
[3] À Genève et à Bâle.
[4] *Bottin du commerce*, 1930.
[5] ABDF : Sète, 1912-1931.
[6] ABDF : Sète, 1925.
[7] Son poids est tel dans cette activité qu'il fait office de conseiller pour l'établissement de la convention de Commerce et de Navigation entre la France et la Grèce signée à Athènes en mars 1929 puis aux accords suivants en 1931 (cf. ANF : 19800035/429/57387, Fonds de la Légion d'honneur, Dossier G. Domerc).
[8] Nous verrons plus loin que ce n'est pas toujours le cas. Cf. « Des contrats source d'imbroglio dans le premier XXe siècle », p. 773.

les parties[1]. Ce contrat se réalise autour de ce qu'on appelle le « consentement des parties »[2] et cet accord porte essentiellement sur la qualité du vin (notamment ses deux critères principaux : cru et degré), la quantité et le prix. Afin de tomber d'accord sur ces conditions, il est nécessaire que le vin soit goûté et agréé. Cette opération est rendue possible par le biais des « échantillons » qui sont fournis au négociant soit par un courtier soit directement par le propriétaire. Dégustation et agréage ont lieu généralement chez le négociant, même si parfois, notamment en période de vendanges, l'agréage a lieu sur le lieu de l'échantillonnage[3]. Dans certains cas, une fois la dégustation effectuée, le négociant se rend également sur place pour la visite d'agréage afin de constater la tenue du vin en cave, sa conservation et la correspondance de l'échantillon avec la cave vendue[4]. Chez le négociant, le vin – outre sa dégustation, primordiale – est pesé et analysé afin de déterminer sa composition et d'éventuelles tares[5]. Ces opérations effectuées, le négociant dispose d'un temps relativement bref, un à deux jours dans l'Hérault[6], pour confirmer l'achat de la cave dont il a reçu en même temps que l'échantillon les conditions de vente : prix, quantité, poids. Une fois que l'agréage a été réalisé, la vente est dite « parfaite » et le négociant confirme, par écrit[7], l'achat de la cave. Il reçoit alors une seconde série d'échantillons, dits, « de conformité »[8]. Dans certaines situations et notamment les ventes sans agréage, les conditions de vente sont différentes. Par exemple, lors des ventes avant ou au cours de la récolte, appelées « ventes sur souches », il n'est ni possible de réaliser l'agréage[9], ni de quantifier le degré et la quantité des vins produits, il faut les prévoir[10]. Ainsi, Rassiguier, en août 1905, quelques jours avant le début des vendanges estime-t-il la quantité d'une vigne qu'il visite et pour laquelle il fait une proposition de prix d'achat[11]. Sans atteindre les risques encourus lors des ventes par abonnement du Bordelais[12], c'est là une entreprise très hasardeuse, qui met en péril l'équilibre financier de la maison de commerce. En effet, certains négociants après des années de cours à la hausse, pour réaliser des affaires, achètent-ils sur pieds en espérant que la hausse va se poursuite. Or, en cas de tendance défla-

[1] CORIAT B., WEINSTEIN O., « Institutions, échanges et marchés », *Revue d'économie industrielle*, Vol. 107, 3e trimestre 2004, p. 37-62.
[2] MERCIER G. et GUIBAL J., *Traités des marchés des vins et questions accessoires*, Toulouse, Libr. Soubiron, 1927, p. 69.
[3] *MJM*, 14/06/1908, TCvM, 13/04/1908
[4] MERCIER G. et GUIBAL J., *op. cit.,* p. 82.
[5] CASANOVA P. et MARRE F., *Le code du négociant en Vins et Spiritueux*, Paris, Éditions scientifiques de France, 1926, p. 371.
[6] Il n'y a pas de précision mais c'est, dans les textes juridictionnels, « une durée très courte » n'excédant pas généralement 48 h. (*MJM,* 14/06/1908, *op. cit.*).
[7] ADH : 106 J 599-854, Fonds Granier, Correspondance, 1900-1970.
[8] MERCIER G. et GUIBAL J., *op. cit.,* p. 85.
[9] Sauf cas exceptionnels notamment liés aux dégradations dues aux conditions atmosphériques. (*MJM*, 20/11/1910).
[10] Ce qui peut être problématique en cas de sous-évaluation mais également de surévaluation.
[11] ADH : 3 U 4 981, Tribunal de première instance de Saint-Pons, Faillite Rassiguier, Correspondance, lettre du 28 août 1905.
[12] Dans le Bordelais, en période de crise, les grands châteaux passent des contrats d'abonnement sur plusieurs années, jusqu'à dix ans. Ainsi, les maisons de négoce bordelaises, sans être certaine ni du rendement ni de la qualité des vins, s'engagent à acheter les crus produits par de grands châteaux (Margaux ou Latour par exemple en 1907 sur 10 et 5 ans). Cf. ROUDIÉ P., *Vignobles et vignerons du Bordelais (1850-1980)*, Paris, CNRS, 1988, p. 205.

tionniste, les pertes sont considérables et la maison doit faire face à ses engagements auprès de ses clients[1].

La question du prix de la cave vendue est, quant à elle, réglée légèrement en amont ou au moment de l'agréage. Il s'agit le plus souvent d'un dialogue à trois entre le négociant, le vendeur et le courtier. Ainsi s'instaure un va-et-vient classique dans les transactions commerciales fait de propositions et de contre-propositions, généralement tempérées par le courtier. Dans le cas de Rassiguier et de la vente sur souche d'août 1905, il propose un prix de 150 F, ce qui est, il le reconnaît, inférieur à ce que le propriétaire pouvait espérer pour une récolte d'environ 25 hl[2]. Nous n'avons pas connaissance de la réponse du propriétaire mais il est probable qu'il ait fait une contre-proposition et que l'accord sur le prix ait dû s'approcher des 175-180 F, soit sensiblement le même prix que l'année précédente, ce que sous-entend Rassiguier au début de sa lettre.

Les discussions concernant l'établissement des tarifs sont toujours articulées autour d'un rapport de force entre le vendeur et l'acheteur, mâtinées d'arguments plus ou moins psychologisants. Ainsi, en 1907, lorsque Domergue qui a, semble-t-il, abandonné le négoce, vend une partie de sa production, il est contacté par un courtier qui lui propose de le vendre à 10 F l'hl en ajoutant : « on ne voit pas ces prix-là tous les jours ». Par ailleurs, insiste-t-il, il a une connaissance qui vend plutôt aux alentours de 8-9 F l'hl. Le négociant fait de son côté une contre-proposition à 6,50 F mais le courtier qui mène les négociations lui indique que le propriétaire ne vendra pas à moins de 7 F. Finalement, quelques jours plus tard, la cave est vendue à 7,25 F l'hl. Pour se justifier de ce prix inférieur aux prix promis auprès de Domergue, le courtier se plaint de ne rencontrer que très peu de client à cette époque de l'année (février)[3]. Dans les périodes suivantes, les discussions autour des prix sont toujours les mêmes, le rapport de force évoluant en fonction du marché (à la hausse ou à la baisse), des commandes engagées par les maisons de négoce et des capacités de résistance des propriétaires (cuverie disponible, besoin de fonds, volume des vendanges). Mais de manière classique lors des transactions marchandes, un accord est trouvé entre les deux parties dans un espace médian entre leurs prétentions tarifaires. On retrouve là un schéma classique transactionnel, propre au jeu commercial entre acheteurs et vendeurs[4].

Si dans les années 1900-1910, les prix sont indiqués à l'hectolitre, à partir des années 1920, les prix sont pratiqués au degré-hectolitre. Cela répond, sur le marché des vins, à la volonté de faire correspondre le critère fiduciaire au critère qualitatif car, petit à petit, il y a un glissement de la conceptualisation des achats qui ne se font plus à la quantité mais selon la richesse alcoolique, ce qui dans un contexte de renforcement des conditions qualitatives de

[1] C'est ainsi que la vieille maison « B. Tous » à Sète disparaît en 1935. Raphaël, le fils de Barthélémy, qui a pris la suite de son père en 1930, a acheté en 1934 une cave sur souche, à 10 F le degré-hl après une année de hausse continue. Or la récolte de 1934 est une récolte abondante et les cours ne dépassent pas 5 F le degré-hl Incapable de tenir ses engagements, R. Tous doit déposer le bilan.

[2] ADH : 3 U 4 981, *op. cit.*

[3] ADH : 5 J 75, Fonds Domergue, Correspondance, Lettres Domergue-Bouirel, février 1907.

[4] C'est le cas par exemple également entre les sociétés fabriquant le roquefort et les laitiers. Cf. VABRE S., *Roquefort Société : une industrie agro-alimentaire en Aveyron (vers 1840-1914)*, Thèse de 3ème cycle, Université de Toulouse, 2010.

production est parfaitement logique. De la sorte, si Domergue au début de la période fait des offres « à l'hecto »[1], Dourlan au milieu des années 1920 traite avec les propriétaires « au degré-hecto »[2]. Une fois que la vente est réalisée, la marchandise, passée sous la responsabilité de l'acheteur[3] doit être payée et retirée.

Cette dernière étape est également l'objet d'un accord entre les deux parties quant aux modalités des paiements (acompte, traites, soldes) et les retiraisons, c'est-à-dire les enlèvements à la propriété. C'est ce qu'on appelle l'échelonnement. Il débute par le paiement d'un acompte qui correspond à une part variable de la somme totale et est versé dès l'accord passé entre les deux parties. Cette acompte se situe entre 1/20e et 1/4 selon les périodes et les types de transactions. Par exemple, en 1903, Paul Granier verse à Giniès 1.000 F sur les 17.000 F qu'il lui doit soit 6 % de la somme totale, tandis qu'en janvier 1926, il verse 3.000 F pour une cave de 260 hl d'une valeur de 16.000 F soit 19 %. Il semblerait que Granier fonctionne schématiquement de la manière suivante pour les acomptes (mais cela dépend des contrats, certains ne suivant pas cette logique) :

Tab.16 : Quelques exemples d'acomptes chez « C. Granier »

Valeur	Acompte	Valeur	Acompte
<5.000 F	500 F	15.000-20.000 F	3.000 F
5.000-10.000 F	1.000 F	20.000-30.000 F	4.000 F
10.000-15.000 F	2.000 F	> 30.000 F	5.000 F

Source : ADH : 106 J 11-23, Livres d'achats, 1900-1929

Ensuite, soit des traites sont payées régulièrement, notamment lorsque l'accord porte sur une vente annuelle, soit les traites sont payées lors des retiraisons. Ainsi, début janvier 1903, Granier achète 1.000 hl à Giniès, propriétaire à Roujan. Une fois les vins agréés et le prix – 17 F par hl– fixé, Granier verse un acompte de 1000 F le lendemain de l'accord et effectue « dans la huitaine », comme prévu par l'accord, une première retiraison qui est suivie de trois autres en mai et en juin. En revanche, ses versements sont réguliers de janvier à juin et s'élèvent au nombre de six. Ce qui au total représente donc sept versements (l'acompte, cinq traites et le solde) et quatre retiraisons[4]. Lorsqu'il s'agit de plus petites quantités – et donc de plus petites sommes –, Granier effectue ses versements quelques jours après la retiraison. En mai 1913, il achète 240 hl à un propriétaire de Magalas qu'il retire en deux fois et règle en deux fois, sans verser d'acompte tandis qu'un mois plus tard, il achète 140 hl à un propriétaire de Roujan à qui il verse un acompte de près d'un quart de la somme totale (700 F sur 2900 F). En juin de la même année, le contraire se produit : le contrat est passé le 10 juin avec un propriétaire de Magalas, le vin retiré le 11 et payé en partie (50 % environ) le 14. Le

[1] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue, Correspondance, 1900-1910.
[2] ADH : 6 U 5 526, Tribunal de commerce de Montpellier, Copies des lettres du sieur Dourlan, négociant en vins, 1925-1930.
[3] Et cela, où que se trouve cette marchandise : chais des producteurs, caves de vinification, transports. (Cf. MERCIER G. et GUIBAL J., *op. cit.*, p. 255).
[4] ADH : 106 J 12, Fonds Granier, Achats, 1902-1904.

solde est réglé à la fin du mois[1]. En réalité, il semble que lorsque la retiraison a lieu rapidement après l'accord, il n'y a, le plus souvent, pas d'acompte versé.

On le voit, il n'existe pas véritablement de contrat-type, tout au plus peut-on identifier une schématisation contractuelle (sch. 2, page suivante). À ce sujet, on peut noter chez les Granier que les propriétaires de Magalas et de ses environs les plus proches sont ceux qui lui demandent le moins de payer d'acompte ou les acomptes les moins élevés. Cela s'explique soit par des relations personnelles et de proximité avérées et anciennes soit par l'engagement d'une retiraison rapide. Au contraire, lors des ventes les plus éloignées, comme Saint-Chinian ou Bassan voire Saint-Nazaire, il y a systématique un acompte qui est versé.

Néanmoins, il existe des usages locaux comme à Béziers où l'acompte ou le solde sont généralement versés lors du marché du vendredi[2], tandis qu'à Montpellier, les retiraisons doivent avoir lieu dans le mois qui suit si ce sont des petites quantités qui sont achetées ou avant le 31 juillet si ce sont de grosses quantités[3]. Mais dans la pratique, tout dépend des relations personnelles entre le propriétaire et le négociant.

Le négociant est donc un intermédiaire primordial dans l'expédition des vins produits ou qui transitent par le département. Soumis à des usages et des coutumes qui façonnent ses rapports commerciaux avec les propriétaires, il assure ainsi l'écoulement d'une production importante.

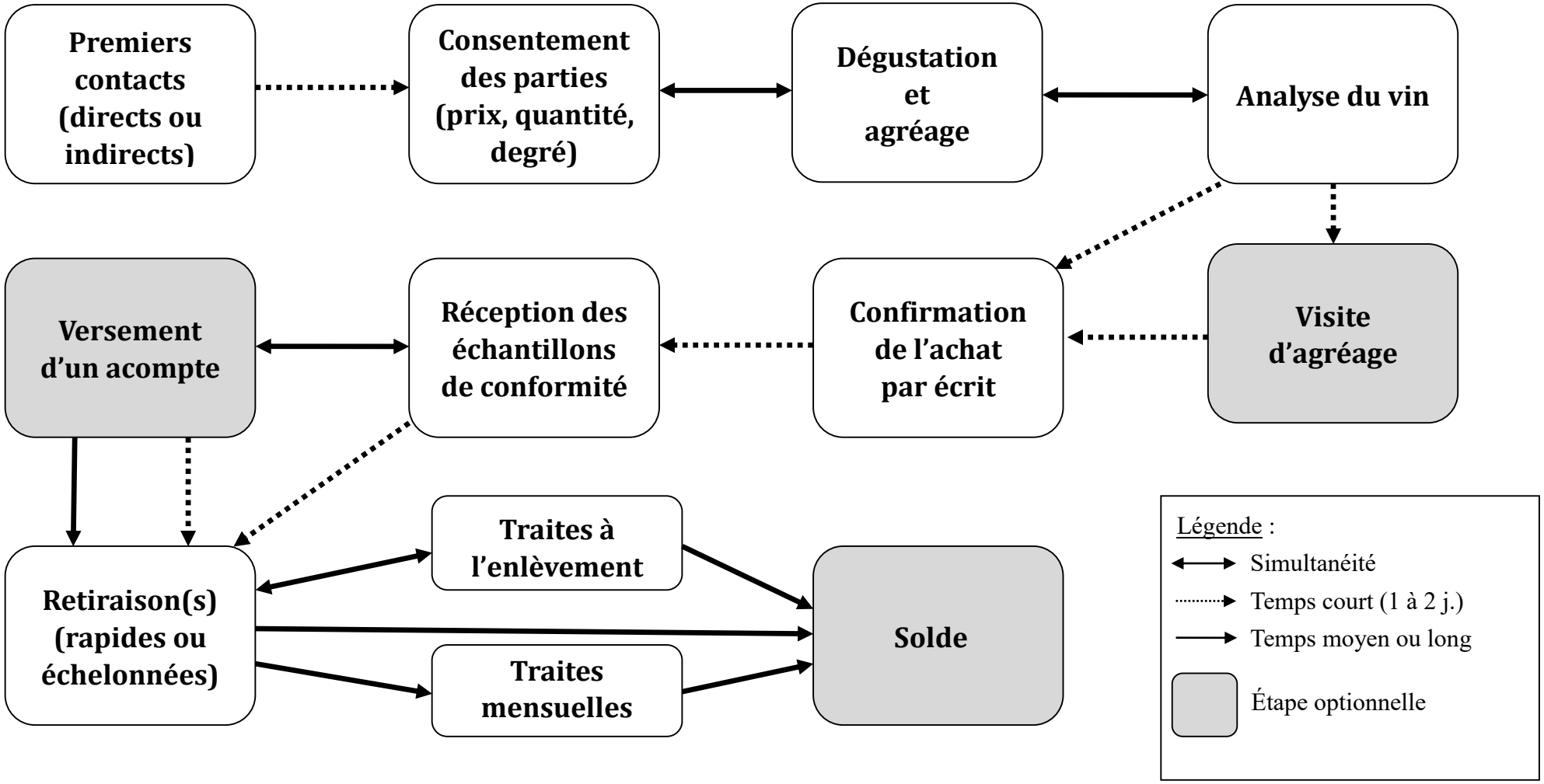
Il lui faut maintenant assurer la partie aval de cette commercialisation.

Vendre son vin : premiers contacts et finalisation des transactions

La mise en relation du négociant expéditeur et de son client peut se faire de plusieurs manières : directement, dans un sens comme dans l'autre[4], mais le plus souvent elle s'effectue, par le biais d'un représentant, notamment à partir des années 1920. Ainsi, dans le cas de Rassiguier ou de Granier au début du siècle, des clients leur écrivent avec des commandes bien précises. En janvier 1905, Rassiguier écrit à l'un de ses clients pour lui expliquer qu'il ne trouve pas dans la région (c'est-à-dire autour d'Olonzac) des « vins à 4 F l'hecto (…) fruités et bons comme vous le voulez »[5]. Mais vingt ans plus tard, c'est par l'entremise de ses représentants que Dourlan répond aux demandes. Ainsi à Grouillet, son représentant à Cavaillon, il explique que les bouteilles d'un litre comme le souhaite un de ses clients ne se font plus dans le commerce[6]. Augé fait de même dans ses transactions avec la majorité de ses clients, ses représentants assurant l'interface avec les négociants de l'extérieur. Dans d'autres cas, les maisons engagent à demeure, des « voyageurs », qui assurent la représentation des maisons de commerce héraultaises.

[1] ADH : 106 J 17, Fonds Granier, Achats, 1912-1914.
[2] *MJM*, 27/03/1910, TcvB, 27/01/1910.
[3] *MJM*, 10/03/1912, CAM, 18/01/1912.
[4] Ainsi, dans le cas de Dourlan ou de Granier, des clients leur écrivent avec des commandes bien précises mais ils proposent également leurs marchandises à des clients potentiels. Voir un exemple de proposition chez « L. Rassiguier » en annexes, p. 1045.
[5] ADH : 3 U 4 981, Faillite Rassiguier, Lettre du 19/01/1905.
[6] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Correspondance mars 1926.

Sch. 2 : Schéma chronologique classique d'une transaction de type « achat »

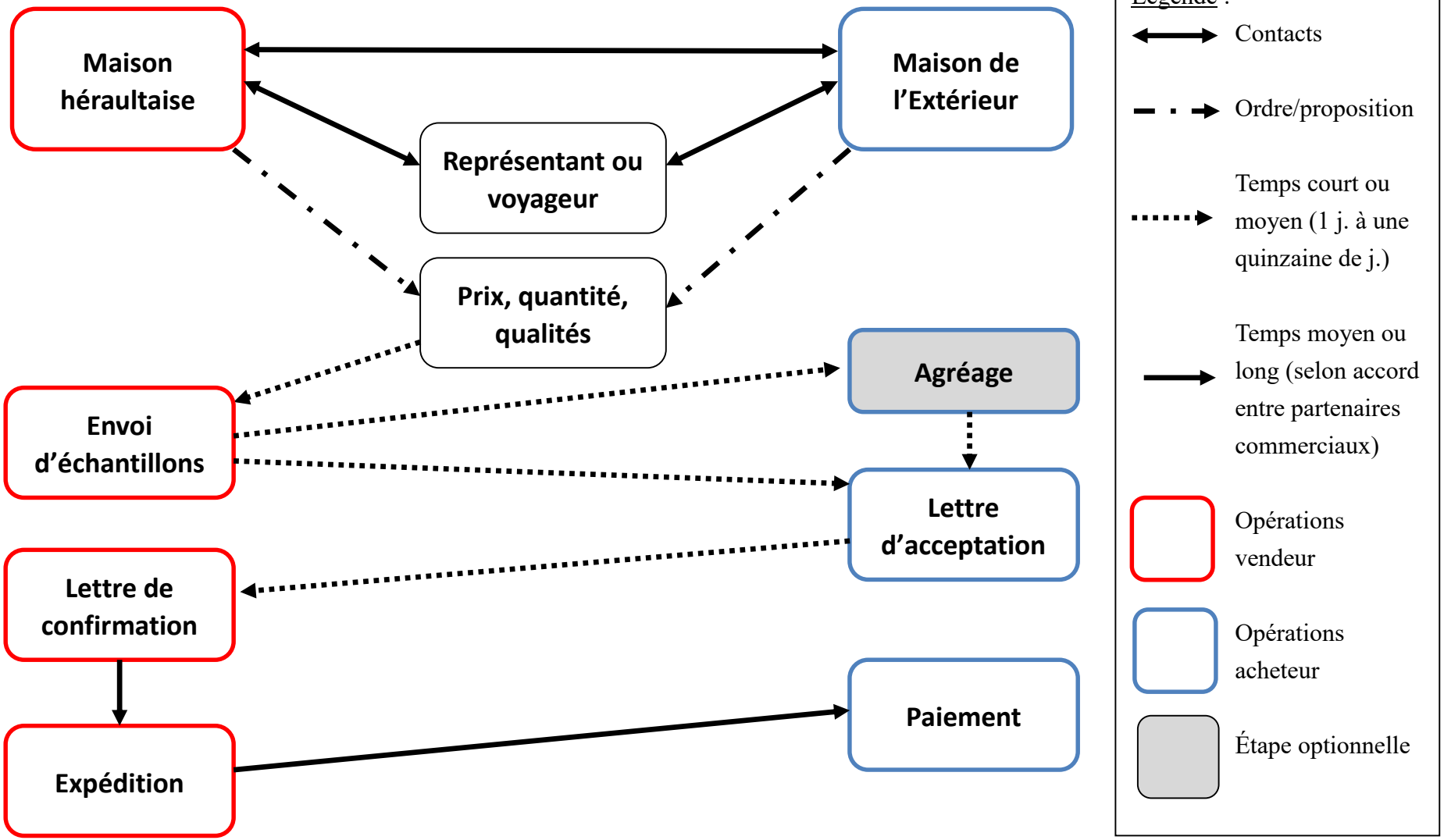


.Au tournant des années 1910, la maison « Bouttes » à Béziers dispose d'un voyageur, Audy, qui visite les clients pour le chef de la maison[1]. Au tournant des années 1930, lorsque Grau reprend la maison « L. Bouthier » à Frontignan, il garde l'un des fils de la famille Bouthier pour le représenter auprès des clients tandis qu'à la même époque, les maisons sétoises « B. Tous » et « Hubidos » se partagent deux voyageurs dont un est spécialisé dans les vins blancs et l'autre dans les vins rouges[2]. Ces visites sont importantes pour établir des liens de fidélité, connaître les attentes des clients et assurer les transactions. Celles-ci sont impulsées soit à l'initiative de l'acheteur ou du vendeur. Ainsi, Rassiguier, en avril 1905, envoie à un client potentiel, dont un de ses représentants berrichons lui a parlé, des échantillons « en espérant [qu'ils] seront à votre convenance et que vous nous réserverais [sic] vos ordres »[3]. Il accompagne sa lettre des conditions de vente par degré[4]. Dans le même esprit, Dourlan propose quelques années plus tard à la maison Dubonnet de Paris ses services de représentant dans la région pour des achats à la commission de vins blancs[5]. À l'inverse, il arrive régulièrement que les clients soient les donneurs d'ordre, en réclamant un type de marchandise bien précise.

Dans tous les cas, la transaction ne peut être avalisée que grâce à un accord qui est matérialisé par la lettre d'acceptation de l'offre faite par le vendeur ou par l'acheteur. Entre négociants, l'agréage n'est pas nécessaire[6] mais les envois d'échantillons, surtout lors des premiers contacts, sont obligatoires pour faire connaître la marchandise. Une fois l'ordre passé, la transaction est avalisée par le retour de courrier du négociant expéditeur qui précise sur cette lettre[7] : les conditions de vente de la marchandise (poids, quantité, prix, nom du propriétaire parfois) ; les conditions de transport (type de contenant : fût, muid, barrique, wagon-réservoir ; tarification aller/retour[8] ; camionnage[9] ; titres de transport) ; les conditions de retiraison (régularité ; période) ; les conditions de paiement (valeur à 30, 60 ou 90 jours[10]). Une fois l'accord conclu, le vin passe sous la responsabilité de l'acheteur. Ces discussions autour des prix sont moins nombreuses et moins ardentes qu'entre négociants et propriétaires. Soit le prix est fixé par le commettant dans le cadre d'un marché à commission, soit il est fixé par le négociant-expéditeur. Libre ensuite aux négociants de l'extérieur d'accepter ou de faire fonctionner la concurrence. Par ailleurs, dans ce jeu de négociations tarifaires, le représentant, comme le courtier en aval, joue un rôle central de médiateur et de temporisateur, indiquant souvent au négociant-expéditeur le prix qu'il devrait proposer. Ici aussi, on retrouve un schéma classique qui suit une chronologie bien précise (Schéma 3, page suivante).

[1] ABDF : Béziers, 1911.
[2] ABDF : Sète, 1933 et 1934.
[3] ADH : 3 U 4 981, Faillite Rassiguier, Lettre 12/04/1905.
[4] Avec les tarifs suivants : 8 degrés franco de port : 13F50 pour au moins 8 demi-muids ; 9 degrés : 14F50 ; 10 degrés 15F25 ; 11 degrés : 16 F. (ADH : 3 U 4 981, Lettre à Bourrel, Angoulême, 31/01/1905).
[5] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, lettre 21/10/1925.
[6] *MJM*, 12/07/1908, Cour d'Appel de Montpellier, 31/01/1908.
[7] Voir un exemple de confirmation de transaction en annexes, p. 1046.
[8] Généralement, le vin est vendu « nu » ou « gare départ » et donc ne comprend pas les frais de transport.
[9] Transport depuis les chais du propriétaire ou du négociant, jusqu'à la gare d'expédition.
[10] C'est-à-dire que les acheteurs ont un crédit de 30, 60 ou 90 jours.

Sch. 3 : Schéma chronologique classique d'une transaction de type « vente »



Ainsi, avant d'arriver chez le débitant, le vin aura connu au minimum deux intermédiaires dans le cas des circuits les plus courts comme c'est parfois le cas dans la barricaille. Mais le plus souvent, il faut compter trois voire quatre ou cinq intermédiaires avant que le vin n'arrive au consommateur. En effet, il n'est pas rare que les marchands en gros se revendent des caves en réalisant des marges, qui si elles ne sont pas substantielles, alourdissent le prix final. Par exemple, en 1910 dans une affaire traitée par le tribunal de commerce de Béziers, en septembre, une cave passe entre les mains de trois négociants différents[1]. En 1912, Claparède vend une cave de 1440 hl à une maisson de commission de Baillargues, « Maroiller et Baille », par l'entremise d'un courtier et de deux autres commissionnaires, ce qui, si l'on compte le commettant, fait pas moins de cinq intermédiaires[2]. Dans un tel contexte, il n'est donc pas étonnant que les producteurs et les négociants approvisionneurs des centres de consommation aient essayé de raccourcir les circuits commerciaux, avec plus ou moins de réussite, durant cette période. Cette raison explique aussi qu'on cherche, dans les maisons de commerce, à limiter le nombre d'intervenants extérieurs en impliquant au maximum la famille : ainsi, Joseph Granier, le fils de Camille, assure-t-il la représentation familiale dans la région parisienne au tournant des années 1920[3]. L'autre solution revient, dans le cadre d'une SNC, à se partager les tâches comme la maison « Ferrali et Cie » au début du siècle dont l'un des négociants gère les affaires dans le département et l'autre effectue les voyages[4].

Les transactions commerciales sont donc particulièrement bien codifiées et répondent à un ensemble de règles bien connues par les acteurs de la filière. Elles participent ainsi à l'instauration d'un courant commercial entre le département et l'Extérieur dont il faut ici analyser la structure et les évolutions.

Relais et circuits de commercialisation

L'approvisionnement et l'écoulement des vins héraultais se fait dans le cadre de transactions qui sont régies par ce que les cours de justice appellent les « principes élémentaires d'un commerce loyal et honnête »[5] qui reposent sur les « usages locaux »[6]. Au cœur de ces transactions se trouvent deux relais essentiels, courtiers et représentants. Ces derniers permettent l'établissement de circuits commerciaux en évolution.

Au cœur de la campagne héraultaise, le courtier

Le premier de ces relais est le courtier dont le rôle est de mettre en relation le vendeur et l'acheteur. L'Hérault est ainsi parcouru par une armée de courtiers qui se rendent sur les

[1] *MJM*, 01/01/1911, TCB, 17/09/1910.
[2] ADH : 5 J 75, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance.
[3] Entretien avec la famille Granier, nov. 2012.
[4] ABDF : Béziers, 1905.
[5] *MJM*, 19/06/1910, Trib. Civil de Nîmes, 28/04/1910.
[6] *MJM*, 10/03/1912, CAM, 18/01/1912.

lieux de production, de vinification et dans les maisons de commerce. On les trouve en très grand nombre dans le département (tab. 17).

Tab. 17: Quelques exemples de la présence des courtiers dans l'arrondissement de Montpellier 1920

Arrondissement	364
Montpellier	61
Sète	77
Frontignan	16
Lunel	15
Mèze	11
Poussan	8
Fabrègues	6

Source : *Annuaire de l'Hérault*

À une échelle plus fine, on peut noter certaines différences entre les villages.

Tab. 18 : Courtiers et productions villageoises Arrondissement de Montpellier, 1920

Village	**Habitants**	**Production**	**Courtiers**
Poussan	2.000	100.000 hl	8
Fabrègues	1.600	135.000 hl	6
Lattes	960	130.000 hl	0

Source : *Annuaire de l'Hérault*

De la sorte, si certains villages ont besoin de nombreux courtiers pour écouler leur marchandise, d'autres en sont totalement dépourvus. À Lattes, sous la domination commerciale directe de Montpellier, il n'y en a aucun. Dans d'autres cas, les négociants des villages voisins s'occupent de l'écoulement de la production. À Margon, qui produit 25.000 hl par an par exemple, il n'y a pas courtier mais le village est sous le rayonnement commercial de Pouzolles à 3 km qui en dispose lui de 4 à 5 à cette période[1].

Appelé « Courtier de marchandises », sa principale activité réside dans le courtage en vins[2]. Officiellement reconnus par l'État auprès de qui ils acquittent un droit d'inscription depuis la loi de janvier 1867, ils assurent l'écoulement de la production comme le souligne Charles Gervais au début du siècle : « Le courtier est un simple intermédiaire chargé de rap-

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1903-1923.
[2] Mais pas exclusive, notamment jusqu'à la fin des années 1920 où de nombreux courtiers sont également des commissionnaires

procher les parties et n'étant tenu à aucune responsabilité vis-à-vis du vendeur ou de l'acheteur ; leur rôle cesse aussitôt après l'agréage des vins proposés par eux et le courtage intégral doit leur être payé dès ce moment. »[1] Par sa position charnière, il est ainsi à même de connaître au mieux l'état du marché, les capacités des uns et les volontés des autres. S'il sait quelle quantité untel veut vendre, il sait également à quel moment untel va vouloir acheter.

Véritable agent de liaison, il rend visite aux uns et aux autres afin de permettre une plus grande fluidité dans l'écoulement des stocks et dans l'établissement des contrats. Les différents témoignages évoquent souvent la subtilité et la psychologie des courtiers qui ont la difficile tâche de faire concorder une offre ambitieuse et une demande précautionneuse. D'ailleurs, symbole de ce lien entre production et consommation, il propose les échantillons qu'il a, au préalable, lui-même goûtés et pesés. À ce labeur quotidien, le courtier ajoute une activité hebdomadaire lorsqu'il se rend sur les marchés aux vins qui jalonnent la semaine dans le Midi. Il y accompagne propriétaires et négociants et s'y fait l'entremetteur, permettant cette fois-ci la rencontre physique des parties. Enfin, il a également une activité dans l'acheminement des vins, prenant parfois la responsabilité des retiraisons (entonnage et transports). Personnage de confiance, il gère souvent les affaires des négociants sur les lieux de production : Sarlième par exemple à Hérépian s'occupe des transactions d'Augé (pesages, enlèvements, paiements)[2].

Sa rémunération enfin, est appelée « courtage » ou « taux de courtage » et est réglée par les négociants. Elle augmente pendant la période pour passer d'environ 0,15 F en 1910 à 0,75 F par hl à la fin des années 1920, mais elle est relativement stable en francs constants[3]. Jusqu'aux années 1940, les courtiers sont généralement réglés en fin de campagne (entre juillet et septembre), sauf sans les cas exceptionnels (demande expresse du courtier, courtier inhabituel par exemple). Dans tous les cas, les courtiers sont rétribués en une fois – voire deux s'il s'agit de grosses sommes– pour l'ensemble de leurs prestations. Lorsque les courtiers s'occupent d'autres activités, ils établissent des factures plus régulières. Ainsi, Sarlième, le courtier d'Augé à Hérépian lui envoie ses factures tous les trimestres où il liste l'ensemble des actes tarifés : courtage, filtrage, entonnage, surveillance, coups de téléphone, avances faites au propriétaire, déplacements[4].

On différencie plusieurs types de courtiers. Les courtiers de village tout d'abord qui captent l'essentiel de la production des petits et moyens propriétaires avec lesquels ils ont le plus souvent des liens de voisinage, familiaux voire politiques et dont ils sont très proches sociologiquement. Traditionnellement, chaque propriétaire entretient des rapports de fidélité avec un courtier attitré – parfois de sa propre famille – car il le sait à même de défendre au mieux ses intérêts. Ces courtiers ont un rôle fondamental car ils sont pour les négociants de « précieux auxiliaires »[5] et leur intérêt est de négocier au mieux afin de tirer le plus grand

[1] GERVAIS Ch., *Indicateur des vignobles méridionaux*, Montpellier, Le Progrès, 1903.
[2] ADH : 6 U 2 746 : Faillite Augé, Correspondance, 1929.
[3] Pour l'évolution du taux de courtage sur l'ensemble de notre période d'étude, voir les annexes, p. 1063.
[4] *Ibid*., Lettre du 25/09/1929.
[5] *AM*, 01/12/1926.

avantage de la transaction. En effet, s'ils sont rétribués au pourcentage dans le Bordelais ou en Bourgogne[1], ils sont payés à l'hectolitre dans le Midi et leur rémunération croît avec la quantité de vin promise dans le contrat ; ils ont donc intérêt à faire acheter à moindre prix et à gros volume. Mais dans le même temps, ils doivent défendre les intérêts des propriétaires dont la survie est liée à la leur. À Magalas, en 1903, la maison « C. Granier » fait appel à 29 courtiers pour s'approvisionner, auxquels s'ajoute Paul Granier lui-même[2] pour la plupart des transactions réalisées à Magalas. Sur cette trentaine de courtiers, certains ne le sont que ponctuellement, le plus souvent pour des transactions qui ne concernent pas des lieux d'approvisionnement habituels ou lointains. Au contraire, d'autres reviennent régulièrement comme Caumel pour Roquebrun, Coste pour Puissalicon ou Viste pour Saint-Chinian[3]. En 1923, ces chiffres sont sensiblement les mêmes[4]. Toutefois, on note un large renouvellement des courtiers à hauteur des 2/3 mais certains avec qui la maison réalisait un grand nombre de transactions en 1903 (Escande, Coste, Cols, Antié, Boussagol) sont toujours là tandis que Granier ne réalise plus qu'une part infime des courtages. Cette redistribution s'explique logiquement avec le redéploiement géographique des achats. Ainsi, certains villages qui n'étaient pas la cible de la maison « Granier » en 1903 le sont en 1923 comme Alignan-du-vent (avec Mme Bousquet) ou Murviel (avec Clerque). Dans tous les cas, les partenariats sur le long terme démontrent de la relation de fidélité des courtiers avec les maisons de commerce. Ainsi, certains courtiers présents en 1903 le sont encore dans les années 1930 (et même encore après jusqu'aux années 1940) tels Cols, Guionnet ou Mas[5].

La situation est différente pour les courtiers de ville. En effet, ces derniers dirigent parfois des maisons de taille considérable (« L. Araou » à Béziers avec plus de cinquante courtiers à Béziers et dans les villages alentours[6] ou « Schmouker et Françès » à Montpellier) et mènent un train de vie bourgeois. Ils sont le plus souvent liés aux grands propriétaires de domaine pour lesquels ils prospectent les meilleures offres en provenance des grandes maisons du négoce régional et extrarégional. Multipliant les clients, ils offrent avant tout une sécurité dans les qualités des marchandises et leur provenance. Si ici aussi le contact personnel est important, il semble être moins permanent, durable et poussé que dans les zones rurales.

En aval, les logiques de fidélité et de confiance sont également les mêmes avec les représentants.

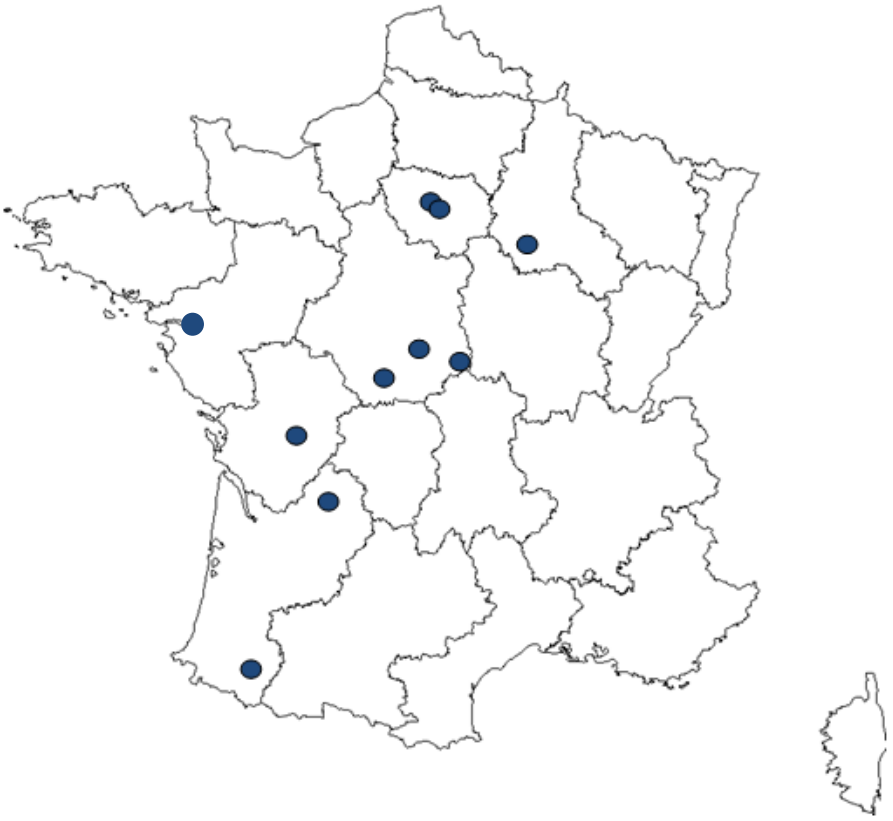
À travers la France, les représentants

À l'autre extrémité du réseau commercial, les négociants héraultais expédient leur marchandise par le biais de représentants qui prospectent les régions extra-méridionales à la recherche de clientèle. Nous avons déjà vu que ces représentants pouvaient être de deux

[1] Syndicat régional des courtiers en vins et spiritueux de Bordeaux, *Vade-mecum du courtier de vins*, Bordeaux, Impr. Delmas, 1947.
[2] Répertorié comme « Moi-même » dans les livres des achats.
[3] ADH : 106 J 12, Fonds G. Granier, Achats, 1902-1904.
[4] Soit trente et un courtiers (ADH : 106 J 21).
[5] ADH : 106 J 12-25, Fonds G. Granier, Achats, 1902-1941.
[6] DELMAS G., *Les courtiers en vins*, Thèse de Droit, Montpellier, 1949, p. 553.

sortes : soit liés à la maison de commerce (les « voyageurs »), soit implantés dans les bassins de consommation. Ce sont ces derniers que nous aborderons plus particulièrement ici. Ils ont un rôle important car ils constituent « la force de vente » des maisons de commerce comme l'a montré Olivier Londeix pour l'apéritif bordelais « Lillet »[1].

À Olonzac au début du siècle, nous pouvons identifier dans la correspondance et les registres de la maison « Rassiguier » dix représentants qui se répartissent les différents secteurs d'écoulement de la marchandise.



Carte 4 : Représentants Maison Rassiguier 1905

Angoulême
Charenton
Châteauroux
Dordogne
Nantes
Paris
Pau
Saint-Florent-sur-Cher
Sancoins
Troyes

Depuis ces lieux, ces représentants rayonnent sur une zone de commercialisation plus ou moins vaste afin de trouver des clients et d'écouler les stocks de la maison olonzaguaise. Dans les faits, ces représentants sont des courtiers (Junié à Paris) ou des négociants en gros (Roux à Charenton). Les rapports entre les négociants et leurs représentants sont continus et réguliers comme en atteste la correspondance : Rassiguier écrit en moyenne huit lettres par mois à Guillot, son représentant en Dordogne, soit deux lettres par semaine environ[2]. À cela s'ajoutent les conversations téléphoniques et contacts télégraphiques, eux aussi réguliers.

Ces lettres ou télégrammes, à la fois ordres et offres de vente ou d'achats sont, pour la loi, les preuves contractuelles dans les transactions. On y retrouve donc les informations nécessaires à la vente : degré, quantité, nom du propriétaire de la cave, cépage ou type de vin, prix, échelonnement des retiraisons. Ainsi, dans une lettre de novembre 1923 à Guibal, son

[1] LONDEIX O., *Lillet, 1862-1985. Le pari d'une entreprise girondine*, Bordeaux, PUB, 1998, p. 41.
[2] ADH : 3 U 4 981, Faillite Rassiguier, Correspondance, 1905.

représentant à Paris, Paul Granier récapitule ses ventes de la manière suivante : « Cinq pièces, Montagne, 8° à 250 F = 1.250 F »[1]. Parfois, on retrouve le nom du propriétaire de la cave dont l'acheteur connaît le vin dans les relations les plus suivies, ainsi que le numéro de référence de la futaille pour pouvoir réclamer sa marchandise en gare. À Cessenon, au tournant des années 1930, Augé est lui en contact avec 32 représentants qui lui permettent de pouvoir écouler son stock[2] . Tous ne le font pas et certains sont juste des contacts mais leur localisation permet de mieux cerner la zone de vente du négociant héraultais. Ils se répartissent dans les zones de commercialisation traditionnelles : Région Parisienne, Massif Central, Est, Centre et des régions plus inhabituelles mais qui font état de la volonté du négociant de trouver de nouveaux débouchés (tab. 19).

Tab. 19 : Répartition des représentants de la maison Augé en 1929

Région Parisienne	22 %	Centre	13 %
Massif Central	15 %	Autres (Bretagne, Isère, Sud-Ouest)	35 %
Est	15 %		

Source : ADH : 6 U 742

Les représentants sont des relais primordiaux car ils permettent de rompre la barrière de la distance et de dépasser les relations personnelles qui, si elles sont importantes et prédominantes au début du siècle, limitent le rayon d'action de la maison de commerce. Elles tendent alors à devenir moins impératives à partir des années 1920. Ainsi, au début du siècle, si Domergue, réalise la plupart de ses ventes auprès de personnes qu'il connaît et rencontre régulièrement[3], Dourlan dans la seconde moitié des années 1920, lorsqu'il tente de relancer l'activité de barricaille de son beau-père, cherche activement des représentants à qui il envoie de nombreux échantillons. Dans le même temps, il est souvent contacté par des négociants qui veulent le représenter dans leur région d'origine. Si les recommandations par le biais d'un interlocuteur commun sont primordiales, la rencontre physique ou les relations personnelles ne sont plus un préalable obligatoire.

Dans une lettre adressée à un négociant qui devient son représentant dans la Loire en octobre 1925, Dourlan explique les termes de leur partenariat : les vins sont originaires de Pomérols et les expéditions se font en bonbonnes jusqu'à 50 litres, puis en fûts. Les tarifs sont de 2 F le litre pour les particuliers, 1,90 F pour les cafés, restaurants, liquoristes à qui il fournit ses propres étiquettes ; possibilité d'expédition en bouteilles d'un litre au tarif de 4,50 F avec capsules et étiquettes fournies. La rémunération pour le représentant est à hauteur de 10 % et s'il est d'accord sur ces conditions, Dourlan lui envoie cartes et échantillons pour la clientèle[4]. Lorsque l'accord est passé, le représentant devient officiellement rattaché à la mai-

[1] ADH : 106 J 880, Fonds Granier, Correspondance, lettre 30/11/1923.
[2] ADH : 6 U 2 746, Faillite Augé, Correspondance, 1929.
[3] ADH : 5 J 75, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, 1907-1916.
[4] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, lettre du 9/10/1925.

son de commerce par une lettre envoyée au tribunal de commerce de la juridiction, ici Montpellier en l'occurrence. Grâce aux représentants extra-méridionaux et à ses voyageurs, les maisons de commerce héraultaises peuvent alors disposer d'une clientèle plus ou moins importante avec qui elles réalisent des transactions aux contours évolutifs.

Ici aussi, lorsqu'ils sont pérennes et basés sur des relations commerciales sereines, les rapports entre les négociants héraultais et leurs représentants extra-méridionaux sont souvent des rapports familiers et personnels. Jules Augé tutoie ainsi son représentant à Carmaux dans le Tarn, à qui il rend des visites régulières[1]. Les Granier, pour leur part, font appel aux services d'un de leurs représentants dans l'Ouest de la France, Daudet, pour pouvoir obtenir des langoustes servies lors d'un mariage[2].

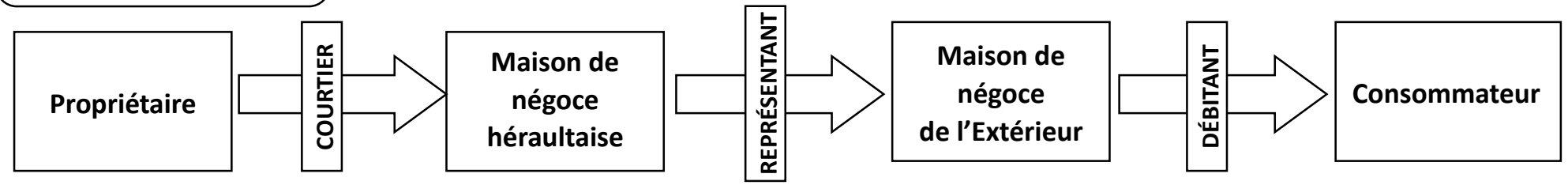
Notons enfin le cas particulier des représentants « multicartes » qui prospectent la clientèle bourgeoise (particuliers, débitants, limonadiers) pour les maisons d'apéritifs afin d'écouler les productions de ces dernières. Il est dit « multicartes » car il travaille souvent pour plusieurs maisons de vins spéciaux dans toute la France. La seule limite imposée par son donneur d'ordre est de ne pas être le représentant d'une marque concurrente (« Dubonnet » et « Lillet » qui fabriquent tous deux des quinquinas par exemple). À l'inverse, les maisons de commerce recherchent des « multicartes » qui disposent déjà d'un certain nombre de produits prestigieux sur sa carte, comme des cognacs ou des champagnes de première qualité. Si ce type de relations nous a été confirmé pour les maisons d'apéritifs (« Cazalis & Prats », « Noilly-Prat », « Clarac Frères et Chauvain »)[3], rien de tel ne semble exister pour les VCC. Les représentants extra-méridionaux écoulant les VCC devaient probablement travailler pour plusieurs maisons de commerce mais aucune restriction ni imposition n'émergent des sources ou des témoignages.

Ainsi, cette armature commerciale, dont les maisons de négoce sont la pierre angulaire et qui permet le bon déroulement des écoulements, assure la domination du négoce local dans le domaine de la commercialisation des vins héraultais selon un schéma plus ou moins complexe (sch. 4, page suivante). Cela lui permet, notamment durant le premier tiers du XXe siècle, de rayonner sur le marché des vins grâce à des réseaux de commercialisation particulièrement bien établis et réfléchis.

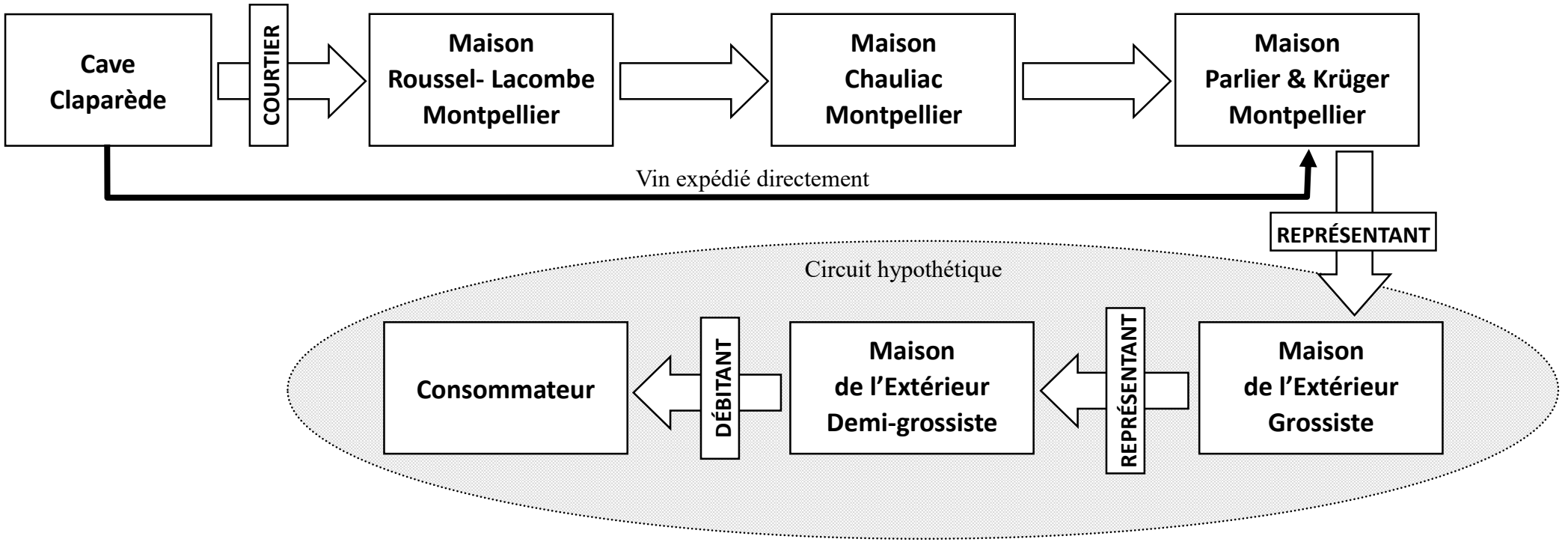
[1] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Lettres de Miquel, août 1933.
[2] Entretien avec la famille Granier, nov. 2012.
[3] Entretien avec J.-M. Prats, mars 2013.

Sch. 4 : Les circuits de commercialisation

Circuit de commercialisation simple



Circuit de commercialisation complexe
Exemple de cave vendue par T. Claparède dans les années 1910



Dans le département, des approvisionnements ciblés

Dans le cadre d'une activité plus ou moins soutenue, selon la taille de la maison de commerce ou l'aire d'achalandage, le négociant se retrouve face à une multitude de fournisseurs. En effet, les négociants sont au cœur d'un réseau vaste et varié de producteurs qui proposent qui plus est une marchandise diverse : dans le département, le nombre d'exploitants dépasse les 60.000 pendant la période de notre étude. En raison de cette offre très morcelée découlent des stratégies d'achat ciblées.

Si l'on prend la maison « C. Granier » en 1903, on dénombre 528 achats de caves[1]. La plupart des opérations se font dans un rayon d'action limité autour du siège de la maison, le village de Magalas, notamment dans les villages environnants de Saint-Génies-le-Bas, Puissalicon, Pouzolles, Puimisson ou Autignac ainsi qu'à Magalas même.

Tab. 20 : Répartition des achats de la maison « C. Granier » (1903)

Zone	***Pourcentage de caves (528 caves au total)***	***Principaux villages d'approvisionnement***
> 5 km	53 %	Puimission, Saint-Génies-le-Bas
Dont Magalas	22 %	
Entre 5 et 10 km	23 %	Gabian, Lieuran, Roujan, Thézan
Entre 10 et 20 km	18 %	Roquebrun, Neffiès
Au-delà de 20 km	6 %	Saint-Chinian, Lunel

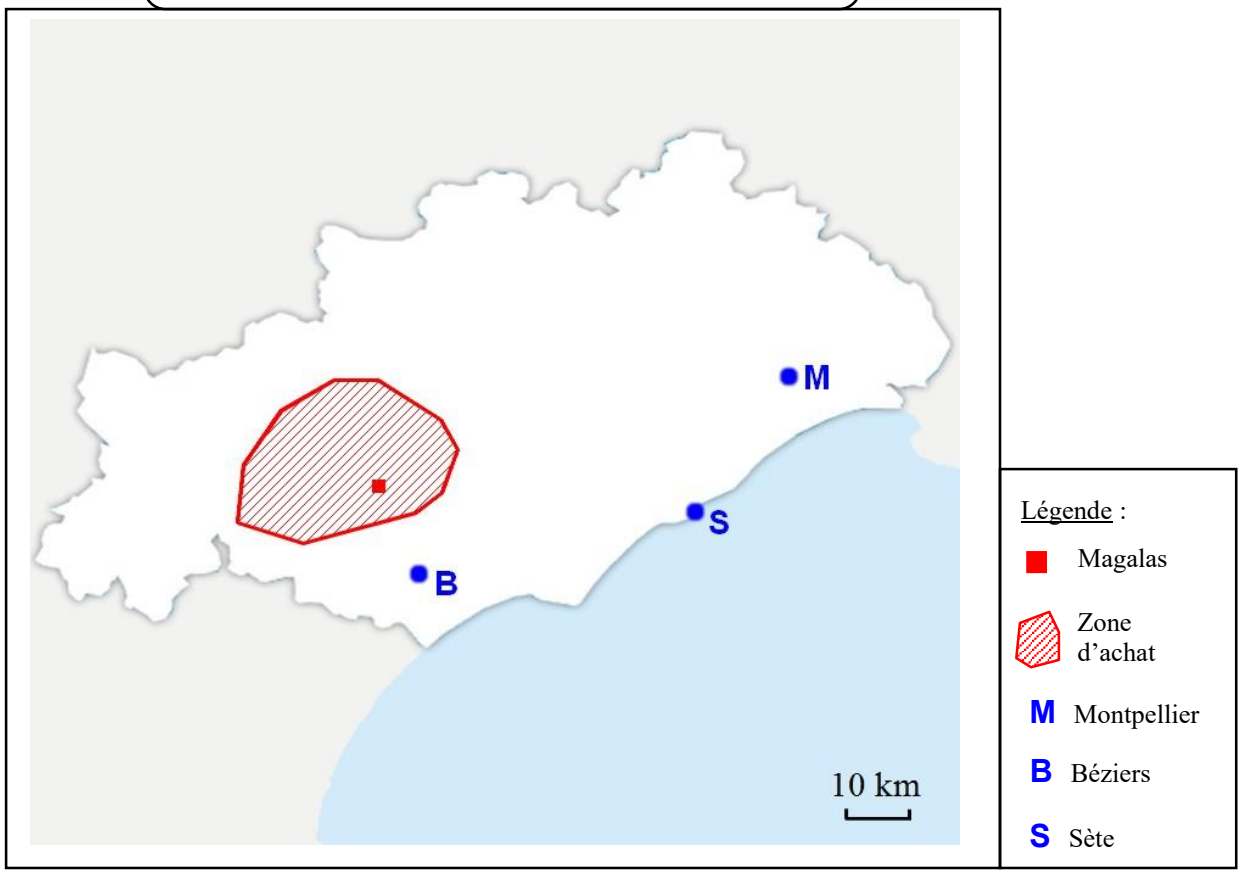
Source : ADH : 106 J 12, *op. cit.*

Ainsi, dans un rayon de 5 km, la maison « Granier » réalise plus de la moitié de ses achats (280 caves) dont 22% pour la seule commune de Magalas, signe d'une forte inscription dans le tissu économique viticole local, celui que le négociant connaît le mieux. Au-delà de 10 km, la maison « C. Granier » réalise une forte part des achats de cette tranche dans la région de Roquebrun-Saint-Nazaire-de-Ladarez où les vins semblent, à cette période, très recherchés et de bonne tenue[2].

Mais, preuve d'un rayon d'approvisionnement assez vaste, ces fournisseurs sont répartis sur une aire géographique qui court depuis Saint-Chinian (13 achats) à l'ouest jusqu'à Neffiès-Fontès (17 achats) à l'est (soit environ 40 km) et jusqu'à la région de Bédarieux au nord (soit près de 20 km). Au sud, la concurrence de la ville de Béziers toute proche limite l'expansion commerciale de la maison. Il existe enfin des achats ponctuels encore plus lointains (Lunas, Lunel, Portiragnes, Aigues-vives). Ces derniers prouvent la bonne connaissance des vins du département par Paul Granier qui n'hésite pas, bien renseigné par les courtiers, à aller chercher, pour des besoins ponctuels et précis, plus loin un vin de qualité bien définie. La surface d'achalandage de la maison est ainsi plutôt vaste (carte 5, page suivante).

[1] ADH : 106 J 12, Fonds Granier, Achats, 1902-1904.
[2] Les prix y sont de 2 à 4 F par hl supérieurs à ceux de la plaine.

Carte 5 : Surface d'achalandage de la maison « C. Granier » 1903



En 1913, la surface d'achalandage n'a pas véritablement changé tandis que le nombre d'achats est en légère baisse (456 caves achetées soit un baisse de 13 %)[1]. En revanche, la structure interne des achats s'est modifiée (tab. 21).

Tab. 21 : Répartition des achats de la maison « C. Granier » (1913)

Zone	*Pourcentage de caves (456 caves au total)*	*Principaux villages d'approvisionnement*
> 5 km	44 %	Autignac, Puissalicon, Saint-Génies-le-Bas
Dont Magalas	23 %	
Entre 5 et 10 km	41 %	Alignan, Basssan, Lieuran, Murviel-les-B.
Entre 10 et 20 km	9 %	Saint-Nazaire-de Ladarez, Causses
Au-delà de 20 km	6 %	Bessan, Vias

Ainsi, certains lieux d'approvisionnement ont disparu. C'est le cas pour les plus lointains et ponctuels comme Lunas ou Lunel mais ils ont été remplacés par d'autres centres de production éloignés comme Montpellier ou Narbonne. En revanche, d'autres plus proches, comme Neffiès ou Roquebrun sont soit devenus des centres d'approvisionnement secondaires

[1] ADH : 106 J 17, Fonds Granier, Achats, 1912-1914.

(comme Roquebrun), soit ont disparu (comme Neffiès). Ils sont essentiellement remplacés par des centres d'approvisionnement plus proches comme Bassan (8 % des achats contre 0,2 % en 1903), Alignan (9 %des achats contre moins de 1 % en 1903) ou Murviel-lès-Béziers (4,5 % en 1913 contre 0,9 % en 1903). En revanche, la baisse des achats semble se porter essentiellement sur le rayon d'action le plus proche comme l'indique le tableau 21.

En effet, si Magalas conserve un part importante dans l'approvisionnement (23 % des achats y sont effectués), les villages alentours, dans un rayon de 5 km connaissent tous une chute très marquée des achats, à l'exception d'Autignac qui est le seul village à progresser. Ainsi, pour cette aire d'approvisionnement, on passe de 30 % en 1903 à 21 % en 1913 avec certains villages comme Puissalicon ou Saint-Geniès-le-Bas qui voient leurs approvisionnements en 1913 ne représenter que 30 % de ceux de 1903. Cette tendance peut s'expliquer par la recherche de vins nouveaux pour mieux coller aux goûts de la clientèle ou bien dans une logique de réduction des coûts en cherchant des tarifs plus attractifs. Cela peut être causé également par la qualité des vendanges cette année-là ou alors une concurrence plus accrue. En effet, à Magalas, le nombre de négociants (forfaitaires ou commissionnaires) passe de 4 à 5 pendant la période[1], ce qui n'est pas négligeable pour une aire de production somme toute limitée[2]. À cette contraction du marché donc, la maison « Granier » répond, dans sa logique de gestion des stocks, à une nouvelle politique d'approvisionnement, signe d'une adaptabilité efficace.

En 1926, si le nombre de caves augmente de façon notable (641 caves achetées), la structure interne, elle, se contracte considérablement[3]. Alors qu'en 1903 et 1913, près de cinquante localités servaient à l'approvisionnement de la maison de négoce, il n'y en a plus que 40 en 1926. Surtout, dorénavant Magalas représente toujours une part importante des achats (24 %) mais elle est suivie de près par Alignan avec le même pourcentage. Enfin, cette contraction en termes de quantité se retrouve également au niveau de l'aire géographique puisque plus de 95 % des achats sont dorénavant effectués dans un rayon de 10 km comme l'indique le tableau ci-dessous. Des villages comme Autignac, Puissalicon, Abeilhan ou Murviel qui représentent chacun entre 7 et 10 % des ventes.

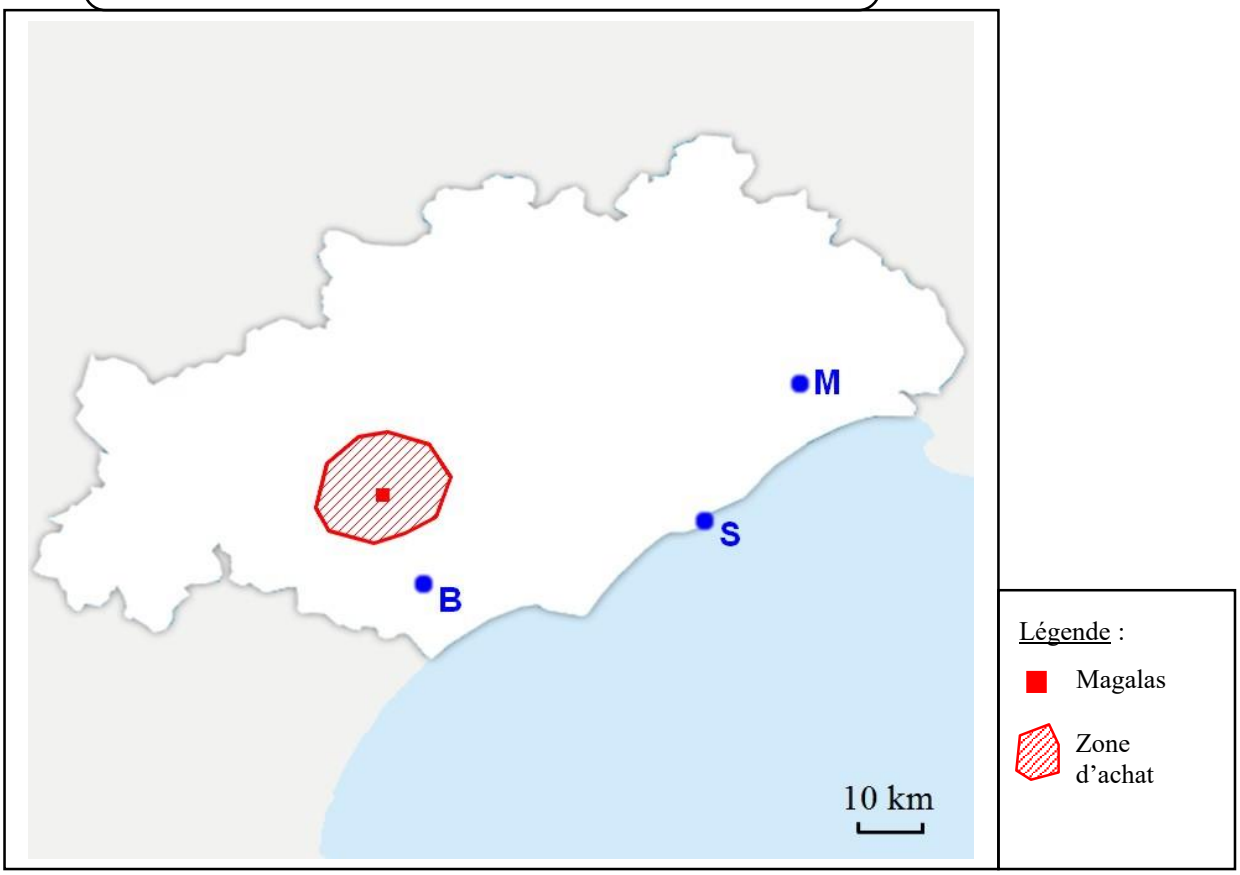
Tab. 22 : Répartition des achats de la maison « C. Granier » (1926)

Zone	Pourcentage de caves (640 caves au total)	Principaux villages d'approvisionnement
> 5 km	48 %	Pouzolles, Puissalicon, Sain-Geniès
Dont Magalas	24%	
Entre 5 et 10 km	49 %	Alignan, Murviel, Abeilhan
Entre 10 et 20 km	2 %	Causses, Cabrerolles
Au-delà de 20 km	1 %	Aigues-Vives

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1903-1913.
[2] 300.000 hl environ que se partagent une dizaine de négociants.
[3] ADH : 106 J 22, Fonds Granier, Achats, 1925-1927.

Spatialement, la contraction est donc très marquée (carte 6).

Carte 6 : Surface d'achalandage de la maison « C. Granier », 1926



Cette contraction s'explique très certainement par la volonté de limiter le rayonnement de la maison dans une logique de cohérence productive qualitative mais également dans une logique de réduction des coûts alors que le marché se tend à nouveau[1] et que la maison enregistre à cette époque des pertes importantes (100.000 F en 1924, 178.000 F en 1925)[2].

Enfin, en ce qui concerne la dimension temporelle de l'achalandage, en grande majorité, les achats sont réalisés au moment des vendanges et dans les semaines qui suivent. Il s'agit alors de s'approvisionner pour remplir ses chais en prévision des nombreuses expéditions prévues à l'automne. Dans l'Hérault, c'est également en grande partie dû au manque de vaisselle vinaire chez les propriétaires qui ne peuvent stocker qu'une faible partie de la marchandise dans leur propriété. Chez Granier, au début du siècle, ce chiffre est largement majoritaire : en 1903, près de 70 % des achats sont faits entre septembre et novembre et en 1913, près de 60 % le sont encore. Par la suite, il semble y avoir un rééquilibrage annuel, le chiffre s'établissant aux alentours des 40 % en moyenne dans les années 1920 pour ces trois mois. Dans cette décennie-là, une partie importante des achats sont faits également en janvier (15 %

[1] Les rapports d'inspection de la BDF en 1924 et 1925 évoquent l'irrégularité des cours depuis deux ans qui inquiète les négociants dont les profits se sont notablement réduits ces deux dernières années.
[2] ADH : 106 J 225, Fonds Granier, Inventaire, 1924-1925

en 1926) afin très probablement de se réapprovisionner après les sorties généralement importantes en décembre et de pouvoir confectionner des vins pour les mois à venir. Globalement, pour cette période, les mois les plus calmes en termes d'achats sont les mois du printemps : avril et mai[1]. Par la suite, les achats sont plus ponctuels et ici aussi ciblés en fonction des désirs de la clientèle. Bien évidemment, ces logiques d'approvisionnement varient également en fonction de l'état du marché et des types de négoce : un barricailleur qui fournit la clientèle bourgeoise va chercher à s'approvisionner toute l'année afin de garantir un écoulement régulier à ses clients. Les grossistes eux, tels Granier, profitent des capacités de stockage de leurs clients pour concentrer une partie de leurs achats (et donc de leurs ventes) sur des périodes bien déterminées. Malheureusement, le manque de sources statistiques précises sur d'autres maisons que la maison « Granier » nous limite à ces quelques conjectures qu'une étude précise des registres d'achats/ventes pourrait venir confirmer.

Les négociants disposent donc d'un carnet d'adresse élargi qui leur permet de pouvoir à la fois ravitailler leur clientèle et écouler la production de leurs fournisseurs. C'est un élément primordial car, dans une relation commerciale, un des éléments distinctifs de la puissance d'un agent commercial est bien évidemment la qualité de son réseau. Or, dans l'Hérault, seuls les négociants possèdent un réseau amont et aval capable de satisfaire l'écoulement d'une production sans cesse croissante durant la période. Ces raisons expliquent que pour de nombreux observateurs, le Commerce soit reconnu comme « indispensable à l'écoulement normal de la récolte »[2]. C'est surtout vrai dans ce premier tiers du XXe siècle où les caves coopératives qui se mettent en place ne disposent pas encore de l'envergure commerciale nécessaire pour concurrencer le négoce local. D'ailleurs, ce dernier est leur principale clientèle. Ainsi, il est fréquent de retrouver parmi les fournisseurs des négociants les caves coopératives. À Frontignan, peut-être inspiré par la réussite d'Edmond Bartissol dans les Pyrénées-Orientales[3], Victor Anthérieu propose, en 1910, aux récoltants frontignanais de créer une cave coopérative dont il s'engage à acheter la production pendant 20 ans[4]. À Sète, dans les années 1920, la maison « Clarac Frères et Chauvain » passe des contrats d'exclusivité avec des caves coopératives de la région. Dans ce cadre, elle leur achète la totalité de leurs vendanges après avoir proposé un prix d'achat qui est voté en assemblée générale extraordinaire par les sociétaires des caves[5].

Cette logique réticulaire évolutive se retrouve également au niveau de la clientèle.

---

[1] ADH : 106 J 12-23, Fonds Granier, Approvisionnements, 1902-1930.
[2] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 75.
[3] En 1904, celui-ci crée la « Société des vins de Banyuls naturels » qui regroupe 442 propriétaires adhérents. Une société commerciale, fondée par Bartissol, s'engage alors à acheter les vins produits par la SVBN pendant 30 ans. Cf. ESCUDIER J.-L., *Edmond Bartissol, 1841-1916. Du canal de Suez à la bouteille d'apéritif*, Paris, Ed. du CNRS, 2000.
[4] ODAC, *Le Muscat de Frontignan : un vignoble entre tradition et modernité*, Ville de Frontignan-La Peyrade, 2000, p. 26-28.
[5] Voir à ce sujet le récapitulatif des ventes de la cave de Planèzes dans les Pyrénées-Orientales en ligne : http://planezes66.free.fr/cadre/vin/arr.htm

Les réseaux de distribution : logiques spatiales et typologie

En aval, c'est-à-dire en direction de la clientèle, les maisons de commerce construisent également des réseaux de distribution protéiformes et évolutifs. Trois sources nous permettent de dresser une typologie spatiale de cette clientèle et de tracer les contours d'une dynamique commerciale : les registres des maisons de commerce que nous avons pu consulter (Rassiguier et Granier principalement), les correspondances (Domergue, Dourlan, Augé) et les rapports d'inspection de la BDF qui régulièrement évoquent la clientèle. En dépit de certaines lacunes de ce corpus (seule la maison « C. Granier » offre une réelle continuité, les autres sources sont surtout des supports indiciaires), nous pouvons tirer quelques enseignements.

Tout d'abord, on relève un certain courant commercial entre maisons de commerce locales. Ce courant est assez limité mais il existe. Ainsi, en 1903, chez les Granier à Magalas, il arrive quelquefois que les clients soient héraultais : Béziers, Gabian, Paulhan, Ceilhes[1]. Il s'agit le plus souvent de « reventes »[2] de caves qui ne sont pas passées par les chais de la maison familiale, sauf à de rares exceptions. Par la suite, cette pratique perdure puisqu'on retrouve dans la correspondance de Jules Augé un bulletin d'enlèvement de la maison « C. Granier » avec l'inscription manuscrite « Revente Augé » pour une cave de 180 hl achetée à Murviel-lès-Béziers[3].

Ce type de transactions intra-départementales n'est pas exceptionnel et même si elles ne constituent pas le schéma classique de distribution, on les retrouve dans d'autres cas étudiés. Ainsi, toujours au début du siècle, Domergue revend assez régulièrement son vin à des négociants héraultais ou languedociens. En avril 1900, il vend deux foudres de 160 hl à la maison « Parlier & Krüger » de Montpellier[4]. Quelques années plus tard, en 1912, lorsque son beau-fils Claparède a repris la propriété familiale, il vend alors le vin à un commissionnaire héraultais qui le cède à son tour à un forfaitaire du département[5]. En 1917, une de ses caves est vendue à « Roussel-Lacombe » qui la cède « Chauliac » qui l'a achetée pour le compte de « Parlier & Krüger » à qui est livrée la marchandise. Ainsi, la cave est passée par trois négociants locaux avant d'être expédiée en dehors du département (sch. 4, p. 127).

D. Dourlan, dans la seconde moitié des années 1920, s'inscrit dans le même type de réseau. Il propose alors les vins qu'il achète dans la région de Pomérols à des maisons de commerce locales comme « Noilly-Prat » par exemple. Dans le cadre de son activité de barricaille, certains de ses clients « bourgeois » sont locaux : Montpellier, Palavas, Sète. Il offre également à une maison gardoise ses services de représentant dans la région pour acheter des vins en leur nom. Il en fait de même avec la maison « Violet » de Thuir[6].

[1] ADH : 10 J 30-31, Fonds Granier, Sortie des vins, 1902-1904.
[2] C'est le terme employé par P. Granier dans le registre.
[3] ADH : 6 U 2 753, Faillite Augé, Correspondance, 1933, Bulletin d'enlèvement, 30/03/1933.
[4] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue, Correspondance, Lettre du 06/04/1900.
[5] ADH : 5 J 75, Fonds Domergue, Correspondance, Lettres « Battaut » et « Maroillier et Baille », octobre 1912.
[6] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Correspondance, 1925-1927.

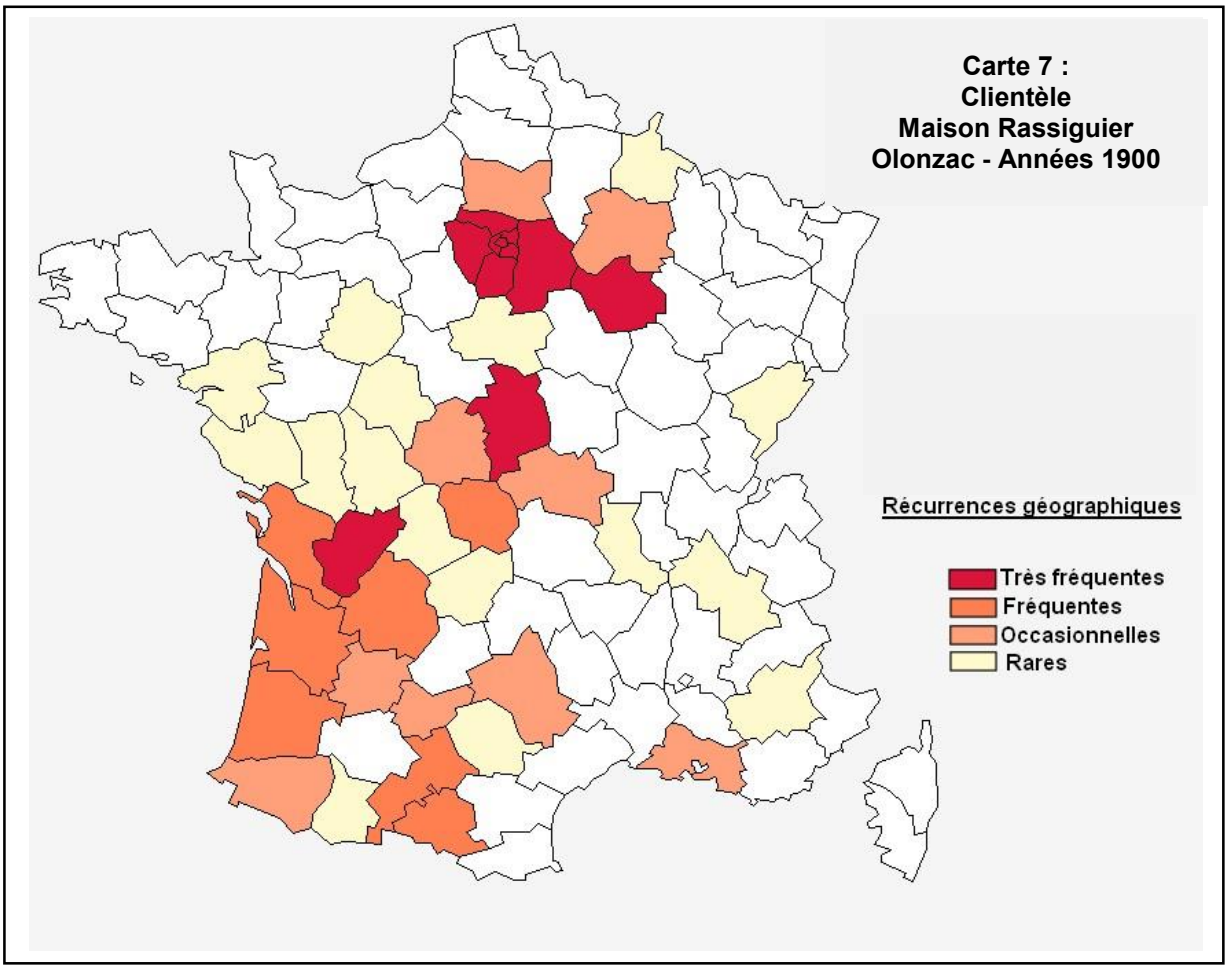
Les rapports d'inspection de la BDF évoquent également les courants commerciaux à l'intérieur du département. Au début du siècle, l'un des principaux clients de la maison « Allègre » de Mèze est la maison « Fondère » de Sète[1], tandis que Boucassert lui vend une partie de ses marchandises à un commissionnaire marseillanais[2]. En 1922, le rapport de la BDF relève que la maison « L. Brouillonnet et fils » commerce activement avec principalement des maisons de la place (dont « B. Tous » et « Ets J. Julien »). La même année, la maison de premier ordre frontignanaise « Cros Gabriel » a comme principal client une autre maison frontignanaise : « Les fils d'E. Ricard »[3]. Joseph Euzet pour sa part commerce avec un négociant de Marseillan, Filliol. À Poussan, Gervais Babau se livre épisodiquement au commerce des vins (essentiellement à la barricaille) avec des marchandises achetées à la maison « Cazajust-Cavalier » à la fin des années 1920[4]. Ce courant local est particulièrement élevé à Sète où les maisons chargées du transit et des importations vendent en partie à des clients locaux. D'ailleurs Augé se fournit auprès de maisons sétoises comme « Amat Hermanos » (vins espagnols), « Estilles » ou « J. Foultier » (vins d'Algérie).

Mais ce réseau local n'est qu'une étape vers l'expédition. En effet, ces vins sont achetés pour être par la suite réexpédiés, soit directement, soit après coupage. D'ailleurs, comme le prouve l'analyse des sources, l'écrasante majorité des réseaux de distribution sont tournés vers l'extérieur[5].

Si l'on étudie la correspondance de Rassiguier au début du siècle[6], celui-ci vend majoritairement dans un large Sud-Ouest, en région parisienne et dans ses proches alentours (Aube) ou dans le Centre de la France (Cher). Le registre des représentants de la maison « Rassiguier » confirme en partie cette orientation. On retrouve des représentants dans les villes suivantes : Charenton, Paris, Angoulême, Pau, Saint-Florent-sur-Cher, Sancoins, Troyes, Châteauroux. Pour la campagne 1905-1906, les représentants les plus actifs sont Roux à Charenton, Junié à Paris, Bourbon à Saint-Florent, Sancaise à Sancoins[7]. Ainsi, en prenant en considération les occurrences géographiques[8] dans la correspondance de Rassiguier avec sa

[1] ABDF : Sète, 1901.
[2] ABDF : Sète, 1902.
[3] ABDF : Sète, 1922.
[4] ABDF : Montpellier, 1928.
[5] En 1903, chez Granier sur 1375 transactions, 1371 concernent l'Extérieur. En 1924, environ 6 % des marchandises sont expédiées vers son seul client héraultais, le biterrois Rapail.
[6] ADH : 3 U 4 980-985, Faillite Rassiguier, Correspondance, 1903-1906.
[7] ADH : 3 U 4 988, Faillite Rassiguier, Livre des représentants, 1905-1906.
[8] En raison du manque de sources entrepreneuriales, notamment les registres de ventes, cette technique a été celle qui nous a permis de mesurer au mieux la localisation de la clientèle. Ainsi, dans le cas des maisons « Rassiguier », « Dourlan » ou « Augé » ainsi qu'avec les registres de la BDF nous nous sommes penchés sur les occurrences géographiques. Il s'agissait alors de relever et de quantifier, dans la correspondance ou dans les rapports d'inspection, la présence de termes indiquant la destination des marchandises (département, région, ville). Bien qu'imparfaite, c'est la méthode qui nous a paru comme la plus à même de répondre à une étude spatiale du circuit commercial des vins héraultais.

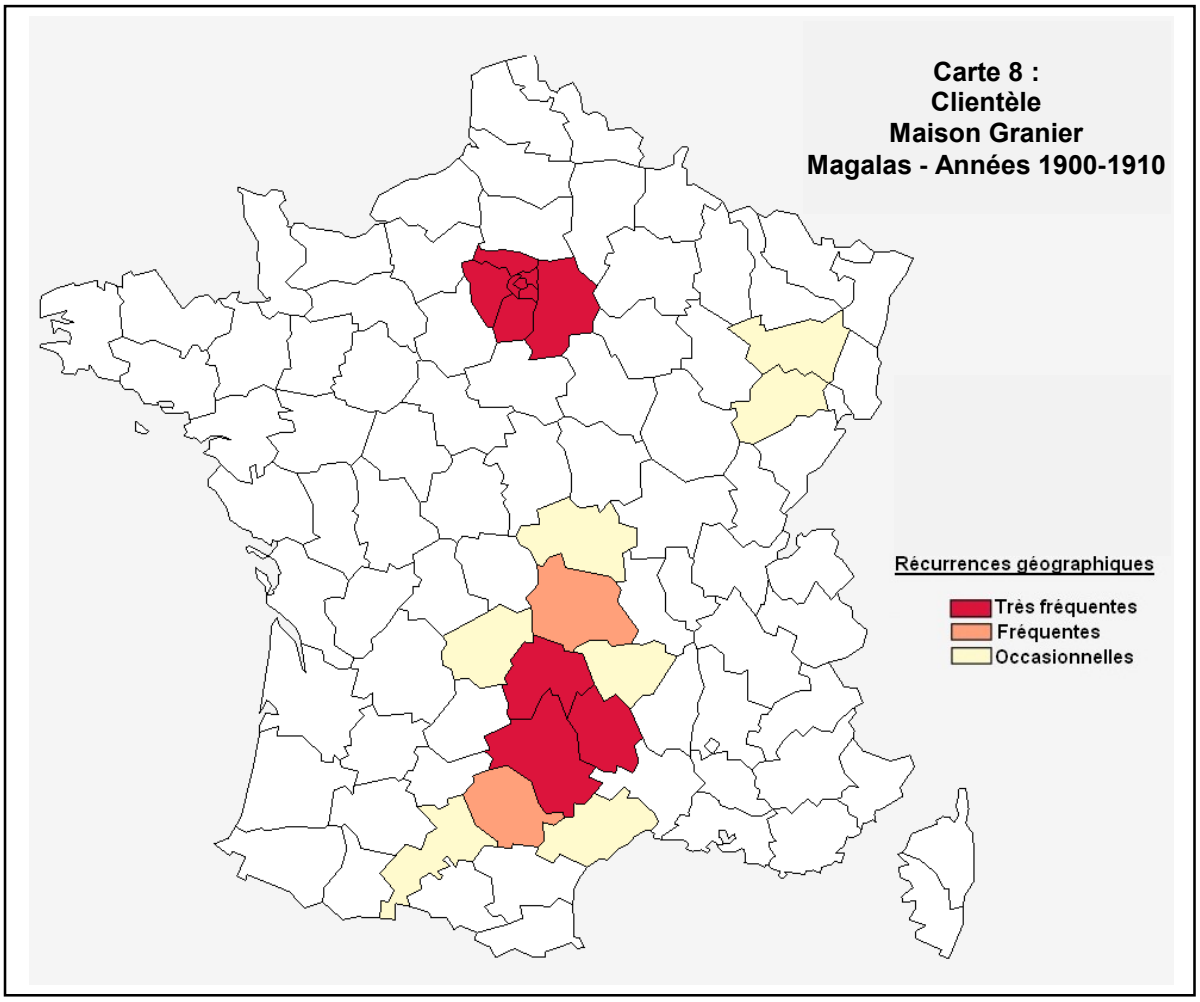
clientèle pour la campagne 1905-1906, trois espaces reviennent fréquemment[1] : un vaste Sud-Ouest, la région parisienne et ses marges, ainsi que la région Centre (carte 7).



Le négociant héraultais, dans une logique commerciale, veille donc à concentrer majoritairement son activité autour d'espaces précis. Cela lui permet de travailler avec des représentants en qui il a confiance et des clients dont il connaît bien les attentes comme en atteste la correspondance.

[1] C'est-à-dire qu'ils reviennent dans la correspondance à plus de 20 % chacun.

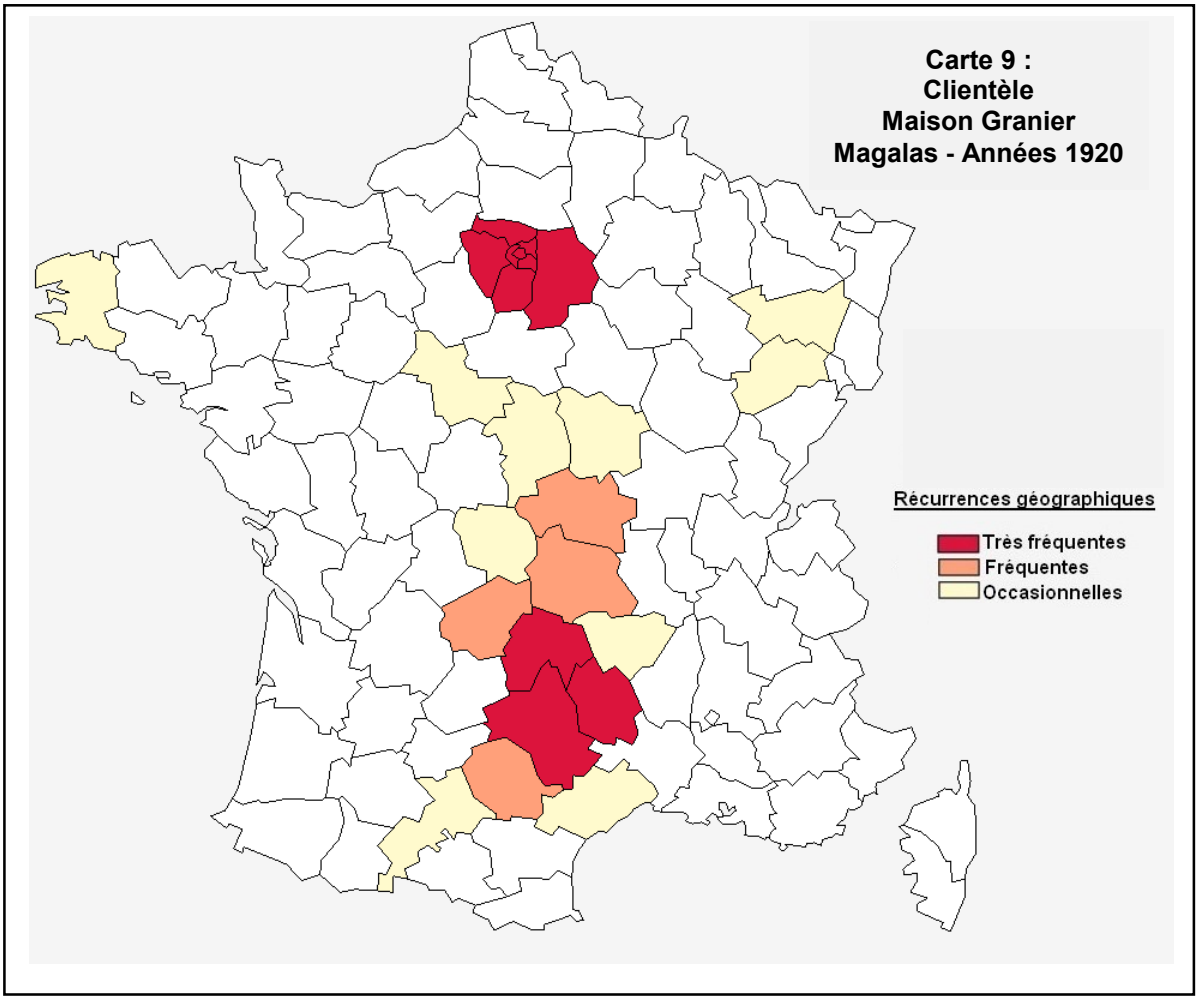
Chez Granier, le registre des sorties de la maison de Magalas indique clairement également les logiques commercialo-spatiales de la maison. Elles sont toutefois différentes de celle de Rassiguier. En effet, une grande majorité des 100.000 hl expédiés en moyenne dans les années 1900-1910 (carte 8) sont auprès de ce qui est encore considéré au début du siècle comme la région traditionnelle d'exportation des vins héraultais, les contreforts méridionaux du Massif Central (41 %) puis le nord du Massif Central (32%). Au-delà de ces destinations, largement majoritaires, les expéditions depuis Magalas se dirigent vers l'Est (5%) et surtout vers la région parisienne (16%). Enfin, une dernière partie prend la direction du Sud-ouest : Castres (5%) ou du Centre (1%)[1].



Au milieu des années 1920, ces chiffres sont sensiblement les mêmes, seules quelques nouvelles destinations font leur apparition, principalement dans le centre de la France, sur le trajet entre la région parisienne et le Massif central : Creuse, Loir-et-Cher, Nièvre[2]. Profitant

[1] ADH : 106 J 30-48, Fonds Granier, Sorties des vins, 1902-1919.
[2] ADH : 106 J 52, Fonds Granier, Sorties des vins, 1924-1925.

de son passage (et du passage de ses marchandises) dans ces régions ou à proximité, Paul Granier y noue des contacts qui lui permettent de développer son réseau de clientèle (carte 9).



Les rapports d'inspection de la BDF confirment cette logique spatiale du rayonnement commercial héraultais entre 1900 et 1930. Ainsi, en étudiant la localisation de la clientèle répertoriée par la BDF dans son étude de la bonne marche des maisons de commerce héraultaise, on retrouve sensiblement les mêmes espaces de concentration des réseaux de distribution (tab. 23).

Tab. 23 : Récurrences géographiques de la clientèle des maisons de commerce héraultaises
Rapports d'inspection de la BDF, 1900-1930

Région parisienne	33 %	**Centre**	6 %
Est	27 %	**Bourgogne**	4,5 %
Nord	10 %	**Bordelais**	4 %
Lyonnais	6,5 %	**Autres (Bretagne, Normandie, Poitou, Sud-Ouest, Sud-Est)**	15 %

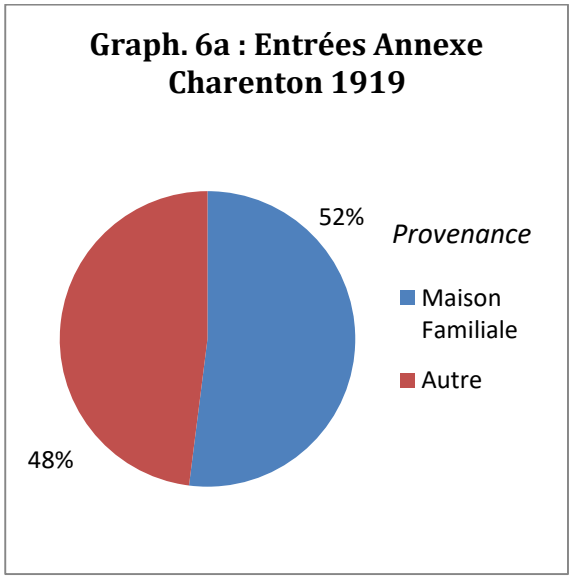
Source : ABDF : 1900-1930

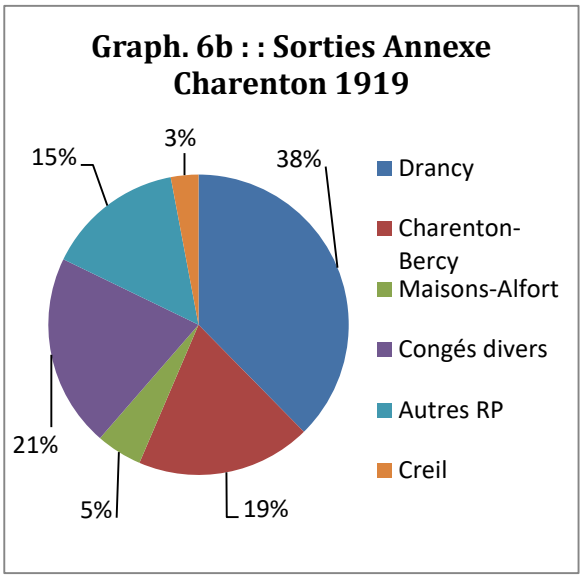
Au regard de cette emprise spatiale des réseaux de distribution héraultais, il est ainsi logique que lorsqu'une maison de commerce s'installe, elle s'intègre à ceux-ci. Ainsi, lorsque Dourlan démarre son activité de barricaille au milieu des années 1920, il prospecte dans les mêmes aires : principalement la région parisienne, l'Est de la France, le Lyonnais et le Nord où il contacte des représentants pour les embaucher. Ces zones étant largement achalandées par les maisons de commerce languedociennes et son commerce étant d'un type bien particulier, il est finalement également logique que sa clientèle se retrouve surtout dans des zones de proximité (coûts de transport moindres pour les bouteilles) et traditionnellement peu liées au négoce héraultais (moindre concurrence) : Toulouse, Albi, Cavaillon, Avignon, Salon-de-Provence, Toulon.

Dans une logique de réduction des circuits commerciaux et dans l'optique de répondre à une demande de plus en plus conséquente des centres de consommation, les négociants héraultais renforcent ces réseaux par une stratégie d'implantation sur place.

Ainsi, Paul Granier décide au début des années 1900 de devenir propriétaire d'un entrepôt à Charenton. Cette annexe, qu'il fait construire sur ses fonds propres[1], vise à permettre l'écoulement direct et massif sur le marché parisien des vins de la maison « Granier » et de pouvoir être au plus proche de la demande. En outre, elle ouvre à un moment où Bercy et Charenton deviennent le centre névralgique du marché des vins en France[2]. C'est là, encore une fois, la preuve de la justesse et de la pertinence de la politique entrepreneuriale de Paul Granier qui n'hésite pas à investir pour être plus efficace et plus réactif. Quelques années plus tard, la famille Granier est également propriétaire d'une annexe à Creil où sont expédiés une partie des marchandises transitant par Charenton entre 1919 et 1924.

Ainsi à la fin des années 1910, alors que la maison « Granier » écoule entre 90 et 100.000 hl de vin[3] depuis Magalas, près de 20.000 hl transitent par l'annexe parisienne[4].



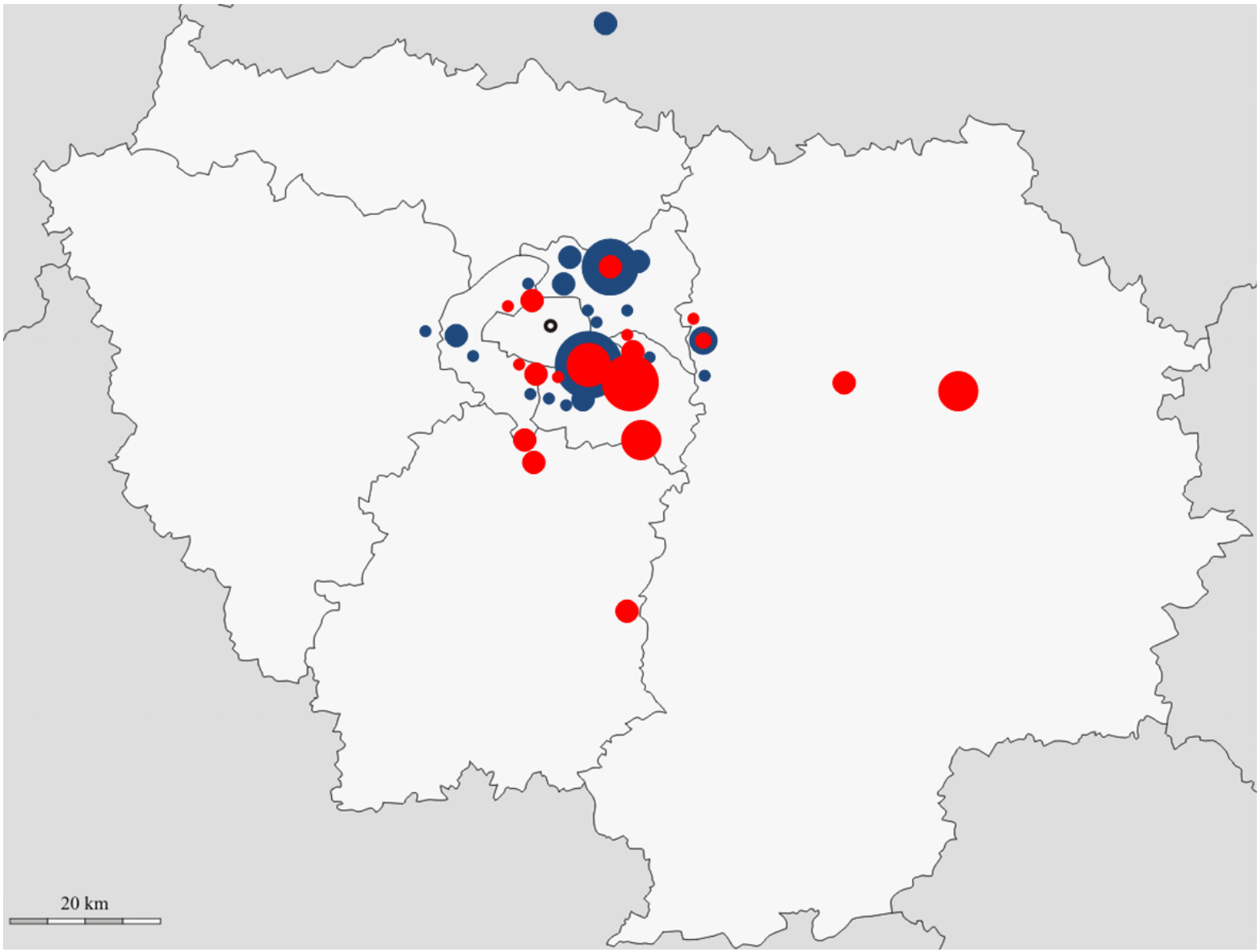


[1] ADH : 106 J 3, Fonds Granier, Annexe de Charenton.
[2] GARRIER G., « De la grève à Bercy. Les ports aux vins de Paris », *Revue des œnologues*, n°103, 2002, p. 47.
[3] ADH : 106 J 48-49, Fonds Granier, Sorties des vins, 1917-1921.
[4] ADH : 106 J 207, Fonds Granier, Annexe de Charenton, Régie des vins, 1914-1927.

On voit donc qu'alors que la majorité des entrées sont en provenance de la maison familiale, les sorties sont quasi exclusivement réservées à la région parisienne et plus particulièrement aux villes dans la petite ceinture qui concentrent les chais : Drancy ; Charenton-Bercy ; Maisons-Alfort. Une grande partie des expéditions sont faites par congés, ce qui rend impossible l'identification des clients. Néanmoins, les congés étant utilisés pour de petites distances, il est probable que les quantités expédiées sous cette forme (près de 1.200 hl pour la seule année 1919) sont à destination des maisons de Charenton ou de Bercy où les vins en provenance de l'Hérault sont coupés avec d'autres vins. Enfin, une part des marchandises est expédiée vers ce qui semble être un second entrepôt familial à Creil. Mais il s'agit là d'une annexe de taille très réduite, les expéditions vers cette dernière s'élevant à un peu plus de 150 hl seulement. Probablement est-ce un local destiné à envoyer de petites quantités vers les clients du Nord de la France. Malheureusement, les archives restent muettes à ce sujet.

En 1926, près de 15.000 hl sont expédiés depuis l'entrepôt parisien. Si le nombre de vente est relativement stable (180 en 1919 contre 182 en 1926), le nombre de lieux d'expédition identifié est également semblable (21 en 1919 contre 20 en 1926) mais sa distribution est très différente. En effet, alors qu'en 1919, la clientèle était localisée principalement dans la petite couronne et qu'une majorité des expéditions concernaient la zone Bercy-Charenton et Drancy, il en va différemment en 1926. Avec la disparition de la maison « Saint-Fleuret » de Drancy, cette dernière localité n'est plus approvisionnée que de manière anecdotique. Dans le même temps, les expéditions en région parisienne sont plus lointaines comme l'indique la carte 10 (page suivante) et elles sont mieux réparties : alors qu'en 1919, une localité sur deux n'est approvisionnée qu'une fois dans l'année par l'annexe parisienne, elles ne sont plus qu'une sur trois en 1926. C'est la preuve d'une fidélisation de la clientèle par des relations suivies et d'une rationalisation des expéditions afin de limiter les coûts dans une période de difficultés pour la maison. On note très clairement sur la carte ci-dessous cet effort de rationalisation par la diminution de la dispersion des expéditions (moins d'expédition unique entre 1919 et 1926) et une concentration sur l'est et le sud-est de la région parisienne.

Ainsi, dans un but de maximaliser ses chances de toucher une clientèle qui tend à s'étendre géographiquement, Granier a donc choisi la solution qui lui paraissait la plus efficace : avoir son propre relais au cœur de l'épicentre viticole national. C'est un atout indéniable dans la constitution d'un réseau de clientèle qu'il faut défendre face à une concurrence de plus en plus féroce. D'ailleurs, ce facteur explique en partie que la maison magalassienne soit forcée de chercher des clients plus loin de l'annexe parisienne entre 1919 et 1926.



Carte 10 : Distribution des expéditions annuelles depuis l'annexe de Charenton Maison « C. Granier » 1919-1926

Plus de 30 expéditions

Entre 29 et 10 exp.

Entre 9 et 2 exp.

Une expédition

Occurrences du nombre d'expéditions		
	●	●
	1919	1926
> 30	2	2
29>x>10	0	2
9>x>2	7	10
1	11	5

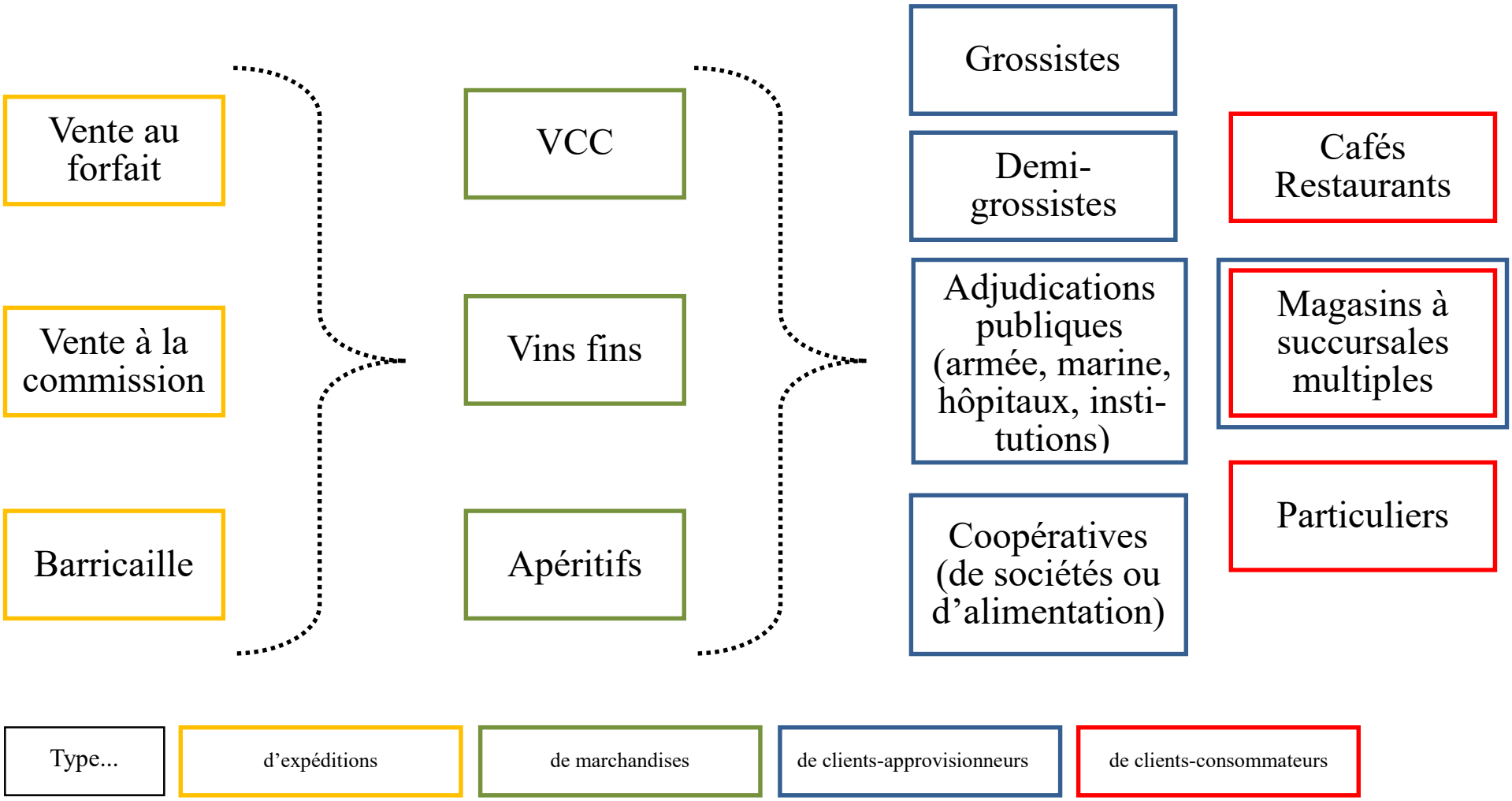
Dans cette optique de conquête ou de renforcement de réseaux commerciaux, les maisons héraultaises n'hésitent donc pas lorsqu'elles en ont les moyens financiers à s'implanter dans ou à proximité des bassins de consommation. La maison « Granier » n'est pas un cas particulier puisqu'à la même période, la maison biterroise « Clément-Pomarède » ouvre un magasin à Paris où elle vend des vins de la région[1]. Toujours à Béziers, la maison « Buridon », depuis les années 1910 au moins, alimente dans la région lyonnaise tout un ensemble de débits qui lui appartiennent[2]. Omer Martel pour sa part investit dans un commerce parisien où il vend les vins biterrois à partir de 1910[3]. Dans les années 1920, cette dynamique d'implantation se poursuit. « Cazalis & Prats » ouvre en 1922 une succursale à Rouen qui lui permet de faire transiter directement les vins algériens depuis l'Algérie vers Paris. À Montpellier, la récente maison « Ferrand et Chabaud »[4] est elle aussi propriétaire d'une annexe à Charenton au début des années 1920. La maison « Crès-Perrier » de Frontignan quant à elle ouvre à Paris une annexe où elle commercialise à des clients de demi-gros sa marque « Établissements Alba »[5]. Les plus grosses maisons disposent alors de plusieurs entrepôts comme les maisons « Leenhardt-Bazille », « Cazalis et Delord » ou « Les Fils de Louis Huc » à Rouen, Dunkerque, Bercy, Charenton ou Lyon[6].

Ces stratégies réticulaires permettent de toucher un vaste panel de clients comme l'indique le croisement des correspondances, des registres de vente et les rapports d'inspection de la BDF : maisons de commerce en gros ; maisons de demi-gros ; magasins à succursales multiples (Felix Potin, Nicolas ; Docks du Nord, Société nancéienne d'alimentation, Ets. Mielle en Lorraine, Docks rémois, Viniprix) ; coopératives d'alimentation (Union des coopérateurs de Lorraine, Coopérative de France à Nancy) ; économats de sociétés (PLM, Compagnie Transatlantique, Mines de Carmaux, Compagnie des chemins de fer de l'Est) ou des armées (troupes coloniales, Armée du Rhin) ; hôpitaux ; détaillants et cafetiers ; particuliers. Ainsi, à une diversité des structures commerciales dans le département répond une diversité de la clientèle comme le résume le schéma 5, page suivante.

En outre, au-delà de la connexité barricaille-clientèle bourgeoise, il n'existe pas de logique préférentielle préétablie à la relation entre une maison de commerce et son client. De petites ou moyennes structures peuvent à la fois avoir comme clients des maisons de gros, de demi-gros ou des magasins à succursales multiples[7]. Tout au plus peut-on relever que les grandes maisons urbaines (plus de 250.000 hl/an) semblent se concentrer sur l'approvisionnement parisien et oriental tandis que le Centre et les marges de la région sont dévolus aux structures de taille plus limitées (comme Granier ou Jeanjean).

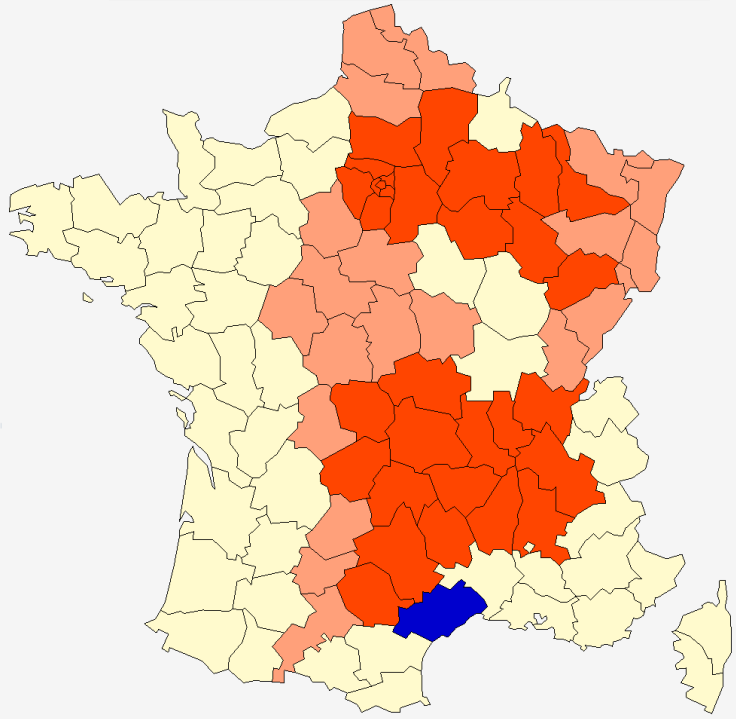
[1] Qu'elle vend d'ailleurs comme des « Bordeaux » (cf. ABDF : Béziers, 1905).
[2] ABDF : Béziers, 1911.
[3] ABDF : Béziers, 1910.
[4] Elle apparaît dans l'annuaire en 1920.
[5] ABDF : Sète, 1926.
[6] ABDF : Sète, Montpellier, Béziers, 1919-1930.
[7] Ainsi, à la fin des années 1920, la récente maison « Barral L. et Cie » vend exclusivement aux magasins « Félix Potin ».

Sch. 5 : Diversité des activités des maisons de négoce et diversité de la clientèle



Quoi qu'il en soit et quels que soient la forme et le contour qu'elles prennent, ces stratégies d'ouverture démontrent l'extraversion des maisons héraultaises et de leur désir d'acquisition-renforcement des circuits commerciaux. Les sources à notre disposition permettent dès lors d'établir une typologie spatiale empirique de la clientèle héraultaise.

Carte 11
Typologie spatiale de la clientèle des maisons de commerce héraultaises 1900-1930



On observe que deux grands ensembles concentrent l'attention commerciale des maisons de commerce du département : une vaste région comprenant le Massif Central et le Lyonnais, ainsi qu'un espace courant depuis la région parisienne jusqu'à l'est de la France. Autour de ces zones de rayonnement fort, des zones secondaires bénéficient du passage des vins héraultais dans leur région comme le Centre de la France ou de la proximité de zones d'expédition toutes proches (Alsace ou Nord par exemple). Notons toutefois l'exception notable de la Bourgogne. S'agit-il d'une réelle autarcie ou de la conséquence de circuits d'approvisionnement indirects ? Si on suit Christophe Lucand, il pourrait s'agir de la seconde hypothèse car dès la fin du XIXe siècle, les vins méridionaux viennent « très largement renforcer les productions déficitaires du vignoble bourguignon »[1], attestant ainsi de circuits

[1] LUCAND C., *op. cit.*, p. 205. À noter que dans les années d'occupation certaines infractions en Bourgogne concernent des vins en provenance du Languedoc, preuve, là encore, de relations commerciales pérennes, mais surement indirectes (par le biais des maisons de commerce de la vallée du Rhône).

commerciaux anciens, bien qu'entrant en concurrence dès le début du siècle avec d'autres « vins médecins » (ou vins « véhicules » en Bourgogne) : Espagne, Grèce, Allemagne et surtout Algérie.

Ces stratégies commerciales s'inscrivent ainsi dans une plus large échelle qui comprend les courtiers, les représentants et les fournisseurs pour former un vaste réseau dont la maison de commerce est l'interface principale.

Dans le département, le lieu de contact entre tous ces acteurs est le marché aux vins, véritable baromètre de la filière.

Le marché aux vins, baromètre de la filière

Poumons hebdomadaires du secteur viti-vinicole, les marchés aux vins en sont également le pouls où les observateurs, initiés ou non, perçoivent la bonne ou la mauvaise santé du secteur. C'est également un lieu de représentation, d'affrontements et de passions où se joue, en partie, l'avenir d'une campagne, de certaines maisons et parfois de la filière.

Leur prééminence sur le marché des vins est renforcé par les commissions de cotation qui voient le jour dans les années 1900-1920 et qui institutionnalisent les cours, ce qui n'est pas, ici aussi, sans créer de polémiques.

Venir au marché : une nécessité

Le marché aux vins languedociens est une spécificité dans le monde viti-vinicole national. Il n'existe nulle part ailleurs et l'Hérault est le département qui en concentre le plus pendant notre période d'étude. À la fois lieu crucial et moment fondamental pour le négoce héraultais, il se tient une fois par semaine dans chacun des grands centres d'expédition de la région. Pour les plus importants d'entre eux, ils sont exclusivement consacrés aux vins et aux alcools car même si à l'origine les marchés étaient « liés aux autres marchandises », les vins ont ensuite « accaparé l'essentiel de l'activité des grandes villes du Midi »[1]. Chaque marché est spécialisé dans une ou plusieurs productions, même si certaines se retrouvent sur plusieurs marchés, d'où la nécessité de l'étalement.

Tab. 24 : Les marchés dans l'Hérault au début du siècle

Lundi	*Perpignan, Nîmes*	Vins du Roussillon, VDN (Perpignan) Vins du Gard et des Costières (Nîmes)
Mardi	MONTPELLIER, Lunel, *Carcassonne*	Barricaille, vins fins, VCC (Montpellier) Muscat (Lunel) Corbières, Minervois (Carcassonne)
Mercredi	SÈTE, Lunel, Clermont-l'Hérault	Vins étrangers, vins blancs, VDN (Sète) Vins blancs (Clermont)

[1] PECH R., « L'organisation du marché du vin… », *art. cit*., p. 102.

Jeudi	Lunel, Saint-Chinian, *Narbonne*	VCC (Saint-Chinian) Minervois, Corbières (Narbonne)
Vendredi	BÉZIERS, Lunel	VCC (Béziers)
Samedi	Pézenas	Trois-six, vins blancs
Dimanche	Olonzac	Minervois
MARCHÉS PRINCIPAUX – Marchés secondaires – *Marchés hors du département*		

Sources : *Annuaire de l'Hérault* et PECH R., *art. cit.*

Cet étalement est pratique pour les négociants car il permet de se déplacer sur les différents marchés qui polarisent leur aire d'approvisionnement. Au-delà du fait qu'il limite la rivalité commerciale entre pays viticoles[1], ce découpage temporel est important pour la bonne organisation et la rationalisation de l'activité des maisons de commerce. S'il n'est pas certain que cet étalement hebdomadaire soit dû à une action des forces de pression viti-vinicoles (négociants et producteur) au moment de leur création, lorsqu'il est question plus tard de changer certaines modalités de fonctionnement du marché de Montpellier, les négociants réagissent énergiquement pour s'opposer à ces transformations et limiter au maximum les modifications d'un cadre spatial et temporel avec lequel ils sont habitués[2]. Par ailleurs, cet étalement est important lorsque des visites sont effectuées par les grands négociants de l'extérieur ou leurs représentants qui généralement passent la semaine dans la région afin de pouvoir se rendre sur plusieurs marchés, afin d'y rencontrer leurs commissionnaires ou leurs partenaires commerciaux[3]. Enfin, chaque marché est spécialisé dans une ou plusieurs productions ce qui permet de rationaliser les visites des négociants ou des représentants extra-méridionaux.

En outre, cet étalonnement chronologique assure aux négociants locaux la possibilité de se rendre sur plusieurs marchés dans la semaine comme Paul Granier qui, depuis Magalas se rend sur le marché de Béziers et de Saint-Chinian, ou Domergue qui se rend toutes les semaines à celui de Montpellier et de temps à autres à celui de Béziers[4]. Ces visites au marché sont primordiales car elles permettent aux différents acteurs de la filière de se rencontrer et d'établir des contacts directs entre eux. Ainsi, lorsqu'en août 1900, Antoine Domergue reçoit l'un de ses clients, Félix Faivre, originaire de Haute-Saône, il l'emmène avec lui sur le marché de Montpellier pour lui faire rencontrer les propriétaires à qui il achète pour son compte des vins[5]. En juin 1909, un de ses autres contacts, J. Cavaillier, lui demande d'intercéder en sa faveur lors de sa venue au marché de Béziers dans le cadre de l'obtention d'un poste à responsabilité dans une maison de la région, « A. Redouté »[6]. Lieu de sociabilité et de représentation, on y vient bien habillé comme le prouvent les témoignages de l'époque, notamment à

[1] C'est l'avis des observateurs du début du siècle quant à la multiplicité des marchés. On peut toutefois se demander si, au contraire, la multiplication des marchés n'est pas un signe fort de la concurrence qui existe entre les différentes aires de production intra et interdépartementales. Mais il est certain que la possibilité de faire cohabiter sur une même semaine les grands marchés méridionaux apaise les tensions.
[2] Cf. *infra*, p. 330-331 et p. 680.
[3] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 23.
[4] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, Lettre de L. Bosc, 23/08/1899.
[5] *Ibid.,* Lettres de F. Faivre, août 1900.
[6] *Ibid.,* Lettre de J. Cavailler, 15/06/1909.

Montpellier et Béziers, où le marché est parcouru par des hommes en costume-cravate et chapeau, la redingote sur le dos, la canne à la main[1]. C'est, pour les négociants, l'assurance de montrer sa puissance et sa distinction sociale dans le lieu symbolique où se rencontrent négociants et propriétaires.

En effet, véritable point de convergence de l'activité viti-vinicole méridionale en ce début du siècle, les places de commercialisation voient, les jours de marché, affluer les propriétaires, les courtiers et les négociants locaux et « étrangers », généralement sur une place centrale qui a été décidée par la mairie et approuvée par l'État[2]. À Montpellier, la place de la Comédie fait office de cadre spatial pour le marché aux vins tandis qu'à Béziers, les allées Paul-Riquet y sont dévouées. À Sète, une partie de l'esplanade centrale accueille les négociants une fois par semaine. En plein cœur de la ville, dans son hyper-centre, se déroule donc la rencontre vitale pour l'économie locale entre l'offre et la demande. Cette rencontre se passe dans une animation à laquelle les méridionaux sont habitués mais qui « ne manque pas d'impressionner les non-initiés »[3]. Elle est essentiellement due à la grande liberté de mouvements dont disposent les visiteurs du marché. En effet, ce dernier est surtout un lieu de vente symbolique car la marchandise est en presque totalement absente. Elle n'y est représentée que sous la forme d'échantillons que les propriétaires ou les courtiers font passer de négociants à négociants dans le but de réaliser la transaction. Se tenant, dans un espace ouvert, un boulevard, une place, des allées, le marché est donc très animé et les nombreux déplacements de personnes, libres de leurs mouvements car défaits de la contingence matérielle, le font sembler à un « tohu-bohu » pour les observateurs externes[4]. Le plus souvent, il est bordé de grands cafés qui abritent les discussions finales, à l'abri des regards et des oreilles indiscrets, comme le Grand Café à Montpellier, le Grand Café Français à Sète ou le Café Glacier à Béziers[5].

En 1926, un observateur témoigne :

> « C'est un des attraits de Montpellier et l'un des plus pittoresques. Une sorte de Bourse des « pieds humides » bruyante comme une mer qui déferlerait tous les mardis, sur la terrasse de ces deux grands cafés de la Comédie. La foule s'y évalue à l'hectolitre. Sa densité à la hauteur des cours ; car plus cher est le vin, plus nombreuse et plus bruyante y apparaît l'assistance. (…) C'est alors l'orage qui se déchaîne sur un océan. Des vociférations d'agents de change, des gesticulations tamisées par le brouillard des cigares et, dans cet embrun, l'éclat intermittent de faces rouges qui tournent – phares indispensables – dans la tempête. »[6]

[1] ADH : 2 Fi CP 1495.
[2] PECH R., « L'organisation du marché du vin… », *art. cit*., p. 103.
[3] BERGÉ P., *op. cit.*, 26.
[4] *Idem.*
[5] *Annuaires de l'Hérault.* Ils y sont référencés comme les cafés « des négociants » ou « de MM. les négociants ».
[6] Témoignage anonyme cité dans MACAIRE P., *Montpellier*, *Autour de la Comédie*, Liouc, Le plein des sens, 2001, p. 128. Les « faces rouges » font ici référence aux échantillons de vins qui sont goûtés dans des tastevins.

Fig. 4 : Le marché aux vins à Montpellier – début du XXe siècle
Source : ADH : 2 Fi CP 1495 43

Dans cette « tumultueuse assemblée » comme en témoignent certains observateurs[1] et la carte-postale ci-dessus (fig. 4), il faut par ailleurs se méfier d'une atmosphère souvent trompeuse, où l'on y voit « l'optimisme le plus exagéré céder brusquement le pas à un pessimisme que rien ne justifie »[2]. En effet, le marché est très impressionnable car souvent soumis aux rumeurs de transactions et aux manipulations des acheteurs ou des vendeurs. Si les propriétaires annoncent que les récoltes ont été mauvaises, si un gros négociant de l'extérieur ou un de ses représentants est en visite, alors la rumeur enfle parmi les quelque milliers de personnes présentes et le rythme s'accélère et, « dans une fièvre qui s'empare de toute cette foule (…), les caves de 5, 10, 15, 20.000 hectos passent de main en main comme des noix de muscades »[3]. C'est, somme toute, une attitude classique sur les marchés agricoles, où la dimension psychologique est primordiale et les rapports de force autour des prix habituels[4].

Cette frénésie et ces mouvements sont d'autant plus possibles que sans marchandise, les acteurs du marché peuvent se rendre librement d'un endroit à l'autre du marché, d'une table à une autre du café, à la recherche de renseignements, à la recherche d'amis, de confidences et surtout de bonnes affaires. Sur les plus petits marchés, comme Saint-Chinian ou Pézenas, le marché se déroule dans une ambiance plus calme et généralement sur la place du marché, là aussi, au cœur de la ville, symbole de la prééminence de l'activité commerciale viticole pour l'économie locale.

[1] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 26.
[2] *Ibid*., p. 27.
[3] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 23.
[4] Voir à ce sujet GARCIA M.-F., « La construction sociale d'un marché parfait : le marché au cadran de Fontaines-en-Sologne », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, n°65, 1986, p. 3-13 ou FLIGSTEIN N., « Le mythe du marché », *Actes de la Recherche en Sciences Sociales*, 139, 2001, p. 3-12.

Du reste, les acteurs de la filière s'y rendent tout autant pour faire des affaires que pour surveiller les tendances, connaître les cours pour la semaine à venir, être à l'écoute des rumeurs dans un milieu où l'informel et son contrôle sont capitaux. Les sources montrent très bien que très peu d'affaires finalement sont réalisées lors du marché[1], qui est avant tout le jour d'enregistrement des transactions de la semaine passée, des finalisations d'accords récents et des promesses pour le futur. Ainsi, Domergue reçoit, au printemps de 1907, une lettre d'un courtier gardois qui lui rappelle sa promesse de transactions futures faite sur le marché de Montpellier[2]. Enfin, c'est également le lieu où l'on effectue les paiements de ses courtiers ou de ses fournisseurs[3] et où l'on se tient au courant des dernières nouvelles viticoles concernant la législation et les décrets d'organisation de la campagne[4].

Il est donc primordial pour un négociant de se rendre sur le marché qui est un lieu incontournable pour assurer la bonne marche de sa maison de commerce. Toutefois, en dépit de ces caractères communs, les marchés du département possèdent chacun leurs spécificités.

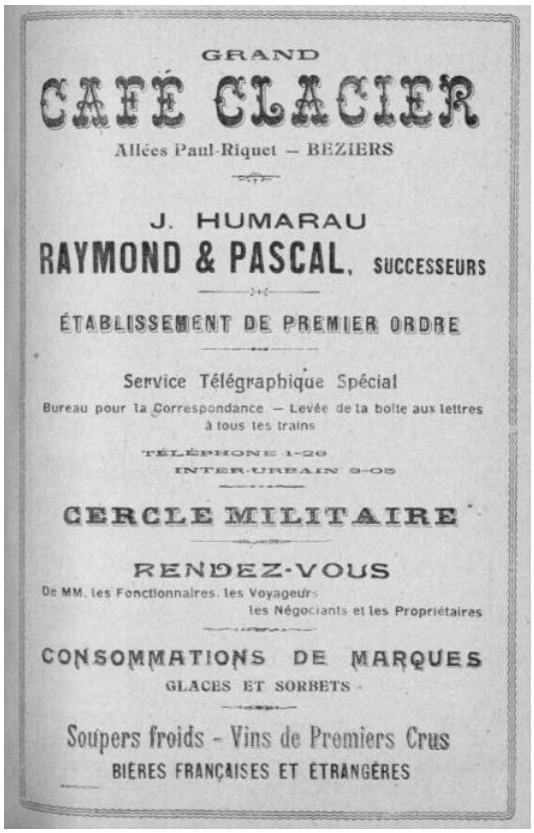
Béziers…et les autres

Indéniablement, Béziers est le marché le plus important de la région et le marché du vendredi est manqué par peu de négociants et de propriétaires qui viennent des villages alentours. Mais on vient parfois de loin[5] pour y assister car Béziers est « incontestablement le premier des marchés vinicoles du Midi (…), capitale du plus grand arrondissement viticole de la France…et du globe »[6]. La place biterroise, « baromètre méridional et national »[7], est le centre d'impulsion qui donne le rythme et la tonalité au marché des vins ordinaires dans le département et dans la région. On y compte près de quatre mille personnes au moment de son plein[8], au milieu du mois d'octobre, alors que les négociants se regroupent au milieu des allées Paul-Riquet, autour du Café Glacier et du Grand Café du Commerce (fig. 5, page suivante). Ces derniers sont équipés d'installations facilitant les transactions afin d'attirer en leurs locaux le maximum de négociants. Ainsi au début du siècle, le Café Glacier est le « rendez-vous de MM. les fonctionnaires, les voyageurs, les négociants et les propriétaires » (fig. 5, page suivante). Il dispose d'un service télégraphique spécial, d'un bureau pour la correspondance, de téléphones privés et d'une boite aux lettres qui est levée à chaque départ de train[9]. On y retrouve également des casiers pour conserver les échantillons. Tout est fait pour

[1] Voir l'ensemble des registres des commissions de cotation : ADH : 8 M 221 à 228, par exemple.
[2] ADH : 5 J 75, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, avril 1907.
[3] ADH : 6 U 2 746, Faillite Augé, Correspondance. Dans un courrier de mars 1929, un propriétaire de Ceps lui indique qu'il se rendra vendredi au marché de Béziers où il viendra encaisser le solde de la cave qu'il lui a vendue.
[4] Les registres et les témoignages insistent souvent sur l'atonie ou au contraire la frénésie sur les marchés avant ou après une décision gouvernementale. C'est encore plus vrai dans les années 1930 quand les cours conditionnent le déblocage des différentes tranches sur le marché des vins.
[5] Domergue au début du siècle vient de Saint-Jean-de-Védas à plus de 60 km.
[6] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 22.
[7] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 27.
[8] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 23.
[9] *Annuaire de l'Hérault*, 1920, Publicité.

assurer aux négociants un confort commercial qui fluidifie les transactions et fait usage de la modernité technologique pour assister et accélérer les prises de décision.

La foule du marché aux vins, Béziers Années 1920
Source : Fonds privés



Publicité pour le Grand Café Glacier à Béziers, 1920
Source : *Annuaire de l'Hérault,* 1920

Fig. 5 : Le marché aux vins à Béziers, rendez-vous incontournable au début du siècle

En outre, Béziers est une place commerciale d'autant plus importante que, par sa visibilité et la puissance commerciale qui y est exposée, le marché sert de référence aux décisions juridiques dans le cadre de contentieux sur les cours[1]. En effet, sur les marchés sont établis les

[1] *MJM*, 16/02/1908, Cour d'Appel de Montpellier, 20/12/1907.

« usages de la place » qui servent de base à l'établissement des contrats dans la région et, dans cette optique, Béziers joue indiscutablement le rôle moteur dans la transmission et l'évolution des pratiques commerciales.

Montpellier, de son côté, connaît un marché plus calme et la venue au marché y est plus un signe de représentation que d'activité commerciale. En effet, chef-lieu du département, on y vient pour faire ses courses, aller dans de bons restaurants, trouver une bonne pièce de théâtre, des cinémas, de belles promenades, « en un mot, toutes les distractions »[1] qui détournent les commerçants d'un marché où ils ne font qu'un passage rapide, d'une ou deux heures. Surtout, Montpellier, en dépit de sa tradition de ville commerciale, a développé son commerce des vins assez tard et le marché est surtout celui de la barricaille au début du siècle, « en raison des excellents crus qui sont récolés dans les environs »[2]. Preuve de ce retard, le marché aux vins n'est institué que tardivement, en 1873[3]. Le grand commerce forfaitaire y est présent mais nettement moins qu'à Béziers. Les négociants, à Montpellier, se retrouvent sur la place de la Comédie, à proximité du Café du Commerce et du Grand Café qui leur assurent, comme à Béziers, tranquillité et services visant à favoriser les transactions ou les discussions.

Les derniers marchés qui ont un certain rayonnement en ce début de siècle sont deux marchés qui ont pourtant perdu leur lustre d'antan. Sète qui était le « premier marché vinicole du monde jusqu'en 1875 » est alors considéré comme le marché des vins dits «exotiques »[4]. Devenu essentiellement un port d'importation, le marché qui se tient depuis 1837[5], tous les mercredis, allée basse de l'Esplanade[6], au cœur de la ville, est peu fréquenté au début du siècle et son fonctionnement se fait par « intermittence »[7]. Devenu un port d'importation, les vins grecs, espagnols, turcs ou italiens transitent dorénavant par Sète avant de rejoindre les chais des négociants régionaux ou extrarégionaux, d'où la spécialisation du marché dans les « vins exotiques ». Mais au début du siècle, Sète souffre surtout, en raison des droits de douane prohibitifs votés à la fin du XIXe siècle, d'une baisse importante de son trafic. Ainsi, dans le cas des vins espagnols, si la moyenne des importations annuelles tourne autour d'1 M d'hl entre 1892 et 1899, cette moyenne dépasse péniblement les 363.000 hl entre 1899 et 1914. Dès lors, il faut attendre la fin des années 1910 et le début des années 1920 pour que le marché de Sète retrouve une plus grande activité, notamment en raison de l'afflux des vins d'Algérie. Cette dépendance extérieure explique en grande partie les irrégularités du marché décrites par les observateurs. En outre, Sète s'est spécialisée dans les vins d'imitation et les vins de liqueur qui n'ont pas de véritable cote tandis que les marchandises sont plutôt achetées dans les régions de Béziers, de Montpellier et donc cotées sur ces places-là. Néanmoins, à

[1] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 28.
[2] *Idem.*
[3] *Annuaire de l'Hérault,* 1874.
[4] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 34.
[5] *Annuaire de l'Hérault,* 1838.
[6] Archives municipales de Sète (AMS) : 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Lettre du commissaire de la ville, 03/11/1909. C'est l'actuelle place Aristide-Briand.
[7] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 36

Sète, les négociants se retrouvent au coin sud-ouest de l'Esplanade, où à l'ombre des platanes et autour du Café du Commerce, du Grand Café du Centre ou du Grand Café Français, ils peuvent assurer leurs discussions et leurs transactions. C'est également le lieu propice pour rencontrer les négociants des villes alentours commercialement liées au négoce sétois : Marseillan, Mèze, Frontignan. Ici aussi les cafés offrent au Commerce tranquillité et de nombreuses commodités comme le Grand café Français qui met à disposition des courtiers et des négociants des casiers pour pouvoir entreposer les échantillons[1].

Enfin, le marché de Pézenas est lui aussi un marché renommé, notamment par son ancienneté[2] et la qualité des vins rosés qui y sont associés (bien qu'auparavant, c'était surtout un marché très actif dans la commercialisation des eaux-de-vie et des trois-six)[3]. Toutefois, dans un département qui a fait le choix de la production à outrance de vins rouges ordinaires, le marché de Pézenas n'a, depuis le début du siècle, qu'une influence locale très limitée.

L'importance de ces marchés est accentuée à partir des années 1900 par l'instauration de commissions de cotation qui visent à officialiser la cote établie sur les marchés.

Un outil performant : la première commission de cotation à Béziers (1900-1930)

Unanimement, les observateurs du marché des vins en ce début du siècle soulignent la désorganisation de ce dernier[4]. Jean-Louis Cazalet dans son étude sur le commerce des vins et le port sétois revient sur les nombreux soubresauts que supporte le marché au début du siècle et les perturbations qu'ils impliquent[5]. Dans le même temps, alors que Pierre Bergé indique que le « marché est désorganisé »[6] au début du siècle, Jean Allègre s'interroge sur la « situation malheureuse » dans laquelle se trouve l'économie viticole méridionale et appelle à une nécessaire régularisation du marché[7]. Prosper Gervais résume la situation en évoquant le basculement au début du XXe siècle : « En 1900, la nouvelle loi de libéralisation du marché (…) le marché [a été] livré à lui-même, sans direction et sans guide, dans les circonstances les plus critiques. »[8] Cette instabilité du marché des vins au début du siècle et le laisser-aller qui le domine, sont, de manière plus imagée, parfaitement décrits par Léopold Vivarès en 1917 lorsqu'il présente le marché de Béziers, comme un lieu aux mains de la spéculation, où « se trouvent les plus forts pontes du "Baccara viticole". Le déplacement leur paraît plus sûr et plus profitable que celui de Monaco »[9].

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1910, publicité.
[2] Tout comme les marchés de Béziers et Lunel, il existe depuis avant 1830.
[3] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 34.
[4] Pour de plus amples détails sur la désorganisation du marché dans le premier XXe siècle, voir en annexes les tableaux et graphiques, p. 1017 et sq.
[5] CAZALET J.-L., *op. cit.*, p. 201 et sq.
[6] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 25.
[7] ALLÈGRE J., La *crise viticole et sa solution par la règlementation rationnelle du marché des vins*, Montpellier, Impr. Firmin, Montade et Sicardi, 1906, p. 6.
[8] GERVAIS P., *La viticulture en France de 1913 à 1923*, Paris, 1924, p. 2.
[9] VIVARÈS L., *op. cit.*, p. 24.

Ainsi, dans ce contexte fortement troublé et afin de limiter les effets désastreusement perturbateurs d'une conjoncture irrégulière, est établie à Béziers en 1905 la première commission de cotation dans le but d'institutionnaliser la cotation des cours[1].

Jusque-là, les cours étaient enregistrés par les bourses de commerce, de manière plus ou moins informelle, après les marchés. À partir de 1906, à Béziers, la cotation des vins prend une dimension plus officielle qui veille à lui conférer un surplus d'autorité et vise à assurer au marché la stabilité tant recherchée. La commission, nommée par la Chambre de commerce et installée chaque année par un arrêté préfectoral, est dorénavant placée sous l'autorité du président de la Chambre de commerce[2]. Elle compte, en 1906, six membres en plus de son président, choisis parmi les courtiers et les négociants. Rapidement, ce chiffre augmente : huit en 1911, neuf en 1920, quatorze en 1925, quinze en 1929[3]. Ces membres sont désignés par les syndicats du vin biterrois puis officialisés par la Chambre de commerce et installés par le préfet[4]. Dans un premier temps, la commission cote à la fois les vins et les alcools avant d'être disjointe après la Première Guerre mondiale. À partir de 1923, les membres du négoce de Marseillan sont ajoutés à la commission et on en retrouve tous les ans entre deux et trois, ce qui est logique en raison de la qualité des vins blancs et rosés marseillanais et surtout de la puissance du négoce marseillanais à l'époque.

La commission se réunit tous les vendredis à 13h30 dans les années 1900 puis à 15 h au début des années 1910 pour se fixer entre 14h et 15h dans les années 1920, c'est-à-dire à la fin du marché. Les membres de la commission se retrouvent alors soit dans une annexe de la Chambre de Commerce soit plus tard dans le Café Glacier, donc au plus près du marché aux vins. Les négociants, courtiers, viticulteurs sont appelés à y déclarer les ventes réalisées lors de la semaine précédente tandis que la commission récolte également des informations, les autres jours de la semaine, par téléphone ou par courrier. Les informations demandées sont : la quantité, la qualité, la provenance et la destination ainsi que le prix de vente nu, c'est-à-dire sans les charges d'expédition[5]. Les transactions effectuées lors du marché ne sont pas, en tout cas jusque dans les années 1920[6], prises en compte dans l'établissement des cours qui sont officialisés par un PV rendu public par l'Administration et la presse[7].

Grâce à ces informations, les « membres de la cote », comme on les appelle, calculent cette dernière à partir des transactions qui leur sont parvenues et ils établissent « la cote officielle des vins et alcools » qui reprend les cours moyens pour les vins rouges, les vins rosés et

[1] Arrêté préfectoral du 19 décembre 1905.
[2] ADH : 8 M 221, Fonds de la CCB, Commission de cotation, Béziers, 1900-1914.
[3] ADH : 8 M 226, Commission de cotation, Béziers, 1920-1934. La liste des membres ainsi que certains relevés de cotation sont présentés en annexe, p. 1135-1139.
[4] *Idem.* Pour sa première année, ses membres sont : le vice-président de la CCB, François Guy, (président de la commission de cotation), Ch. Hansjacob, J. Bühler, P. Araou, A. Oustric, F. Gouzet, L. Bourrel. Tous sont des membres connus et reconnus du Commerce local, à la tête de puissantes maisons de négoce (Hansjacob, Bühler, Oustric, Gouzet) ou de courtage (Araou, Bourrel) et ils apportent à la commission le gage de leur sérieux et de la respectabilité de leur nom.
[5] ADH : 8 M 221, *op. cit.*
[6] Pour la période d'avant-guerre, le manque de source ne nous permet pas de conclure là-dessus.
[7] ADH : 7 M 1218, Fonds Agriculture, eaux et forêts, Cours des vins, 1923-1933.

les vins blancs en indiquant les degrés maximum et minimum constatés. Les PV officiels, signés au début du siècle par les membres de la cote, fournissent également, jusqu'en 1910, des détails sur l'état du marché. Ainsi, en mars 1906, il est fait état d'un probable « mouvement ascensionnel des prix (…) vu le déficit de la vendange »[1] tandis que de nombreuses notes cette année-là relèvent la « fermeté » des cours. Enfin, dernier rôle non négligeable, les Commissions de cotation, d'après les registres de la commission de Béziers, fixent à partir de 1920 les frais divers[2] facturés par les négociants lors des transactions. Ainsi en 1920, ceux-ci oscillent entre 18 et 22 F par hl (pour des cours variant eux entre 112 et 125 F l'hl pour des vins de 10°)[3]. Au début des années 1930, ils se situent entre 18 et 32 F (pour des prix allant de 140 à 200 F l'hl)[4].

La fonction de la commission est donc centrale car elle assure la liaison commerciale entre les producteurs et les négociants du département mais également avec les maisons de l'extérieur qui s'appuient sur les prix fixés par les différentes commissions pour acheter les vins ordinaires dont l'Hérault s'est fait le champion. Elle assure une visibilité, une lisibilité et une certaine stabilité au marché des vins héraultais, trois priorités fondamentales pour le Commerce méridional et son bon fonctionnement. C'est également un outil primordial dans la relation de confiance qu'entretient le négoce héraultais avec les clients de l'extérieur comme le précise le président de la commission de cotation, Henri Biscaye, en 1920 : « Les affaires doivent être connues en vue de nos rapports avec l'extérieur. »[5] En effet, ces commissions sont le support officiel sur lequel l'ensemble du marché des vins héraultais (en aval et en amont) s'appuie pour établir les discussions autour des prix.

Toutes ces raisons font que les commissions de cotation se multiplient dans le département, suivant l'exemple de Béziers.

Extension et diversification des commissions de cotation (1910-1930)

En raison de son ancienneté et du poids que la production de son arrondissement a dans l'économie viticole départementale, la commission de cotation de Béziers jouit d'un statut privilégié. Un rapport visant à la modification des méthodes de cotation le confirme en 1927 : le président de *l'Association Syndicale des Négociants en Vins de Béziers*, Henri Biscaye, met alors en avant la commission des cotations de Béziers « *qui donne le "La" dans l'important concert des cours* »[6]. Néanmoins, petit à petit, les autres places majeures de commercialisation du département cherchent à obtenir des commissions de cotation dans une logique de valorisation et de contrôle de leur territoire viticole. La première est la ville de Montpellier.

[1] ADH : 8 M 221, *op. cit.*
[2] Il s'agit ici des frais généraux, de charrois, de commissions, de courtage, la location des futs, l'entonnage, etc.
[3] ADH : 8 M 222, Commission de cotation, Béziers, 1915-1924, Registre 1920, 06/02/1920.
[4] ADH : 8 M 224, Commission de cotation, Béziers, 1929-1937, Registre 1931, 02/10/1931.
[5] ADH : 8 M 226, *op. cit.*, Lettre d'H. Biscaye, 06/07/1920.
[6] ADH : 8 M 226, *op. cit.,* « Rapport sur la situation viticole », 1927, p. 1.

Au début du siècle, à Montpellier, les cours sont fixés par des commissaires qui assistent au marché pour enregistrer les prix. Au nombre de quatre puis trois, ces commissaires sont issus du monde du commerce – deux ou trois négociants et un courtier – et parcourent le marché afin d'enregistrer les transactions qui sont portées à leur connaissance. En 1912[1] toutefois, il est décidé d'instituer une commission de cotation qui se réunit tous les mardis après le marché à la Chambre de commerce. Tout comme la commission biterroise, elle est placée sous l'autorité de la Chambre de commerce de Montpellier et a à sa tête un membre de l'institution consulaire. Néanmoins, à la différence de Béziers, le président de la cote n'est pas nécessairement un membre du bureau quand dans la capitale biterroise, il s'agit toujours d'un membre éminent de la Chambre, toujours membre du bureau, le plus souvent, l'un des vice-présidents de la CCB. Ainsi, en 1927, le président de la cote montpelliéraine est Eugène Leenhardt. Membre de la chambre consulaire, président honoraire du Syndicat des vins de Montpellier et vice-président honoraire du Syndicat régional, il jouit d'une grande honorabilité dans le commerce des vins local, mais il occupe un poste secondaire dans l'institution consulaire. Ainsi, en dépit de l'honorabilité d'Eugène Leenhardt et de sa maison, la différence de traitement dans la nomination de son président entre la commission de cotation de Montpellier et celle de Béziers fait état du différentiel d'influence qu'il peut exister entre les deux négoces locaux ainsi que l'orientation économique des deux villes à cette époque.

À Olonzac, le Conseil général de l'Hérault initie le mouvement d'établissement d'une cote. En contactant le préfet afin de donner naissance à une commission de cotation dans le village, le conseil général cherche à valoriser une production locale aux confins de l'Hérault et dont le cru, les « vins du Minervois », est partagé entre l'Hérault et l'Aude. En conséquence, la commune est placée dans une situation particulière où ses vins sont à la fois cotés à Narbonne, à Carcassonne et à Béziers.

Afin de répondre aux légitimes attentes des producteurs et commerçants locaux, mécontents de cette situation handicapante, une réunion, à laquelle participe le président du Conseil général de l'Hérault, originaire du village, Charles Caffort, se tient à Olonzac en septembre 1921. Il y est alors explicitement évoqué la création d'une commission de cotation[2]. Cette dernière est d'autant plus nécessaire que, si Olonzac partage avec Narbonne l'appellation « Minervois » pour ses vins, il y a selon Caffort une différence entre les vins d'Olonzac et « les vins de Narbonne et Carcassonne qui ne correspondent pas du tout à notre type »[3].

C'est dans cette logique que lors d'une séance du Conseil général, le 3 octobre 1921, le président Caffort, qui met tout son poids politique dans la balance afin de favoriser le développement de son village[4], émet le vœu de la constitution d'une commission des cotes du Mi-

[1]ADH : 8 M 477, Tableau foires et marchés, an X-1938.

[2] ADH : 8 M 227, Commission de cotation, Marché d'Olonzac, 1924-1934, Lettre de Ch. Caffort au préfet, 20/10/1921.

[3] *Ibid.*, lettre de Caffort à Cassan, président de la CCN.

[4] Charles Caffort, né à Olonzac, a été député de 1914 à 1919. Fils d'un viticulteur, docteur en droit, il siège au Conseil général depuis 1907. Il jouit d'une forte popularité dans le canton et dans la circonscription de Saint-Pons en raison de son implication dans le mouvement de 1907. Il est également à l'origine de la fondation de la

nervois qui se tiendrait à Olonzac. Ce vœu est immédiatement adopté à la majorité par le Conseil général, enclenchant ainsi officiellement les procédures administratives pour la création d'une commission.

Par cette démarche, Caffort défend l'idée d'une pluralité des crus, signe d'une meilleure adéquation à un marché en pleine restructuration mais également en pleine expansion, qui, ainsi, gagnerait en lisibilité et élargirait sa palette qualitative. Mi-octobre, la CCB donne son accord à la création d'une nouvelle commission alors que le préfet de l'Hérault donne, dans une « lettre d'urgence », son accord à la « désignation urgente » d'une commission de cotation à Olonzac. Le 20 octobre, une séance extraordinaire de la CCB prend acte du vœu du Conseil général et de l'injonction préfectorale mais sursoit à la création de la commission car elle attend la réponse de la Chambre de commerce de Narbonne (CCN). En effet, afin d'éviter de brusquer les intérêts narbonnais, Caffort a proposé que la CCN donne son avis sur la création d'une commission de cotation à Olonzac et qu'elle nomme également deux membres de ladite commission. La réponse parvient le 22 octobre sous la plume du président de la CCN, Cassan, et elle est ambigüe, preuve des conflits d'intérêts qui existent au sein même de la corporation (Cassan est lui-même négociant à Lézignan). La CCN ne veut pas se prononcer sur la création d'une commission à l'extérieur de sa circonscription, d'autant plus qu'il existe déjà une commission de cotation à Lézignan pour les vins de Corbières et du Minervois. Vexée ou inquiète de la naissance de la nouvelle commission, la CCN décide de s'abstenir et de ne pas prendre position, ce qui lui sera, sèchement, reproché par la suite par Caffort[1]. Pour les mêmes raisons que la CCN, la Chambre de commerce de Carcassonne (CCC) refuse d'intervenir dans le processus génésique de la commission d'Olonzac[2]. Le 6 décembre 1921, la CCB entérine les décisions précédentes et officialise la naissance de la commission de cotation d'Olonzac. Finalement, il faut attendre les campagnes de 1922-23 et 1924-25 pour que des membres audois acceptent de rejoindre la commission d'Olonzac, Carcassonnais dans un premier temps, suivi deux ans plus tard par les Narbonnais.

Comme toutes les commissions de cotation, cette commission est réglementée par la loi du 18 juillet 1866 et le décret du 22 décembre 1866 qui permettent l'organisation des commissions de cotation comme le stipule l'article 9 de la loi :

> « Dans chaque ville où il existe une bourse du commerce, le cours des marchandises sera constat par les courtiers inscrits, réunis, s'il y a lieu, à un certain nombre de courtiers non-inscrits et de négociants de la place dans la forme qui sera prescrite par un règlement d'administration publique. »

cave coopérative d'Olonzac en 1921. Son objectif, par cette démarche associée à la création de la cave coopérative, est de permettre un meilleur écoulement de la production locale.

[1] *Ibid*., Lettre manuscrite du 18/11/21.

[2] *Ibid*., Lettre de Merle du 27/02/22 à Gaillard.

Le décret, quant à lui, précisant les modalités d'application de la loi et d'organisation des commissions, comme l'article 10, par exemple, qui prévoit qu' « en cas de partage, la voix du président est prépondérante ».

Ainsi, en 1921, pour sa première réunion, la commission d'Olonzac est composée de cinq membres tous choisis dans l'aire géographique correspondant au cru du Minervois : Léon Merle (président), Henri Lanet, Paul Durand, tous trois négociants à Olonzac, Henri Azéma et Louis Cabannes, tous deux étant courtiers en vins (à Siran pour le premier et à Aigne pour le second). Pour la période étudiée, ce chiffre évolue d'année en année : 13 en 1922, 12 en 1924, 11 en 1925, 12 en 1926 avec une présidence tournante[1]. Cette commission, se réunit, sous l'égide de son président, tous les dimanches, jours du marché à Olonzac, à quinze heures dans un lieu qui n'est pas défini dans les documents officiels, mais très certainement dans un local loué au Grand Café de la Promenade[2].

La naissance de cette commission est très évocatrice car elle montre l'importance d'une politique qualitative viticole ordonnée dans le département et la nécessité de s'appuyer sur des instruments pérennes et efficaces comme les commissions de cotation. Dans cette même logique est créée en 1923 la commission de Pézenas[3] afin de valoriser une production axée autour des vins blancs secs comme les picpouls ou la clairette[4].

Les commissions assurent donc une photographie du marché des vins dans un monde viti-vinicole où l'information et sa circulation sont cruciales comme le prouvent les nombreux journaux spécialisés qui chaque semaine relèvent les cours des vins sur les différents marchés régionaux[5]. Cette information est également relayée à l'extérieur du département, notamment par le biais des services agricoles départementaux comme l'indique la correspondance hebdomadaire entre le service des « Eaux et forêts » du département et *Le Vigneron Champenois*, un hebdomadaire d'Épernay dans la Marne[6]. Ce sont ainsi des instruments essentiels du rayonnement viticole héraultais. Ils permettent en outre un meilleur encadrement de la filière grâce à une lisibilité qui rassure les maisons de commerce, sans cesse à la recherche de stabilité dans une période mouvementée.

Ainsi, par ses stratégies d'achat et de vente qui s'inscrivent dans des logiques réticulaires réfléchies, le négoce héraultais assure sa position pivotale au sein d'une filière viti-vinicole départementale qui ne peut se passer de son intermédiation commerciale.

---

[1] ADH : 8 M 228, Commission de cotation, Olonzac, 1921-1935.
[2] *Ibid*., cahier de relevé des dépenses Léon Merle.
[3] ADH : 8 M 227, *op. cit.*
[4] ADH : 8 M 492, Dossiers par commune : demandes, enquêtes, autorisation, Pézenas, an X-1928, Correspondance 1923.
[5] *Midi Vinicole*, *Journée Vinicole*, *Action Méridionale.*
[6] ADH : 7 M 1218, Fonds de la direction des services agricoles, Notes relatives à la situation viticole, 1923-1933, Correspondance.

Afin de permettre le bon écoulement d'une production sans cesse croissante, le négoce, dans le cadre de relations commerciales codifiées en amont et en aval, permet au département de bénéficier d'une structure commerciale complète et efficace. Aidé en cela par des auxiliaires précieux, il garantit l'expédition des marchandises grâce à des réseaux de clientèles protéiformes et évolutifs en fonction des tendances du marché ou des types de marchandises.

Cet ensemble commercial trouve son point de convergence sur les marchés aux vins qui permettent de « sentir » le marché, c'est-à-dire d'en percevoir les tendances, les rythmes et les évolutions. C'est également le lieu de l'officialisation des cours par le biais de nouveaux outils performants que sont les commissions de cotation. Ces dernières voient le jour dans le département dans un objectif de rationalisation et de normalisation de la filière, afin de rompre avec le désordre ambiant.

Des principes d'efficacité et de performance guident donc les stratégies des maisons de négoce héraultaises sur le marché des vins entre 1900 et 1930. Ce sont ces mêmes principes qui sont mis en application dans la gestion de la maison de commerce elle-même.

CHAPITRE 3 : LE NÉGOCIANT, UN PATRON SOUCIEUX DE RIGUEUR, D'EFFICACITÉ ET DE MODERNITÉ

Nous avons évoqué précédemment les caractéristiques premières des maisons de commerce languedocienne : une entreprise familiale, avec à sa tête, une ou deux personnes et quelques employés, parfois une dizaine, le plus souvent moins d'une demi-douzaine. Les maisons de commerce héraultaises présentent donc précisément les facettes des petites et moyennes structures françaises : petites dimensions, socle familial, peu d'employés, volume limité. Or, comme le souligne Michel Lescure au sujet des « représentations traditionnelles des PME », ces dernières sont rarement associées à « leur proximité avec le marché, leur flexibilité, leur capacité d'apprentissage rapide, ainsi que leur capacité à innover »[1].

Au contraire de ce conservatisme entrepreneurial et loin de la « révolution gestionnaire » trop souvent associée aux seules grandes entreprises à cette époque[2], les négociants héraultais sont dans leur grande majorité particulièrement soucieux de moderniser leur maison de commerce et de permettre une expansion de leur activité. S'il ne faut pas généraliser cette ambition dès le début du siècle, elle s'accélère nettement dans les années 1920. Cette dynamique est fondamentale car les maisons de commerce évoluent, au cours de cette période courant des années 1900 au début des années 1930, dans un climat économique instable et peu sécurisant, fait de périodes de prospérité suivis de cycles de mévente.

Ainsi, bien que certains éléments traditionnels et spécifiques au monde du négoce restent importants, c'est en grande partie à un mouvement de professionnalisation des maisons de commerce que nous assistons dès le début du siècle autour de plusieurs domaines.

Forcé par des éléments extérieurs ou suivant ses aspirations personnelles, le négociant devient dans ce premier tiers du XXe siècle un patron rigoureux et moderne, aspirant à l'efficacité, à la stabilité et au bon rendement de sa maison de commerce. Cette dernière, petit à petit, prend alors les formes d'une véritable entreprise.

Devenir négociant : plus qu'une simple formalité

L'accès et la pratique de la profession de négociant se révèlent bien plus encadrés que ne le laisse imaginer la désorganisation qui règne sur le marché des vins depuis les années 1890. En dépit de l'hétérogénéité des types de maisons de commerce et de leur propriétaire, mais également en dépit de l'origine des néo-patrons (héritier, failli, allié familial, externe, etc.), devenir négociant relève d'une implication rigoureuse auprès de l'État et de l'administration.

Cette première étape normative et contraignante responsabilise les patrons des maisons de commerce et les inscrit, nécessairement, dans une démarche de rigueur.

[1] LESCURE M. (et al.), « L'efficacité des PME », *Entreprises et histoire*, 2001/2 n° 28, p. 89.
[2] LAMBERT-DANSETTE J., *Histoire de l'entreprise et des chefs d'entreprise en France. L'entreprise entre deux siècles (1880-1914). Les rayons et les ombres*, T. V, Paris, L'Harmattan, 2009, p. 61 et sq.

Ouvrir une maison de commerce

Bien que cela soit le terme utilisé communément dans la région (sans même qu'il soit besoin de préciser « en vins » d'ailleurs), le mot de « négociant » n'apparaît pas dans les définitions et les prescriptions légales. Le négociant est en réalité, selon la loi, un « commerçant en gros » dont la nature et les fonctions sont précisément encadrées.

Au début du siècle, la profession est ainsi définie originellement par trois entrées. La première est la loi du 28 avril 1816 qui dessine les contours du « marchand en gros » : est considéré comme marchand en gros, « tout particulier qui reçoit ou expédie des boissons, pour son compte ou pour le compte d'autrui, des boissons par quantités d'un hl au moins. »[1] Mais cette première définition est beaucoup trop extensive et imprécise. En effet, dans ce cas, les particuliers et les vignerons pourraient entrer dans la catégorie « marchand en gros » s'ils expédiaient du vin. Pour compléter et préciser cette définition, notamment dans une logique de continuité et de régularité temporelle, le *Code du Commerce* considère les négociants comme des commerçants, c'est-à-dire ceux qui « exercent les actes de commerce [soit le fait d'acheter des marchandises pour les revendre] et en font leur profession habituelle »[2]. La troisième et dernière entrée est la jurisprudence qui donne finalement une définition que Pierre Casanova qualifie d' « usuelle »[3] de la profession et qui est reprise dans tous les manuels à destination du négoce. Selon cette acception, le « marchand en gros est celui qui achète des boissons en vue de les revendre, ou qui expédie des boissons d'achat en quantité supérieure à 25 litres »[4].

En négatif, on peut alors dresser la liste de ceux qui ne sont pas considérés comme des marchands en gros, approche très importante dans un département comme l'Hérault où de nombreuses personnes ont à leur disposition des quantités de vins plus ou moins conséquentes. Ainsi, ne sont donc pas considérés comme marchands en gros : les particuliers qui recevraient des quantités limitées de vins de diverses origines ; les personnes qui déménagent et vendent les vins qu'ils avaient en leur possession ; les personnes vendant, après un décès, le vin d'un individu autre que marchand en gros ; les sociétés coopératives agricoles qui disposent d'un statut privilégié à partir de la loi du 5 août 1920[5]. À cela, ajoutons les débitants de boisson qui ne peuvent vendre et expédier les vins que jusqu'à la limite de 69 litres par transaction[6].

Cette conception restrictive du métier de « marchand en gros » est donc celle qui a cours pendant l'ensemble de la période[7] et permet donc de vendre pour son compte (négociants forfaitaires) et pour le compte d'autrui (négociants commissionnaires).

---

[1] Loi du 28/04/1816, art. 97.
[2] *Code de commerce*, Paris, Dalloz, 1970, art. L 121-1.
[3] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 19.
[4] *Ibid*.
[5] *Code des contributions indirectes*, Paris, Imp. des Journaux officiels, 1935, art. 210.
[6] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 20.
[7] À la fin de la période, le *Code Général des Impôts* définit le négociant en gros comme « tout particulier qui reçoit, expédie, par des quantités supérieures à 60 litres des vins soit pour son compte, soit pour le compte

Dans cette première partie du siècle, la définition du négociant se sédimentarise donc autour de sa principale fonction qu'est l'achat et la revente de pièces de vin[1]. Mais notons ici que la maison de commerce peut être créée sans qu'il y ait de magasin[2] car ce n'est pas le magasin qui fait la maison de commerce mais bel et bien l'activité d'intermédiaire entre un acheteur et un vendeur. Par conséquent, le négociant est donc, légalement, considéré comme un intermédiaire et dans ce cadre, il doit répondre à certaines obligations lorsqu'il décide d'ouvrir une maison de commerce.

En effet, dans l'optique de cette création d'un commerce, le négociant est ainsi tenu de respecter une procédure bien précise.

Elle se décompose en trois temps. Concrètement, dans un premier temps, le négociant doit se rendre à la Recette buraliste du lieu où il a décidé d'installer son commerce afin de procéder à la déclaration d'ouverture. Conformément à la loi de 1816[3], il fait la déclaration de profession, désigne le magasin et déclare toutes les boissons qu'il possède[4], si bien évidemment il est propriétaire d'un magasin ou s'il a en sa possession des marchandises. En 1910, il y a, en règle générale, dans le département un receveur buraliste au minimum par canton. La ville de Montpellier en compte cinq, la ville de Béziers six et la ville de Sète neuf[5]. S'il ne possède pas de magasin, le négociant est dispensé de cette déclaration.

Celle-ci est également obligatoire en cas de cessation d'activité, afin que la Régie clôture le compte du marchands en gros et pratique les calculs des droits dévolus. En cas de décès, la veuve ou les enfants peuvent continuer sans effectuer de nouvelle déclaration, ce qui est le cas pour la période après la Grande Guerre. Dans son ouvrage abordant les conséquences de la Première Guerre mondiale sur les familles de poilus après le conflit, Dominique Fouchard évoque, au sujet de la multiplication des familles brisées par la mort du père, « l'ampleur du deuil qui atteint les familles, qui investit l'espace social, qui plonge une société entière dans le spectacle de la souffrance d'une communauté endeuillée »[6]. Le commerce des vins dans l'Hérault n'est pas épargné par ce phénomène : à Florensac par exemple, en 1920, la

---

d'autrui ». Si la quantité a augmenté sensiblement, la définition reste la même et englobe à la fois les forfaitaires (« pour son compte ») et les commissionnaires (« pour le compte d'autrui »). (cf. *Code Général des Impôts*, Paris, Dalloz, 1972, art. 484).

[1] Enfin, en 1934, un article d'un décret-loi sur les boissons hygiéniques précise que la quantité-plancher est dorénavant portée à 60 litres (cf. Décret-loi du 19 juillet 1934. Selon le même décret, tout débitant est considéré comme marchand en gros s'il dispose de cuves ou tout autre récipient de plus de 12 hl dans lesquels il pratique des coupages, collages ou filtrages. Cf. *Manuel Législatif et règlementaire du vin*, Montpellier, La Journée Vinicole, 1941, p. 89-90). Dans les années 1940-1950, la définition du commerçant en gros n'évolue plus que marginalement.

[2] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 20.

[3] Loi du 28/04/1816, art. 97 et 98.

[4] Cela concerne à la fois les boissons dont il dispose en tant que commerçant mais également celle dont il pourrait disposer en tant que récoltant ou que co-propriétaire. Jusqu'en 1923 et une décision de la Régie, il faut déclarer l'ensemble de ces boissons, même celle hors cantons. À partir de 1923, il ne faut plus déclarer que les boissons détenues dans le canton et dans ses communes limitrophes.

[5] *Annuaire de l'Hérault*, 1910. Ces chiffres restent sensiblement les mêmes jusqu'aux années 1940 sauf à Sète où le nombre de receveurs buralistes est divisé par deux dans les années 1920. Par la suite, les chiffres décroissent et dans les années 1960, les déclarations doivent se faire auprès des services des CI à Bédarieux, Béziers, Lodève, Montpellier, Saint-Pons ou Sète (CAEF, B-0065686/1, Réorganisation des services de la DGI dans les départements, 1959).

[6] FOUCHARD D., *Le poids de la guerre. Les poilus et leur famille après 1918*, Rennes, PUR, 2013, p. 95.

moitié des maisons de commerce sont tenues par des « veuves »[1]. À Montpellier, leur nombre double dans l'*Annuaire de l'Hérault* après le conflit[2]. Dans tous les cas, cette transmission est une disposition importante dans un commerce où la patrimonialisation familiale est bien souvent la règle.

À partir de 1919, une étape supplémentaire dans la normalisation de l'ouverture d'une maison de commerce est franchie avec l'obligation d'inscription sur les registres du commerce qui viennent d'être créés[3]. Après la déclaration d'ouverture, le patron doit alors faire enregistrer la maison auprès du greffe du tribunal de commerce. Ce dernier officialise dans le registre du tribunal de sa circonscription l'immatriculation de la nouvelle maison. En cas de succession ou de vente d'une raison sociale, le nouvel acquéreur doit procéder à la radiation de l'ancien patron auprès du greffe et effectuer une « déclaration aux fins d'inscription modificative de l'immatriculation ». Il y a donc un encadrement administratif qui se renforce en cette période. Il est synonyme pour les maisons de commerce d'une nécessaire adaptation à la rigueur et à la professionnalisation du métier[4].

Cette déclaration est primordiale car elle assujettit le déclarant à l'Administration des Contributions Indirectes et à ses responsabilités envers elle.

À la suite de cette démarche administrative, le négociant doit alors démontrer de capacités financières suffisantes pour tenir un commerce. Cela passe par le paiement de droits ou la certification de garanties financières.

Cautionnement, patente et licence

Cette seconde étape est un acte responsabilisant, engageant et sécurisant vis-à-vis de l'Administration.

En effet, le négociant doit assurer la Régie de sa capacité à pouvoir payer les taxes et droits qui pèsent sur les marchandises. Pour cela, afin de garantir les paiements aux échéances prévues des droits dont ils doivent s'acquitter et pour lesquels un crédit[5] leur est concédé, les négociants doivent fournir une caution. Cette caution qui s'engage solidairement aux côtés du négociant est donc tenue responsable devant la Régie au même titre que ce dernier. Ce crédit est ici en quelque sorte un avantage qui est accordé par l'Administration pour faciliter les affaires et permettre aux maisons de ne pas avoir à se rendre à la recette-buraliste pour payer des droits lors de chaque transaction. Les droits sont alors payés par trimestre ou à l'année, d'où la nécessité d'avoir une caution qui garantisse la sécurité de ce système.

Il existe quatre types de cautionnements : le cautionnement collectif dans le cas duquel une association garantit le dépôt de ses adhérents, valable d'une année sur l'autre ; le caution-

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1920.
[2] On passe de 2 à 4 mais ce sont 4 maisons qui avant la guerre étaient au nom du père de famille et sont donc reprises par les veuves. Les deux maisons dirigées par des veuves avant 1914 disparaissent entre 1914 et 1921. Cf. *Annuaire de l'Hérault*, 1914-1922.
[3] Loi du 18 mars 1919.
[4] Car de nombreuses maisons étaient jusque-là de simples associations « de fait ».
[5] C'est le « crédit de droit ». Cf. *Annuaire général du Commerce des vins et des spiritueux*, 1910, p. 47.

nement réel ou en numéraire qui permet au négociant lui-même de se porter caution, en déposant à la Caisse des dépôts et consignations une somme en faveur de la Régie avec saisie possible sous huit jours ; le cautionnement par hypothèque qui, après l'estimation de la valeur d'un bien, garantit le paiement ; le cautionnement personnel qui est le seul encadré légalement[1] et qui demande à un tiers de fournir des preuves de sa solvabilité, cette dernière étant appréciée par les receveurs des CI. La caution est valable un an et est renouvelable tacitement.

Dans le monde du négoce des vins, le cautionnement collectif (ou « mutuel ») est principalement la norme, notamment par le biais sociétés ou de groupements tels l' « Etoile commerciale » qui a été créée spécifiquement dans ce but en 1911 pour les négociants en vins ou le « Cautionnement commercial » plus généraliste[2]. Dans le Midi plus particulièrement, il faut attendre la période suivante pour voir l'apparition de société de cautionnement régionale comme à la fin des années 1920, quand les négociants financent, à l'initiative des syndicats patronaux, l' « Association Méridionale de Cautionnement Mutuel » qui voit le jour en 1928[3].

La dernière étape pour l'ouverture du commerce est le paiement de la licence et de la patente. La première citée est « l'autorisation accordée par l'État à une personne, moyennant le paiement d'un droit, d'exercer un commerce ou une industrie soumis à l'impôt »[4]. C'est, d'une certaine manière, un « impôt spécial en matière de contributions indirectes »[5]. Jusqu'en 1900 et la loi du 29 décembre, la licence est payée selon un tarif fixe[6] mais à partir de 1900, cette licence devient proportionnelle aux ventes. Elle est alors calculée et payée par trimestre jusqu'au milieu des années 1920. En 1910, la licence s'établit ainsi :

Tab. 25 : Coût de la licence – Hérault, 1910

Négociant dont les expéditions annuelles sont	***Droit de licence (par trimestre)***
Inférieures à 300 hl de vin	20 F
Entre 301 et 1.000 hl de vin	30 F
Entre 1.001 et 2.500 hl de vin	75 F
Entre 2.501 et 5.000 hl de vin	100 F
Entre 5.001 et 7.500 hl de vin	125 F
Entre 7.501 et 10.000 hl de vin	160 F
Supérieures à 10.001 hl de vin	220 F

Source : *Annuaire général du Commerce en gros des vins, op. cit.,* 1910

En 1926, deux lois modifient le régime qui est, pour les spécialistes de la question,

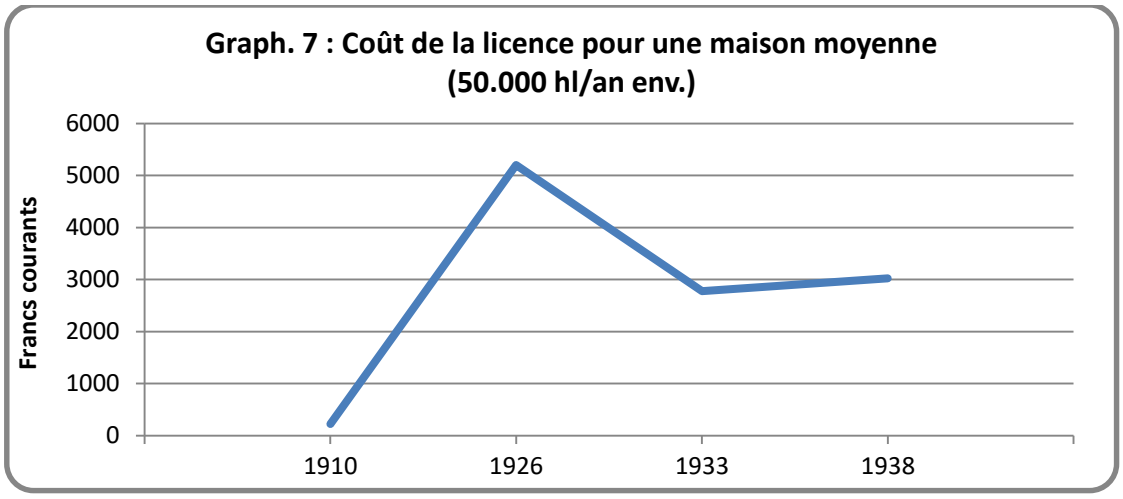
[1] Les autres ne sont que des tolérances administratives pour faciliter le commerce.
[2] *Manuel législatif et règlementaire du vin*, *op. cit.*, p. 133.
[3] Dans les années 1960, elle est devenue la « Société de caution mutuelle des négociants en vins du Midi » qui assure, entre autres, ce service de cautionnement (cf. *MV*, 08/05/1968).
[4] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 29.
[5] *Annuaire général du Commerce des vins et des spiritueux*, 1910, p. 47.
[6] Loi du 28 avril 1816, art 171.

« profondément bouleversé »[1]. Dorénavant, la licence est rendue personnelle, annuelle, exigible d'avance et est calculée sur la base des ventes de l'année précédente (sauf en cas d'installation). Avec cette réforme, la licence connaît une notable augmentation pour la majorité des négociants héraultais. En effet, avec l'apparition d'un pallier[2] de 400 F pour les maisons expédiant plus de 10.000 hl/an, la plupart des maisons de commerce du département voient leur licence largement augmenter. Par la suite, dans un contexte de crise, l'État réduit le coût de la licence au tournant des années 1930. Mais, au grand dam des milieux commerciaux, le coût de la licence repart à la hausse à la fin des années 1930 comme l'indiquent le tableau et le graphique ci-dessous. En une vingtaine d'années, la licence pour l'immense majorité des maisons héraultaises[3] a augmenté de 2 ou 3 fois en francs constants[4].

Tab. 26 : Évolution du coût de la licence – Hérault (1926-1938)

Négociant dont les expéditions annuelles sont	*Droit de licence 1926 (par an)*	*Droit de licence 1933 (par an)*	*Droit de licence 1938 (par an)*
Inférieures à 300 hl	300 F	150 F	180 F
Entre 300 et 500 hl		250 F	300 F
Entre 301 et 1.000 hl	700 F		
Entre 301 et 1.000 hl		350 F	410 F
Entre 1.001 et 2.500 hl	1.000 F	500 F	600 F
Entre 2.501 et 5.000 hl	1.400 F	700 F	850 F
Entre 5.001 et 7.500 hl	1.800 F	900 F	1.075 F
Entre 7.501 et 10.000 hl	2.400 F	1.200 F	1.450 F
Supérieures à 10.001 hl	2.400 F + 400 F par tranche de 6.000 hl	1.200 F + 225 F par tranche de 6.000 hl	1.450 F + 225 F par tranche de 6.000 hl

Sources : manuels de négociants divers



Sources : Manuels de négociants divers

Dans le cas des commissionnaires, les négociants ne sont pas obligés de payer de licence comme le précise une note de l'Administration en 1913 : « Il va de soi que la question

[1] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*,, p. 30.
[2] Au-delà de 10.000 hl, le négociant doit payer tous les 6.000 hl une somme forfaitaire.
[3] Pour lesquelles le seuil de 10.000 hl est un seuil très bas. Par exemple, entre 1900 et 1930, une maison expédiant moins de 40-50.000 hl est considérée comme de troisième ordre par les rapports de la BDF.
[4] Pour une maison moyenne expédiant 50.000 hl, elle double entre 1910 et le début des années 1930.

de la licence ne se pose pas lorsqu'ils [les intermédiaires] sont de simples mandataires commerçants. »[1] Cela explique grandement leur prolifération à cette époque.

Enfin, comme tous les commerçants et les industriels, les négociants doivent payer une patente qui est établie à la date du 1er janvier de chaque année. Au début du siècle, la patente est composée de deux éléments : un droit fixe et un droit proportionnel. Le droit fixe varie selon la population de la commune d'exercice, le nombre d'employés et selon les quantités de vins écoulées. Le droit proportionnel est quant à lui indexé sur les possessions du négociant et de ses associés, notamment les maisons d'habitation et les locaux industriels[2]. Dans le département en 1910, la patente est calculée sur la base suivante :

Tab. 27 : Établissement de la patente –Hérault 1910

	Communes de	Négociant forfaitaire
DROIT FIXE	2.000 hab. ou moins	17,50 F
	2.001 à 5.000 hab.	22,50 F
	5.001 à 10.000 hab.	30 F
	10.001 à 20.000 hab.	40 F
	20.001 à 30.000 hab.	60 F
	30.001 à 50.000 hab.	90 F
	50.001 à 100.000 hab.	120 F
	Vins vendus en fûts	2 F par tranche de 100 hl
	Vins vendus en bouteilles	75 cts par tranche de 1.000 bouteilles
DROIT PROPORTIONNEL	Sur la maison d'habitation	1/20e de la valeur locative
	Sur les locaux professionnels	1/40e de la valeur locative

Source *: Annuaire général du Commerce des vins, op. cit.,* 1910

À plusieurs reprises, la patente est modifiée par la loi[3] avec comme incidence réelle un net alourdissement des charges sur une profession qui, on le voit bien ici, supporte un poids fiscal conséquent. Ici aussi, cet accroissement des charges est particulièrement mal perçu par le négoce[4].

[1] Note de l'Administration des CI, 30 avril 1913 (citée par Casanova et Marre).
[2] Loi du 15 juillet 1880.
[3] En 1917, 1934, 1955, 1957 jusqu'en 1959, où une ordonnance prévoit de supprimer la patente et de la remplacer par une taxe professionnelle. En 1917, par exemple, la patente devient alors un impôt local destiné à alimenter non plus l'État mais la commune et le département. En 1955, un régime unifié à l'échelle nationale est adopté et en 1957, un droit fixe supplémentaire est adopté. Voir son évolution en annexes, p. 1063.
[4] Cf. *infra*, section 3, chap. 1, p. 401 et sq. Pour une étude chiffrée des charges pesant sur les maisons de commerce, voir en annexes, p. 1063-1074.

Ces mesures visent à assurer une plus grande stabilité à une profession qui a été bouleversée par la libéralisation des droits de circulation et l'arrivée de nouveaux acteurs, sans aucune expérience, sur le marché. Elles entraînent, de fait, une professionnalisation des maisons de commerce qui sont forcés de se plier à cet encadrement administratif rigoureux. Par répercussion, cette rigueur et ce souci de la professionnalisation se déploie sur les maisons de commerce.

C'est également le cas dans le domaine des transports qui est une activité annexe particulièrement sensible car vitale pour l'écoulement des marchandises départementales.

La problématique question des transports

Dans ce contexte de professionnalisation des maisons de commerce, l'une des questions essentielles est la question des transports. Véritable problématique centrale, elle recoupe de nombreux paramètres liés au commerce du vin : maîtrise des stocks, satisfaction des partenaires commerciaux, conséquences financières. Au centre de tous ces enjeux réside la gestion des transports, intrinsèquement liée au temps et pour laquelle les maisons de commerce cherchent à assurer une plus grande efficacité.

La marchandise devient alors un objet mobile qui structure l'espace de rayonnement des maisons de commerce[1] et dont le transport évolue dans le temps.

La gestion du « stress temporel »

Le négociant est, dans sa pratique quotidienne, confronté à une gestion de la temporalité qui le met, inévitablement, dans une situation de tension. Ce « stress temporel » auquel il doit faire face prend plusieurs formes.

Il est tout d'abord lié au contrôle règlementaire des stocks et de leurs enlèvements-expéditions. En effet, tous les déplacements de marchandise doivent être signalés à la Régie et sur la déclaration doit figurer le délai de l'expédition[2]. Fixé « en raison des distances à parcourir et des moyens de transport »[3], il est calculé par la maison de commerce et signalé, sur le titre de transport, à la Régie. Sur la base de ces déclarations, les employés des contributions indirectes peuvent vérifier la concordance des temps de parcours afin notamment d'éviter les « doubles voyages », c'est-à-dire deux expéditions effectuées avec un seul titre de transport, ce qui est une des fraudes les plus communes. Dans le cas où le chargement doit utiliser plusieurs modes de transports (concrètement dans l'Hérault : route puis train ou route puis eau), la durée ne concerne pas l'acheminement des marchandises jusqu'au point d'embarquement (gare ou port) pour lequel un « délai spécial »[4] est fixé, mais uniquement le temps de parcourt

[1] Dans cette réflexion, nous avons largement été inspirés par ce que M. Flonneau et V. Guigueno appellent le « tournant de la mobilité ». Le transport n'est plus juste un moyen de communication mais un « opérateur » qui transforme l'espace et le temps. Cf. FLONNEAU M., GUIGUENO V. (dir.), *De l'histoire des transports à la l'histoire de la mobilité*, Rennes, PUR, 2009.
[2] Cf. *infra*, « Le contrôle de la circulation des vins », p. 759.
[3] BRUNET R., *Le commerce des vins et des spiritueux*, Paris, Impr. J.-B. Baillière et fils, 1933, p. 61.
[4] *Idem*.

entre le lieu de sortie du département et l'arrivée. Dans le cas d'une interruption des transports, le chauffeur-conducteur doit en faire la déclaration à la Régie afin de permettre de prolonger le délai de la durée de l'interruption. La règlementation est donc très stricte afin d'éviter les fraudes et oblige les maisons de commerce à la plus grande prudence et à la plus grande rigueur dans la gestion des transports.

Dans la réalité des faits, les maisons de commerce sont extrêmement dépendantes d'intervenants extérieurs.

En effet, les déplacements les plus courts sont assurés, dans leur grande majorité, par des compagnies de « camionnage» qui louent les services de charretiers puis de chauffeurs pour le transport des marchandises. Rémunérés selon la distance et selon le nombre de chevaux au début du siècle[1], ils consignent la durée des transports et, ainsi, engagent la responsabilité des maisons de commerce. Après les années 1920, ces compagnies se transforment pour louer massivement les services de leurs « auto-camions » qui remplacent les charrettes.

Ainsi, pour faire face à une demande plus ou moins importante, les maisons de commerce font appel à des maisons spécialisées dans le transport routier des vins comme les puissants « Transports Cirillo » de Marseillan, « Joseph Grasset » à Clermont-l'Hérault ou « J. Brun » à Sète.

Fig. 6 : Camionnage « J. Grasset » – Clermont-l'Hérault
Début du XXe siècle
SOURCE : HERNANDEZ P., *Clermont-l'Hérault, op. cit.,* p. 71

À Paris, depuis l'entrepôt de Charenton, Granier fait également appel à des compagnies de camionneurs qui livrent soit directement la clientèle bourgeoise soit d'autres négociants[2]. Chez Augé, face à la demande qui dépasse les capacités de camionnages de la maison, il est fait appel à des compagnies de camionnage externes comme les compagnies « Lac & Delmas » de Gabian, « Bral » du Bousquet d'Orb ou celle avec laquelle il fait le plus

[1] ADH : 10 M 230, Conflits, Grève des charretiers de Montpellier, juillet 1910.
[2] ADH : 106 J 865, Fonds Granier, Correspondance, Annexe de Charenton, 1919.

d'affaires, la maison « Barthez et Germa » de Colombiers-sur-Orb[1]. Ces dernières assurent des trajets sur de courtes distances, dans la région biterroise autour de Cessenon pour transporter les marchandises vendues par Augé depuis les caves des propriétaires et les gares ou les Magasins généraux[2]. Il fait également appel à des compagnies extérieures lorsque les approvisionnements dépassent le rayon d'action de ces entreprises comme avec la compagnie « Daure » qui lui livre des vins de la région de Rivesaltes ou la société « Sarte » depuis l'Aude[3]. Enfin, il arrive également que les clients les plus proches se chargent eux-mêmes du transport des vins achetés. C'est le cas notamment pour les clients de l'arrière-pays languedocien (Aveyron, Lozère)[4].

Dès lors, l'espace routier, à une période où la voiture est encore un élément peu commun, est cannibalisé par le transport des vins qui emplissent les routes d'abord de charrettes puis de camions.

Dans le cas des transports extrarégionaux, vers les bassins de consommation, le transport est effectué essentiellement par voie ferroviaire[5]. Dans ce cadre, la compagnie de chemin de fer est chargée d'assurer le respect des délais et d'en avertir la gare de destination et la maison de commerce[6], ce qui entraîne une correspondance active entre les chefs de gare et les maisons de négoce.

Pour les vins héraultais, trois compagnies sont chargées de l'expédition des marchandises : la Compagnie du Midi (CM), la Compagnie Paris-Orléans (PO) et la Compagnie Paris-Lyon-Méditerranée (PLM). Cette situation est complexifiée par la situation des zones desservies par la CM (notamment la région biterroise) qui ne dispose pas d'un accès direct à Paris. PO et PLM sont alors chargés d'acheminer les vins remis par la CM selon des conventions parfois complexes où rentrent en ligne de compte des intérêts divers et variés[7]. À ces réseaux s'ajoutent les réseaux d'intérêt local qui permettent également l'acheminement des marchandises dans le département, notamment depuis les propriétés jusqu'aux gares d'expédition extra-départementale.

Cette situation complexe est là aussi un facteur aggravant du stress temporel. Ainsi, en 1921, un négociant biterrois est en conflit avec la Compagnie du Midi car son wagon-

[1] ADH : 6 U 2 746-755, Faillite Augé, Correspondance, 1929-1933.
[2] Car Augé ne dispose pas de magasins propres.
[3] ADH : 6 U 2 746-755, Faillite Augé, Correspondance, 1929-1933.
[4] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 69. M. Jeanjean y révèle l'anecdote d'un client de la « Montagne » qui venait avec sa femme dans son camion chercher la marchandise. Cette dernière « aux formes épanouies » restait à bord lors de la pesée à vide mais en descendait lors de la pesée de départ, faisant gagner à son mari une centaine de litres. Les Granier confirment l'habitude de certains clients de venir chercher eux-mêmes leurs vins mais soulignent que c'était assez rare.
[5] Si les expéditions vers les centres de consommation utilisent quasi exclusivement la voie ferrée dans l'entre-deux-guerres, ce n'est plus le cas après-guerre. Ainsi, en 1954, 60 % des expéditions de Montpellier se font par la route et 35 % depuis Béziers (GALTIER G., *op. cit.*, p. 460). Déjà en 1930, la concurrence était sensible entre chemin de fer et route, à tel point que l'entreprise Mitjavile est décrite comme « souffrant de la concurrence des camions-citernes » en 1931 (ABDF : Montpellier, 1931).
[6] Les chefs de gare avertissent de l'arrivée des WR ou des WF pleins (dans les gares de destination), vides (dans les gares de retour) à partir des années 1920.
[7] Voir à ce sujet CARALP R., « Le transport ferroviaire des vins du Languedoc vers Paris », *Géocarrefour*, 1951, vol. 26, n°3, p. 273-295.

réservoir a été envoyé par ses clients Gare du Nord (Intérêt local) alors qu'il aurait dû l'être Gare du Midi[1]. Cela donne également lieu à de nombreuses correspondances, notamment dans le massif central (Moulin ou Neussargues par exemple où sont basés une grande partie des clients des maisons de commerce héraultaises).

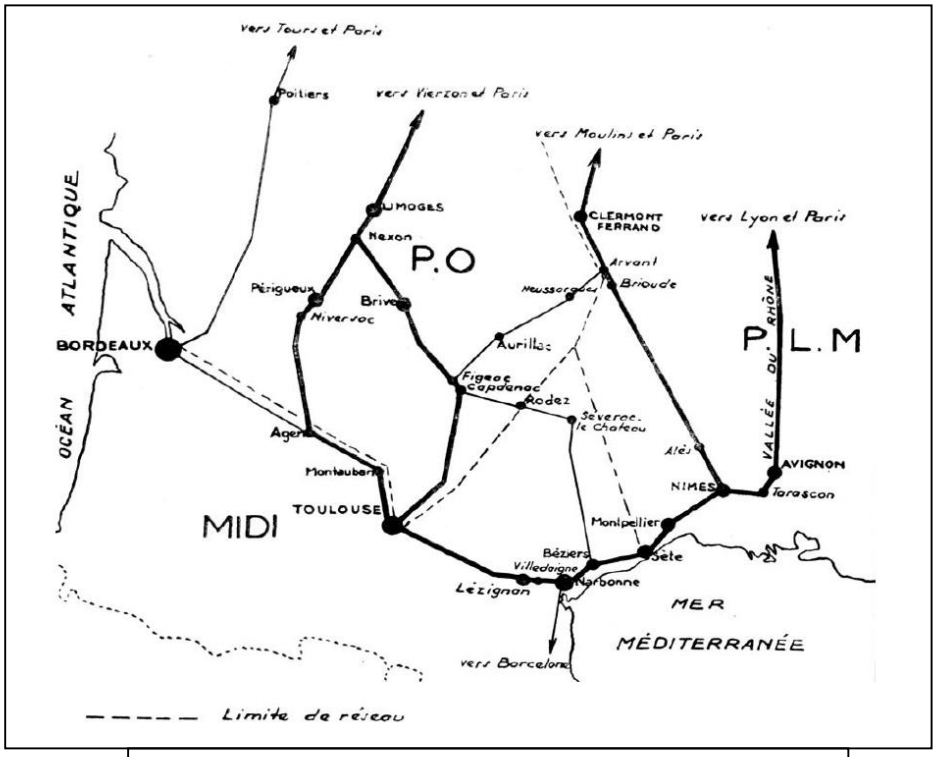


Fig. 7 : Les grandes lignes ferroviaires transportant les vins héraultais au début du siècle
Source : CARALP R., *art. cit.*, p. 275

Ainsi, au tournant des années 1930, Augé correspond avec dix chefs de gare par an en moyenne[2]. Ces derniers sont soit héraultais (Colombiers, Cessenon, Magalas, Saint-Chinian) dans le cadre de problèmes d'expéditions ou de retour des fûts/wagons-réservoirs, soit extra-régionaux (Albi, Isère, Pontarlier, Région parisienne, Montauban, Mons-la-Trivalle) au sujet de problèmes de réception de marchandises. Ainsi, en 1929, le chef de gare d'Héricy en Seine-et-Marne, lui apprend que la livraison n'a pu être effectuée car personne ne s'est présenté pour la récupérer[3] tandis que de nombreux wagons-réservoirs vides restent « en souffrance » sur les quais de gare car Augé n'a pas (ou mal) spécifié où et à qui il fallait les retourner[4].

Ici encore, le transport est assuré soit par l'expéditeur soit par le client dans le cas de grosses maisons disposant de leurs propres wagons. Mais, en raison du déficit structurel dans la région en matière d'équipement de transport des maisons de négoce et afin de permettre l'expédition de millions d'hl produits tous les mois à plus longue distance, des sociétés de location de matériel apparaissent massivement dans les années 1900-1910 pour pallier ce

[1] MERCIER G. et GUIBAL J., *op. cit.*, p. 622.
[2] ADH : 6 U 2 746-755, Faillite Augé, Correspondance, 1929-1933.
[3] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre du 22/10/1929.
[4] ADH : 6 U 2 754, *op. cit.*, Lettre de Tirole dans les Vosges, 10/10/1933.

manque de matériel (wagons et futaille). Certaines louent « au voyage, au mois ou à l'année »[1] des wagons pouvant transporter les vins vers les centres de consommation comme la maison sétoise « Lempereur & Lamouroux »[2]. D'autres louent de la futaille sur des périodes plus ou moins longues, comme la maison « Rouane » à Sète. À Magalas, la famille Granier fait ainsi régulièrement appel à l'importante entreprise de location de futaille et de wagons de Jules Dejean[3] de Béziers avec qui elle entretient des rapports continus sur toute la période[4]. À Cessenon, Augé ne disposant pas des fonds nécessaires pour être propriétaire de ses propres wagons, il doit lui aussi les louer à ces compagnies. Au début des années 1930, il fait appel à seize sociétés différentes pour la location de moyens de transport par voies ferrées. La majorité sont dans la région biterroise (« Milhoud » ; « Vidal » ; « Llored » par exemple), d'autres dans le département (« Compagnie générale des transports économiques » à Sète) ou à proximité (« Compagnie des Wagons-Foudres » à Marseille ; « Boissières » à Toulouse), plusieurs dans les bassins de consommation (« Millet » à Montluçon ; « Grossein » ou « Comte » à Paris). Enfin, certaines sont de taille très réduite (« Rodrigues » à Cessenon) tandis que d'autres ont une renommée nationale (« Mitjavile »[5] à Béziers ou « Pujas »[6] à Montpellier). Cette diversité s'explique par la recherche constante de la part d'Augé du bas coût. Pour cela, il a engagé un courtier en transport, Hérété à Béziers, qui s'occupe pour lui de trouver les meilleurs tarifs qui oscillent en moyenne entre 3 et 7 F par hl et par jour de location[7]. Enfin, Augé fait également appel à une compagnie de location de futaille quand son propre stock ne suffit plus ou à une compagnie de transport maritime pour acheminer les vins depuis l'Algérie[8].

Cette gestion temporelle des transports entraîne de nombreuses tensions et moult contentieux entre les négociants et leurs partenaires[9]. Ainsi, un propriétaire mécontent signale à Augé qu'il doit le prévenir à l'avenir avant toute retiraison après la venue impromptue de l'employé d'Augé à sa propriété de Maraussan[10]. Un propriétaire d'Hérépian se plaint, quant à lui, qu'un des clients d'Augé refuse de retirer, dans les temps, les fûts commandés[11] alors qu'un autre lui intime l'ordre de « venir retirer de suite »[12] et qu'un dernier « insiste pour que les retiraisons aient lieu avant les vendanges »[13]. À l'inverse, un client francilien lui demande

[1] Annuaire de l'Hérault, 1925, Publicité Mitjavile.
[2] Cette dernière est fondée en 1876 et à la fin des années 1920, elle dispose de 170 wagons
[3] Elle dispose en 1938 de plus de 100 WR, avec une voie de garage proche de la gare (ABDF : Sète, 1938).
[4] Granier tutoie Dejean dans sa correspondance.
[5] 650 wagons disponibles et un parc de réparation pour 1.000 wagons à Montpellier.
[6] 750 wagons de 100 à 200 hl disponibles.
[7] ADH : 6 U 2 746-755, *op. cit.*, Correspondance 1929-1933.
[8] « Transports internationaux Yturetagoyena ».
[9] L'autre grand contentieux concernant les transports est la question de leur tarification. En théorie, c'est le client qui paie le transport, mais dans les faits, c'est l'expéditeur qui avance cette somme et est ensuite remboursé, ce qui entraine de nombreux litiges car les négociants expéditeurs n'hésitent pas à surévaluer le coût du transport pour augmenter leurs marges. C'est, par exemple, un souci récurrent chez J. Augé. Ce point est développé dans la sous-partie « Des stratégies commerciales douteuses », p. 720 et sq..
[10] Ce dernier est venu entonner sans avertir. ADH : 6 U 2 753, *op. cit.*, Lettre de Chabaud, 29/07/1933.
[11] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre à Lauze, 07/03/1929.
[12] ADH : 6 U 2 754, *op. cit.*, Lettre de Villebrun, 04/09/1933.
[13] *Ibid*., Lettre de Giniès, 3/07/1933.

de reporter les livraisons par manque de place en mars 1929[1] tandis que Nègre, qui gère à Carmaux les transactions de la Coopérative d'achat des Mines, se plaint de la durée du transport, trouvant « louche » que les vins partant le samedi de Cessenon n'arrivent que le mercredi à Carmaux[2]. Enfin, les compagnies de location de wagons-réservoirs ou de wagons-foudres se plaignent également régulièrement des retards de retour des locations[3]. Face à cette pression constante, le négociant cherche au maximum à ménager ses intérêts, trouvant parfois des excuses peu crédibles. Ainsi, à Nègre, il répond que le convoi a dû faire une pause (de trois jours donc) tandis qu'il justifie certains de ses envois non prévus par une « mauvaise compréhension »[4]. De nombreuses fois, Augé rejette la faute sur le fournisseur ou le client comme dans sa réponse à Paul Vidal où il explique que les retards sont dus aux nombreuses arrivées auxquelles a dû faire face son client. Mais bien souvent, les mêmes critiques ressurgissent, notamment en ce qui concerne la gestion des locations pour lesquelles Augé doit prévenir du départ afin de permettre à la compagnie de mettre en place une procédure de retour[5], ce qu'il ne fait jamais au bon moment (soit trop tard, soit trop tôt), entrainant par là des contentieux en nombre[6]. La question de la mobilité des vins est donc une problématique de logistique vitale pour le bon fonctionnement des maisons et sa maîtrise est primordiale pour assurer sa bonne marche.

Au cœur de nombreux impératifs dont il n'est pas maître, le négociant court le risque de voir son commerce péricliter en raison de cette question problématique des transports et de sa mauvaise gestion. Ainsi Augé dont la correspondance recèle de nombreuses lettres de mécontentement et de pression[7] et dont le commerce ne dure que quelques années (1929-1934). Au contraire, la maison « Granier » dans laquelle ce genre de correspondances conflictuelles est plus limité, tranche par sa sérénité et sa pérennité. C'est la preuve que les transports des marchandises sont un critère vital de la bonne marche des maisons de commerce héraultaises et que la mobilité des vins est un élément structurant de leur inscription dans la durée. C'est une question d'autant plus sensibles que de nombreux frais pèsent sur cette activité de transport[8].

C'est pour ces raisons que les maisons de commerce cherchent à améliorer sans cesse les moyens de transporter les vins.

[1] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre de Marteau, 19/3/1929.
[2] ADH : 6 U 2 754, *op. cit.*, Lettre de Nègre, 27/10/1933.
[3] *Ibid*., Lettre des Ets P. Vidal, 19/10/1933.
[4] ADH : 6 U 2 755, *op. cit.*, lettre de Morel qui lui avait demandé de livrer « à la demande », 16/09/1933.
[5] Lorsqu'Augé loue un WR ou un WF, il reçoit une lettre préaffranchie qu'il doit retourner à la compagnie de location avec les informations sur le client et l'expédition. La compagnie de location envoie ensuite une lettre au client pour l'informer des modalités de retour. Or, si Augé tarde à renvoyer la lettre d'avertissement de départ, cela retarde les indications de retour et le retour lui-même.
[6] Comme en septembre 1929 entre Augé, une compagnie de location et un client pour des pénalités de retard de retour de WF s'élevant à 10 % du tarif de location (4frs/j/hecto).
[7] Pour plus de précisions, voir la sous-partie « Entre partenaires commerciaux, le règne de la menace », p.812.
[8] Cf. l'évolution des frais liés aux transports en annexes, p. 1063 et 1075-1076.

Une période de progrès

Alors que l'acheminement et l'expédition deviennent l'un des facteurs essentiels de la croissance des entreprises de négoce héraultaises, la période connaît toute une série de progrès dans le domaine des transports.

Le premier concerne l'organisation des services d'approvisionnements et d'expéditions. Selon Raymond Brunet, c'est un service fondamental qui « doit être organisé avec soin pour éviter les erreurs et les ennuis »[1], notamment avec la Régie mais également avec les fournisseurs et les clients. Afin de limiter les préoccupations et les difficultés, mais également de limiter les frais externes[2], certaines maisons de commerce disposent au début du siècle de charrettes qui leur permettent d'assurer les enlèvements chez les propriétaires et les transports vers les gares. Ainsi, Lucien Rassiguier est le propriétaire à Olonzac d'une charrette et de plusieurs chevaux à cet effet[3]. À Puisserguier, « Lavigne et Degeilh » assurent eux-mêmes leurs charrois avec quatre chevaux et deux charretiers qu'ils emploient[4]. À partir des années 1920 et dans un contexte de motorisation, les négociants engagent alors leurs propres chauffeurs comme la maison « M. Jeanjean et fils » qui en compte quatre à la fin des années 1920[5]. À Marseillan, les maisons « C. Baille » et « J. Voisin » disposent également de leur propre camion, tandis que la maison « J. Cavallié » à Agde achète une petite camionnette pour transporter la futaille dans les années 1920[6]. Augé, lui, a engagé un « homme à tout faire » qui s'occupe d'une partie des transports à l'aide d'un camion à plate-forme qui permet de transporter les fûts depuis les caves des propriétaires jusqu'aux gares ou aux entrepôts où il stocke ses vins. Le choix de cet ouvrier est essentiel car il doit être capable de transporter les vins mais également de parer aux accidents qui peuvent arriver durant les trajets et qui pourraient faire perdre une partie de la livraison. Dans une grande majorité des cas, il est également responsable de l'entonnage et il s'assure, avec le propriétaire ou le régisseur de celui-ci, du transvasement du liquide qui est une opération périlleuse. Si les creux de route (pertes en cours de route) sont tolérés, ils ne doivent pas excéder une certaine limite[7]. Enfin, le camionneur assure également la conformité avec la loi de la maison de commerce car il transporte la marchandise et les documents administratifs pouvant être inspectés en cours de route. Il faut donc trouver un ou des camionneurs les plus sérieux et rigoureux possible[8].

Pour assurer les transports avec les clients les plus lointains (c'est-à-dire au-delà du Massif Central), les maisons les plus puissantes investissent dans du matériel de transport

[1] BRUNET R., *op. cit.*, p. 33.
[2] Au tournant des années 1930, un charroi entre Béziers et Cessenon (20 km) coute 5 francs/hl environ (ADH : 6 U 755, Faillite Augé, Lettre du 28/08/1933).
[3] ADH : 3 U 981, Faillite Rassiguier, Lettre à Ségoussin, épicier à Toulouse, 15/12/1905.
[4] ABDF : Béziers, 1904.
[5] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 70.
[6] CARLES A., BENTAJOU L., *Agde, Mémoire en images*, Saint-Avertin, Alan Sutton Ed., 2003, p. 117.
[7] Cf. *infra*, p. 757 sur les manquants tolérés.
[8] R. Brunet ajoute également « sobre ».

ferroviaire. Ce développement entrepreneurial est le résultat de deux éléments distincts. Le premier est l'autorisation dont disposent au début du siècle les maisons de commerce de faire circuler des wagons privés sur les réseaux des compagnies de chemin de fer[1]. Le second est la crise que connaissent les transports par fer après la Première Guerre mondiale et qui pousse les maisons de commerce à se doter de leurs propres wagons[2]. La conjonction de ces deux facteurs accélère l'acquisition de « matériel roulant » après 1919. Ainsi, à la fin des années 1920, la maison montpelliéraine « Cazalis et Delord » possède plus de 50 wagons pouvant transporter les milliers d'hl que la maison commercialise[3]. La maison sétoise « J. Defarge », elle, a investi dans 10 camions et 25 wagons[4]. Quant à la maison « J. Julien », elle dispose de 10 wagons et 4 plates-formes[5]. La maison « Mainguet et Philippon » est, elle, propriétaire de 30 wagons et plus de 5.000 fûts au milieu des années 1920[6]. Seules les maisons ayant la surface financière nécessaire peuvent assurer cet investissement : en 1925, le matériel ferroviaire de la maison « P. Taillan et Cie » vaut plus de 500.000 F[7]. Dès lors, il est logique que l'une des maisons de la place, la CGVMA, possède dans les années 1920, plus de 100 wagons destinés à expédier les vins que ses bureaux d'achat se procurent dans la région[8]. Parfois, ces maisons proposent également la location de ce matériel comme « Les Fils de L. Huc » qui louent des wagons à Jules Augé.

Alors que les services tendent à se rationaliser et à se perfectionner dans un but de rentabilité et d'efficacité, les moyens de transports eux-mêmes connaissent de notables progrès. La voie d'eau qui était utilisée jusque-là, notamment le Canal du Midi, tend à disparaître et les dernières péniches voient leur trafic profondément se réduire dans les années 1920[9]. Dans le département, seul l'étang de Thau et les canaux urbains (Sète, Agde, Marseillan) conservent un rôle d'acheminement sur de courtes distances. Ici aussi, alors que l'utilisation de chalands à fond plat et à perche (ou gaffe) pour transporter les muids est encore utilisé sur le Canal royal à Sète dans les années 1920 pour transporter le vin des bateaux qui viennent d'accoster aux chais, il est remplacé sur l'étang de Thau par des engins à voile ou à vapeur dès les an-

[1] Ce qui est source de très nombreux contentieux, notamment en ce qui concerne l'usure des trains privés, compensée par une redevance kilométrique déterminée par les compagnies de chemin de fer elles-mêmes. Voir à ce sujet l'intervention du syndicaliste Jean Prats lors du Congrès annuel du syndicat régional en 1923 (*BMS*, avril-mai 1923, p. 338-341. De manière générale, les contentieux avec les compagnies de chemin de fer sont nombreux et récurrents sur l'ensemble de la période de notre étude : tarifs, retards, coulures, vols, encombrements, etc.
[2] *BMS*, avril-mai 1923, p. 339.
[3] ABDF : Sète, 1928.
[4] ABDF : Sète, 1930.
[5] ABDF : Sète, 1920.
[6] ABDF : Sète, 1923.
[7] ABDF : Sète, 1925.
[8] ABDF : Béziers, 1920.
[9] R. Tirat estime que dans les années 1910, moins de 8 % des expéditions se font encore par voie fluviale (cf. Rapport Tirat, *op. cit*., 1954). Il est probable que dans les années 1920 ce chiffre continue de décroître. D'ailleurs, les registres de sorties des vins de la ville de Sète pour les années 1905-1915 indiquent que le cabotage qui représente 11% des sorties en 1905, n'en représente plus que 5 % en 1915. Or à Sète, le cabotage consiste également au transport sur l'étang de Thau. On peut donc estimer que les quantités expédiées en dehors du département depuis la ville par voie fluviale sont encore moins importantes que ces 5 %. (ADS : 2 F 17, Statistiques, Commerce et industrie, 1905-1915, sorties des vins).

nées 1910. À Béziers, le canal du Midi est encore fréquenté dans les années 1910, mais la durée du transport (passage des écluses et lenteur)[1] pénalise un moyen de communication qui disparaît presque totalement durant l'entre-deux-guerres. Dans les années 1920, le port Vieux (ou port Notre-Dame) voit les dernières maisons de commerce déménager comme la maison « G. Claudon »[2] (fig. 8).

Fig. 8 : Maison « G. Claudon », Port vieux, Béziers, début du siècle
Source : VIALA M., *Béziers, op. cit.*, p. 32

En définitive, seules les maisons de commerce autour de l'étang de Thau continuent à investir dans du matériel maritime : à la fin des années 1910, la maison marseillanaise « Rieux » achète une « barque de canal » pour 8.000 F afin de transporter la futaille sur le canal du Midi[3]. Mais c'est un mode de transport ultra-local, son rayon d'action ne dépassant pas la limite de quelques kilomètres, à tel point que dans les années 1930, Pierre Gallet dans son étude sur le transport des vins vers Paris estime que « le transport par eau ne s'applique pas aux vins récoltés en France »[4]. Ainsi, en vertu de cette recherche permanente de l'efficacité et de la rentabilité, le mode d'expédition le plus lent est petit à petit abandonné.

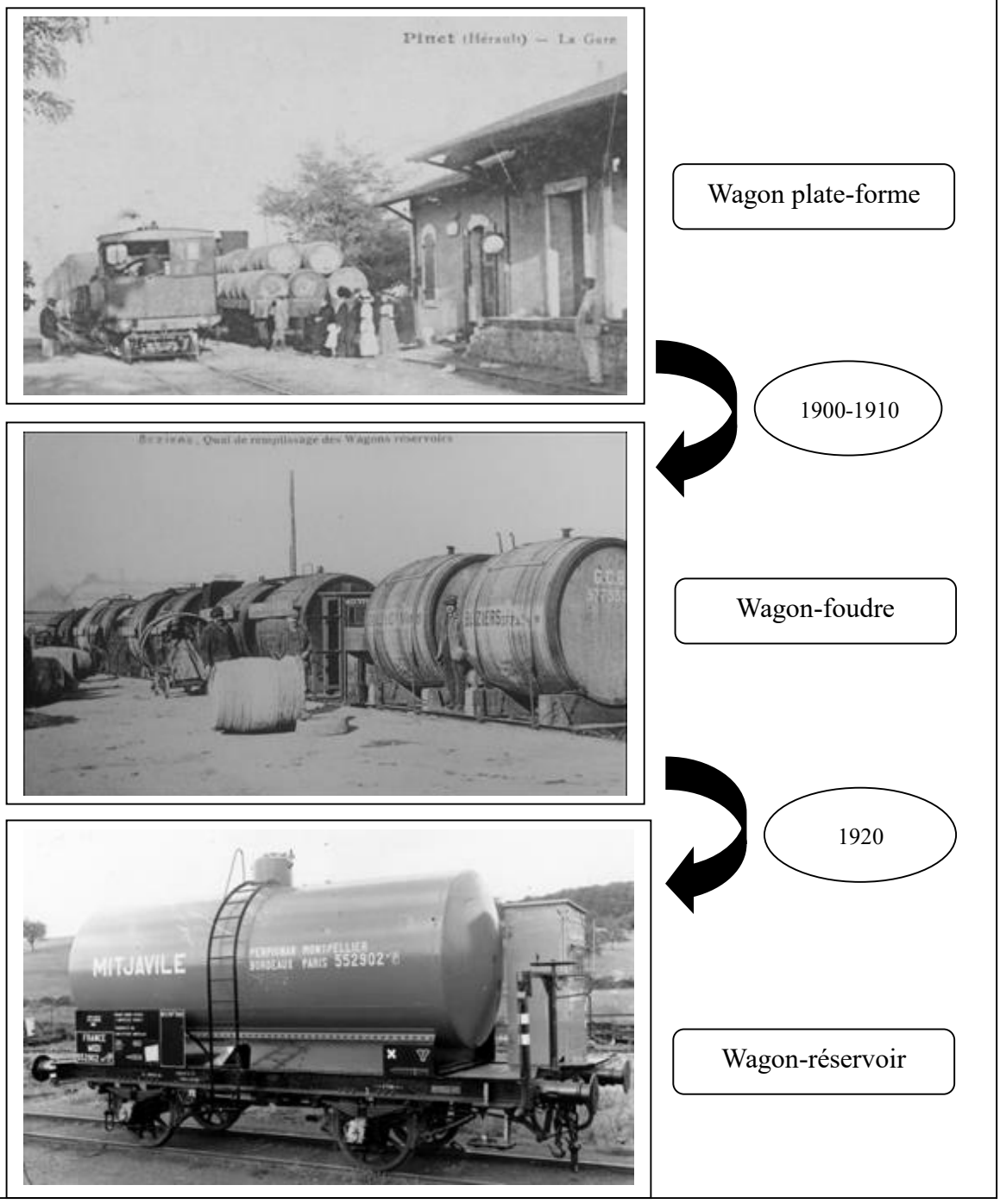
Concrètement, les progrès sont surtout notables dans les transports terrestres. Ces progrès sont motivés par la meilleure conservation et le meilleur transport des marchandises. En effet, le vin est un produit vivant, facilement altérable (lumière, chaleur, pluie). Il faut donc envisager son conditionnement dans des récipients aussi étanches que possible afin d'éviter la perte partielle (« creux de route » ou perte du degré alcoolique) ou totale (vin qui tourne au vinaigre ou qui casse, futaille qui cède). Ce sont là des causes de dépréciation voire de perte de marchés qui sont préjudiciables pour des maisons de commerce aux finances souvent

[1] Il faut environ un mois pour effectuer une rotation Sète-Paris-Sète par le Rhône puis le canal de Bourgogne (contre une semaine environ en train).
[2] Elle a disparu du *Bottin du Commerce* en1930.
[3] ADH : 3 Q 132, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Agde, 43-253/1906.
[4] GALLET P., « L'approvisionnement de Paris en vin », *Annales de Géographie*, 1939, t. 48, n°274. p. 361.

étroites. Dans cette optique, les transports connaissent dans ce premier tiers du siècle de nombreuses améliorations.

Les wagons sont les premiers à être améliorés et « c'est pour le vin que le chemin de fer se servit des premiers wagons spécialisés »[1]. Dans les transports ferroviaires, la révolution du contenant est notable (fig. 9).

Fig. 9 : L'évolution des wagons transportant le vin



La première grande évolution concerne la disparition des wagons plate-forme qui transportent la futaille en extérieur, dans des conditions délicates (chocs, intempéries, vols).

[1] *Ibid*., p. 362.

Par ailleurs, ces wagons ne peuvent pas circuler dans les entrepôts qui sont à Bercy et à Charenton la destination finale de ceux-ci. Ainsi, à la fin du XIXe siècle, apparaissent les wagons-foudres – en bois et transportant un ou deux foudres – qui se généralisent dans les années 1900 et 1910. Mais afin de garantir une meilleure conservation, ces wagons sont massivement remplacés dans les années 1920 par les wagons-réservoirs – en inox, dont l'intérieur est vitrifié et mono ou double-bloc – qui se généralisent dans les gares à cette période. Au même moment, comme le montrent les publicités pour les compagnies de transports, le mot « réservoir » tend à se généraliser. Ces wagons sont alimentés par une pompe à main puis à moteur qui permet de transvaser en quelques heures le vin depuis les futailles, les camions ou les chais des négociants jusque dans les citernes. Si la contenance s'accroît[1], la sécurité du transport est, elle aussi, largement améliorée[2]. Dans le même temps, les wagons-plate-forme disparaissent quasi totalement au tournant des années 1930[3], rendant le commerce de la barricaille de longue distance difficile.

Enfin, après la Première Guerre mondiale, dans cette logique de rentabilisation des transports, certains commerçants, cherchant à améliorer le transport des marchandises, passent des conventions avec les compagnies de chemin de fer (PLM ou du Midi pour l'Hérault). Ces accords visent à obtenir la concession d'un embranchement particulier, soit sur le quai de la gare locale comme c'est le cas pour Augé dans la gare d'Hérépian, soit d'obtenir un raccordement au réseau depuis les chais de la maison de commerce comme c'est le cas pour les « Docks Biterrois » à Béziers, les « Établissements Schenk » à Sète, les « Ets Bénézech et Fils » à Gignac ou les « Ets P. Vidal » à Nissan. Lorsqu'ils ne bénéficient pas d'embranchement, les maisons de commerce s'installent à proximité des gares comme les maisons « Balmefrezol » ou « Granier » à Magalas, distantes de seulement quelques centaines de mètre de la Gare.

Sur route, les camions remplacent, petit à petit, dès le début du siècle, les charrettes. D'abord des camions à plate-forme qui se généralisent au début des années 1920 puis, à partir de la fin des années 1920, les camions à citerne[4]. Les premiers sont équipés de treuils, de cabestans ou de roues motrices[5] pour permettre d'élever ou décharger sans forcer la futaille. Les seconds sont équipés de moteur et de compresseurs pour aspirer ou vider le vin. Ces compresseurs, dits « Chaise »[6], permettent de transvaser le vin plus facilement, plus rapidement et avec plus de sécurité. Ils peuvent être mono ou double cuve afin de pouvoir transporter deux types de vins différents. Généralement, leur contenance est de 50 hl à 100 hl à la fin des années 1920. Ici aussi, les évolutions sont rapides et marquées (fig. 10, page suivante)

[1] Un WF contient entre 130 et 180 hl, un WR environ 200 hl.
[2] CARALP R., *op. cit*.
[3] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, Rapport M. Tirat.
[4] Le premier camion à citerne pour les vins aurait été inventé à Pantin par un négociant soucieux de faire rentrer plus rapidement les vins arrivés par wagons-foudres (cf. *Rapport Tirat, op. cit*., p. 11).
[5] Comme en témoignent les nombreuses photographies de l'époque. Dans les années 1920, les camionneurs se dotent en majorité du « Robuste Simplex » qui est un monte-charge pour fûts actionné par le moteur du camion.
[6] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 65.

Fig. 10 : L'évolution des transports routiers

Camion à plate-forme, pneus à bandes
Début des années 1910

Camion-réservoir, pneus à bandes
Fin des années 1920

La famille Jeanjean se dote de deux camions-réservoirs à la fin des années 1920[1] tandis que Jules Augé achète un camion à plate-forme, moins couteux et plus pratique pour lui car il ne dispose pas de chais[2]. Ce camion lui sert ainsi à transporter les fûts depuis les caves des propriétaires jusqu'à la gare ou aux Magasins généraux

Les sociétés de camionnage, elles aussi, dans l'objectif d'offrir un service plus efficace, se transforment comme en atteste la présence des compagnies de « camions-auto » dans l'annuaire de l'Hérault dans les années 1920[3]. La « Compagnie générale des transports du Midi » par exemple est une société anonyme au capital de 1 M de F. Située sur les allées Paul-Riquet, elle peut transporter grâce à ses camions plus de 1.500 hl en même temps[4].

Rapidement, dans les années 1920, la route concurrence le rail. En effet, les camions-réservoirs servent à aller entonner le vin chez les propriétaires mais également à fournir la clientèle, notamment la clientèle la plus proche. En effet, le chemin de fer est rapidement concurrencé par les camions sur les distances les plus courtes, celles inférieures à 500 km. De la sorte, si cela est plus rentable pour elle, la maison de commerce peut se permettre d'approvisionner ses clients dans les contreforts méridionaux du Massif Central par la route. Au demeurant, avec l'amélioration du matériel roulant (pneus à bandes puis pneus pleins, meilleure motorisation), les transports routiers s'accélèrent alors que les transports ferroviaires sont à petite vitesse[5]. Ainsi, les maisons « P. Jeanjean et fils » ou « C. Granier » livrent une partie de leurs marchandises par ce biais dès les années 1920. Par ailleurs, le camion devient le moyen de transport privilégié des maisons de barricaille. Cette compétition rail-route est telle que l'entreprise « Mitjavile » – qui dispose alors pourtant de plus de 600 wagons-

[1] *Idem*.
[2] ADH : 6 U 2 753, *op. cit.* Lettre du Juge de paix à propos de l'accident de son camion avec un tiers en 1928, 07/05/1933.
[3] *Annuaire de l'Hérault*, 1920-1930.
[4] *Annuaire de l'Hérault*, publicité, 1920.
[5] Il faut entre 5 et 9 jours pour atteindre le nord de la France (Paris, Nord ou Est) dans les années 1920.

réservoirs – souffre de la concurrence de la route selon un rapport de la BDF au début des années 1930[1].

Une véritable révolution dans les transports s'effectue en une trentaine d'années. Sécurité, rapidité, fiabilité sont alors les maîtres mots d'une activité primordiale et consubstantielle du marché des vins. En effet, matérialisation concrète des transactions, ces transports de marchandise sont souvent très révélateurs de l'activité du marché comme le soulignent les services agricoles départementaux en 1924 : « Les transactions sont actives à en juger par l'encombrement des routes où circulent de nombreux convois, transportant des futs en gare. »[2] L'empreinte de l'activité commerçante est alors concrétisée par cette appropriation territoriale : le vin, marchandise mobile, construit un territoire dont les maisons de commerce sont l'interface.

Cette emprise physique sur un territoire multimodal s'associe à un vaste processus de modernisation qui s'étale pendant la période et qui, fait notable, touche l'ensemble des maisons de commerce, avec des temporalités et des dimensions différentes toutefois. Impulsé par les grandes maisons qui disposent des revenus pour investir dans ce type de stratégies, l'ensemble de la filière profite de cet essor technique. Dans un tissu économique où l'interdépendance est manifeste, ces progrès bénéficient à tout le monde : producteurs, petites et grandes maisons, clients. Ils permettent de moderniser, rationaliser et professionnaliser un secteur dont les structures sont généralement tancées pour leur amateurisme. Cet effort est d'autant plus important qu'il s'accompagne d'autres stratégies entrepreneuriales qui visent au développement des maisons de commerce elles-mêmes.

La modernisation des infrastructures commerciales

Tout d'abord, le cadre d'activité de la profession se transforme très notablement tout au long de la période avec la modernisation des chais, de l'outillage et le développement du personnel, qui généralement, suit le développement de la maison de commerce. Pour financer cet effort structurel, les maisons de commerce s'appuient sur des circuits financiers assez diversifiés.

Les perfectionnements de l'équipement

Dans l'optique d'une meilleure réponse et d'une toujours plus efficace réactivité face aux exigences des fournisseurs et aux besoins des clients, les maisons de commerce héraultaises tendent à s'équiper de plus en plus et de mieux en mieux.

La première des évolutions concerne les communications. Les maisons de commerce, dans un souci de répondre très rapidement aux offres de la production ou aux demandes des clients, veillent à accélérer la prise de décision. Cette dernière doit s'effectuer dans un laps de

[1] ABDF : Montpellier, 1931.
[2] ADH : 7 M 1218, Agriculture, eaux et forêts, Cours des vins, 1923-1933, Note du 7 mars 1924.

temps très court (48 heures au maximum pour les agréages d'achat, 2 à 3 jours pour les ventes), dans un contexte de pression marqué (pression des fournisseurs et/ou de la clientèle ; évolution subite des cours). Pour limiter la prise de risque que représente – en amont ou en aval – un délai trop long entre la proposition et l'accord, les maisons de commerce se dotent lentement dans les années 1900-1910, puis massivement dans les années 1920, d'un outil qui accélère la prise de décision et le passage des ordres : le téléphone.

Le téléphone est un outil primordial dans le commerce des vins car la circulation des informations sur le marché des vins est un élément fondamental à sa bonne marche. D'ailleurs, les cafés qui jouxtent les marchés aux vins dans l'Hérault disposent tous de cabines téléphoniques pour permettre aux courtiers, aux représentants ou aux négociants de faire passer des informations à leurs commettants ou à leurs employeurs. Au demeurant, au-delà de cette période, quand le marché de Montpellier est déplacé à la fin des années 1950, l'un des principaux arguments de la mairie pour convaincre une profession réfractaire au déménagement du marché est la garantie formelle de l'installation de deux cabines téléphoniques[1]. Il s'agit là d'un outil primordial pour les maisons de commerce, notamment en raison de la distance qui les séparent de leurs clients.

De fait, si l'on prend en considération la ville de Montpellier en 1914[2], sur 154 maisons de commerce répertoriées dans l'annuaire, 21 disposent d'un service téléphonique, soit 14 %. Il s'agit bien entendu des maisons les plus puissantes et les plus connues de la région : « J. Bonnafous », « Frères Miard », « D. Galtier », « E. et F. Leenhardt », « Frères Roux », « Parlier & Krüger », « Cazalis et Delord ». À Sète, dans le *Didot-Bottin*, l'annuaire commercial, les grandes maisons disposent dès les années 1900 d'un téléphone. Ainsi, la maison « J. Euzet », l'une des plus importants de la place, offre à ses clients la possibilité de les contacter par téléphone (fig. 11) dès 1905[3].

Fig. 11 : Insert de la maison « J. Euzet » à Sète
Source : *Didot-Bottin*, 1909

[1] *MV*, 05/08/1959.
[2] *Annuaire de l'Hérault*, 1914.
[3] *Bottin du Commerce*, 1905. Dès cette date le symbole « T » apparaît dans l'insert commercial de l'annuaire commercial.

D'autres grandes maisons du port sétois affichent cette modernité : « Les Héritiers Chauvain», « J. Defarge », « F. Olive », « Barrillon Ch. ». C'est également un signe de distinction dans la presse spécialisée, un moyen de se démarquer de ses concurrents (fig. 12).

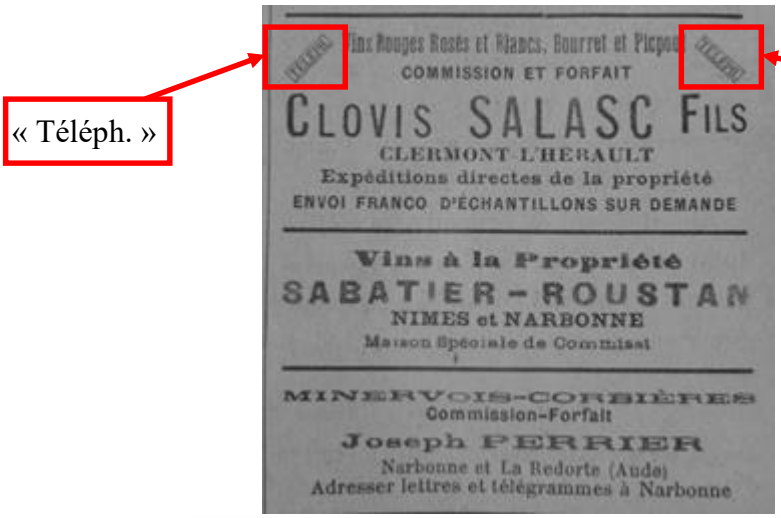


Fig. 12 : Le téléphone outil commercial distinctif
Publicité de la maison « C. Salasc Fils »
Source : *Midi Vinicole*, 1911

Preuve de l'importance du téléphone dans la gestion des transactions avec leurs clients, les commissionnaires, qui reçoivent quotidiennement des ordres de leurs commettants depuis les bassins de consommation, sont près de 20 % à avoir le téléphone contre à peine plus de 10 % des négociants forfaitaires à Montpellier en 1914. En 1930, toutes les maisons de commerce sont équipées de téléphone[1].

Symboliquement, les publicités qui en étaient majoritairement privées en 1910, sont à la fin des années 1920 systématiquement accompagnées du ou des numéro (s) de téléphone de la maison de commerce comme les maisons montpelliéraines « Les Successeurs de Coste-Folcher » ou « Longobardi et Cie » en 1930 qui indiquent le numéro de téléphone du domicile du négociant et le numéro des bureaux. Cette démarche fait état de la volonté des négociants de toujours pouvoir être joignables, directement et toute la journée afin de faciliter et fluidifier les transactions.

En conséquence, dans les correspondances, il est souvent fait état des relations téléphoniques. Ainsi, Augé, à plusieurs reprises, signale que c'est son beau-frère, Puech, qui répond au téléphone et non pas lui-même[2]. Une de ses lettres nous apprend qu'il passe ses ordres à l'un de ses courtiers par téléphone[3] tandis que Dourlan fait état de contacts téléphoniques réguliers avec ses représentants, notamment dans le cas d'affaires urgentes[4]. Matérialisation de l'hyper-disponibilité des négociants, le téléphone permet de répondre à tout moment

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1930 – d'ailleurs ce n'est même plus indiqué dans la plupart des cas.
[2] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Lettre à Miquel du 13/12/1933.
[3] ADH : 6 U 2 753, Faillite Augé, Lettre à Sarlièvre du 27/12/1932.
[4] C'est le cas notamment avec son principal représentant, Vinot (ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Correspondance, 1926).

de la journée comme l'indique l'en-tête de Jules Augé en 1929 : « Téléphone : 5 – ouvert toute la nuit »[1]. D'ailleurs, à partir des années 1910 pour les plus importantes maisons[2] et à partir des années 1920 pour les plus modestes, les en-têtes des lettres ou les tampons commerciaux indiquent tous le numéro de téléphone, devenu l'un des outils principaux du métier de négociant. Chez les Granier, en raison de l'altérabilité des lignes et de la qualité inégale de leur stabilité, les enfants de la famille sont chargés d'attendre près du téléphone les coups de fil – prévus à l'avance – des clients[3].

Néanmoins, le téléphone ne supplante pas le télégramme qui, jusque-là, était le moyen le plus rapide de communication, ni la correspondance écrite car ces deux derniers moyens de communication sont le support légal à la transaction. Ces documents écrits font état de preuve en cas de litige[4]. Du reste, Augé, dans son en-tête indique toujours, en 1929, son télégramme : « Augé-Vins-Cessenon »[5].

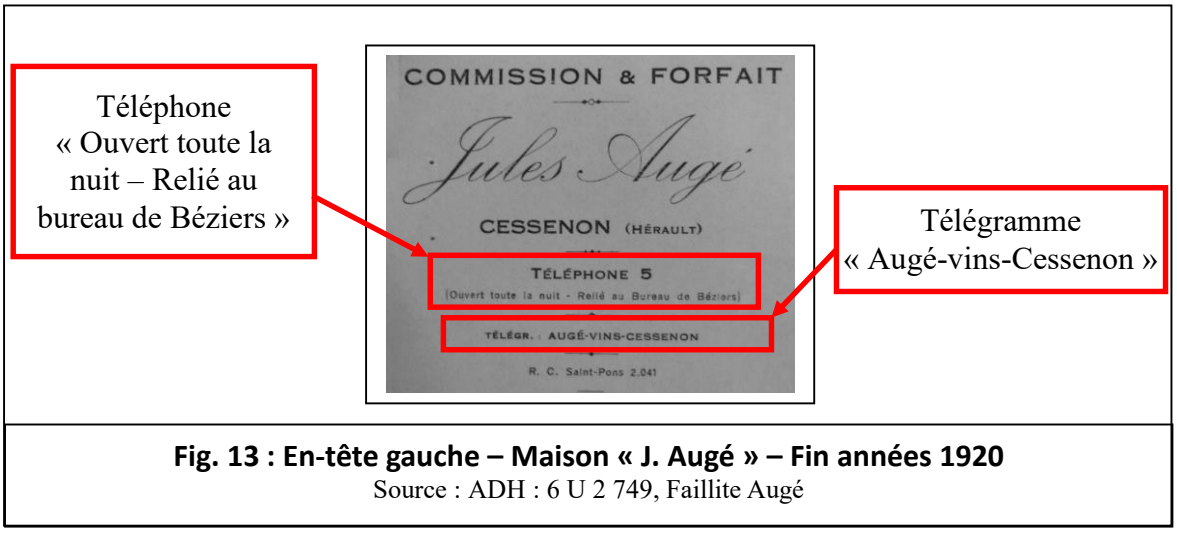


Fig. 13 : En-tête gauche – Maison « J. Augé » – Fin années 1920
Source : ADH : 6 U 2 749, Faillite Augé

Le second développement matériel concerne la conservation et le traitement des marchandises elles-mêmes. Dans un effort de modernisation, les maisons de commerce se dotent d'outils efficaces dans la gestion des stocks.

Les chais tout d'abord se modernisent. Alors qu'au début du siècle, ceux-ci servent encore à entreposer de la futaille[6], à partir des années 1900-1910, ils sont majoritairement dotés de foudres qui permettent de conserver des quantités plus importantes de vin. En 1911, la famille Jeanjean à Saint-Félix-de-Lodez achète un terrain sur lequel Maurice-François fait construire des chais abritant des foudres[7]. Jusque-là, les demi-muids et les barriques étaient simplement entreposés les uns sur les autres (« gerbés » selon les termes du métier) sur deux ou trois rangs et ils constituaient la réserve dans laquelle on venait puiser au fur et à mesure des besoins. Afin de limiter les pertes (évaporation) et les transferts, de réduire les coûts[8] mais

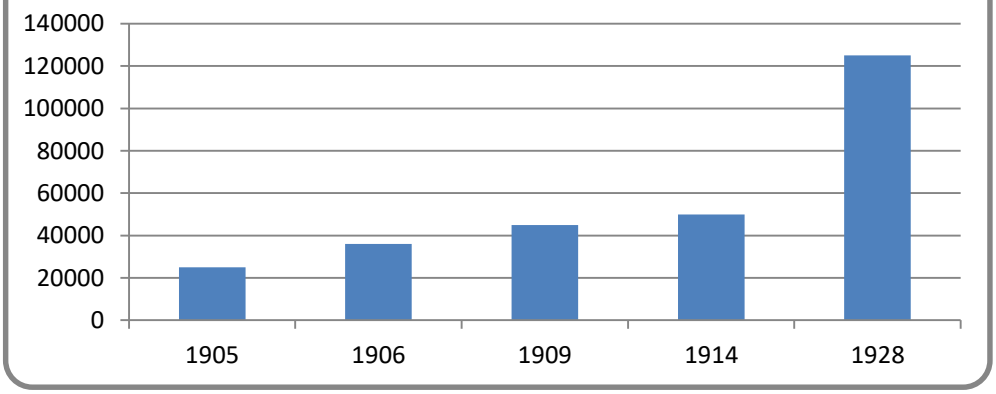
[1] ADH : 6 U 2 746, Faillite Augé, Correspondance, 1929, lettres diverses.
[2] AMDF : [NC], Lettres à en-tête, « Vivarès Jeune Frontignan ».
[3] Entrevue avec la famille Granier, nov. 2012.
[4] TCivM, 01/03/1912 in MERCIER G. et GUIBAL J., *op. cit.*, p. 243.
[5] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*
[6] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 62.
[7] *Idem*.
[8] La location, l'achat et l'entretien de la futaille est onéreuse.

également afin de gagner de l'espace pour les maisons les plus importantes qui doivent commercialiser des milliers d'hl, cet ensemble agrégé de futailles est remplacé peu à peu au tournant du siècle par les foudres, d'une contenance plus importante, et qui s'alignent parfois sur 50 à 100 m dans les chais les plus importants (« Fr. Guy » à Béziers, « Périer-Botta » à Frontignan, « J. Alby » à Sète, « L. Cattelat » à Montpellier). Mais ces foudres sont en chêne ou en châtaignier et ils demandent un entretien important et difficile. En effet, il faut à la fois entretenir le contenant (en bois, donc une matière altérable qu'il faut soigner avec attention) et l'intérieur de ce dernier qu'il faut régulièrement nettoyer. Par ailleurs, le remplissage des foudres est périlleux et il n'est pas rare que du vin s'échappe lors des transferts entre la futaille et les foudres.

Ainsi, à partir des années 1920, pour répondre à une meilleure efficacité dans les chais grâce à un matériel plus performant, les cuves en ciment apparaissent. Celles-ci permettent de contenir de manière plus sécurisée et plus hygiénique les vins. Les cuves en ciment peuvent être verrées, c'est-à-dire carrelées de verre, pour permettre de maintenir une température de fermentation constante et une bonne tenue qualitative du vin en évitant son altération par les parois[1]. Par ailleurs d'une contenance supérieure, les cuves en ciment permettent d'accroître les capacités de stockage. Ainsi, chez les Granier, la contenance moyenne des foudres est de 210 hl[2] tandis que celle des cuves en ciment est de 370 hl[3].

Comme très souvent, les maisons de premier ordre investissent dans cette nouvelle vaisselle vinaire. À Sète, la maison « Cazalis & Prats » est l'une des premières à se doter de cuves en ciment. Elle profite pour cela de l'apport financier de la marque « Saint Raphaël Quinquina » dont elle assure la fabrication. En quelques années, les capacités de stockage de la maison progressent, lentement dans un premier temps puis rapidement (graph. 8).

Graph. 8 : Capacités de stockage de la maison « Cazalis & Prats »



Sources *: Annuaire de l'Hérault* et publicités

[1] « La fermentation en cuves verrées », *BMS*, mars-avril 1914, p. 98-99. Voir également *Annuaire de l'Hérault*, 1925 - Publicités pour l'entreprise « Fernand Lucher et Cie » spécialisée dans les cuves verrées et non verrées à Montpellier ou l'entreprise « Ch. Lingeri » à Béziers dont la renommée dépasse les limites de la région biterroise.

[2] 279 hl pour la plus grande, 147 hl pour la plus petite.

[3] 381 hl pour la plus grande, 369 hl pour la plus petite.

L'accroissement important des années 1920 est rendu possible par l'achat d'un terrain adjacent aux magasins quai de Bosc en 1924 pour le prix de 120.000 F[1], financé par le partenariat avec « Saint-Raphaël ». Ces nouveaux chais sont entièrement équipés de cuves modernes en ciment verré sur plusieurs étages. Au même moment, quai des Moulins, des chais modernes sont construits[2] : ces derniers sont équipés de cuves « Sainrapt & Brice », établissement spécialisé dans les ciments armés et les cuves verrées. Dans l'une des caves « les plus importantes et les plus modernes de l'Hérault »[3], des citernes sont aménagées en sous-sol et reçoivent les vins à leur arrivée. Ces vins sont ensuite refoulés vers des cuves aux étages supérieur (2, 3 voire 4 étages selon les chais).

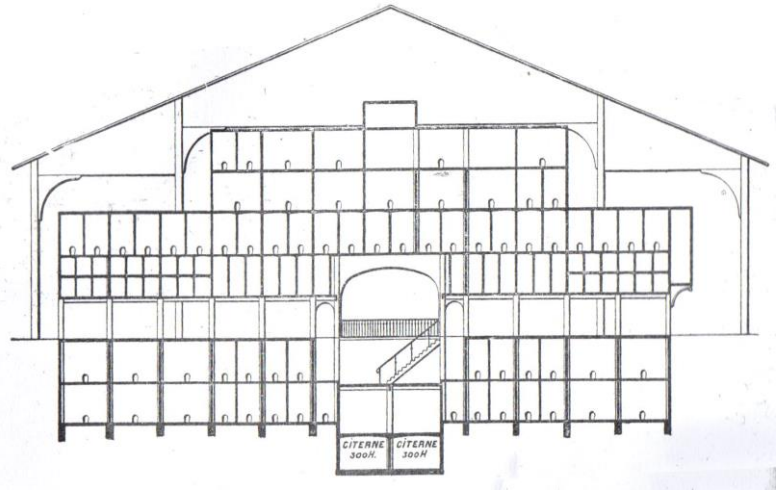


Fig. 14 : Chais modèles à Sète 1920

Au sous-sol, les citernes de réception des vins. Au-dessus les cuves dans lesquelles les vins sont stockés.

Source : SIGURET E., *op. cit.,* p. 40

Ainsi, peu à peu, les plus grandes maisons puis à partir de la fin des années 1920, les maisons de second ordre, se dotent d'une vaisselle vinaire de premier choix. Le ciment remplace alors le bois sauf dans les maisons spécialisés dans les vins fins ou les apéritifs et dont une partie du vieillissement nécessite l'apport œnologique du bois[4]. Mais la modernisation des chais devient un argument de vente et elle participe à une démarche entrepreneuriale de distinction. En conséquence, les maisons de commerce s'en servent dans leur publicité : au début des années 1920, les publicités des maisons sétoise « Cazalis & Prats » ou « Taillan et Cie » indiquent qu'elles disposent de « Chais modèles » tandis qu'à la fin de la décennie, une publicité de la maison « Clarac frères et Chauvain » relève qu'elle dispose de « 82 cuves en ciment armé et verré sur piliers d'une contenance de 40.000 hl »[5].

[1] ADH : 3 Q 15410, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 37-323/1891.
[2] Il nous a été impossible de trouver la maison à la tête de ces chais. Peut-être est-ce déjà Dubonnet qui y installe des chais quelques temps plus tard. Il peut également s'agir de la maison « Mainguet et Philippon » qui s'installe quai des Moulins dans la première moitié des années 1920.
[3] SIGURET E., « La manutention mécanique des vins dans les grands chais modernes », *La science et la vie*, n°57, juin 1921, p. 36.
[4] C'est le cas chez « Cazalis & Prats » par exemple.
[5] Cf. la publicité « Clarac Frères et Chauvain », seconde moitié des années 1920, p. 223.

Dans cette logique de modernisation et pour assurer la plus grande efficacité et rigueur aux nombreuses manipulations, les chais connaissent une généralisation de la mécanisation du matériel[1]. La diffusion dans les années 1920 de pompes mécaniques (à essence ou plus rarement à électricité) permet d'accélérer les soutirages et les transvasements en vue des expéditions. Les cuves se remplissent alors de pompes et de « tuyaux étamés […] qui relient les cuves entre elles par rangées »[2]. Ces pompes remplacent les pompes manuelles qui avaient fait leur apparition au début du siècle mais qui nécessitaient du temps et une main-d'œuvre considérable. Avec les nouvelles pompes, on estime qu'un seul homme peut loger 250 hl en une heure, et ce « sans en perdre une seule goutte »[3]. Au début des années 1920, la maison « Parlier & Krüger » utilise une pompe électrique baladeuse qui lui permet de transvaser des vins depuis des fûts au sol jusqu'à des fûts gerbés en troisième rang.

Fig. 15 : Pompe électrique baladeuse à Sète
Début des années 1920 – « Parlier & Krüger »
Source : SIGURET E., *op. cit*, p. 43

Alors, « le régulateur automatique de la pompe supprime toute surveillance de l'appareil et les hommes n'ont à s'occuper : l'un que du remplissage des fûts et l'autre, que de l'amenée des fûts à vider »[4]. Les filtres eux aussi connaissent une modernisation rapide. Jusque-là, ils étaient utilisés par gravité et étaient régulièrement nettoyés en raison du colmatage qu'ils subissaient. Dorénavant, certaines caves sont équipées de pompes-filtrantes[5] qui peuvent filtrer de manière continue et sans risque de colmatage. Ainsi, en une journée, jusqu'à 800 hl peuvent être filtrés par une seule pompe. Ces moto-pompes ou ces filtres sont achetées ou louées à des sociétés spécialisées comme les « Établissements Astra » et la maison « Cha-

[1] Pour une présentation de l'évolution matérielle de l'intérieur des chais, voir annexes, p. 1084 et sq.
[2] SIGURET E., *op. cit*., p. 35.
[3] *Ibid*., p. 37.
[4] *Ibid*., p. 43.
[5] Dont l'inventeur est M. Daubron.

veroche » à Montpellier ou la maison « Claparède » et les « Établissements Guérin » à Béziers dont on retrouve les publicités chez les négociants de la région. Les négociants se fournissent également à l'extérieur de la région comme Granier qui est client chez la société bordelaise des « Filtres Gasquet », spécialisée dans les moto-pompes[1], tandis que Dourlan achète son matériel à une firme du Tarn[2]. Petit à petit, le négoce forfaitaire héraultais se dote de ces machines, souvent sur chariot, qui viennent compléter leur équipement traditionnel.

Les chais les plus récents et les plus modernes, construits par les grandes maisons dans les années 1920, intègrent l'ensemble de ces problématiques et sont construits en tenant compte des exigences de pompage, de filtrage, de transvasements, d'expéditions. Cela explique que la plupart sont équipés de tableaux permettant de gérer à distance et de manière quasi-automatique les différentes opérations. Il s'agit du tableau Daubron (fig. 16) qui équipe certains des chais sétois dès le début des années 1920.

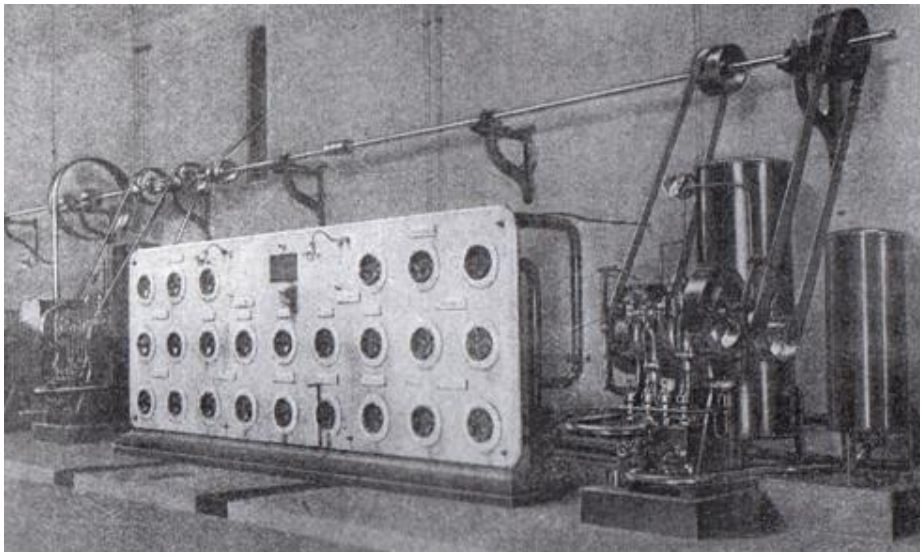


Fig. 16 : Tableau Daubron à Sète en 1920
Le tableau, d'une taille très imposante, est ici assorti de deux pompes sur ses côtés, pouvant débiter 30.000 litres par heures
Source : SIGURET E., *op. cit.*, p. 41

Il est ainsi décrit par Ernest Siguret :

> « La surface avant du tableau est garnie d'un nombre plus ou moins important de disques fixes dont le centre est percé d'un axe carré sur lequel on peut engager une clé de manœuvre. La couronne extérieure du disque est divisée en cinq parties : la partie supérieure porte le mot fermé et toutes aiguilles repères solidaires de l'axe carré s'arrêtent sur ce mot pendant le repos. Les autres sections de la couronne portent d'autres indications qui varient d'une couronne à l'autre : aspiration,

[1] Publicité dans la correspondance de Granier – mais Gasquet dispose de succursales à Montpellier et Béziers.
[2] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, lettre du 2/04/1932 à la société « Récalvel » de Castres.

> refoulement, filtration, rampe de droite, rampe de gauche, premier étage, deuxième étage, citerne n°1, etc. » [1]

Ainsi, l'ensemble du chai aboutit à ce tableau qui centralise les commandes et rationalise le travail des manipulations dans les magasins. C'est là un gain de temps, de main-d'œuvre et un surplus de sécurité indéniable pour les maisons les plus modernisées. Dans celles qui utilisent encore de la futaille, on retrouve dans les plus grands chais des élévateurs et des grues qui permettent de déplacer, en toute sécurité, avec moins d'effort et moins de risque de perdre de la marchandise, les futailles.

En dépit des montants importants nécessaires pour de tels investissements, cette stratégie entrepreneuriale de modernisation permet aux maisons de négoce d'économiser du temps et à terme de l'argent (baisse de la main-d'œuvre, diminution des pertes, rationalisation des manipulations). C'est un pari sur l'avenir qui survient dans des années de prospérité où la confiance dans le négoce se matérialise par ces investissements massifs. Cette dynamique permet également de rompre avec l'image d'entreprises engourdies et rétives à la transformation de ces méthodes de travail.

Enfin, dans le traitement des marchandises, le négoce se dote de ce que Casanova et Marre appellent le « laboratoire indispensable » et que les auteurs présentent comme « une annexe nécessaire des chais, un laboratoire d'analyse chimique et bactériologique, dont la direction serait confiée à un spécialiste qualifié »[2]. Outil indispensable dans un contexte où les récriminations – et les poursuites – se multiplient contre le négoce méridional, le laboratoire permet de mieux contrôler les vins en passe d'être achetés et les vins stockés[3]. C'est un investissement certain[4] mais il aide à se conformer à la loi et aux attentes des clients. Surtout, il permet, ici aussi, d'accélérer et de sécuriser les transactions car dorénavant, il n'est plus nécessaire de faire analyser les vins par des laboratoires extérieurs comme ceux de M. Roos ou M. Ballard à Montpellier ou de la pharmacie Slizewicz à Sète au début du siècle. Si, par faute de moyens ou de volonté, toutes les maisons de commerce ne se dotent pas d'un laboratoire, elles investissent dans du matériel de pesage et d'ébullioscopie[5] comme Augé qui dispose d'un alcoomètre « Dujardin-Salleron » pour effectuer lui-même les pesages des échantillons[6].

---

[1] SIGURET E., *op. cit.*, p. 41.
[2] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 371.
[3] Voir en annexes les différents exemples de laboratoires et d'instruments, p. 1089-1090.
[4] Casanova et Marre l'évaluent en 1926 à 20.000 F de mise de fond auxquels s'ajoutent le salaire du personnel et des frais généraux soit au total environ 35.000 F par an. Il nécessite un alcoomètre mais également des pipettes, des tubes, des récipients, un microscope, des outils pour la distillation afin d'isoler l'alcool si nécessaire, etc. Tout cela est acheté à des fournisseurs comme le « Comptoir méridional de la verrerie et des chais » ou la maison « J .Garcia » de Montpellier, spécialisée dans les « Fournitures générales pour les chais ». Si on suit les recommandations de Marre et Casanova, c'est une charge importante pour les maisons moyennes. Ainsi, chez Granier, cela représenterait, la première année (mise de fond + frais généraux) environ 39 % du budget alloué au matériel de chais et environ 5 % du capital de la maison.
[5] Le pesage consiste dans la mesure du degré d'alcool. L'ébullioscopie permet de préciser le dosage d'alcool dans les vins.
[6] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Lettre aux « Ets Ruche moderne », 29/03/1929.

Ainsi, disposer d'un laboratoire ou d'instruments de mesure est « la meilleure des garanties pour le négociant ou pour le public »[1]. Il s'agit alors de répondre à des impératifs qualitatif et sanitaire mais également de mieux déterminer la valeur d'une marchandise en évaluant sa richesse alcoolique et les possibles tares qui pourraient la déprécier. C'est aussi la possibilité de mieux cerner les qualités intrinsèques des vins pour effectuer les meilleurs coupages possibles. Dès lors, ce domaine scientifique recoupe plusieurs dimensions : modernisation, rationalisation, sécurisation, profitabilité. Ce n'est donc pas un élément à sous-estimer et même les négociants les moins enclins à la modernisation ou les moins équipés, comme Augé, n'hésitent pas à le prendre en considération.

Cette mutation structurelle et qualitative est en partie possible car, dans le même temps, les maisons de commerce se dotent d'un personnel de plus en plus spécialisé.

Un personnel de plus en plus spécialisé

Tandis que la profession tend à devenir plus efficace et les pratiques plus rigoureuses sous l'effet combiné de la concurrence et de la législation[2], les maisons de commerce, en même temps qu'une expansion physique, connaissent un accroissement de leur personnel. De manière générale, comme le souligne Raymond Brunet « le personnel augmente en même temps que les transactions »[3] mais le personnel augmente également avec la multiplicité des activités et des obligations auxquelles doivent faire face les maisons de commerce. Il s'agit là, comme avec le phénomène évoqué pour les chais, d'une double dynamique de modernisation-rationalisation des effectifs afin d'être plus performants et moins vulnérables sur le marché des vins.

Ainsi, au début de la période, la plupart des employés sont des ouvriers des chais[4]. Ceux-ci sont, dans les grandes maisons, à demeure[5]. Les ouvriers des chais, « soumis à des travaux pénibles »[6], sont les premiers employés d'une maison de commerce au forfait car ils s'occupent de la gestion des stocks : entonnage, soutirage, filtrage, collage, etc., 6 jours par semaines, 10 heures par jour. Dans les plus petites maisons, un seul ouvrier polyvalent aide le négociant à s'occuper de l'ensemble de ces activités[7]. On attend d'eux qu'ils connaissent bien le traitement des vins et qu'ils s'impliquent dans l'évolution de la maison de commerce. Dans les maisons les plus importantes, les ouvriers sont plus spécialisés et on distingue les ouilleurs, les entonneurs-soutireurs, les leveurs, les colleurs, les filtreurs, les rouleurs, les tonneliers.

---

[1] SIGURET E., *op. cit.*, p. 34.
[2] Cf. *infra*, « La contrainte législative, source d'exigence », p. 702.
[3] BRUNET R., *op. cit.*, p. 28.
[4] Voir en annexes, la présentation des ouvriers et de quelques opérations, p. 1087-1089, 1092 et 1096.
[5] Dans les autres maisons et en fonction de l'activité, on fait appel à des journaliers que l'on recrute à la journée ou à la demi-journée. À Sète, ceux-ci sont recrutés au petit matin ou à 13 heures, autour du pont Virla.
[6] BRUNET R., *op. cit.*, p. 35.
[7] C'est le cas de la maison « Lavigne et Degeilh » à Puisserguier au début du siècle par exemple (ABDF : Béziers, 1904).

L'ensemble des ouvriers est sous la responsabilité d'un maître des chais qui assure la bonne gestion des stocks et le bon fonctionnement du chai. Son rôle est primordial car il préside au roulement des arrivages et des expéditions. Pour cela, il dispose de la « confiance absolue »[1] du patron et dispose d'une connaissance œnologique au-dessus de la moyenne afin de bien gouverner à la destinée qualitative des vins dont il assure le stockage et l'expédition. Dans les grandes maisons, il réalise les agréages et détermine les coupages à effectuer pour répondre aux attentes et besoins de la clientèle. C'est pourquoi on attend de lui qu'il connaisse les manipulations des vins, des rudiments de tonnellerie, les principes de dégustation et qu'il sache faire, dans le cadre d'une entreprise commerciale, preuve d'adaptabilité face aux demandes des clients. Dans les maisons qui confectionnent des vins élaborés, il préside à la préparation de ces vins et il consigne l'ensemble des recettes et des mélanges effectués dans un carnet qu'il garde avec lui[2]. Ainsi, au début du siècle, le maître des chais de la maison « Cazalis & Prats » relève-t-il dans un carnet les vins qu'il confectionne jour après jour : Vin amer 15°, Picardan Sec 15°, Malaga vieux 15°, Muscat Frontignan vieux extra. Il note le jour, le numéro du foudre, les ingrédients utilisés ainsi que le coût de revient total. Une grande partie de la prospérité de la maison de commerce repose donc entre ses mains.

Les maisons de commerce héraultaises connaissent une très grande variété de situations dans le domaine de l'emploi d'ouvriers des chais. Ainsi, à Frontignan, les maisons « Ricard-Roche » et « Périer-Botta » disposent respectivement de 9 et 13 ouvriers au début des années 1910[3] tandis que la prestigieuse maison sétoise « P. Taillan » en compte plus d'une quinzaine[4]. À Sète, une étude de la ville par métiers effectuée pour le gouvernement en 1910 permet d'avoir une idée plus précise de cette diversité de situations[5]. Le rapport indique qu'en moyenne les maisons sétoises salarient 10 employés[6]. Le maximum étant les maisons « Cazalis & Prats » et « J. Herber » avec 38 employés puis les maisons « Chauvain et Cie » (32), « Bühler J.-C. » (30) et « Noilly-Prat » (27).

À Saint-Félix-de-Lodez, au tournant des années 1920, la maison Jeanjean, à l'activité plus modeste, dispose d'un entonneur et d'un tonnelier. Ici, l'absence d'un maître de chais s'explique par le rôle du patron d'une maison de taille moyenne et qui fait lui-même fonction de maître de chais. La présence d'un tonnelier au contraire s'explique par la rareté des tonneliers dans les campagnes héraultaises, ces derniers se concentrant dans les villes et plus précisément autour du bassin de Thau[7]. Celui-ci est également primordial pour l'entretien de la futaille dans les chais. Dourlan pour sa part ne dispose d'aucun ouvrier car son métier, la barricaille, et la modestie de ses activités, lui permettent de gérer seul, avec son associé Ernest Bastide à Pomérols, ses stocks et expéditions. Augé lui non plus ne dispose pas de chais mais

[1] BRUNET R., *op. cit.*, p.34.
[2] Cf. *infra* la présentation d'un carnet de maître de chais, p. 700-701 et en annexes, p. 1097.
[3] VALETTE J., *Frontignan, un siècle d'histoire par la photographie*, Béziers, Aldacom, 2007, p. 12-13.
[4] MACONE G *, Sète, Mémoire en Images*, Saint-Avertin, Alan Sutton Ed., 2005, p. 16.
[5] ADS : 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Enquête sur les métiers, 1910.
[6] Le rapport, malheureusement, ne fait la différence entre ouvriers et employés. Nous pouvons toutefois considérer qu'une large majorité de ces « employés » sont, en 1910, des employés de chais.
[7] Sète, Marseillan ou Mèze.

il emploie un ouvrier – qui travaille chez les fournisseurs de la maison – et il s'implique abondamment dans la gestion des stocks[1]. Ses vins, lorsqu'il pratique le forfait, sont entreposés aux « Docks Biterrois », magasins généraux qui permettent de stocker et d'expédier les vins après paiement d'un loyer[2]. Là-bas, lui ou son ouvrier peuvent y effectuer tous les traitements qu'ils souhaitent après en avoir fait la demande[3]. Dans certains cas, notamment à la commission, les maisons envoient leur entonneur-soutireur dans les chais des propriétaires pour récupérer leur vin et les expédier directement depuis la propriété[4]. À Magalas, la maison « Granier » emploie une vingtaine d'ouvriers à la fin des années 1910[5]. Une dizaine d'années plus tard, ce chiffre est sensiblement le même[6]. Souvent avec fierté, ces employés posent pour la postérité, arborant parfois les produits de la maison, ici la marque « Portuna » commercialisée par la maison « Périer-Botta » :

Fig. 17 : Les employés de la maison « Périer-Botta » à Frontignan, 1912
On peut relever la différence entre les ouvriers des chais et les employés administratifs ou commerciaux à leur tenue.
Source : VALETTE J., *Frontignan, op. cit.,* p. 9

On peut ainsi estimer qu'en moyenne, jusqu'aux années 1930, il y a entre 2 et 10 ouvriers par maison[7], sauf pour les grandes maisons qui voient leurs chiffres dépasser la vingtaine voire la trentaine.

[1] ADH : 6 U 2 754, *op. cit.*, Lettre du 3/07/1933.
[2] ADH : 6 U 2 753 : *op. cit.*, Lettre du 17/01/1933
[3] ADH : 8 M 15, Magasins Généraux, Règlement des magasins généraux Gaillard à Béziers.
[4] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre du 27/06/1929.
[5] ADH : 106 J 245, Quinzaine, Salaire du personnel, 1918.
[6] ADH : 106 J 255, Quinzaine, Salaire du personnel, 1928. Néanmoins, il faut noter que ni pour 1918 ni pour 1928, le registre ne fait pas la différence entre ceux travaillant à la propriété et ceux travaillant dans les chais. Est-ce à dire qu'ils ont un travail indistinct ? Quoi qu'il en soit, sur la durée, ces chiffres globaux sont stables.
[7] M.-A. Ramès dans sa thèse estime pour sa part qu'il y a en moyenne 3-4 employés par maisons de commerce à Montpellier avant 1914. Néanmoins, elle ne précise pas s'il s'agit des employés des chais ou de l'ensemble des employés des maisons de commerce. Cf. RAMÈS M.-A., *op. cit*., p. 73-76.

Enfin, alors que la législation et les contrôles se durcissent, les maisons de commerce doivent renforcer leur armature administrative. Dans les plus grandes maisons de commerce (comme « V. Anthérieu » à Frontignan, « Les Fils de Louis Huc » à Béziers, « Cazalis & Prats » à Sète), l'administratif est chapeauté par un « fondé de pouvoir » ou un « gestionnaire ». Dans les maisons plus modestes, un unique employé gère l'ensemble des tâches administratives. Souvent, c'est un membre de la famille (les fils chez les Bastide d'Izard à Marseillan au début du siècle ; Paul Jeanjean chez « Maurice Jeanjean et Fils », Pierre Huc chez « Louis Huc » dans les années 1920) ou de la belle-famille (Ch. Warnery chez « Leenhardt-Bazille » au début du siècle ; Martin Schwarz, le neveu d'Ernest Alby chez « J. Alby » au milieu des années 1920 ; Eugène Orsetti, le beau-fils de Victor Anthérieu, chez « V. Anthérieu » à la fin des années 1920) qui a travaillé auprès du fondateur de la maison. Il peut s'agir également d'un de ses anciens employés chez qui le patron « aura souvent remarqué, parmi ceux-ci, celui qui semblera tout désigné, ayant donné des preuves de saine compréhension des affaires, d'honnêteté et d'énergie »[1]. Généralement, le fondé de pouvoir est celui qui a la direction effective des opérations commerciales en raison de ses qualités : en 1924, la maison biterroise « Fr. Guy » est dirigée par son fondé de pouvoir, G. Bedos, qui « passe pour être très entendu en affaires »[2]. C'est également souvent lui qui gère la maison une fois le fondateur décédé ou retiré : à Saint-André-de-Sangonis, Joseph Satger prend la tête de la maison « Jeanjean » dont il était le fondé de pouvoir à la fin des années 1920[3]. Dans certains cas, ils assurent, sous la direction d'un membre de la famille sans expérience, la transition après le décès du fondateur. À Sète, après la mort de Léon Brouillonnet, Barau dirige la maison « Brouillonnet L. et fils », sous l'égide de la veuve Brouillonnet[4]. Il s'agit là une manière d'assurer la continuité commerciale et entrepreneuriale. Cependant, il n'est pas rare de voir des fondés de pouvoir prendre leur indépendance comme Justin Fize, « ancien fondé de pouvoir devenu indépendant après-guerre »[5] ou Mainguet qui reprend avec son associé Jules Philippon la maison « Grosbon Frères » dans laquelle il était employé[6].

Dans les sociétés anonymes, le fondé de pouvoir est remplacé par un administrateur. Ainsi chez « Cazalis & Prats », Maurice Péridier, le beau-fils de Gaston Cazalis, gère en tant qu' « administrateur délégué » les affaires courantes à la fin des années 1920, de pair avec le fils de Jean Prats, Jean-Honoré[7]. C'est en tout cas une personne en qui la confiance est grande : à Montpellier, le fondé de pouvoir de la plus grande maison de la place, la maison « Cazalis et Delord », Favaud, dispose de la signature pour pouvoir escompter les chèques qui lui sont présentés[8].

[1] BRUNET R., *op. cit.*, p. 29.
[2] ABDF : Béziers, 1924.
[3] ABDF : Montpellier, 1930.
[4] ABDF : Sète, 1922.
[5] ABDF : Béziers, 1931.
[6] ABDF : Sète, 1920.
[7] ABDF : Sète, 1930.
[8] ABDF : Montpellier, 1914.

La plupart des maisons s'adjoignent également les services d'un comptable qui gère les aspects financiers de la maison de commerce : impôts, salaires, taxes, achats, ventes, cotisations sociales, etc. Son rôle est fondamental car c'est en partie à partir de ses écritures que des poursuites pourront être engagées par les services des contributions directes ou indirectes. Bien évidemment, les plus grandes maisons engagent un comptable à demeure mais même dans les maisons les plus modestes, on fait appel à ses services. Ainsi, au début du siècle, la maison rurale « Lavigne et Degeilh » à Puisserguier ne dispose que d'un maître de chais et ses patrons font eux-mêmes une partie de leurs charrois mais ils emploient tout de même un comptable[1]. Souvent devant l'accroissement du volume des affaires, la maison se dote d'un comptable comme la maison Jeanjean qui en engage un à temps complet en plein période de prospérité au milieu des années 1920[2]. Cet employé est symbolique de l'adaptation progressive des maisons de négoce à la rigueur nécessaire au bon fonctionnement d'un commerce, surtout en temps de crise. Il est significatif d'ailleurs de noter qu'Augé sur qui s'abattent de nombreuses critiques, justifie, à plusieurs reprises, le sérieux de son entreprise par la présence de ce comptable[3]. Ce dernier travaille à temps plein pour la famille, tout en cumulant d'autres activités[4]. Parfois, il est également investi dans le domaine commercial ce qui explique que certains comptables soient associés à la gestion de l'entreprise. C'est le cas par exemple de Bessières, le comptable de la maison « P. Guibal » à Clermont l'Hérault[5] ou celui de la maison « Philippon J. » qui prend la direction commerciale de la maison après la mort de Jules Philippon dans les années 1930[6]. Ainsi, il n'est également pas rare de rencontrer d'anciens comptables qui, lors des périodes de prospérité, ouvrent une maison de commerce : Combet à Frontignan à la fin des années 1900[7] ou Savy qui s'établit à son compte en 1911 à Pézenas[8].

Les plus petites maisons font appel à des comptables extérieurs comme la société « Paul Villard & Cie » au début de la période qui se présente comme « experts-vérificateurs Contributions directes »[9], la maison « Tible » au milieu des années 1920 à Montpellier ou le « Bureau commercial et comptable Couderc » à Béziers en 1930. Dans les plus grandes maisons, cet ensemble administratif est complété par des secrétaires, un chef de bureau, un caissier voire un archiviste[10]. Toutefois, rien dans les sources ne permet de quantifier la présence de ce personnel administratif dans les maisons héraultaises. On peut toutefois penser que dans certaines maisons les plus importantes, on compte au total quelque dizaine de salariés administratifs comme la maison Anthérieu qui emploie dans les années 1930 plus de 110 personnes[11] ou la maison Dubonnet qui a 80 employés à la même époque à Sète[1].

---

[1] ABDF : Béziers, 1904.
[2] JEANJEAN M. *op. cit.*, p. 70.
[3] ADH : 6 U 2 753-755, Faillite Augé, Correspondance, 1933.
[4] Chez Augé, Puech est à la fois comptable et secrétaire. Il semblerait qu'il soit un membre de la famille.
[5] ABDF : Montpellier, 1933
[6] ABDF : Sète, 1938.
[7] ABDF : Sète, 1921.
[8] ABDF : Béziers, 1911.
[9] *BMS*, nov. 1912, publicité, deuxième de couverture.
[10] BRUNET R., *op. cit.* p. 28 et sq.
[11] ABDF : Sète, 1938. C'est un chiffre élevé car l'entreprise expédie près de 100.000 hl par an et dispose d'un personnel administratif ultra-spécialisé. E. Orsetti emploie ainsi des administratifs spécialisés dans la gestion des

Ainsi, la croissance des infrastructures et celle des employés suit-elle, en toute logique, l'évolution des maisons de commerce. Alors que ces dernières gagnent en rigueur et en professionnalisme dans le premier tiers du XXe siècle, elles se modernisent rapidement autour de magasins de plus en plus sophistiqués et d'employés spécialisés.

Afin d'assurer cet effort de modernisation, les maisons de commerce peuvent s'appuyer sur des réseaux de financement efficaces.

Pratiques financières, facilités bancaires et multiplicité des circuits de financement

Les rapports d'inspection des banques locales[2] ou de la BDF[3], tout comme les grands livres des maisons de commerce[4], nous permettent de connaître les circuits de financement du marché du vin et leurs caractéristiques. Ces derniers sont possibles car les maisons de commerce brassent de grandes quantités d'argent qui rendent les négociants particulièrement attractifs pour les banques. Pour comprendre comment fonctionne le financement d'une maison de commerce, il est essentiel tout d'abord de mesurer les pratiques en cours dans le cadre de la gestion des circuits financiers.

Concrètement, les opérations réalisées par les négociants entre eux ou avec leurs fournisseurs sont réglées, dans leur grande majorité, sous forme d'argent comptant, de traites ou de chèques de banque.

Les versements en espèces sont essentiellement effectués vers les propriétaires, notamment lors du paiement de l'acompte et tendent à disparaître dans l'entre-deux-guerres. Il n'est pas rare toutefois de voir, outre le paiement des acomptes, des versements en liquide soit en cas de demande expresse d'un propriétaire pour faire face à un coup dur[5] soit dans le cadre de relations personnelles anciennes et assurées[6]. Cette tendance au versement en liquide s'explique de deux manières essentiellement : par le peu de confiance dans le système bancaire au début du siècle[7] et par le besoin d'argent frais, immédiatement réutilisable. La disparition de cette pratique, quant à elle, semble être essentiellement due à l'augmentation des sommes versées et à la généralisation de certaines pratiques bancaires en milieu rural à la fin des années 1920, comme le chèque de banque.

---

acquits-à-caution (CAEF : 2 Fi 195, Lettres à en-tête, Hérault, Lettre à l'Administrateur des CI, Paris, 27/04/1954).

[1] *Idem*.

[2] Comme par exemple, ceux de la Banque Populaire de Béziers (CAEF – B-34219/2, 1935).

[3] ABDF : Rapports d'inspection des succursales : Béziers (1899-1943) ; Montpellier (1841-1961) ; Sète (1882-1945).

[4] ADH : 6 U 2 757 pour Augé ; 5 J 40 pour Domergue ; 106 J 133-147 pour Granier ; 3 U 4 986-987 pour Rassiguier par exemple.

[5] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Correspondance, 1933. Lettre d'un propriétaire de La Sesquière qui vient de perdre son cheval et qui s'inquiète car les vendanges approchent. Il demande alors à Augé de lui faire une avance de 3000 F. en espèce sur la cave qu'il lui a vendu. (Lettre du 15/09/1933).

[6] P. Granier avec les membres de sa famille qui sont propriétaires par exemple.

[7] POSTEL-VINAY G., *op. cit.*, p. 334 et sq. C'est particulièrement le cas en période de crise (1900-1907) alors que les banques réduisent voire arrêtent les prêts aux petits et moyens propriétaires.

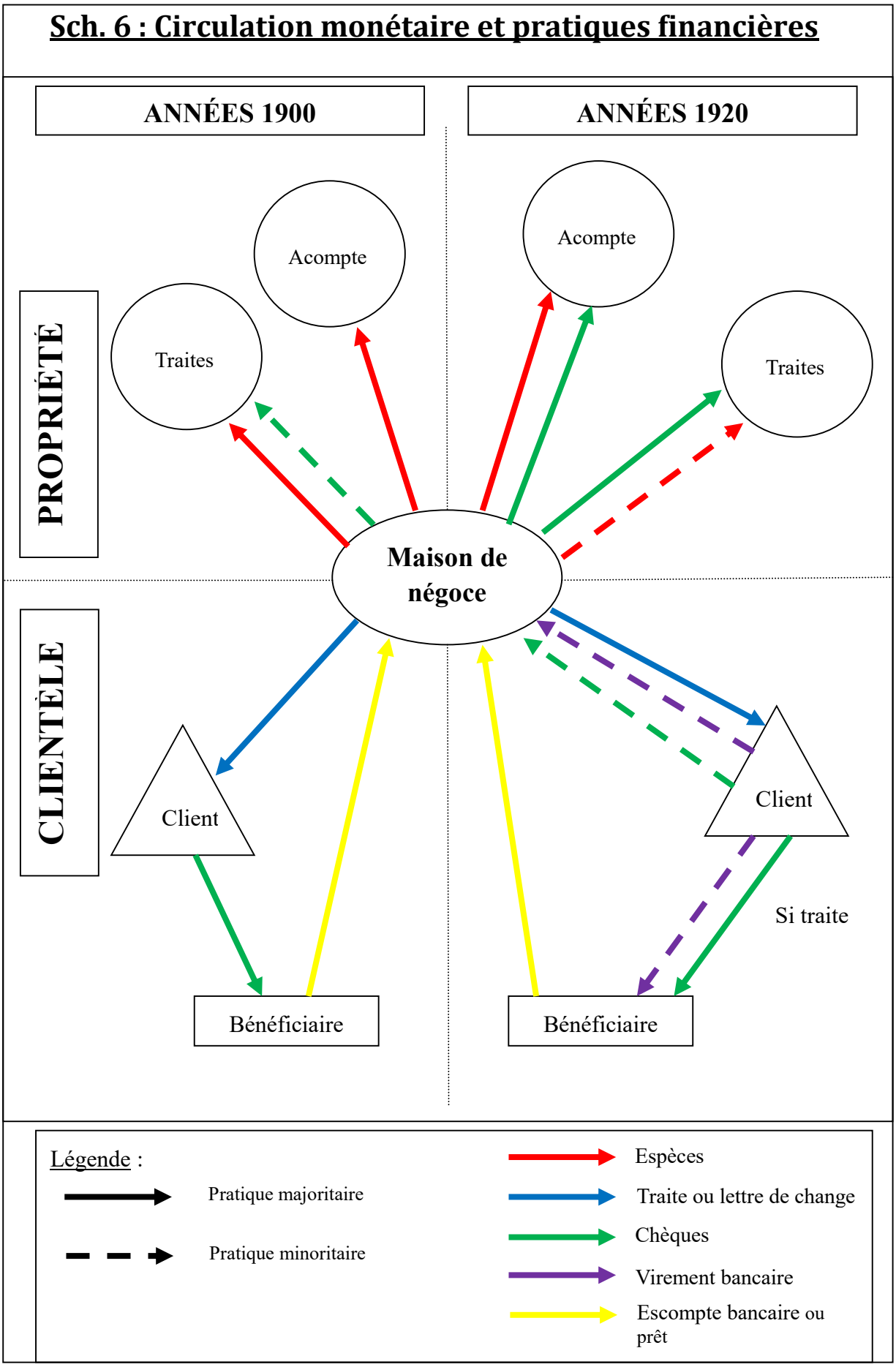
En effet, petit à petit, les versements en liquide sont accompagnés puis remplacés par des chèques bancaires. C'est le cas, notamment, pour les différentes retiraisons ou les mensualités comme en attestent les nombreux rendez-vous qu'Augé donne à ses fournisseurs au marché de Béziers pour leur remettre leurs chèques[1]. En conséquence, si dans les livres d'achats de la maison « Granier », les versements en espèces sont nombreux jusqu'à la seconde moitié des années 1920, ils connaissent une large diminution à partir de cette date[2]. Preuve d'une plus grande confiance dans un système bancaire qui, de plus, offre une plus grande liberté et facilité d'action, la fin des années 1920 voit également chez Granier et chez Augé, l'apparition de virements bancaires qui facilitent largement les transactions entre fournisseurs et maisons de commerce héraultaises. Ces virements concernent toutefois généralement les gros propriétaires viticoles[3].

Entre négociants, la pratique la plus commune au début de la période est celle de la traite ou lettre de change. Le vendeur, créancier ou *tireur*, demande donc à l'acheteur, le débiteur ou *tiré*, de verser auprès de son propre créancier, le bénéficiaire, la somme de la transaction. Ce système, complexe et très onéreux[4], est lui aussi, petit à petit remplacé par l'utilisation de chèques et du virement. Ainsi, bien que chez Rassiguier au début du siècle, la pratique de la traite soit la seule adoptée, elle est concurrencée chez Augé et Granier à la fin des années 1920 par l'utilisation des chèques de banque et du virement bancaire. Concrètement, une fois la marchandise expédiée, le négociant vendeur présente une traite que le négociant acheteur doit régler sous 15, 30, 60 voire 90 jours. Ce laps de temps dépend de plusieurs facteurs, notamment de la qualité des relations entre partenaires commerciaux mais également de la situation de la maison de commerce. Augé pratique régulièrement avec certains clients habituels les traites à 45 voire 60 jours. Il le fait également, quelques temps avant la faillite, en dernier recours, pour fidéliser des clients ou se soumettre à une clientèle qui fait jouer la concurrence[5]. Mais il n'hésite pas, lorsque ses affaires fonctionnent bien et qu'il a besoin d'argent rapidement, à réduire ces délais, parfois à 15-20 jours voire à la fin du mois courant. Néanmoins, de manière générale, les traites sont de 30 jours comme le souligne Dourlan dans une lettre de février 1926 : « S'il y a de nouvelles commandes, il est possible de faire valeur 30 jours, comme le font toutes les maisons »[6], ce qui est confirmé par Augé qui évoque « 30 jours, comme prévu par les conditions habituelles »[7]. Dans tous les cas, ces délais donnent lieu à de nombreuses négociations et exceptions comme la veuve Obriot qui depuis la Haute-Saône demande à Augé, en raison des difficultés qu'elle rencontre, une prorogation à 60 jours. Augé lui répond que cette prorogation n'est possible que si sa banque l'accepte[8].

[1] ADH : 6 U 2 746-755, Faillite Augé, Correspondance 1929-1933.
[2] ADH : 106 J 11-28, Fonds G. Granier, Achats, 1900-1977.
[3] Comme le Château de Saussines en février 1933 (ADH : 106 J 800, Fonds G. Granier, Correspondance, 1933).
[4] Le bénéficiaire qui a avancé de l'argent au tireur prend une commission, de l'ordre de 2 à 5 % généralement.
[5] ADH : 6 U 2 755, Faillite Augé, Correspondance, 1933. Lettre de Thèvenin qui lui fait remarquer que ses « concurrents font 45 jours et qu'[il pourrait] en faire de même » (Lettre du 20/09/1933).
[6] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Lettre à Richarde, fév. 1926.
[7] ADH : 6 U 2 755, *op. cit.*, Lettre de Masson-Bazin, 19/06/1933.
[8] ADH : 6 U 2 754, *op. cit.*, Lettre à Obriot, août 1933.

En conséquence, de fortes sommes d'argent circulent autour des maisons de commerce :

Sch. 6 : Circulation monétaire et pratiques financières



Cela explique pourquoi les banques ont un rôle crucial dans ces circuits de financement. Tout d'abord car elles sont dans la grande majorité des cas les bénéficiaires des traites[1] et car elles injectent dans les circuits de commercialisation, par le biais de facilités bancaires, des sommes importantes. Ces sommes, nécessaires au bon fonctionnement de l'économie viti-vinicole et à la bonne marche des maisons de commerce, expliquent que certains négociants n'hésitent pas à chercher de l'argent auprès de plusieurs banques[2]. Dans de rares cas, le crédit est assuré par le client lui-même, qui fournit un acompte pour financer les versements provisionnels[3]. Le financement peut également provenir d'autres maisons de commerce qui, par le biais de traites non-commerciales, prêtent de l'argent à une connaissance, ami ou famille[4]. Ces financements – formels et informels, internes et externes – permettent d'investir et, chaque année, d'acheter les marchandises.

Dans le cas des traites, les banques offrent aux négociants des crédits d'escompte plus ou moins importants qui leur permettent de disposer de sommes plus ou moins importantes. Ainsi, la banque fait crédit à un négociant qui en échange, s'engage à rembourser ce crédit par le biais des traites qu'il tirera sur ses clients et dont la banque sera le bénéficiaire. Du point de vue de la banque, plus le client est important, plus son crédit d'escompte est large et ce dernier s'appuie à la fois sur la respectabilité de la maison et différentes cautions[5]. En outre, pour chaque campagne, la banque autorise également un crédit de campagne qui peut atteindre pour les plus grandes maisons plusieurs millions de francs[6]. Dans l'entre-deux-guerres, les banques développent un autre type de crédit qui est l'autorisation de découvert qui permet aux maisons de commerce de disposer de moyens financiers sans en avoir réellement les capitaux en banque. Bien plus périlleuses pour les banques que les crédits d'escompte, les autorisations de découvert ne sont engagées qu'en contre-partie de dépôt de garantie et de couverture. Ainsi, la maison « E. Azam Fils » de Capestang dispose auprès de la Banque Populaire de Béziers d'une autorisation de découvert de 20.000 F et d'une autorisation d'escompte de 200.000 F[7] qui sont garanties par les

[1] Il faut noter toutefois que des maisons de commerce ou des particuliers peuvent être des bénéficiaires des traites. Ce sont eux ensuite qui remettent aux banques les traites. Bien évidemment chaque intermédiaire perçoit sur la traite un pourcentage (entre 2-5 % en général), ce qui rend assez onéreux cette solution de crédit.

[2] Selon le rapport de la succursale de la BDF de Montpellier en 1931, la maison Anthérieu de Frontignan ne dispose pas moins de 8 autorisations de découvert chez autant de banquiers différents.

[3] Augé a parfois recours à cette pratique, notamment lors d'achats importants.

[4] En 1923, A. Clauzel tire sur « Chauvain et Cie » une traite de 800.000 F pour financer leurs achats en Algérie (ABDF : Sète, 1923). Dans certains cas, les maisons-mères financent leurs succursales, ce que la BDF cherche à limiter, notamment quand cela se fait sur des fonds qui étaient à l'origine escomptés pour l'achat de vin. C'est ce que les inspecteurs appellent du « papier de circulation » comme entre la maison « G. Arnaud » de Mèze et la succursale de son frère à Paris (ABDF : Sète, 1930). Pour vérifier la légalité de ces tirages, les directeurs des BDF locales demandent les bordereaux d'expédition correspondant aux traites (ABDF : Béziers, 1935, maison « E. Azam Fils »).

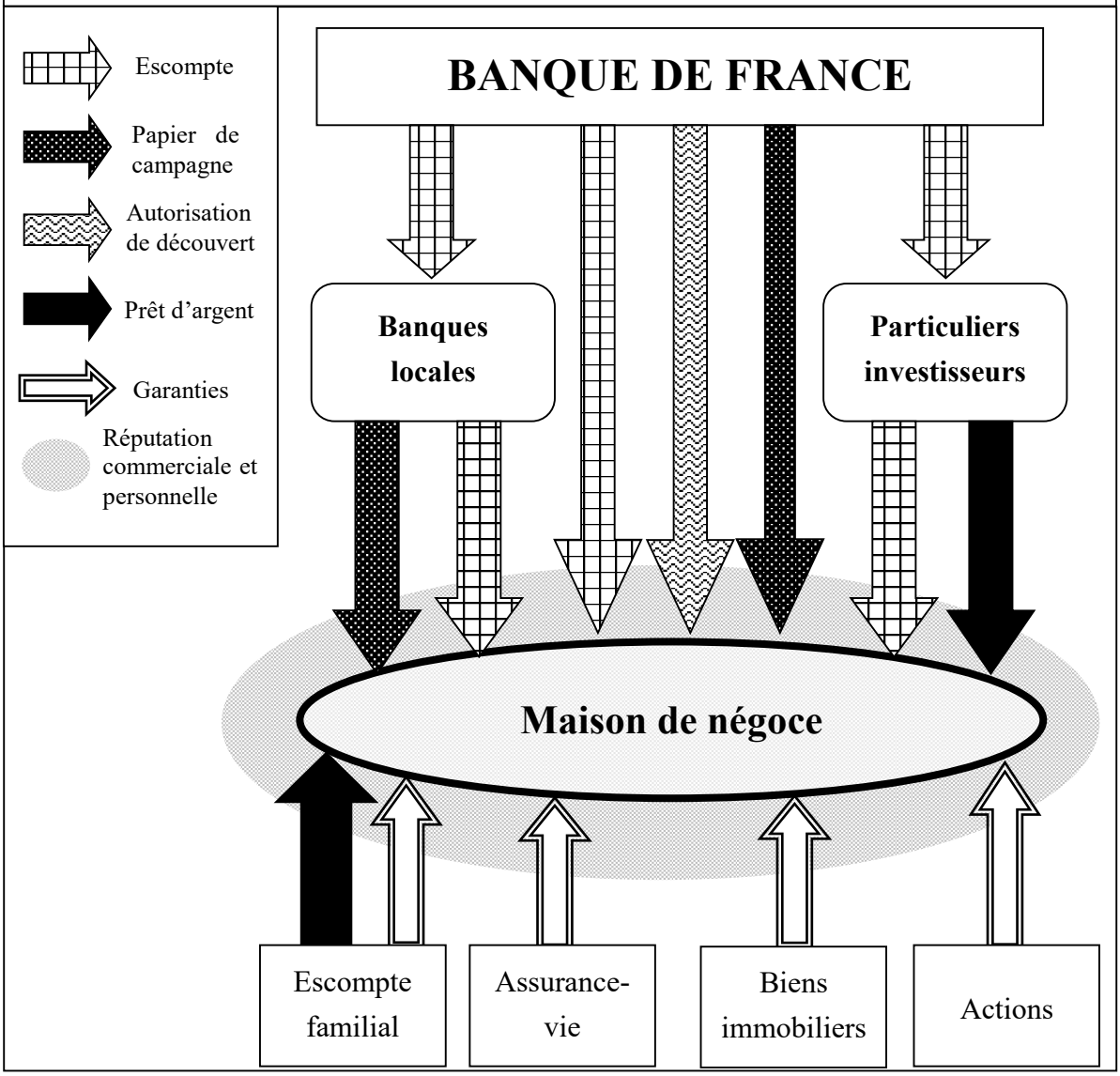
[5] Tenue du solde, caution bancaire (souvent un membre de la famille), caution morale (un négociant réputé), biens immobiliers, actions boursières, hypothèques, etc. Par exemple, en 1904, la maison « Mas et Bénès » de Cébazan dispose d'un crédit d'escompte de 50.000 F fournis par le père de Bénès (ABDF : Béziers, 1904). En 1928, la maison Gros G. apporte pour sa part comme garanties une assurance-vie de 100.000 F et la caution d'un tiers (50.000 F) afin de financer son commerce (ABDF : Béziers : 1928).

[6] En 1932, la maison « Clarac Frères et Chauvain » obtient un crédit de campagne de la BDF de l'ordre de 3 M de F (ABDF : Sète, 1933). En règle générale, les crédits de campagnes s'établissent entre 100.000 et 1M de F.

[7] Ce qui est considéré comme élevé pour la période.

50 parts dans la Banque dont dispose la maison. D'autres maisons apportent comme garantie les vins qu'ils ont achetés et qui sont « warrantés »[1], soit chez le propriétaire soit dans des magasins généraux. Selon la réputation et l'activité de la maison de commerce, les découverts sont gardés dans la limite de ces garanties mais il arrive que pour les maisons les plus réputées, les banques acceptent que, ponctuellement, elles dépassent leurs garanties. Dès lors, se dessine un schéma de financement faisant entrer plusieurs acteurs et plusieurs paramètres dont un central : celui de la réputation commerciale et financière comme l'indique le schéma ci-dessous.

Sch. 7 : Le financement des maisons de commerce héraultaises au début du siècle



En raison de cet investissement massif dans le commerce local des vins, les banques surveillent les émissions de papiers (c'est-à-dire de traites dans un premier temps puis de chèques) et leur évolution est particulièrement analysée lors des rapports annuels des banques locales ou de la BDF. Ainsi, les inspecteurs de la BDF sont-ils attentifs à ce

[1] C'est-à-dire gagé selon la loi de 1898 sur les Warrants agricoles.

que les maisons remettent des effets assez suffisamment divisés, c'est-à-dire qu'elles ne concentrent pas leur activité sur quelques ventes uniquement. Cela est en effet perçu comme une prise de risque inutile. À l'inverse, la trop grande division du papier remis aux banques est également un signe d'une trop forte dispersion commerciale, ce qui est ici aussi mal perçu par les inspecteurs (sauf dans le cas des maisons de barricaille où les petits effets sont considérés comme « normaux »[1]).

C'est avec cette intention de sécurisation des transactions que les inspecteurs s'intéressent aux clients des maisons héraultaises, notamment lorsque les papiers sont des effets élevés (à 4 ou 5 chiffres). Enfin, le volume financier d'une maison est associé à la réputation du négociant et de sa maison de commerce afin d'évaluer le risque encouru par la banque. Toujours pour la maison « E. Azam Fils », le rapport de la Banque Populaire indique que le « papier remis est composé d'effets de 4 à 5 chiffres », ce qui représente des sommes assez importantes. Mais, l'inspecteur relève que « les renseignements d'agence sont favorables et M. Azam jouit d'une excellente réputation » tandis que les engagements de la maison sont inférieur au seuil fixé (167.000 F. pour un plafond de 220.000 F.)[2]. Cette maison a donc des pratiques financières peu risquées. En revanche, certaines maisons sont particulièrement suivies car le papier remis est « médiocre »[3], « la surface commerciale relative »[4] ou « sujet à impayés »[5]. Parfois, les inspecteurs de la BDF s'inquiètent des pratiques des banques locales. Ainsi, en 1926, l'inspecteur de la BDF note à propos d'une maison de Pézenas : « Établi depuis 1920, manque de capitaux pour l'importance des affaires traitées. Très soutenu par son banquier auquel il a donné en garantie une assurance sur la vie de 100.000 F »[6]. Certaines maisons, enfin, font partie des créances litigieuses, comme la maison de commerce de Jules Augé pour laquelle l'inspecteur de la Banque populaire se montre très inquiet et recommande la vente des biens hypothéqués à la suite de la faillite de la maison en 1934. Dans certains cas, la banque n'hésite pas à engager des actions de demande de faillite contre certaines autres maisons, comme la maison « Fajon » à Pézenas en mars 1935[7].

Les inspecteurs de la BDF sont particulièrement attentifs à la stabilité financière et aux risques pris par les maisons de commerce car, au sommet de l'édifice financier se trouve la BDF[8]. Celle-ci prête de l'argent, selon le même système d'escompte aux banques régionales, aux succursales des banques nationales et aux grosses maisons de commerce[9]. Ainsi, dans le département, dans ce premier tiers du XXe siècle, la BDF a parmi ses principales signatures : les banques « Dupuy-Coste » de Sète, « Castelnau et Cie » à Montpellier,

[1] ABDF : Béziers, 1928. Dans son rapport, l'inspecteur à propos de la maison E. Granaud note que les effets ne dépassent pas 2.000 F, ce qui est normal car il s'agit d'une maison vendant à la clientèle bourgeoise.
[2] CAEF : B-34219/2, Rapport d'inspection de la Banque populaire de Béziers, 1935.
[3] « Maurel Ch. »., Cessenon.
[4] « L. Oules », Puisserguier.
[5] « Docks Vinicoles Biterrois », Béziers.
[6] ABDF :Béziers, 1926.
[7] CAEF : B-34219/2, *op. cit.*
[8] Voir des exemples de relevés des inspecteurs de BDF en annexes, p. 1098.
[9] Pour ces dernières, accéder directement aux crédits de la BDF est une position particulièrement « enviable » comme le souligne Gilles Postel-Vinay (Cf. POSTEL-VINAY G., *La terre et l'argent. L'agriculture et le crédit en France du XVIIIe au début du XXe siècle*, Paris, Albin Michel, 1998, p. 352).

« P. Roque » à Lodève, « Lugagne-Delpont » à Clermont l'Hérault, « Thel et Roque P. » à Béziers pour les banques locales ; la Banque privée, la Banque méridionale du Crédit, la Banque Nationale de Crédit, la Société générale, la Société Marseillaise de Crédit, le Crédit agricole du Midi, le Crédit commercial de l'Hérault, le Crédit Lyonnais pour les banques régionales ou nationales. L'inspection des succursales de la BDF permet de mesurer les risques et le bon équilibre financier des principales signatures qui engagent la responsabilité directe de la banque. Tout comme les banques locales, la BDF émet des réserves sur certaines signatures de la banque, c'est-à-dire ses clients directs, notamment en raison de l'étroitesse de la trésorerie, de la moralité douteuse, de la surface financière personnelle ou commerciale trop limitée ou de la trop grande ardeur du négociant[1]. Au contraire, elle donne son aval à certaines opérations, même si elles sont parfois risquées[2]. Parfois, pour renforcer ce dispositif de contrôle et de surveillance, à partir de la fin des années 1920, une note est attribuée de 5 (très risqué) à 1 (très sûr), pratique qui se généralise dans les années suivantes.

Dans tous les cas, la BDF est très sourcilleuse de la gestion locale de la relation entre les banques et les maisons de commerce dont les destins sont particulièrement liés dans le département. Ainsi, à Sète, à la fin des années 1920, sur les 19 endosseurs principaux de la banque Dupuy-Coste, 14 sont des maisons de commerce en vins tandis que 75 % des cédants directs de la BDF (hors banques) sont des négociants en vins. À Montpellier et à Béziers, les négociants représentent respectivement 63 % et 43 % des cédants directs de la BDF[3]. Les chiffres sont moins élevés qu'à Sète, mais le négoce y est la profession la plus représentée pendant cette période. Par ailleurs, les alliances familiales entre le Commerce et la Banque sont très nombreuses : Coste-Dupuy à Sète ou les grandes familles protestantes investies dans le négoce autour de la famille Castelnau à Montpellier (Parlier, Krüger, Cazalis, Leenhardt, Bazille)[4]. Dès lors, à l'inverse et en complément de l'étude d'Annabelle Perdriau qui montre comment certains banquiers investissaient les conseils d'administration des entreprises[5], on observe que dans l'Hérault les négociants investissent massivement les conseils d'administration des banques locales ou de la BDF[6].

Le commerce des vins est donc un élément fondamental de l'équilibre bancaire dans le département. Son financement est vital pour son bon fonctionnement et pour la

[1] C'est le type de critiques qui reviennent le plus souvent dans les rapports d'inspection. Les inspecteurs recommandent alors au directeur de la succursale d'être attentif à telle ou telle signature voire de l'écarter de son portefeuille.

[2] C'est notamment le cas si le papier n'est que trop peu ou au contraire trop divisé mais que le négociant à la tête de la maison jouit d'une bonne réputation.

[3] ABDF : Sète, 1928 ; Montpellier, 1929 ; Béziers, 1928.

[4] Voir l'arbre généalogie « Cazalis-Leenhardt-Bazille », p. 213-215 et les études d'autres stratégies familiales dans le négoce héraultais en annexes, p. 1169 et sq. Ces alliances croisées ne sont pas propres qu'au commerce des vins héraultais. Voir LASTÉCOUÈRES C., *op. cit.* dans l'univers bancaire du Sud-Ouest.

[5] Notamment en Allemagne et en France (phénomène des *interlocking directorates* : liens entre conseils d'administration via l'existence d'administrateurs communs). Cf. PERDRIAU A., « Banques et financement des entreprises » in QUENNOUËLLE-CORE L. et STRAUS A. (dir.), *Financer les entreprises face aux mutations économiques du XXe siècle*, Paris, Comité pour l'Histoire économique et financière de la France, 2007, p. 111-123

[6] Cf. *infra*, p. 656-659.

modernisation de ses infrastructures. Les stratégies financières des maisons de commerce sont donc intimement liées aux stratégies entrepreneuriales de modernisation en cours dans le Commerce et, au même titre que dans l'industrie[1], l'intermédiation de financiers est ici aussi primordiale.

À ces logiques de développement s'ajoutent les stratégies commerciales qui elles aussi connaissent une modernisation.

Des stratégies commerciales entre tradition et modernité

Si le négociant à la tête d'une maison de commerce est contraint, en raison de la conjoncture mais également de la concurrence, de moderniser son outil de production, il doit dans le même temps adapter ses stratégies commerciales. C'est là une logique incontournable dans un monde entrepreneurial où les patrons « attir[ent] la clientèle en rénovant les techniques commerciales. »[2] Mais ce n'est pas la seule logique en œuvre.

Durant la période, ces dernières connaissent une double dynamique. Elles conservent une part de tradition, notamment dans la gestion de l'informel mais elles se modernisent, notamment dans l'optique d'une meilleure valorisation des produits. En outre, afin de limiter les risques, les négociants cherchent à diversifier une partie de leurs activités, parfois sans lien avec le commerce des vins.

Deux atouts traditionnels : contrôle de l'information et contacts personnels

Le contrôle de l'information est un enjeu fondamental dans le commerce des vins. En effet, la circulation de l'information est un préalable nécessaire au bon fonctionnement du marché des vins : évolution des récoltes, fluctuations des cours, tendances générales, réputations. Détenir une information sur un marché particulièrement impressionnable est une arme commerciale de premier ordre. Ainsi, lorsqu'il est question des débats autour du calcul de la cote des vins à Béziers dans les années 1920, la question de la diffusion de l'information est récurrente. Le Colonel Mirepoix, alors la tête de la CGV locale, souligne ainsi, dans une lettre adressée à la CCB en novembre 1921, qu'une mauvaise cote « induit en erreur les producteurs et le commerce extérieur »[3]. Quelques années plus tard, Achille Gaillard, alors président de la CCB, reconnaît qu' « il est de l'intérêt de tous que la commission ait le plus possible de renseignements »[4], accréditant ainsi à la fois la nécessaire diffusion des informations et le contrôle de celles-ci par une partie des acteurs du marché. Dans cette logique, les clients de l'extérieur cherchent à avoir le maximum d'informations et n'hésitent pas à demander des détails à leurs fournisseurs. Ainsi, Augé fait assez réguliè-

[1] LESCURE M., « Le rôle des intermédiaires financiers dans le financement des entreprises industrielles en France dans l'entre-deux-guerres : une approche par les bilans d'entreprises » in MARGUERAT P., TISSOT L., FROIDEVAUX Y. (dir.), *Banques et entreprises industrielles en Europe de l'Ouest, XIXe-XXe siècles : aspects nationaux et régionaux*, Neuchâtel, Université de Neuchâtel, 2000, p. 91-107
[2] DAUMARD A., *Les bourgeois et la bourgeoisie en France*, Paris, Aubier, 1987, p. 190
[3] ADH : 8 M 226, Fonds de la CCB, Commission des vins, Lettre du 30/11/1921.
[4] *Ibid*., Note manuscrite d'A. Gaillard aux présidents des syndicats en vins de Béziers, Marseillan, Pézenas et au Syndicat de courtiers de Béziers, déc. 1927.

rement des comptes rendus de l'état du marché à ses clients[1] tandis que les journaux locaux évoquent les tendances commerciales toutes les semaines[2]. L'État lui-même assure cette diffusion de l'information comme le prouve la correspondance entre les Services des Eaux et Forêts départementaux et le *Vigneron Champenois*, un hebdomadaire de l'Est de la France[3]. Enfin, l'information circule également au sein même du tissu commercial local, notamment lorsqu'il est question de bonnes affaires à réaliser[4]. Cette importance de l'information explique d'ailleurs que les négociants se rendent chaque semaine sur les marchés. Plus que pour y faire des affaires, ils cherchent à connaître les tendances et les dernières confidences qui y circulent sur l'état de la future récolte ou la situation d'un concurrent.

Les renseignements fournis sont généralement assez sommaires. Ils concernent l'état du marché, son évolution récente ou future, la qualité d'une cave. Ils prouvent que la circulation de l'information est un élément clé dans les tendances commerciales. Ainsi, les négociants attendent souvent une décision ministérielle ou la parution d'une nouvelle loi pour se décider à acheter[5] tandis que certaines rumeurs peuvent affoler la courbe des cours[6]. En effet, comme toute activité où la circulation de l'information est primordiale, cette dernière subit de nombreuses manipulations. Ainsi, Augé pour se justifier auprès de Guérin de tarifs assez élevés lui décrit en juin un marché au prix très fermes. Pour étayer ses propos, il s'appuie sur les journaux locaux qui évoquent également la fermeté du marché. Guérin lui répond fin juin : « Quelles que soient les nouvelles propagées par les journaux et les revues, il m'est impossible de croire que les cours sont fermes devant une récolte formidable qui s'annonce. »[7] Cet échange est révélateur car il démontre que les journaux – très souvent aux mains d'intérêts locaux impliqués dans la Propriété ou le Commerce – n'hésitent pas eux-mêmes à propager des informations favorisant les ventes à des prix fermes. C'est pourquoi les clients de l'Extérieur semblent multiplier les sources d'informations afin de faire jouer la concurrence et d'être renseignés au mieux. C'est d'ailleurs confirmé par Miquel, un représentant d'Augé, qui lui fait savoir qu'il connaît par une autre source les prix réels pratiqués dans le département[8]. Un autre client s'appuie sur sa maîtrise de l'information – au-delà de ce que lui raconte Augé – pour obtenir des conditions de ventes plus avantageuses[9].

---

[1] Il adresse à ses représentants une circulaire toutes les semaines sur l'état du marché.
[2] Voir le *Midi Vinicole, L'Éclair* ou *Le Petit Méridional*.
[3] ADH : 7 M 1218, Agriculture, eaux et forêts, Cours des vins, Correspondance, 1923-1933.
[4] Augé reçoit régulièrement des propositions l'engageant à faire de bonnes affaires. Lui-même agit de la sorte avec ses clients. Quelques décennies plus tôt, Roux-Persin, un négociant montpelliérain enjoint Claparède à vendre sa récolte car « la situation actuelle du marché des vins donne bien à penser » (cf. ADH : 5 J 75, Fonds Domergue et Claparède, Lettre du 14/07/1911).
[5] ADH : 7 M 1218, *op. cit.*, Note du 02/12/1925.
[6] L. Vivarès évoque « la fièvre qui s'empare de cette foule à l'annonce des résultats, souvent trompeurs des décuvaisons (…) alors que le signal était donné par trois ou quatre spéculateurs. » (VIVARÈS L., *art. cit.*, p. 23).
[7] ADH : 6 U 2 755, Faillite Augé, Lettre du 22/06/1933.
[8] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Lettre de Miquel, 28/08/1933.
[9] ADH : 6 U 2 755, *op. cit.*, Lettre du 26/09/1933 où Thévenin fait remarquer à Augé que l'un de ses concurrents fait des traites à 45 jours. Augé, devant cette menace à peine voilée de fuite vers la concurrence, est obligé d'accepter.

À l'inverse, les négociants sont également très attentifs à la réputation de leur clientèle. Pour cela, ils peuvent demander des renseignements aux banques elles-mêmes[1] ou à des sociétés spécialisées comme « La Sauvegarde du Commerce » de Béziers à laquelle Augé fait appel régulièrement[2]. C'est un outil primordial car l'ensemble des transactions sont faites à crédit et la non-solvabilité des maisons de commerce n'est pas rare (environ 5-10 % de papier retourné en moyenne durant l'entre-deux-guerres selon les rapports de la BDF). Cette question de la réputation et de l'honorabilité est également le fondement du travail des inspecteurs de la BDF qui examinent avec précision la situation et la moralité de leurs clients, des clients des banques locales ou régionales et des clients des maisons de commerce héraultaises. La circulation de l'information est alors une source précieuse pour assurer la stabilité des pratiques de financement du marché des vins dans le département.

Pour éviter de tels désagréments, les négociants héraultais multiplient également les contacts personnels. Ceux-ci sont importants car les transactions doivent s'établir dans un climat de confiance nécessaire à l'entente commerciale. Cette question de la confiance, entretenue par de bonnes relations personnelles, est très présente dans les correspondances tant avec les fournisseurs qu'avec les clients. Ainsi, au début du siècle, Rassiguier veille à rassurer de potentiels clients sur sa respectabilité commerciale qu'il associe à son statut de propriétaire[3]. À la fin des années 1920, lorsque le courtier Rolland propose une affaire à Augé, il souligne qu' « il ne faudra pas le laisse[r] dans l'incertitude, c'est des gens qui ont confiance et [il] ne faut pas les tromper »[4]. Pour s'assurer de cette confiance, Augé et Dourlan rassurent dans leurs lettres leurs fournisseurs ou leur rendent visite directement[5]. Ils agissent de même avec les clients qu'ils rencontrent lors de compétitions sportives[6] ou lors de visites commerciales comme lorsqu'Augé se rend chez Morel-Masson où il goûte un vin piqué[7]. Paul Jeanjean profite lui de la rentrée des classes, pour, sur le chemin de l'internat où sont scolarisés ses deux fils, rencontrer les clients de la Montagne[8] tandis que Granier, lors d'un voyage d'agrément à Paris propose à un de ses clients de le rencontrer[9]. Parfois, les clients viennent directement chez les négociants. Ainsi, les Granier accueillent certains clients dans leur maison où ils leur offrent le gîte et le couvert, parfois pendant plusieurs jours[10].

Ce lien fort entre confiance et contacts personnels est confirmé par Augé dans une lettre à une maison parisienne. Augé y écrit à un intermédiaire à propos d'un litige : « Je

[1] Ces dernières disposent de détails précis sur la santé financière d'une maison de commerce mais également sur le caractère commercial du négociant : aventurier, précautionneux, prudent, entreprenant, peu scrupuleux, etc. Cf. Domergue qui écrit à la banque montpelliéraine Tissié-Sarrus en 1906 (ADH : 5 J 35, *op. cit.*)
[2] Voir un exemple des renseignements obtenus en annexes, p. 1053.
[3] ADH : 3 U 4 981, Faillite Rassiguier, Lettre à Pelletier à Bercy, le 27/11/1905.
[4] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre de Rolland, [s.d.], 1929.
[5] ADH : 6 U 5 526, *op. cit.*, Lettre à Miallet, 18/09/1925. Dourlan promet à un propriétaire de venir le payer « lors de sa prochaine visite à Pomérols ».
[6] Augé rencontre un client lors d'un match de Rugby à Albi en mars 1929 tandis que Granier suit l'équipe locale de football.
[7] ADH : 6 U 2 755, *op. cit.*, Lettre du 28/08/1933.
[8] Entretien avec H. Jeanjean, avril 2011.
[9] ADH : 106 J 931, lettre à Laurichesse, [s.d. (1936 ?)].
[10] Entretien avec la famille Granier, nov. 2012.

viendrais, et tous les deux nous lui rendront visite, de ce fait, j'espère obtenir de lui un peu plus de confiance. »[1] Le négociant héraultais espère donc que sa venue auprès d'un client mécontent pourra régler le contentieux et éviter les éventuelles poursuites judiciaires, voire développer les relations commerciales. L'importance des liens personnels et leur incidence sur le climat commercial est également significatif dans sa correspondance avec Miquel qui est l'intermédiaire pour la Coopérative de consommation des mines de Carmaux. Alors que les deux se connaissent par des rencontres régulières[2], Miquel, qui dans les premières lettres tutoie Augé, prend un ton plus distant, marqué par le vouvoiement et le terme « Monsieur », quand le négociant héraultais refuse de lui payer son intervention et ne lui donne plus de nouvelles. Finalement, lorsque Miquel reçoit le chèque, il reprend le tutoiement et introduit sa lettre par un « Cher Jules » amical. Cet épisode est particulièrement révélateur des relations personnelles entre les acteurs du secteur et de leur contours à géométrie variable. Preuve de cette importance des contacts personnels, la correspondance Domergue-Claparède ignore les négociations commerciales jusqu'à la mort de Domergue qui négociait directement sur les marchés ou à la propriété. Lorsque son beau-fils, moins connu des fournisseurs-clients, reprend l'activité, des négociations – intenses parfois – surviennent[3]. Même les manuels de jurisprudence reconnaissent qu'avec les partenaires habituels, certaines obligations, comme l'agréage, ne sont pas effectuées[4].

Ces liens personnels s'ils sont un gage de continuité dans les affaires permettent, enfin, de développer son réseau de clientèle par le biais des recommandations, très nombreuses dans la correspondance. Augé réalise plusieurs affaires par ce biais[5] tandis que Dourlan recrute un représentant dont il connaît bien le père. Il lui a fait goûter des vins qui lui ont plu et en a parlé à son fils[6]. Ainsi, ici, le réseau se construit par capillarité et, cela, grâce aux contacts personnels.

Au cœur de ces relations personnelles et de cette gestion de l'informel se trouve la problématique de la respectabilité et de l'honorabilité qui sont deux valeurs fondamentales sur le marché des vins. En effet, sur ces dernières se construisent la crédibilité commerciale et donc la prospérité de la maison de commerce. Elles sont d'autant plus importantes que les négociants s'inscrivent dans des réseaux protéiformes[7]. Il est donc primordial de les entretenir par le biais de contacts personnels qui vont depuis la participation à un événement familial exceptionnel[8] jusqu'à la réception dans les magasins des fournisseurs que le patron reçoit lui-même tous les jours comme c'est le cas chez les Granier.

[1] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre à Sainsard, 25/03/1929.
[2] Notamment lors de vacances communes à Vichy en août 1933.
[3] ADH : 5 J 19, 35 et 75, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance 1900-1927.
[4] MERCIER G. et GUIBAL J., *op. cit.*, p. 71 et sq.
[5] Miquel dans une lettre du 28/08/1933 lui apprend qu'il va recevoir une lettre d'un certain Famy de Bordeaux qui veut lui commander 100 hl tandis que l' « Agence centrale des vins d'Algérie » le contacte en juillet 1929 pour en faire son représentant sur les conseils de la maison Gaillac de Saint-Ouen qui travaille avec lui.
[6] ADH : 6 U 5 526, *op. cit.*, Lettre de Vinot, 25/11/1925.
[7] Voir le réseau égocentré autour de J. Prats en annexes, p. 1181.
[8] Domergue invite Faivre l'un de ses clients au mariage de sa fille. Dans les années 1950, on retrouve dans la correspondance de la famille Granier des avis de décès des clients.

Néanmoins, ces contacts interpersonnels ne suffisent plus sur un marché qui se complexifie et se tend, d'où la nécessité d'opter pour des stratégies plus modernes.

Un exemple d'orientation entrepreneuriale efficace et lucratif : la diversification

Pour répondre à la crise et face à un marché des vins sans cesse fluctuant, les négociants héraultais cherchent à renforcer à la fois leur surface financière et leur surface commerciale. Pour cela, ils veillent, dans une logique de stabilisation, à diversifier leurs activités.

En effet, dans l'optique de limiter les risques ou de multiplier les sources de revenus, les négociants cherchent à trouver de nouvelles solutions commerciales pour conserver une surface financière qui leur permette d'avoir les ressources nécessaires pour acheter les vins. Cela passe tout d'abord par le commerce des produits agricoles. Ainsi, dès le début du siècle, Domergue vend de l'huile d'olive, de l'avoine et s'intéresse fortement en 1901 à une affaire semble-t-il fructueuse de vente de café en provenance du Mexique[1]. À Sète, la maison « Michel, Nègre et Cie » est spécialisée dans le négoce des vins, mais également des denrées coloniales et des grains[2]. En 1930, Augé s'associe avec son beau-frère, Sutra, pour développer un commerce de grains et de fourrages[3]. Il s'agit pour lui d'un retour aux sources puisqu'à l'origine, Augé commerçait les grains et les fourrages. À partir de cette date, il est donc en même temps négociant en vins, son activité principale, et négociant en grains et fourrages, son activité secondaire qui lui assure un revenu complémentaire. Augé n'est pas un cas isolé et on retrouve à plusieurs reprises, dans les villes et villages héraultais, des exemples de négociants, dans les années 1920, qui occupent des positions d'intermédiaires en matières premières.

Tab. 28 : Des exemples de diversification dans les années 1920

Nom du négociant	***Ville ou village***	***Produits commercialisés***
Vidal et Pintat	Capestang	Fourrages, grains, farines
Fave	Montagnac	Engrais, fourrages
Bonny	Montagnac	Engrais
Soulairol	Aspiran	Engrais
Cabrol	Béziers	Grains, Fourrages
Julien	Sète	Souffres, Engrais[4]
Hubidos	Sète	Fruits et légumes[5]

Source : *Annuaire de l'Hérault, 1920-1930*

[1] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, 1899-1910.
[2] ABDF : Sète, 1901.
[3] ADH : 6 U 2 763-765 Faillite Sutra-Augé, négociant en fourrages à Cessenon, 1930-1933.
[4] En 1919, la puissante famille Julien fonde « Société méridionale de souffres, engrais et produits agricoles » (Cf. ABDF : Sète, 1920).
[5] Au début des années 1920, Hubidos ouvre une usine de conserve de fruits et légumes à Perpignan (Cf. ABDF : Sète, 1921).

Un autre type de diversification concerne les services financiers. Nous avons relevé que les maisons de négoce, quelle que soit leur taille, prêtaient de l'argent à d'autres négociants ou à d'autres acteurs du monde viti-vinicole héraultais. Cette positionnement en tant qu'intermédiaire financier s'explique au début du siècle par « une situation qui peut devenir très instable » et pousse les banques « à n'avoir d'autre issue que d'interrompre » les prêts[1]. Pour contourner des prêts bancaires parfois peu adaptés (termes trop courts, prêts hypothéqués, frais trop importants), on fait alors appel aux négociants. C'est là une source de diversification financière conséquente et les sommes prêtées sont parfois très importantes à tel point qu'elles en deviennent la première source de revenus. Alors que l'usage du prêt interpersonnel tend à reculer au tournant du siècle[2], le négoce héraultais le pratique encore massivement. En 1904, Jean Prats prête 1.400 F sur 10 ans à une connaissance. Symbole de sa rapide fortune, en 1929, il prête 750.000 F sur 8 ans à 10 % à une autre personne[3]. En 1920, Albert Bühler fait de même et prête sous la forme d'une obligation 250.000 F à une connaissance[4]. À Sète, Georges Domerc et Albert Isenberg, tous deux impliqués dans le négoce local, prêtent abondamment de l'argent à des maisons de commerce sétoises et montpelliéraines pour financer leur activité[5]. Le prêt est contracté sur 5 ans à 8%. Mais ces prêts concernent également des maisons et des sommes de moindres envergures, notamment dans les zones rurales où la pratique des prêts interpersonnels est fréquente. À Mèze, François Bessière prête 3.000 F sur 10 ans à 5% à un tiers en 1912[6]. Son fils poursuit cette pratique par la suite avec des montants plus importants, entre 4.000 et 7.000 F[7]. À Poussan, François Nègre prête des sommes allant de 800 à 5.000 F[8]. En 1926, Dourlan sert d'intermédiaire entre deux de ses clients pour un prêt d'argent[9]. D'autres maisons orientent leurs diversifications vers les activités financières en qualité de principaux endosseurs de la BDF et des banques régionales. Ainsi, dans le cas de lettres de change, ces maisons sont les bénéficiaires de la traite et par conséquent avancent l'argent nécessaire au règlement de la transaction, avec bien évidemment la perception d'intérêts[10].

---

[1] POSTEL-VINAY G., *op. cit.*, p. 352.
[2] DAUMARD A., *op. cit*., p. 204.
[3] ADH : 3 Q 15410, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 37-322/1891.
[4] ADH : 3 Q 1875, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Béziers, 93-525/1908.
[5] Domerc prête par exemple de l'argent à Jules Philippon quand ce dernier rachète les parts de son associé décédé en 1926 (ABDF : Sète, 1928). Isenberg lui est le grand financier du commerce sétois et Montpelliérain jusqu'aux années 1920. Mais de mauvais placements et l'implication dans deux faillites en 1922-23 (dont celle de la maison Leenhardt-Bazille de Montpellier) lui font perdre une grande partie de sa fortune. Entre 1900 et 1920, il prête à de nombreuses maisons de la région comme « L. Brouillonnet », « Pastor Frères », « Leenhardt-Bazille » ou « B. Fayet ». Il finance également, avec Domerc, une partie des « Docks et entrepôts de Sète ».
[6] ADH : 3 Q 7839, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 1-95bis/1866.
[7] ADH : 3 Q 7868, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 30-2013/1898.
[8] ADH : 3 Q 7852, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 10-14/1871.
[9] ADH : 6 U 5 526, lettre du 29/09/1926.
[10] BDF, rapports d'inspections : citons pour les années 1900 : les maisons « Gross » à Béziers, « Catalan » à Montpellier, « Bergnes » à Sète ; pour les années 1920 : les maisons « P. Crozals » à Béziers, « Longobardi » à Montpellier ; pour les années 1930 : les maisons « Cassier » à Béziers, « Bénézech » à Gignac, « Herber et Conge » à Sète ; pour les années 1940 : les maisons « Balmefrezol » à Magalas, « Galot » à Montpellier, « Les fils de Louis Huc » à Béziers. Pour les années 1950-60, les principaux endosseurs/signatures n'apparaissent plus dans les rapports de la BDF.

La récurrence de ces pratiques[1] s'explique de deux manières. Tout d'abord, les négociants sont sollicités car ce sont des « manieurs d'argent ». Leur activité demande de nombreux fonds et ils sont reconnus dans la société languedocienne comme des acteurs disposant de capacités financières importantes. Ainsi, on fait appel à leurs réserves afin de pouvoir financer une activité ou acheter un terrain. C'est le cas en ville auprès des grandes familles mais également dans les zones rurales[2]. Ainsi, après avoir fait fortune en tant que fondés de pouvoir de la maison « D. Chauvain », les frères Clarac sont régulièrement sollicités pour des prêts de 80.000, 100.000 ou 150.000 F dans les années 1920[3]. Il n'est ainsi pas étonnant de relever que lorsque Pierre Hubidos quitte le commerce des vins au début des années 1930, il devient agent de change à Sète[4]. L'autre raison est liée à la première. La bonne marche d'une maison de commerce nécessite, nous l'avons vu, un puissant financement. Dès lors, les obligations et les signatures sont un moyen d'autofinancement assez efficace. En effet, ils apparaissent alors comme des placements fructueux avec des taux fixés, semble-t-il, de gré à gré et variant entre 3 et 10 % par an. À travers ce désir d'accumulation de capitaux, les négociants s'inscrivent dans des pratiques bourgeoises classiques « indispensables pour étayer les réserves des entreprises, puisque celles qui en sont dotées peuvent résister aux coups durs de la conjoncture ; pour gonfler les fonds (propres et de roulement) des firmes pour assurer leur autofinancement et freiner le recours au banque. »[5] Dans cette optique, les prêts permettent – pour les patrons les plus aisés – de répondre en partie à cette nécessité entrepreneuriale d'autofinancement[6].

Le dernier type de diversification d'envergure concerne les activités viti-vinicoles. C'est tout d'abord la diversification des services offerts par la maison de négoce : forfait, commission, barricaille. Le plus souvent, en période de difficultés, des négociants forfaitaires deviennent également commissionnaires comme les « Frères Cardaire » ou « Louis Cattelat » à Montpellier, « Clauze » ou « Barral » à Béziers[7]. C'est le cas pour Dourlan qui, preuve des difficultés qu'il rencontre, dès la fin 1925 mais surtout en 1926, fait le deuil de son indépendance et propose ses services à plusieurs grandes maisons de Paris, de Thuir ou de Beaucaire pour devenir leur représentant en vins blancs dans la région[8]. Il réitère cette démarche auprès de maisons parisiennes et du Nord quand il reprend son activité en 1929.

[1] L'étude du sommier du répertoire général indique que c'est une pratique courante et constante dans toutes les familles de négociants.
[2] F. Nègre à Poussan par exemple au début du siècle. (ADH : 3 Q 7852, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 14-40/1871.
[3] ADH : 3 Q 15385, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 12-533 et 534/1869. Dans la période suivante, c'est exactement la même dynamique avec A. Clauzel, leur successeur, qui est pourtant d'origine très modeste.
[4] *Annuaire de l'Hérault*, 1933.
[5] BONIN H., *L'argent en France depuis 1880. Banquiers, financiers, épargnants*, Paris, Masson, 1988, p. 63.
[6] VERLEY P., « Autofinancement et financement par le marché (1850-1914) » in QUENNOUËLLE-CORE L. et STRAUS A. (dir.), *op. cit.*, p. 41-61.
[7] Il est intéressant de noter à ce sujet que certains négociants pour bien marquer la différenciation entre les deux activités – et sans doute également pour des raisons fiscales – donnent deux adresses différentes pour leurs deux activités comme Ducros Manuel ou Fize Justin à Béziers ou Andrieu Hyppolyte.
[8] ADH : 6 U 5 526, Lettres aux maisons « Violet frères » (Thuir, nov. 1925), « Lesoille » (Meuse, mars 1926), « Baron-Berton » (Gard, déc. 1926), « Darmoy », « Duval » (Paris, déc. 1926), « Desbray » (Clichy, déc. 1926), « Nicolas » (Charenton, déc. 1926).

Mais la diversification concerne le produit lui-même. Ainsi, Dourlan, explique dans une lettre à Vinot, l'un de ses représentants les plus actifs, que le commerce des picpouls blancs n'est pas suffisant et qu'il va « bientôt, avec un associé, commercialiser des rouges et des rosés »[1]. Cette logique de diversification s'explique par l'objectif de trouver de nouveaux revenus et de nouveaux débouchés soit car le marché est contracté et insuffisant – c'est le cas de Dourlan – soit dans une logique de redéploiement des activités comme la maison « E. Insenberg » de Sète qui est spécialisée, depuis le début du siècle, dans les vins fins et qui dans la seconde moitié des années 1920 se lance dans la commercialisation de VCC[2]. À l'inverse, la maison « Milhaud », à la fin des années 1920, ajoute à sa gamme de production des vins fins et des apéritifs[3]. Les plus grandes maisons proposent un très vaste panel de produits comme en atteste les cartons de prix-courant de la maison « Cazalis & Prats » : près de 60 produits sont proposés dans les années 1900-1910, près de 50 dans les années 1920[4].

Enfin, certains négociants, qu'ils soient forfaitaires ou commissionnaires, dans cette logique de diversification des activités viti-vinicoles, ouvrent leur maison de commerce à d'autres types de négoce. Ces pratiques concernent ici à la fois les grandes ou les petites structures et tant les zones rurales que les zones urbaines. En occupant le champ commercial viti-vinicole, les négociants héraultais s'assurent ainsi des rentrées d'argent supplémentaires, rendues possibles par l'extension de leurs activités dans un domaine nouveau mais où ils sont déjà connus et dont ils maîtrisent les réseaux. Voici ci-dessous quelques exemples de cette diversification :

Tab. 29 : La diversification viti-vinicole durant l'entre-deux-guerres

Nom du négociant ou de la maison	***Ville ou village***	***Activités***
« Bouillon frères »	Boisseron	Location de futaille
« Fr. Guy »	Béziers	
« Cazalis & Prats »	Sète	
« Les Fils de Louis Huc »	Béziers	Location de wagons-réservoirs
« Ets P. Vidal »	Nissan	
E. Euzet	Les Matelles	Distillateurs
Bigot	Pouzolles	
Pouget	Alignan	
Abric	Villeveyrac	Détartreurs
Satgé	Paulhan	
« Banq et Pédéssau »	Marseillan	Négociants en tartres
Bouissières	Puisserguier	
Fabre	Pézenas	
« J. Euzet »	Sète	Compagnie maritime de transport

Sources : *Annuaire de l'Hérault,* 1920-1930 et publicités diverses

[1] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Lettre à Vinot, 10/01/1926.
[2] *Annuaire de l'Hérault*, 1926.
[3] *Annuaire de l'Hérault*, 1929.
[4] Fonds privés, J. Prats. Voir le prix courant de la maison « Cazalis & Prats » en annexes, p. 1148.

S'il est délicat de savoir quelle a été la première activité occupée et laquelle est la plus rémunératrice, il est indéniable que cette diversification, qui reste toujours dans le domaine viti-vinicole, vise à réduire les effets des crises de mévente qui frappent cycliquement la filière.

Cette stratégie de consolidation entrepreneuriale est complémentaire des logiques familiales qui structurent le négoce pendant notre période d'étude.

Stratégies familiales et consolidation entrepreneuriale

Dans une période marquée par les incertitudes et les nombreux aléas, la famille semble apparaître comme le socle fondamental de la pérennisation de l'entreprise de négoce. Le lien entre famille et patronat est un sujet qui a connu de nombreux débats discutant des limites de ce que l'on appelle la « famille » dans une entreprise familiale[1]. Pour notre étude, dans laquelle nous avons déjà souligné la dimension familiale des entreprises, la conception de la famille n'est pas celle d'une famille nucléaire mais plutôt celle de la famille et ses alliés. Il ne s'agit pas d'ailleurs d'un phénomène circonscrit à notre étude et à notre période puisque d'autres logiques familiales de consolidation entrepreneuriale ont déjà été étudiées en France dans le monde du vin[2] ou non[3].

Dans le cas du Commerce héraultais, ces alliances familiales, qu'elles soient volontairement conçues ou non[4], se construisent dans deux dimensions qui se recoupent : la première concerne l'espace transactionnel lui-même qui s'opère au sein de la famille, plus ou moins élargie ; la seconde a trait à l'espace entrepreneurial dont les composantes sont des membres de la famille élargie. Dans les deux cas, ces stratégies sont soit horizontales dans le cadre d'une fratrie et de ses alliés, soit verticales, entre parents et enfants et visent à limiter les ruptures générationnelles qui pourraient fragiliser la consolidation entrepreneuriale amorcée par les premières générations[5].

Bien souvent, l'ouverture d'une maison de négoce est conditionnée à la possibilité de pouvoir écouler sa propre production de vin[6]. Dans l'étude des logiques de vente et d'achat au sein d'une famille – plus ou moins étendue – et des alliances commerciales qui

[1] Voir à ce sujet FONTAINE L., « Rôle économique de la parenté », *Annales de démographie historique*, 1995, p. 5-16 ou AMANN B et ALLOUCHE J., « L'entreprise familiale, un état de l'art », *Finance, Contrôle, Stratégie*, vol. 3, n° 1, 2000, p. 33-79

[2] LUCAND C., *op. cit.*, p. 477 et sq.

[3] VABRE S., *op. cit.,* p. 120 et sq. ou AMANN B. et SABOLY M., « L'entreprise Amouroux frère au début du siècle : paradoxes d'une gestion atypique », *Entreprises et histoire*, 2001/2, n°28, p. 77-88.

[4] LEMERCIER C., « Analyse de réseaux et histoire de la famille : une rencontre encore à venir ? », *Annales de démographie historique*, 2005/1 no 109, p. 19.

[5] On retrouve ces stratégies dans de nombreuses autres filières comme par exemple la laine. Cf. DAUMAS J.-C., *L'amour du drap…, op. cit.*

[6] Néanmoins, à la différence du vignoble bourguignon, ce n'est pas toujours le cas, notamment dans les grands centres expéditeurs où certains négociants ne possèdent pas de vignobles. C'est particulièrement le cas à Sète où le lien avec la vigne est nettement moins marqué que dans d'autres villes. Ainsi, Gaston Cazalis et Jean Prats ne possèdent aucune propriété viticole.

s'y nouent, le croisement des arbres généalogiques et des répertoires de fournisseurs est très révélateur des stratégies commerciales[1]. La famille Granier de Magalas vend ainsi directement entre 1.000 et 2.000 hl du vin produit par les vignes familiales. Mais la maison de commerce permet également d'écouler les productions des membres de la famille étendue comme les cousins Laurent, Jean, Nestor et Jules entre 1900 et 1930. Paul Granier achète également du vin à la famille Granier des Nières d'où est originaire sa mère, Louise (et dont le père s'appelle également Granier). C'est également le cas pour les familles par alliance. Ainsi, Camille Granier épouse en 1888, Marie Durand, dont la mère se nomme Justine Vernhes. Les livres d'achats rapportent que sur toute la période, la famille Vernhes est un fournisseur régulier des Granier tandis que les frères de Marie Durand fournissent leur récolte à la maison « Granier » avant de disparaître des archives au milieu des années 1920. Parfois, les alliances familiales sont encore plus anciennes et lointaines comme avec les familles Mas[2] et Gelly[3] à Magalas ou Cros[4] à Roquebrun qui sont également des fournisseurs réguliers de la maison « Granier ».

Les stratégies familiales peuvent également être impliquées dans les logiques de renforcement des relations commerciales. Ainsi, Joseph Granier épouse en 1916 Louise Trinché dont la famille est un fournisseur régulier de la maison depuis le début du siècle. En outre, la famille Bédrines, du côté paternel de Louise, est également un des producteurs les plus réguliers de la famille Granier. Le mariage symbolise ici la solidité des relations commerciales et vient parachever, dans une logique endogamique encore répandue au début du siècle, la construction d'un édifice commercial robuste, basé sur des relations interpersonnelles fermes qui garantissent la bonne tenue de ces relations commerciales. Dans ce cas de figure, le mariage a même un impact, semble-t-il, sur le déplacement géographique des transactions car, quand Camille décède en 1932 et que Joseph prend sa place, la proportion d'achats effectués à Roujan, d'où est originaire une partie de la famille Trinché, augmentent considérablement[5].

Enfin, les alliances et stratégies familialo-commerciales sont également notables lorsque la maison « Granier » achète l'ensemble de la production à l'origine fragmentée d'une même famille : à Alignan-du-Vent avec la famille Lenthéric[6], à Roquessels avec la famille Jammes[7] et à Servian avec la famille Roques[8]. Ici aussi, le fondement de cette orientation semble être la garantie, pour les deux parties, de réaliser des transactions dans un climat de confiance. C'est également la certitude de pouvoir écouler l'ensemble du stock familial, notamment en période de crise, dans le cadre de négociations qui, très vrai-

[1] L'ensemble des éléments ci-après provient du croisement des livres d'achat de la maison « Granier » (ADH : 106 J 10-26), de l'arbre généalogique de la famille Granier disponible en ligne (http://membres.multimania.fr/granier/) et de l'entretien avec la famille Granier en novembre 2012. Voir l'arbre généalogique simplifié en annexes, p. 1177.
[2] Mariage Mas-Granier en 1878.
[3] Mariage Gelly-Granier en 1850.
[4] Mariage Cros-Trinché en 1838.
[5] Augmentation de 75 % entre 1923 et 1933.
[6] ADH : 106 J 17-21, Fonds Granier, Achats, 1913-1923.
[7] ADH : 106 J 21, Fonds Granier, Achats, 1923.
[8] ADH : 106 J 24, Fonds Granier, Achats, 1933.

semblablement, impliquent la réciprocité née de l'engagement – peut-être forcé – d'acheter l'une et l'autre des caves[1]. Ces relations mêlant liens familiaux et intérêts commerciaux sont également de mise avec les courtiers. Ainsi, tout au long de la période, la famille Granier fait appel aux courtiers Cols : Stanislas Cols puis sa fille Zélie[2].

Dans certains cas, pour éviter d'être à la merci des maisons de commerce extérieures et pour avoir la certitude à la fois d'écouler sa production et de multiplier les sources de revenu dans une même famille, il n'est pas rare de voir des familles phagocyter l'espace commercial dans un même village. À Neffiès à la fin des années 1920 par exemple : Jean Mazet est courtier, Raoul Mazet est négociant et Henri Mazet propriétaire[3]. À Mireval en 1920, les Verrier sont commissionnaire pour l'un, courtier pour l'autre[4]. À plus longues distances géographiques, les maisons de commerce héraultaises disposent de membres de leur famille dans les bassins de consommation comme la maison « J. Euzet » dont l'un des cousins, Albert, est représentant de commerce à Limoges[5]. Dans la même logique, à Frontignan, la maison « L. Bouthier » dispose à Lyon et à Paris de deux représentants qui ne sont autres que les fils de Léon, le chef de la maison[6]. C'est ainsi la certitude de pouvoir vendre sa marchandise sans prendre (trop) de risques mais également de limiter les frais des intermédiaires, qu'ils soient extérieurs ou non. C'est enfin l'assurance de travailler dans un climat de confiance, critère important dans une période où la concurrence s'exacerbe. Enfin, les négociants d'origine étrangère, installés dans le département depuis un plus ou moins important laps de temps, gardent des liens commerciaux forts avec leur famille : l'un des fils Bühler, Paul, se rend régulièrement en Suisse dans les années 1920.

Les stratégies familiales sont aussi en œuvre dans la gestion entrepreneuriale des maisons de commerce. Incontestablement, si l'on prend en compte les raisons sociales des maisons durant la période, le négoce des vins apparaît, de manière générique, comme une « entreprise familiale », c'est-à-dire gérée en famille. Les exemples sont nombreux dans les grands centres d'expédition mais également dans les villages : « Catalan frères », « Roudil frères » à Montpellier ; « Laurens frères », « Sauvignon, Roussard et fils » à Sète, « Andrieu frères », « Argelliès père et fils » à Frontignan ; « Poujade frères » à Mèze ; « Milhaud frères » à Poussan ; « Bonnier père et fils » à Saussan ; « Buridon frères », « Les Fils de Louis Huc », « Granade et fils » à Béziers, « Bony père et fils et gendre » à Clermont-l'Hérault ; « Combes frères à Fabrègues », « Balmefrezol et ses fils » à Magalas[7]. Cette gestion collective familiale est essentiellement guidée par la volonté d'assurer la pérennité de la maison de commerce en s'appuyant sur des membres de la famille dont on est certain

[1] Il ne faut pas non plus négliger l'action du courtier dans ce cadre d'ajustements transactionnels qui peut mettre en balance l'obligation d'acheter une cave pour en avoir une autre.
[2] Entretien avec la famille Granier, nov. 2012.
[3] *Annuaire de l'Hérault*, 1930.
[4] *Annuaire de l'Hérault*, 1920.
[5] *MV*, 23/04/1959.
[6] ABDF : Sète, 1926.
[7] *Annuaires de l'Hérault* de 1920 à 1939.

de l'honnêteté et de l'implication pour assurer la bonne marche des affaires commerciales. Cela renforce également la certitude que la maison de négoce, bien familial, reste dans le giron de la famille. Ainsi, très rapidement, les enfants sont associés aux affaires de la maison et aux transactions afin « d'apprendre le métier », comme Joseph Granier qui travaille auprès de son père Camille dès le début des années 1910[1] ou Maurice Jeanjean qui associe dès les années 1920 son fils, Paul, à l'entreprise familiale comme il l'avait été lui-même avec son père au tournant du siècle[2]. Dans le cas des associations fraternelles, c'est souvent l'occasion de mettre en commun un capital –conséquent – et de partager les frais – lourds – que réclame la gestion d'une maison de commerce. Cela permet d'éviter un affaiblissement certain si le patrimoine commercial est dilapidé entre les héritiers.

Outre la sérénité, la réduction des frais et le plus grand poids financier qu'implique l'association père-fils ou frère-frère, ce partenariat s'opère également dans l'objectif, à long terme, d'une transmission au moment de la mort ou de l'invalidité du patriarche. Ainsi, en 1932, après la mort de son père, Paul, le 7 mars, Joseph Granier se rend au tribunal de Commerce de Pézenas, le 6 juin, pour y faire une déclaration de radiation[3]. Dans le même temps, en tant « qu'héritier de son père Camille Granier[4] », il fait une déclaration d'inscription modificative de l'immatriculation[5]. L'entreprise « Camille Granier » est officiellement à lui et il en prend la direction effective[6]. De fait, dans une logique successorale traditionnelle, l'aîné de la famille prend la suite de son père. Dans le cas de la famille Jeanjean, le même processus est en œuvre. Maurice succède à son père en 1912 à l'âge de 33 ans[7]. Parfois, pour éviter les divisions, l'entreprise est confiée à l'ensemble des survivants, comme dans le cas de la famille Vivarès à Frontignan dont la maison, « Vivarès Jeune », la plus importante de la ville à l'époque, est gérée par les deux aînés[8]. En revanche, il peut arriver que la maison soit partagée entre les fils qui continuent, chacun de leur côté, le métier de négociant dans le cadre d'un partenariat familial semi-indépendant. Ainsi la maison mézoise « Arnaud Paulin » qui est partagée entre les trois fils de la famille qui ouvrent chacun une maison de négoce à Mèze, à Montpellier et à Paris[9]. À Sète, les frères Roux, Maurice et Henri, à la suite d'une dispute, se partagent le négoce paternel en 1921[10]. Parfois, ceux qui ne désirent pas s'engager dans le commerce des vins revendent leurs parts aux héritiers qui souhaitent s'y impliquer. C'est le cas par exemple de Marius et Louis Chauvain qui rachètent les parts de leurs cinq frères et sœurs dans la maison familiale « D. Chauvain et Cie » en 1907[11].

---

[1] Entretien avec la famille Granier, nov. 2012.
[2] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 67.
[3] ADH : 106 J 225, Fonds Granier, Registre chronologique du commerce, récépissé, 06/05/1932.
[4] Que tout le monde (et nous même ici pour le différencier de son père qui s'appelait déjà Camille) appelle Paul.
[5] *Ibid*., déclaration aux fins d'inscription modificative de l'immatriculation.
[6] *Ibid*., registre analytique n°4543, 6 juin 1932.
[7] Puis Paul à Maurice en 1946 et Bernard et Hugues à Paul en 1965. Cf. JEANJEAN M., *op. cit.*, généalogie simplifiée de la famille Jeanjean, p. 193.
[8] ABDF : Sète, 1905.
[9] ABDF : Sète, 1910.
[10] Entretien avec Madame Salasc, mars 2013.
[11] ADH : 3 Q 15406, Enregistrement, Sommier du répertoire général, 33-268/1884.

En outre, dans le cas de la disparition prématurée du chef de famille ou de l'absence de descendance, l'épouse reprend parfois le flambeau entrepreneurial en attendant que l'aîné soit en mesure de prendre la relève comme les maisons « Veuve Longuelanes » à Béziers, « Veuve Crouzet » à Prades-le-Lez, « Veuve Arnaud » à Mèze ou « Veuve Olive » à Frontignan. Il est difficile de savoir si ce sont elles qui, effectivement, dirigent l'entreprise mais leur présence suffit à assurer la pérennité et la continuité de l'entreprise dans une période de crise familiale (la perte du chef de famille) et parfois même générale (contexte de crises cycliques). Cette question de la continuité est importante. Elle est symbolisée par le nombre important de maisons qui, une fois le fondateur disparu, gardent assez régulièrement la raison sociale originelle en y adjoignant le terme « fils » ou « ainé » : « Pétrier fils » à Béziers, « Boutang fils » à Lunel, « Milhaud fils » à Montpellier. Il s'agit là, en conservant le nom, de confirmer par cette continuité symbolique l'assise de la maison de négoce, sa réputation et sa permanence. L'un des cas les plus emblématiques est celui de la puissante maison « Louis Huc ». En 1927, la maison passe sous la direction effective de Pierre qui assure la succession de son père malade[1]. La maison prend alors le nom de « Pierre Huc » [2] mais devant les difficultés que rencontre alors l'entreprise, cette dernière reprend le nom de son fondateur pour devenir, au début des années 1930, « Les Fils de Louis Huc ». Cet exemple prouve bien que le nom est l'un des marqueurs forts de la réputation d'une maison.

D'ailleurs, la famille sert également à contourner une mauvaise réputation. Ainsi, en 1901, Allègre, un négociant mézois condamné par la justice et les services fiscaux à la fin des années 1890, continue le commerce sous le nom de ses filles[3]. En 1922, le rapport de la BDF de la succursale de Sète relève qu'un négociant de Mèze travaille sous le nom de son fils pour éviter d'avoir à payer la taxe sur les bénéfices de guerre. Fils ne lui sert alors que de prête-nom[4]. Quelques années plus tard plus tard, un négociant de Bédarieux, mal réputé, agit de la même sorte, avec sa femme cette fois-ci[5].

Enfin, l'administration familiale concerne également l'implication de la famille élargie. Ainsi, les correspondances Augé et Dourlan nous permettent d'apprendre qu'Augé est associé dans sa maison de négoce avec son beau-frère Puech[6] tandis que Dourlan cherche en réalité à relancer la maison de commerce de son beau-père. D'ailleurs, lorsque ce dernier tombe malade en 1927, Dourlan arrête toutes ses activités, avant d'essayer de se relancer à son propre compte de manière infructueuse en 1929[7]. Dans le cas d'Augé, Sutra est essentiellement chargé de l'administratif. Ici aussi, le soutien familial permet de pouvoir s'appuyer sur des personnes de confiance et de limiter le nombre d'employés. À Frontignan, la puissante maison « Victor Anthérieu » est gérée par les beaux-fils de Victor An-

[1] Lequel décède un an plus tard. (*AM*, 15/06/1928).
[2] *Annuaire de l'Hérault*.
[3] ABDF : Sète, 1901.
[4] ABDF : Sète, 1922.
[5] ABDF : Béziers, 1933.
[6] ADH : 6 U 2 746-755, Faillite Augé, Correspondance, Lettres diverses.
[7] ADH : 6 U 5 526, Lettres du Sieur Dourlan, Correspondance, Lettres diverses.

thérieu, Eugène Orsetti et Georges Soubrier jusqu'aux années 1960, tandis qu'à Sète, la maison « Clarac frères et Clauzel » est dirigée par les frères Clarac et leur beau-frère Clauzel dans les années 1920, tout comme la maison « Cazalis & Prats » est gérée par le beau-fils de Gaston Cazalis, Maurice Péridier, et le fils de Jean Prats, Jean-Honoré[1]. D'ailleurs, assez régulièrement, en l'absence de descendance masculine, le beau-fils reprend l'activité de son beau-père, comme Paul Rouanet qui, en 1933, reprend la maison « J. Bouttes » à laquelle il est associé depuis le milieu des années 1920[2]. À Sète, en 1923, la maison « A. Herber » devient « Herber et Conge » quand le fils d'Adolphe, Jules, et son gendre, Ernest Conge, reprennent sa succession[3]. Dans la maison sétoise « J. Alby », le fils de la sœur du beau-frère d'Ernest Alby, Martin Schwarz, est le fondé de pouvoir jusqu'à son décès en 1935.

Dans ce contexte et dans cette dynamique de consolidation-transmission, il est logique que les mariages entre familles de négociants soient nombreux et récurrents. Ces alliances visent à renforcer les liens commerciaux entre deux maisons, à accroître et stabiliser le patrimoine des deux familles ou à assurer la transmission d'une maison dans une autre. À Montpellier, les mariages croisés entre les familles de négociants protestants Leenhardt, Parlier, Krüger, Warnery, Bazille et Cazalis se multiplient entre la fin du XIXe et le début du XXe siècle (fig. 18a, b, c, pages suivantes). Ces unions sont renforcées par la présence de la famille Castelnau, à la tête de la plus grande banque locale à cette période et qui finance activement le commerce des vins[4], ainsi que les Pomier-Leyrargues, une des plus grosses fortunes terriennes et financières du Montpelliérais. Ces unions accentuent la concentration du pouvoir commercial sur le marché des vins montpelliérains, phagocyté par ces quelques familles à la tête des plus puissantes maisons[5] de la région et du pays jusqu'aux années 1930. L'arbre généalogique ci-dessous rend bien compte de ces unions intra et interfamiliales dans le négoce montpelliérain. Par souci de lecture et de commodité, nous avons scindé cet arbre généalogique en trois parties. Dans chaque « branche », certains individus, communs à deux branches, sont mis en évidence par un jeu de couleur qui permet de les repérer plus facilement.

Dans une démarche de simplification, nous n'avons conservé que les grandes familles montpelliéraines qui permettaient de mettre en exergue ces logiques matrimoniales. Mais, fort logiquement, d'autres familles de négociants viennent de temps à autre se greffer sur ce noyau endogamique complexe et attractif. C'est le cas par exemple du négociant Paul Nègre qui épouse Louise Parlier, la sœur de Louis et Denise, à la fin du XIXe siècle.

[1] Voir en annexes l'arbre généalogique des dirigeants-gestionnaires de la maison « Cazalis & Prast », p. 1179.
[2] ABDF : Béziers, 1933.
[3] ABDF : Sète, 1923.
[4] ABDF : Montpellier, 1900-1931. On est là dans une logique classique de financement des activités locales par des banques privées comme l'a montré C. Lastécouères dans le Sud-Ouest. Cf. LASTÉCOUÈRES C., *op. cit.*
[5] « Parlier & Krüger », « Cazalis et Delord », « Leenhardt-Bazille » pour les principales. « Warnery et Cie », « E. et F. Leenhardt » pour les maisons de moindre importance.

Arbre généalogique I : Familles Castelnau, Bazille, Leenhardt

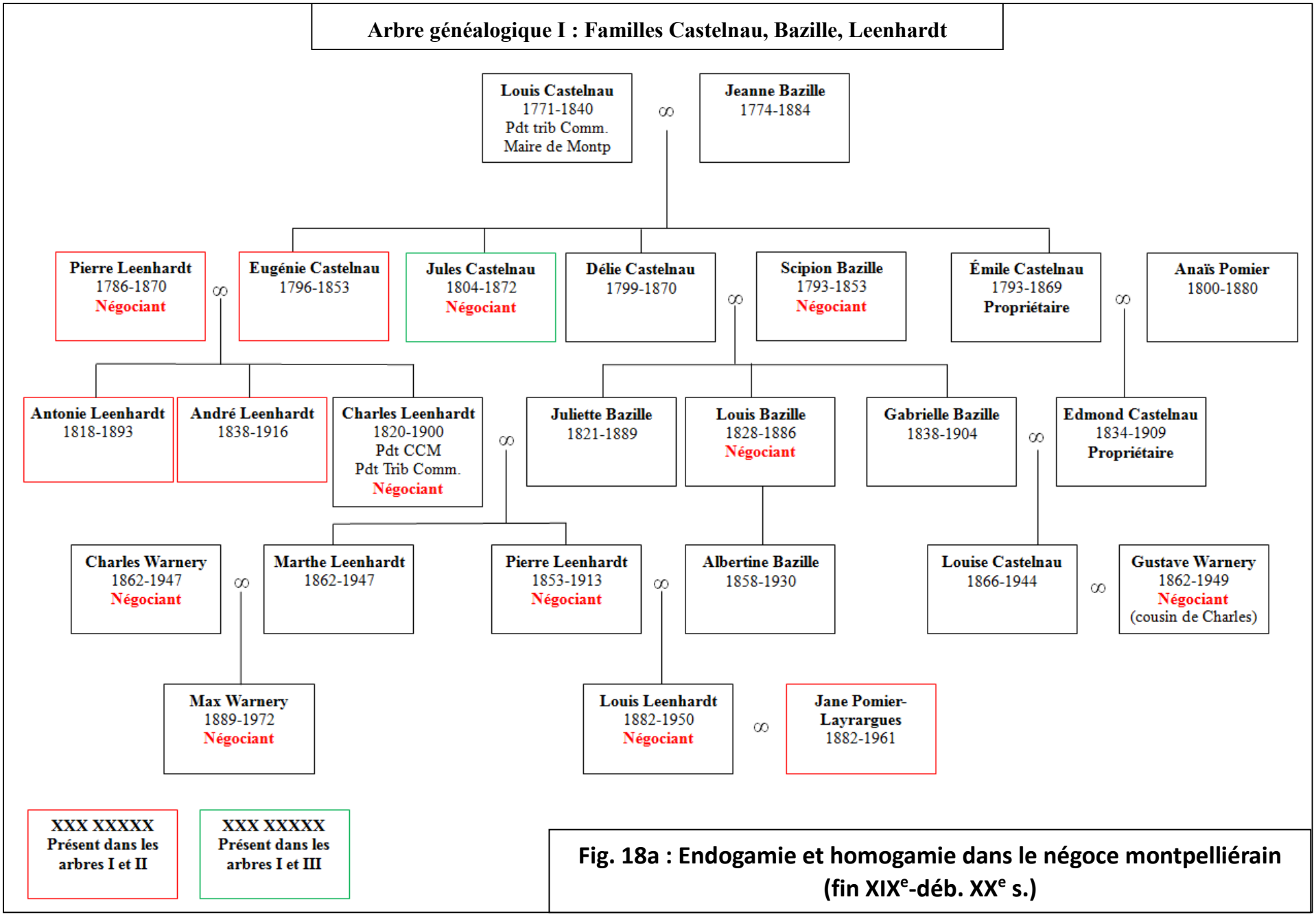


Fig. 18a : Endogamie et homogamie dans le négoce montpelliérain (fin XIXe-déb. XXe s.)

Arbre généalogique II : Familles Leenhardt, Pomier-Layrargues, Cazalis

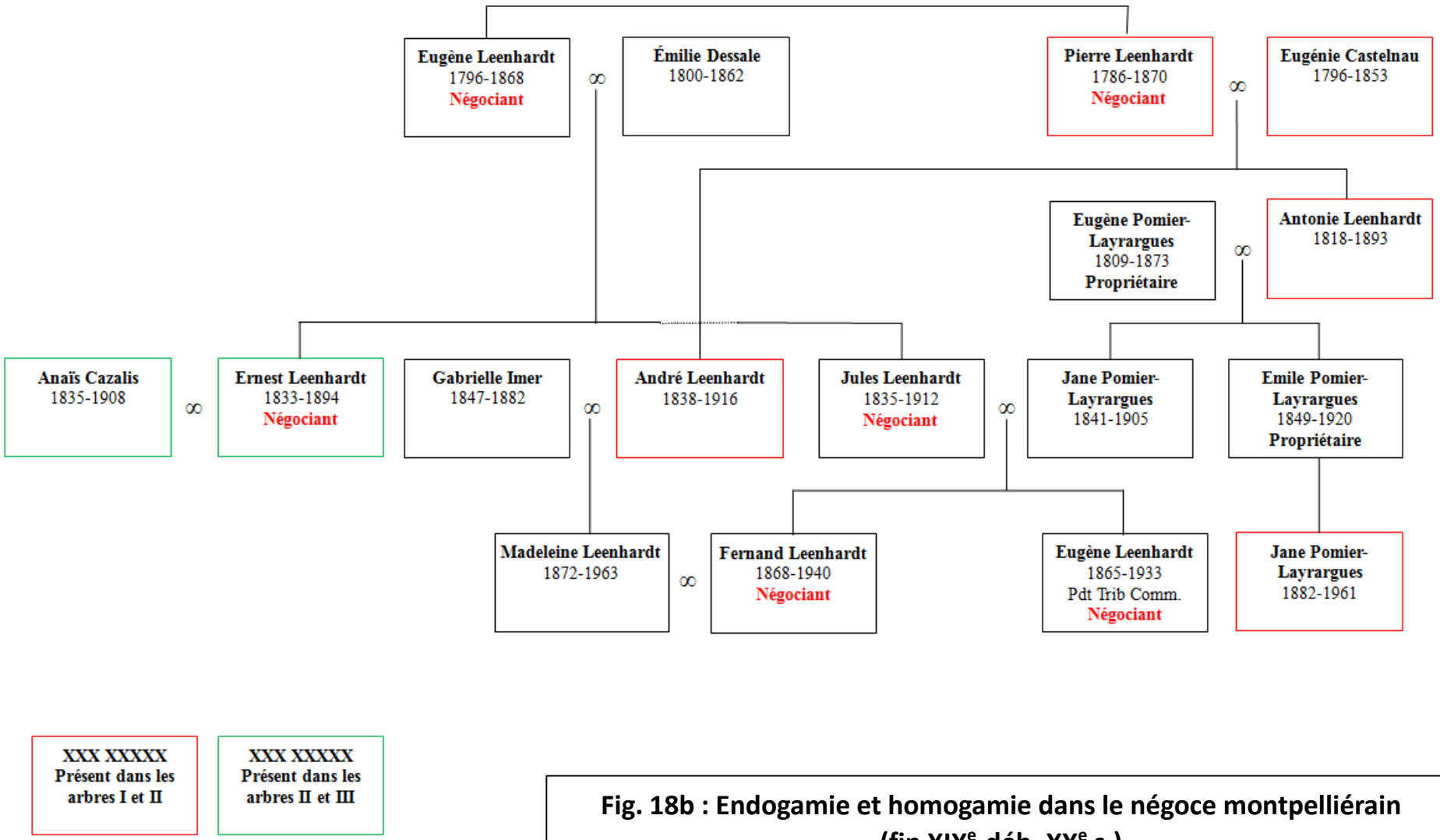


Fig. 18b : Endogamie et homogamie dans le négoce montpelliérain (fin XIXe-déb. XXe s.)

Arbre généalogique III : Familles Cazalis, Castelnau, Parlier, Krüger

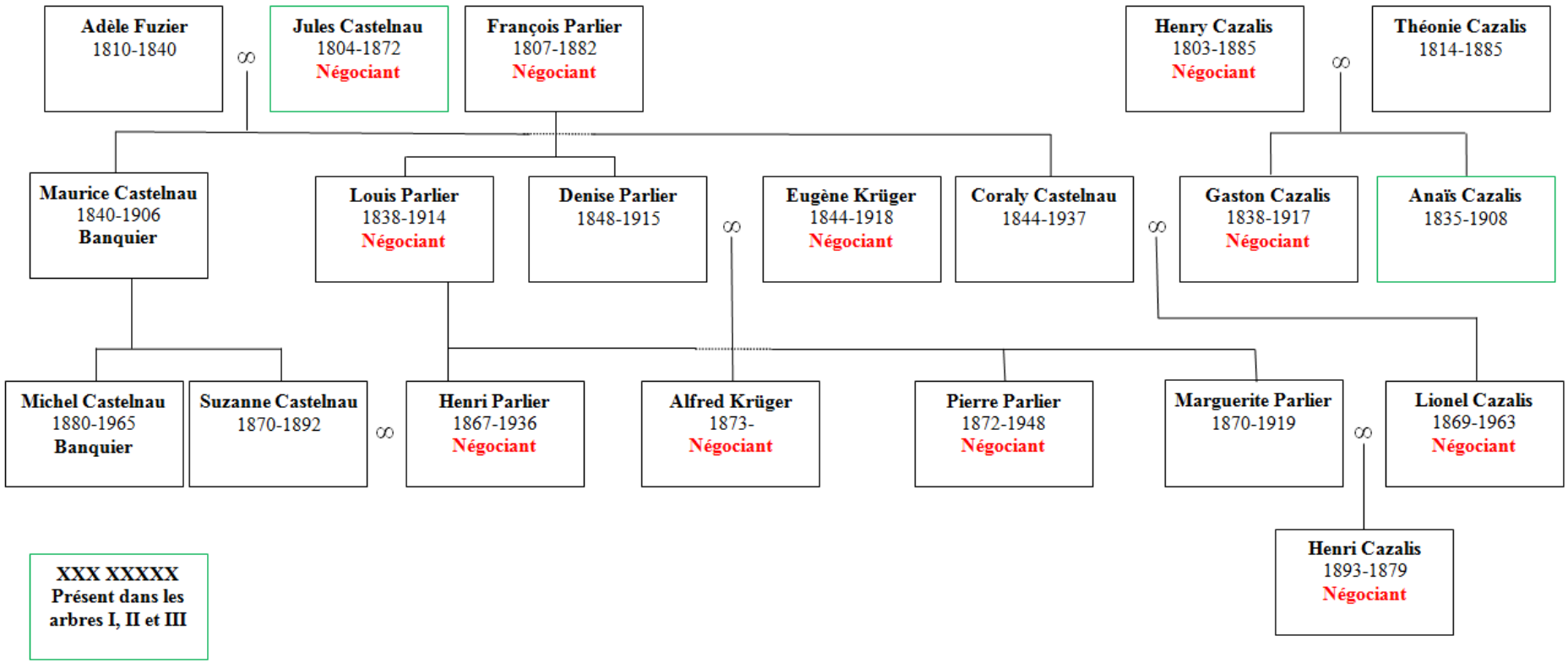


Fig. 18c : Endogamie et homogamie dans le négoce montpelliérain (fin XIXe-déb. XXe s.)

Ces logiques endogamiques et homogamiques ont également cours dans les autres grands centres expéditeurs[1] voire même entre les centres eux-mêmes[2]. À Frontignan, en 1904, le négociant Paul Bècle, lui-même allié à la famille de négociants Argelliès par sa mère, épouse Marie-Françoise Combette, fille du négociant Jacques Combette. Cela donne naissance à la maison « Bècle-Combette » dans les années 1920[3]. À Sète, en 1921, Louis Thau épouse Paulette Koester[4], la fille du négociant Louis Koester qui le conseille commercialement[5], avant lui-même de se marier en secondes noces avec la mère de Louis Thau. En 1927, le mariage entre Raphaël Tous et Geneviève Hubidos[6] annonce la future absorption de la maison « Hubidos » par la maison « B. Tous » au début des années 1930[7]. Ces quelques exemples participent à une logique de consolidation des positions commerciales et, comme nous le verrons plus tard, sociales également.

Ces stratégies de consolidation et de stabilisation sont primordiales pour des maisons de commerce qui doivent, sans cesse, faire face aux aléas de la conjoncture et à un marché de plus en plus difficilement maîtrisable et devenu ultra-concurrentiel. À travers la diversification, la concentration et les alliances familiales, elles recherchent ainsi la sécurité et l'accroissement de leur activité.

C'est également dans cette optique qu'elles veillent à maîtriser leur image et leur communication.

Deux nouveaux outils : Marques et publicité ou l'art de se distinguer et de se différencier

Nous avons à plusieurs reprises déjà évoqué la question de la réputation qui est une problématique primordiale dans le domaine commercial. C'est particulièrement vrai dans un secteur où le bouche-à-oreille fonctionne rapidement et où la valeur du produit repose sur des critères profondément subjectifs. Dans ce contexte, dans une logique de conquête commerciale ou de consolidation de leur clientèle, les négociants héraultais cherchent à affirmer leur bonne réputation. La correspondance des maisons de commerce étudiées nous permettent de cerner cette stratégie informelle.

Ainsi, au début du siècle, lorsque Rassiguier écrit à un nouveau client ou à un client potentiel, il cherche à le rassurer et à lui prouver son honorabilité commerciale : « Je suis au courant du commerce des vins et je suis propriétaire de plusieurs immeubles et propriétés […]. J'ai aussi plusieurs chevaux pour le camionnage ainsi qu'un attelage pour visiter les environs. Vous voyez que chez moi, rien ne vous manquera » écrit-il en décembre 1905

[1] L'union entre la banque, le négoce et la propriété est également présente à Sète autour des familles Dupuy, Coste et Amadou. Voir annexes p. 1172. Ce point est également développé p. 655.
[2] Voir les annexes pour d'autres exemples plus détaillés, p. 1169 et sq.
[3] Entretien avec C. Bècle, oct. 2012.
[4] ADH : 3 Q 15403, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 30-67/1881
[5] ABDF : Sète, 1923.
[6] ADH : 3 Q 15411, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 38-163/1892.
[7] ABDF : Sète, 1933.

à un client potentiel qui lui a été recommandé par « un ami commun »[1]. Dourlan, Augé et Granier font de même en cherchant à promouvoir les vins qu'ils vendent. Depuis Cessenon, Jules Augé indique à l'un de ses intermédiaires qu'il soigne ses « vins de qualité » et qu'il a de nombreux clients « difficiles »[2], reconnaissant ainsi implicitement la réussite de sa maison qui satisfait, par la qualité de ses vins, des clients exigeants. Quatre ans plus tard, dans une lettre à un potentiel représentant, il soutient qu'il expédie des « vins de [sa] région qui sont supérieurs en qualité et appréciés de toute la France »[3]. Ce souci de la bonne réputation est vital dans une profession dont la bonne santé repose en grande partie sur l'honorabilité[4]. D'ailleurs, lorsqu'une maison réputée change de propriétaire et de nom, une référence est gardée pour bien noter la continuité commerciale et profiter de la réputation qui accompagne la maison. Ainsi, en 1916, lorsque Charles Justaman prend seul les rennes de la maison « Justaman et Mazauric » qui existe depuis plus de 30 ans, il est autorisé à faire figurer sur ses papiers à en-tête l'expression « seul successeur de Justaman et Mazauric »[5]. La maison « Salasc et Bernard » reprend, elle, à l'instar de nombreuses autres maisons, dans ses publicités des années 1920, le nom de la maison « J. Domayron » qu'elle vient de racheter[6]. Ici aussi, tout en changeant de raison sociale, il s'agit de marquer une continuité à même de rassurer les clients et d'en attirer d'autres en capitalisant sur le renom de l'ancienne maison dont on est le « successeur de… ».

Dans les années 1910, une nouvelle étape est franchie avec le développement général de la publicité dans un contexte d'essor de la société de consommation[7]. Olivier Londeix a parfaitement démontré comment dans le cas d' « un quinquina local qui a réussi »[8], l'effort publicitaire avait été primordial pour le développement et l'expansion de l'entreprise girondine[9]. Dans l'Hérault, cet effort, à différentes échelles, est également marqué. Ainsi, au-delà de la promotion faite auprès de ses clients, il faut, désormais dans un contexte de concurrence accrue, attirer de nouveaux clients. Les maisons de commerce développent alors des stratégies commerciales de promotion de leur image par des publicités qui prennent plusieurs formes. C'est à cette période un mouvement de généralisation d'une pratique qui s'était développée dès le début du siècle dans les grandes maisons de commerce à l'échelon national comme « Saint-Raphaël » qui promeut son quinquina lors de l'Exposition universelle de 1900 à l'aide d'un ballon géant. Dans un monde ultra-concurrentiel, les maisons de commerce cherchent dès lors à se singulariser.

---

[1] ADH : 3 U 981, Faillite Rassiguier, Lettre à Ségoussin, épicier à Toulouse, 15/12/1905.
[2] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Correspondance avec Gayraud, avril 1929.
[3] ADH : 6 U 2 754, *op. cit.*, Lettre à Rioullan, 10/08/1933.
[4] Ce qui est d'ailleurs confirmé par les rapports d'inspection de la BDF qui insistent sur cet aspect-là. L'honorabilité et la respectabilité commerciales sont deux des critères majeurs d'évaluation des maisons de commerce pour les banques.
[5] ADH : 131 J 8-1, Fonds Doumergue, Statuts, « Justaman-Mazauric », 1916.
[6] *Annuaire de l'Hérault*, 1926.
[7] A ce sujet voir CHESSEL M.-E., *La publicité, naissance d'une profession 1900-1940*, Paris, CNRS Ed., 1998.
[8] LONDEIX O., *op. cit.*, p. 52.
[9] *Ibid*., p.77-91

Tout d'abord, les maisons les plus réputées se dotent d'un logo ou d'en-têtes qui, très distinctement, symbolisent l'ampleur de leur activité et la nature de leur profession[1]. Cette pratique est adoptée dès la fin du XIXe siècle par quelques maisons et se généralise au début du XXe siècle. Lorsque Paul Granaud, négociant en vins à Béziers écrit au président de l'Office du vin en février 1910 pour s'excuser de son absence[2], sa lettre est rédigée sur un papier à en-tête qui exprime bien l'importance de sa maison de commerce[3] (fig. 19).

Fig. 19 : En-tête de la maison « E. Granaud », 1910

Source : ADH : 8 M 219, *op. cit.*

Le lettrage utilisé est singulièrement soigné et raffiné et le nom d' « É. Granaud » qui occupe la partie supérieure de la lettre est l'élément le plus imposant de l'en-tête, preuve de l'importance accordée au nom de la maison de commerce fondée par le père de famille, Élie. Le second élément le plus visible et le plus distinctif est le logo de la maison Granaud qui est un emblème imitant des armoiries. On y retrouve deux lions, symboles de la force, de l'indépendance et de la domination[4] dans l'héraldique. Cette dimension vigoureuse est renforcée par la couronne tenue par les deux lions. L'ambition est ici très clairement de montrer la puissance et la solidité de la maison « E. Granaud » qui est alors la maison de barricaille la plus puissante de la place biterroise. Cette respectabilité est renforcée par la présence de deux éléments supplémentaires. Tout d'abord, la mention faite à un prix obtenu à Paris en 1902 à l'Exposition culinaire d'alimentation où le négociant héraultais a remporté « Le diplôme d'honneur - La plus haute récompense ». Ensuite, par la référence au téléphone de la maison, ce qui est avant 1920 assez peu répandu, sans toutefois être rare[5] mais qui est là aussi un signe fort, commercialement parlant, de respectabilité et de sérieux. Enfin, le dernier élément est le lien avec le monde du vin. Ce dernier est triple

[1] L'évolution détaillée des lettres à en-tête est présentée en annexes, p. 1142 et sq.
[2] ADH : 8 M 219, Office du Vin, Lettre Granaud-Bret, 12/02/1910.
[3] Il dispose de deux adresses commerciales à Béziers : boulevard du chemin de fer et rue Duchartre. En outre, les rapports d'inspection de la BDF le présentent à cette époque comme la plus grande maison de barricaille de la région.
[4] Domination renforcée ici par la position – debout – des deux lions.
[5] En 1910, seuls 17 négociants biterrois disposent d'une référence téléphonique dans l'annuaire.

dans l'en-tête. Tout d'abord, Granaud se dit, directement sous son nom, « propriétaire ». Ensuite, son lettrage est dans un style qui rappelle les feuilles de vigne et les ceps luxuriants. Enfin, dans le blason-logo, les lions tiennent un emblème dont le symbole est une grappe de vin et ce dernier est surmonté de mot « VINS ». Le but de cette mise en scène graphique est avant tout de montrer immédiatement le lien profond entre la maison de commerce et le produit. Ce lien est légitimé et renforcé par l'emploi de l'expression « propriétaire », qui agit ici comme caution dans une période où les tensions sur le marché des vins tournent essentiellement autour de la qualité des vins méridionaux dont l'image a été largement dépréciée depuis la période phylloxérique. Le cas de la maison Granaud est caractéristique de cette volonté de la part des maisons de négoce héraultaises d'afficher leur singularité et leur légitimité commerciale.

La plupart des grandes maisons de commerces héraultaises suivent, avec quelques différences notables parfois, ce schéma. Par exemple, à la même époque, la maison « Vivarès Jeune », considérée comme l'une des plus importante de la ville de Frontignan, reprend des éléments graphiques semblables à ceux de Granaud (fig. 20) : lettrage stylisé (1), blason (2), liste des récompenses (3), éléments végétaux viticoles (4), types de produits commercialisés (5), omniprésence du nom (1)) en y rajoutant un élément figuratif important : la maison de commerce (6).

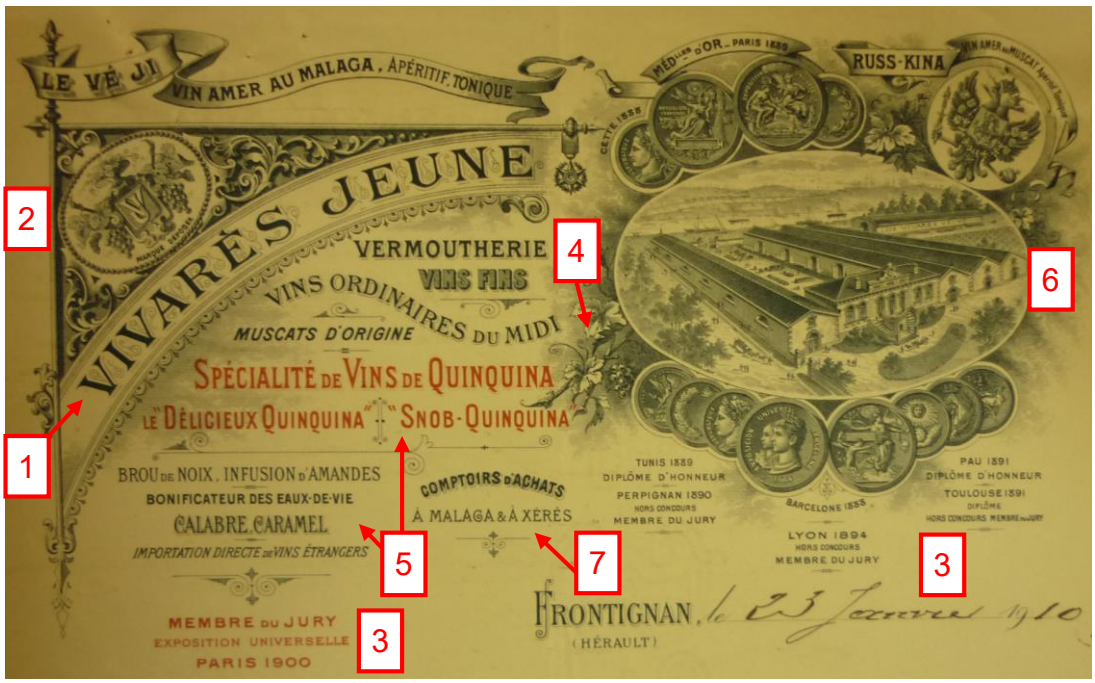


Fig. 20 : En-tête de la maison « Vivarès Jeune », 1910

Source : ADH : 10 M 230, op. cit.

Sur près de la moitié de la partie supérieure droite de la lettre, ce croquis présente une maison de commerce aux dimensions gigantesques, composée de cinq vastes chais de plus de 100 m de long chacun et d'un magasin central à la façade travaillé (double escalier imposant, fenêtres aux chambranles décoré, fronton triangulaire). À l'arrière-plan, la mer vient rappeler le lien entre la ville de Frontignan et son commerce d'expédition des vins

locaux (extraversion renforcée par des comptoirs d'achats en Espagne (7)). Ici, la puissance de la maison de commerce est symbolisée par le caractère industrieux de ses bâtiments, prouvant la prospérité et le rayonnement de l'entreprise. Il s'agit toutefois d'une vision fantasmée car il n'y a pas à cette époque de tels bâtiments à Frontignan.

À Sète, la maison « Cazalis & Prats » après avoir orné ses lettres de la présence de Mercure, dieu grec du commerce, utilise elle aussi l'image de ses chais, renforçant le caractère industrieux par la présence d'une cheminée[1]. Dans les années 1920, alors que les maisons de commerce cherchent à investir des stratégies entrepreneuriales modernes, la maison « Cazalis & Prats » modifie son papier à en-tête après la Première guerre mondiale. Il conserve cette forme jusqu'aux années 1930[2]. Les ornements ont désormais disparu et le papier à en-tête est beaucoup plus sobre (fig. 21).

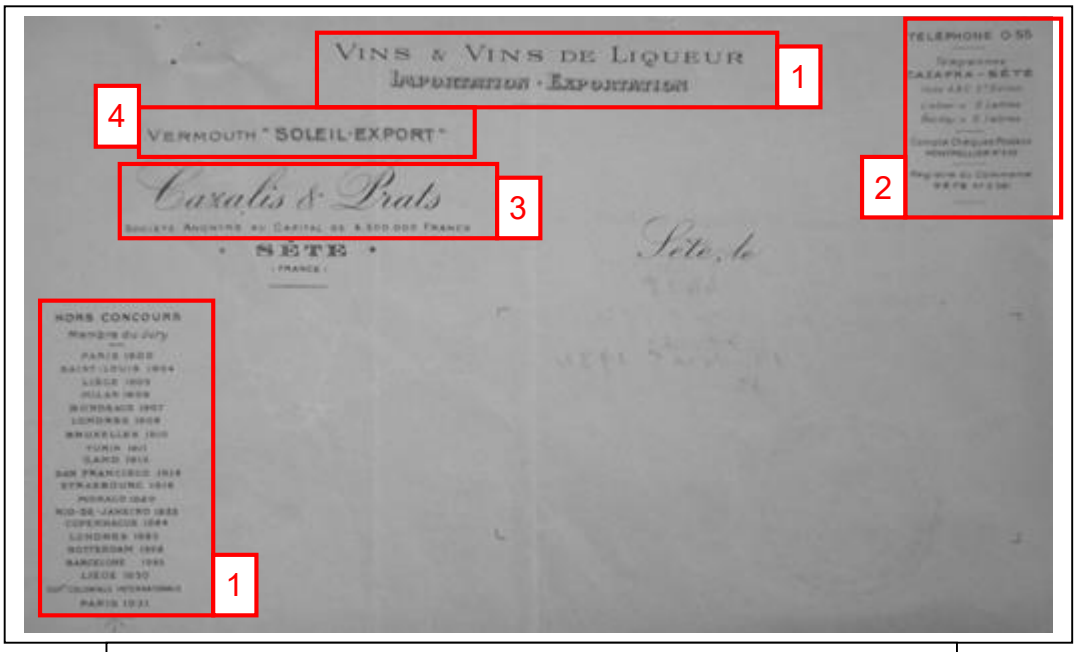


Fig. 21 : En-tête de la maison « Cazalis & Prats »

Années 1920-1930

Source : ADH : 7 M 545

Il indique la spécialisation vinique (« Vins et Vins de liqueur ») et commerciale (« Importation-Exportation ») de la maison (1). Cette fois-ci, les références administratives font état du sérieux de l'entreprise. Dans le coin haut droit sont indiqués le numéro de téléphone, le télégramme, le compte chèque-postal et l'affiliation au Registre du Commerce (2). Tant d'éléments qui favorisent et facilitent les transactions et les communications mais qui marquent la volonté de s'afficher officiellement comme une maison de commerce en vins, solide et bien gérée. Cet élément est renforcé par la mention « Société Anonyme au capital de 4.500.000 F » qui vise à prouver l'étendue de la surface financière de l'entreprise et son mode de gestion moderne (3). Ici, seule la marque star de la maison est valorisée (4), preuve d'une reconnaissance déjà marquée dans les années 1920. Enfin, il est

[1] L'évolution du papier à en-tête de « Cazalis & Prats » est présentée en annexes, p. 1142.
[2] ADH : 7 M 545, Situation viticole, Lettre au Tribunal de commerce, 1934.

fait référence aux différentes participations à des concours internationaux, en tant que membres de Jury, dix-neuf en une trentaine d'années[1], preuve de la crédibilité, de la réputation et du rayonnement international de la maison (5). La maison « Les Fils de Louis Huc » fait de même, rajoutant dans le coin supérieur gauche une bouteille de vin afin de marquer le lien avec le produit.

Ces en-têtes deviennent des éléments constitutifs de la promotion de la maison de commerce et la pratique se généralise dans les années 1910 et surtout 1920. En conséquence, si Domergue et Rassiguier n'utilisent pas de papier à en-tête dans les années 1900, des maisons de second ordre le font dans les années 1910 comme la maison Frontignanaise « Ginouvès & Claude »[2]. Dans les années 1920, cette pratique semble s'être généralisée à l'ensemble des maisons de commerce comme en atteste les exemples de Dourlan et Augé qui disposent eux aussi de leur propre papier à en-tête. Ce dernier est ainsi devenu un atout commercial et promotionnel incontournable.

À cet effort de promotion par le biais de la correspondance se joint un nouveau type de promotion : la publicité[3]. Les deux sont complémentaires car ils participent à la construction d'une identité visuelle de la maison de commerce et ils s'articulent autour d'un même désir de singularisation.

Ainsi, au début du siècle, la réclame, qui vise à rassurer le client dans des tournures souvent naïves comme le *Moka du pêcheur* « purement végétal, il produit des selles abondantes et ne provoque ni colique, ni constipation consécutive »[4], disparaît. À la place se développent de vraies stratégies publicitaires qui visent à permettre à la maison de commerce de se démarquer de sa concurrence. Dès les années 1900, les plus grandes maisons – ou les plus inspirées – en profitent. Quasi exclusivement, il s'agit de maisons spécialisées dans les apéritifs, les vins doux, les vins de liqueur ou les vins d'imitation. Ainsi, à Marseillan, Jean Voisin est précurseur dans ce domaine. Depuis la fin du XIXe siècle, il appuie son image commerciale sur un personnage féminin, « Mademoiselle Mignon »[5], qui représente la société en chantant[6]. Le personnage est alors présent sur tous les supports publicitaires : affiches, cartes-postales, étiquettes, prix-courants, buvards publicitaires, même des portes-timbres. Il devient le marqueur identitaire visuel du « vin tonique »[7] marseillanais et jouit d'une grande reconnaissance commerciale et publicitaire : l'un des illustrateurs les plus en vogue au début du siècle, Moriss, dessine un personnage pour la maison héraultaise[8]. Toutes les grandes maisons à l'instar de J. Voisin font également parvenir à leurs

[1] Paris 1900, Saint-Louis 1904, Liège 1905, Milan 1906, Bordeaux 1907, Londres 1908, Bruxelles 1910, Turin 1911, Gand 1913, San Francisco 1914, Strasbourg 1918, Monaco 1920, Rio de Janeiro 1922, Copenhague 1924, Londres 1925, Rotterdam 1928, Barcelone 1929, Liège 1930, Paris 1931.
[2] Archives de Frontignan (AMF) : 3 F 13, Lettres à en-têtes, Lettre de Ginouvès et Claude, 23/07/1913.
[3] Sur l'histoire générale de la publicité, voir Martin M., *Trois siècles de publicité en France,* Paris, O. Jacob, 1992
[4] *Almanach Setori*, 1911.
[5] Du nom de son épouse, Mélanie Mignon, et qui prend les traits de leur fille, Nathalie. Cf annexes p. 1147.
[6] « Ils m'appellent Mignon, je n'ai pas d'autres nom ».
[7] En réalité un quinquina.
[8] MOLINO J.-V., *Marseillan : de la vigne à la table*, Saint-Avertin, Alan Sutton Ed., 2006, p. 68-78.

clients des cartes-postales, des cartons, des papiers-buvards, des calendriers à l'effigie de leur société et qui reprennent les éléments distinctifs de la société : imagerie, références, récompenses, tarifs.

Fig. 22 : Publicité « Mignon » par Moriss, 1908

Source : Fonds privés

Pour sa part, la maison marseillaise « Noilly-Prat », qui dispose de chais à Sète et à Marseillan, publie au début du siècle un fascicule dans lequel elle présente son activité de négoce, son histoire, ses produits[1]. Le petit ouvrage est agrémenté d'illustrations, notamment les étiquettes et contre-étiquettes, dans l'objectif de pouvoir bien identifier les produits de la maison. On retrouve également de nombreuses informations statistiques qui font état de la prospérité de la maison de négoce : nombres de succursales, stocks, nombres de bouteilles et de fûts. L'histoire du « Vermouth Noilly-Prat » vise à renforcer la crédibilité commerciale de la firme, en l'inscrivant dans une histoire patrimoniale, source de légitimité, d'implication et de réussite. On y souligne ainsi la « supériorité » du produit, « connu dans le monde entier », depuis l'extension de la maison à l'origine lyonnaise dans les années 1840. Dans une logique de compétition commerciale, la maison sétoise « Cazalis & Prats » qui commercialise les mêmes produits que « Noilly-Prat » et cherche à s'imposer sur le marché des vins héraultais, suit la même démarche. À la même période, elle publie elle aussi un fascicule qui retrace son histoire, la variété de ses produits et la rigueur de leur confection. Elle agrémente ce livret, bien plus prolixe que celui de « Noilly-Prat », de pho-

[1] ADH : 1 J 1397, Fonds isolés, Publicité Noilly-Prat, « Notice sur la fabrication du Vermouth », 1910.

tos de l'intérieur des chais, des équipements et d'ouvriers au travail. Par ailleurs, le document se veut prosélyte en présentant et défendant les types de vins produits dans la ville[1]. Enfin, la présentation est très soignée : couverture aux couleurs vert et or et au design « art déco », présence des attributs de Mercure, d'éléments végétaux viticoles et des récompenses déjà obtenue par la maison, notamment lors des expositions universelles de Paris et de Saint-Louis (États-Unis). La quatrième de couverture représente pour sa part l'imagerie traditionnelle des chais et des magasins « Cazalis & Prats ». On y note la grande activité à l'intérieur et à l'extérieur de la maison, symbolisée par la futaille entreposée dans les cours de vieillissement et sur les quais ainsi que la cheminée dans le fond. La « Vermoutherie Cazalis & Prats » domine alors le canal, l'étang de Thau et la ville de Sète en arrière-plan. La publicité, ici à destination des clients et des dégustateurs lors des expositions, participe pleinement à la construction d'une identité forte et singulière. Dans le même esprit, les prix-courants, ces prospectus qui listent les produits proposés par les maisons de négoce, reprennent ces mêmes marqueurs visuels et identitaires (design « art déco », logo de la firme, lien avec le vignoble, croquis de la maison de commerce[2]).

Dans les années 1920, cette dimension publicitaire touche l'ensemble des maisons qui cherchent à valoriser leurs produits. Ainsi la maison « Clarac frères et Chauvain » qui publie une carte postale représentant l'intérieur d'une partie des chais (fig. 23). Ils insistent sur la modernité de ces chais, leur importance, tout comme sur la spécialité et la qualité de leurs produits.

Fig. 23 : Carte postale de la maison « Clarac Frères et Chauvain », années 1920

Source : Fonds privés

[1] Il considère par exemple que la dénomination « vins d'imitation » est arbitraire et injuste.

[2] Au début du siècle, « Cazalis & Prats » y rajoute une dimension propagandiste en s'offusquant, à la fois sur sa couverture et dans un petit texte du privilège des bouilleurs de cru.

Les établissements « Fr .Guy » de Béziers proposent eux une carte postale où l'on voit la maison en pleine activité, au moment du déchargement des camions arrivant du vignoble. Et si dans les années 1910, cette dimension publicitaire reste assez sobre comme l'indique une publicité pour la maison « J. Euzet » en 1914 (on y retrouve uniquement des éléments factuels : types de produits, nom de la maison, adresse, téléphone), elle s'enrichit dans les années 1920 de photographies. À Frontignan, la maison « Bècle-Combette » illustre ses publicités de deux photographies de bouteilles, l'une de muscat, l'autre de vins doux, les deux spécialités de la maison. Les maisons les plus puissantes, telle « Dubonnet », inondent le champ visuel des Français avec son nom, grâce à des autocollants sur le *Didot-Bottin* ou des peintures murales dans les villes et les villages[1].

L'iconographie, marginalement présente dans les années 1900-1910, devient centrale et incontournable dans les années 1920. Elle préside à l'identification immédiate d'une maison de commerce et de ses produits par les affiches, les cartes-postales ou les étiquettes. Cette publicité touche alors également les vins rouges, comme la maison marseillanaise « P. Bertouy » dont le vin « Pelure d'oignon » « assure à vos repas les succès qu'ils méritent ». Même s'il s'agit là d'un cas assez rare, il s'agit d'une première extension à des VCC. D'ailleurs ce tropisme publicitaire est confirmé par G. Bruneton, le président du syndicat des barricailleurs méridionaux qui devant la Commission Barthe indique que les frais de publicité sont un poste important des dépenses des maisons de vins spéciaux et de barricaille[2].

Même les plus petites maisons cherchent à assurer un effort publicitaire. Ainsi, Dourlan, d'une taille très modeste, assure la promotion de son commerce par le biais de petites annonces qu'il fait paraître dans des journaux parisiens et belges tandis qu'il soigne particulièrement les étiquettes de ses bouteilles et ses petites annonces[3]. S'inscrivant dans une démarche active de promotion de son commerce de barricaille, il cherche à atteindre le maximum de clientèle par ce type de publicité qui touche un public le plus large possible. Son but est ici d'attirer de nouveaux clients par le biais des petites annonces mais également la dégustation de son vin dont l'étiquette est l'ancrage commercial. Il reprend ainsi, à sa mesure, les stratégies publicitaires des grandes maisons ou de celles qui peuvent y engager le plus de frais.

Enfin, la dernière étape vers une singularisation commerciale sur le marché des vins consiste dans le développement des marques déposées auprès du tribunal de commerce. Cette stratégie commerciale est sensible dès la fin du XIXe siècle et se généralise dans les années 1900-1910, notamment autour des vins fins ou des apéritifs. Ainsi, à Frontignan, la

[1] Voir le dossier consacré à la publicité dans les annexes, p. 1147 et sq.
[2] Bruneton évoque les « gros frais de publicité » auquel il doit faire face. Cf. *Rapport Barthe (1930)*, p. 50. À la fin des années 1930, ces frais publicitaires représentent environ 14 % des frais généraux. Cf. ADH : 2 W 1155, Fonds de la préfecture, Lutte contre les prix anormaux, Lettre de la FM sur les frais généraux, 29/03/1941.
[3] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Correspondance 1929. Voir en annexes, p. 1151.

maison « Vivarès Jeune » propose à la fin des années 1900 plusieurs types de vins : vins fins, vermouth, vins ordinaires du Midi, muscats d'origine, vins importés[1]. Mais sa spécialité, ce sont les vins de quinquina[2]. Dans une logique de commercialisation réfléchie et ambitieuse, la maison promeut ses deux marques « Délicieux Quinquina » et « Snob Quinquina » dans son papier à en-tête. Pour insister sur l'importance commerciale de ces marques, Vivarès utilise la couleur rouge pour souligner leur prestige : les deux marques sont ainsi par la couleur associées à la participation à l'exposition universelle de 1900 en tant que membre de jury. En outre, le nom de « Vivarès Jeune » est protégé par la mention « Marque déposée », nouvelle preuve de la quête de respectabilité, de singularisation et de sérieux de la maison de négoce. Il en va de même avec la maison « Cazalis & Prats » qui, dans son papier à en-tête et dans ses publicités, au-dessus du nom, afin de bien marquer l'importance de celle-ci, appose la mention « Vermouth Soleil », leur marque déposée, depuis leur reprise de la maison « Mounet » en 1892. Ainsi, les maisons de vins fins, d'apéritifs ou de vins doux cherchent à se singulariser par des marques dont l'origine des noms varie : dans les années 1910, Louis Koester dispose de la marque « Rugby » en lien avec son implication dans le mouvement sportif sétois[3].

Fig. 24 : Logo de la marque déposée « Rugby » de la maison « L. Koester »

Années 1910

Source : AMF, 3 F 13, Lettres à en-tête.

À Marseillan où Jean Voisin a développé la marque « Mignon » d'après le nom de sa femme, la maison « Ch. Baille et Cie » s'appuie, elle, sur la marque « Apéritif Coket », évoquant l'élégance du produit. Dans les années 1920, les frères Clarac associés aux frères Chauvain fondent les marques « COC » et « Clarvain » à partir de leurs patronymes tandis qu'Alexandre Prat développe un apéritif du nom de « Prat'os » dont il fait abondamment la réclame[4]. Ici, Prats cherche à rappeler qu'il produit des vins d'imitation de Porto et de Ma-

[1] ADH : 10 M 230, Travail, Conflits, Lettre manuscrite au maire de Frontignan, 23 janvier 1910.
[2] Ce sont des vins d'apéritif dans lesquels on a fait macérer des écorces de quinquina, un arbuste originaire d'Amérique centrale et qui étaient très appréciés au début du siècle, notamment la marque catalane « Byrrh » ou la marque parisienne « Dubonnet » dont les chais de production sont à Sète.
[3] Cf. *infra*, sch. 29, p. 640.
[4] *Annuaire de l'Hérault,* 1929. L'inspecteur de la BDF relève en 1938 que les gros investissements de Prat n'ont pas porté leur fruits et que la maison ne prospère pas (ABDF : Sète : 1938). C'est là un bémol à

laga. Le lien avec la péninsule ibérique est assuré par la sonorité ibérique du nom de la marque. D'autres marques visent parfois à introduire un doute plus insidieux auprès des consommateurs : c'est ce que pense la justice de la marque « Frontignamont » déposée par la maison « Auguste Paloc » en 1925[1]. En effet, dans les années 1930, la justice considère que le nom de ce vin rouge est trop proche du « Vin de Frontignan », c'est-à-dire du muscat tel qu'il a été délimité par la loi de 1919 sur les appellations[2]. La marque est donc bien, elle aussi, un élément constitutif de l'identité des maisons de commerce et un argument de vente de premier ordre. D'ailleurs, lorsque les « Ets U. Voisin et Cie » sont créés en 1928, Urbain Voisin apporte avec lui ce que le contrat appelle des « éléments incorporels » : les célèbres marques déposées « Apéritif Mignon », « Mabrouk » ou « Mader Kina »[3].

Cette question de la marque, qui concerne donc à la fois le produit vendu et la maison elle-même, n'est pas une problématique réservée uniquement aux vins fins puisqu'on la retrouve, exceptionnellement dans l'entre-deux-guerres dans l'Hérault, dans les VCC comme la marque « Pelure d'Oignon » déposée en 1924 par la maison « P. Bertouy » de Marseillan[4].

Ces stratégies font bien état d'une dimension entrepreneuriale fondamentale dans le cas des maisons de négoce héraultaises. À travers des procédés traditionnels ou plus récents c'est la défense de la réputation et la diffusion de son honorabilité, atouts primordiaux dans la nécessaire bonne gestion de la société, qui sont ici grandement valorisés par la modernisation des outils, des infrastructures et des stratégies commerciales.

Celles-ci sont primordiales car au même titre que les alliances familiales favorisant ou consolidant les transactions ou les investissements dans l'équipement, elles assurent la stabilité et la pérennité des maisons de commerce. Ainsi armées, elles peuvent tenter de gagner des marchés et de conforter leur place, largement remise en cause par les turbulences d'un marché instable.

Les maisons de commerce, même les plus modestes, s'inscrivent donc dans une démarche de rigueur, de modernisation et d'efficacité qui les font passer du statut de maison artisanale à celui de petite entreprise moderne. Ce n'est bien évidemment pas une généralité car certaines maisons restent en dehors de cette modernisation, mais c'est un mouvement de fond qui, dans le sillage des maisons les plus puissantes, impulse une dynamique tangible au négoce héraultais.

---

l'implication massive du négoce dans ce type de démarche qui est ou outil à la bonne marche de la maison mais pas un préalable. La stratégie publicitaire de la maison « A. Prat » est étudiée p. 271.

[1] AMF : 3 F 15, « Affaire Frontignamont », 1937.

[2] Loi sur la délimitation des appellations d'origine, 06/05/1919. C. Lucand indique que cette loi est adoptée « au détriment complet des négociants en vins ». Cf. LUCAND C., p. 622 et *infra* (p. 496) sur les débats au sein des milieux commerciaux méridionaux.

[3] ADH : 6 U 1 98, Tribunal de commerce d'Agde, Actes des sociétés, « Ets Voisin », 1928.

[4] ADH : 2 W 1164, Fonds de la préfecture, Commissions viticoles, Correspondance, 1940-1941, Lettre du 03/10/1941.

CHAPITRE 4 : LA PREMIÈRE GUERRE MONDIALE, UN CONFLIT PERTURBATEUR MAIS PROFITABLE

Le premier conflit mondial a un double impact sur le Commerce des vins héraultais. Il s'agit tout d'abord d'un événement qui perturbe particulièrement la filière, au même titre que l'économie nationale. L'ensemble des acteurs sont touchés, directement ou non, personnellement ou commercialement, par le conflit. Pierre Bergé n'hésite pas à relever que « l'optimisme semblait autorisé sur les marchés » jusqu'à ce qu'éclate la guerre, synonyme de crise et de perturbations[1]. D'un autre côté, la guerre est synonyme de croissance pour certaines maisons qui enregistrent de nombreux profits et Jean Sagnes, pour sa part, soutient que la guerre fut à l'origine d'une forte prospérité pour l'économie viticole biterroise[2]. La réalité semble se trouver entre ces deux analyses. En dépit d'un secteur largement troublé par le conflit, la période s'avère être bénéfique pour le négoce des vins héraultais.

Loin du front, un secteur pourtant troublé

Il est certain que le département, même éloigné de près de mille kilomètres du front, pâtit du conflit. Au même titre que l'ensemble de la population nationale, les maisons de commerce héraultaises doivent faire face aux privations (humaines, matérielles, services) qui ont comme incidence la perturbation d'un marché dont l'un des fondements est pourtant le besoin de sérénité et de régularité.

Faire face aux mobilisations humaines et matérielles

Si le quart nord-est du pays est exclusivement frappé par les combats, l'ensemble du territoire est mis à contribution pour assurer la défense de la nation et le soutien aux troupes. Ainsi, outre les quelque 8 M d'hommes mobilisés, l'effort de guerre réclame également une mobilisation matérielle conséquente. La combinaison de ces deux phénomènes perturbe profondément le marché des vins.

Dès le 21 août 1914, Marius Leroy d'Audéric, alors président du Syndicat régional, rend hommage « à tous ceux de nos collègues qui ont répondu à l'appel de la Patrie et sont aujourd'hui sous les armes pour défendre la cause juste et sacrée de notre drapeau »[3]. Le PV de l'AG indique à ce sujet que Gustave Malet est excusé car le secrétaire du syndicat montpelliérain et trésorier du Syndicat régional a dû répondre à la mobilisation, ce que confirment quelques années plus tard, les notes biographiques rédigées en 1941 au sujet des membres de la Chambre de commerce de Montpellier[4]. On y apprend qu'il reçoit

[1] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 10.
[2] SAGNES J., *Histoire de Béziers,* Toulouse, Privat, 2000*,* p. 248.
[3] CR, AG. du SR, 1914, *BMS*, août-sept. 1914, p. 121.
[4] ADH : 14 ETP 117, Fonds Xe Région, Seconde Guerre mondiale, Note manuscrite, nov. ou déc. 1941.

d'ailleurs, après sa création en 1930[1], la Croix du Combattant pour son engagement militaire. À Sète, Georges Sprecher, Louis Euzet, Lucien Poujol ou Jules Herber, qui sont des syndicalistes de premier plan pendant l'entre-deux-guerres, sont également mobilisés pour des durées variables[2] : Sprecher est mobilisé pendant la totalité du conflit tout comme L. Euzet, le fils de Barthélémy Euzet, qui est affecté au 117e régiment d'artillerie lourde puis au 118e et au 136e avant d'être démobilisé en 1918 après plusieurs promotions et récompenses[3]. Poujol est lui mobilisé à l'âge de 19 ans en juin 1917. Herber enfin est affecté au magasin central d'approvisionnement du service automobile et il est décoré de la Légion d'honneur pour les services rendus à la patrie en 1918[4]. À Sète toujours, Maurice Péridier est pour sa part mobilisé de 1914 à 1919, période pendant laquelle il reçoit la croix de guerre[5], tout comme Maurice Taillan[6]. Maurice Roux est pour sa part affecté au service des automobiles pendant le conflit (fig. 25).

Fig. 25 : Maurice Roux en uniforme pendant la Première Guerre mondiale

Source : Fonds privés familiaux

À Montpellier, André Méloux est lui aussi mobilisé d'avril 1917 à mai 1920, tandis qu'Élie Regnat qui commerce à la fois les vins et les alcools dans le Lunellois est, en qualité de capitaine de réserve, pour sa part, mobilisé dès 1914[7]. Le fils de Félix Michel, Maurice, est quant à lui appelé sous les drapeaux en 1914 alors qu'il vient d'ouvrir une maison

[1] Loi du 28 juin 1930.
[2] ADH : 1739 W 43, Fonds de la préfecture, Enquêtes sur les syndicats (1945), Commissariat de Sète, Enquête sur les membres du Syndicat des vins de Sète, 06/02/1945.
[3] Notice biographique sur euzet.genealogie.free.fr : il passe brigadier puis maréchal des logis en 1918. Il obtient la Médaille de guerre étoile, la médaille commémorative de la Grande Guerre et est récompensé par plusieurs citations dont une en 1917 pour son courage et son sang-froid.
[4] ANF : 19800035/111/14017, Fonds de la Légion d'honneur, Dossier J. Herber.
[5] ANF : 19800035/1395/61288, Fonds de la Légion d'honneur, Dossier M. Péridier.
[6] *La Journée Vinicole*, 13/03/1958.
[7] ADH : 14 ETP 117, *op. cit.*

avec son père[1]. À Béziers, Paul Granaud est engagé pendant la totalité du conflit, l'éloignant de la maison de commerce familiale[2]. Les zones rurales sont évidemment également touchées par l'appel sous les drapeaux. Bien que les sources soient plus rares à ce sujet, quelques exemples émergent des archives ou des témoignages. À Adissan, Louis Soyris, spécialisé dans l'expédition de vins blancs, est mobilisé de 1914 à 1919[3], tout comme Henry Petit à Puisserguier ou Léon Merle, de 1914 à 1918[4]. À Saint-Félix-de-Lodez, Maurice-François Jeanjean est également mobilisé pour l'ensemble de la période, c'est-à-dire de 1914 à 1919. Attaché à une compagnie de cyclistes en 1914, il est rapidement affecté à la conduite d'engins automobiles : chauffeur d'officiers ou affecté au transport de munitions[5].

Bien évidemment, la mort n'épargne pas les rangs des négociants : le fils de Félix Michel, ancien président du Syndicat de Montpellier, décède au combat, tout comme Eugène Cabirou du Syndicat de Montpellier, fin 1914 ou l'un des fils de Charles Warnery à Verdun en 1916. Le deuil frappe également les familles Labarthe et Bècle de Frontignan ou la famille Caffarel et Amadou de Sète dont les fils tombent au champ d'honneur[6]. Les pertes sont tout de même assez limitées car les négociants sont souvent affectés à des services loin du front, notamment les services automobiles car rares sont les Français qui savent alors conduire une voiture. C'est le cas de Maurice Jeanjean, Maurice Roux, Jules Herber ou de Georges Domerc[7].

Si la mobilisation des négociants est importante, les maisons de commerce doivent également gérer les mobilisations de leurs employés ou du matériel. Ainsi, à Sète, Auguste Malaval, l'un des principaux ouvriers des chais de la maison « B. Tous », est affecté aux services d'infirmerie dans la ville. Il devient ainsi infirmier dans l'ancienne caserne de la ville, le collège Paul-Valéry, à nouveau destiné à des tâches militaires : le soin des soldats blessés[8]. En conséquence, il n'est pas rare de retrouver dans la presse spécialisée des petites annonces en provenance de négociants à la recherche d'employés. Ainsi, en janvier 1915, cette petite annonce dans le *BMS* : « On demande un tonnelier entonneur sachant soigner cave. »[9]

Les bâtiments sont également réquisitionnés. En 1916, par exemple, les autorités militaires décident de transformer les chais de la maison mézoise « E. Molinier » en centre de traitement pour les soldats touchés sur le front, notamment par les gaz allemands. Les chais prennent alors le nom de « Caserne d'Ypres », en référence à l'Ypérite qui est le

[1] ADH : 131 J 5-1, Fonds Doumergue, Statuts, « Maurice Michel et Cie », 1912.
[2] ADH : 10 ETP 1, NC, Liste des membres de la CCB, Discours prononcé lors des obsèques de Paul Granaud, 18/05/1948.
[3] ADH : 8 M 309, Fonds de la CCB, Transports des vins ; courriers ; plates-formes pour les démobilisés (1919-1920), Lettre à la CCB, 19/05/1920.
[4] *Ibid*., Lettre à la CCB, 30/04/1920 (Petit) et 29/05/1920 (Merle).
[5] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 62.
[6] Voir http://www.memoiredeshommes.sga.defense.gouv.fr, base de données qui publie les fiches de décès des soldats tombés au front.
[7] ANF : 19800035/429/57387, Fonds de la Légion d'honneur, Dossier G. Domerc.
[8] MACONE G., *Sète, mémoire en image*, Tome IV, Saint-Avertin, Alan Sutton Ed., 2006, p. 49.
[9] « Offres de services », *BMS*, déc. 1914-janv. 1915, p. 149.

principal gaz létal utilisé par les Allemands à cette période[1]. À Frontignan, les magasins de la maison « F. Argelliès » sont réquisitionnés par l'Intendance pour y loger des soldats. Frédéric Argelliès demande alors une indemnité pour les 27 soldats et le sous-officier qui résident dans ses chais et dans un logement attenant (pour le sous-officier)[2].

Les métiers périphériques sont également perturbés. À Montpellier, l'un des gardes-champêtres chargé de surveiller les charrois et employé par le syndicat local, Loubet, est mobilisé, réduisant ainsi de moitié la capacité d'action du service de surveillance[3]. Il faut attendre le début de l'été 1915 avant qu'il ne soit remplacé. Par ailleurs, les courtiers sont également touchés par la mobilisation, tout comme les propriétaires, ce qui tend à rendre difficile les opérations commerciales comme le souligne le syndicat des vins montpelliérains lors de ses AG : il évoque la suspension totale des affaires en janvier 1915 et la complication « extraordinaire de l'exécution des opérations de retiraisons et d'expéditions des vins » depuis lors[4]. On se plaint également, dans les syndicats, des perturbations engendrées par manque de personnel au Service des octrois qui valide les titres de transport[5]. Depuis Sète, Louis Koester écrit au maire de Frontignan en août 1917 pour que l'un de ses ouvriers agricoles puisse bénéficier d'une permission pour les vendanges à venir. Le négociant héraultais évoque alors « le manque de main-d'œuvre » qui perturbe la filière[6].

Les transports sont eux rendus difficiles pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les réquisitions gênent dans l'Hérault les sorties-entrées des chais. Dès 1914, les négociants se plaignent des difficultés du camionnage en raison de la réquisition des chevaux et des charrettes pour l'effort de guerre[7]. Surtout, dès la mobilisation, le ministre de la Guerre, s'appuyant sur une loi de 1875 disposant qu'en temps de guerre le service des chemins de fer relève de l'autorité militaire, indique aux compagnies de chemin de fer que les moyens de transport et les infrastructures seront dorénavant prioritairement dévolus au transport de marchandises et de soldats vers le front[8]. Le vin n'étant pas classé dans la catégorie des marchandises pouvant bénéficier des avantages accordés aux produits de première nécessité, les transports par voie ferrée sont utilisés à d'autres fins prioritaires, du moins jusqu'en 1917[9]. De ce fait, la branche de la barricaille, qui expédie en fûts et sur des plates-formes, est particulièrement touchée par cette situation comme l'indique son président en décembre 1914[10]. Enfin, de nombreux wagons-réservoirs ou wagons-foudres sont en souffrance dans l'ensemble des départements car ces derniers, expédiés avant la mobilisation et qui n'ont

[1] CAMBON A., *Mèze, Mémoire en images*, Saint-Avertin, Alan Sutton Ed, 2005, p. 112.
[2] AMF : 3 F 13, Lettres à en-tête, Lettre d'Argelliès au maire de Frontignan, 05/02/1915.
[3] *BMS*, déc. 1914- janv. 1915, p. 146. Il tombe au front quelques mois plus tard, ce qui, semble-t-il, accélère son remplacement (*BMS*, avril-mai-juin 1915).
[4] *BMS*, juill. 1915 à janv. 1916, p. 201.
[5] *Ibid*., p. 187.
[6] Archives municipales de Frontignan : 3 F 13, Lettre de L. Koester, 28/08/1917.
[7] *BMS*, oct.-nov. 1914, p. 136-138.
[8] Arrêté ministériel, 29/10/1914.
[9] GERVAIS P., *La viticulture en France de 1913 à 1924*, Paris, Chimie et Industrie, 1924, p. 7.
[10] Lettre du président du Syndicat de la clientèle bourgeoise, 04/12/1914, *BMS* déc.-janv. 1915, p. 142.

pas été livrés, ont été refoulés « dans les directions les plus diverses »[1]. Or faire revenir dans le département ces wagons reviendrait pour les négociants à reconnaître qu'ils leurs appartiennent et entraînerait donc la nullité du contrat passé. Mais, si les wagons-foudres ou les wagons-réservoirs sont laissés en souffrance, cela induit des frais de magasinage très importants, notamment dans les gares où sont stationnées les marchandises. Dans les deux cas, les négociants héraultais doivent faire face à une augmentation considérable de leurs frais.

Dès lors, les maisons de commerce, particulièrement gênées par la mobilisation et les réquisitions matérielles, optent pour deux stratégies différentes. Certaines maisons ferment leurs portes. À Olonzac Léon Merle ferme sa maison et la liquide « précipitamment avec de grosses pertes »[2]. À Cazouls-lès-Béziers, la maison « Chabbert-Poussines » est également fermée pendant les hostilités en raison du décès de l'un des associés et de la mobilisation du fils de l'autre[3]. H. Petit, lui aussi, a fermé sa maison dès sa mobilisation : « Je vous informe que mon commerce a été totalement arrêté pendant tout la durée de la guerre » écrit-il à la CCB en 1920[4]. Face à ces fermetures, il est n'est pas rare de retrouver dans le *BMS*, des demandes d'emplois : à l'automne 1914, un ouvrier des chais montpelliérain offre ses services d'entonneur ou d'ouvrier de chai[5] tandis qu'en janvier 1915, un représentant publie une petite annonce dans le *BMS* pour visiter au nom de maisons méridionales des clients parisiens, à la suite, très vraisemblablement, de la fermeture de celles qu'ils représentaient avant 1914[6].

D'autres confient leur maison à leur famille avec plus ou moins de réussite : Jules Viste à Saint-Chinian admet que son frère, « malade, n'a presque rien fait comme affaires »[7]. Abel Dessup de Gabian indique que sa maison « n'a pas été complètement fermée pendant la guerre, mais elle n'a pas marché comme elle l'a pu, plutôt mal que bien ». C'est en partie dû à la mauvaise gestion en son absence, cette dernière étant assurée par son fils et son frère. Or le premier a 15 ans seulement et le second est un fonctionnaire résidant à plus de 20 km, « venant quand il le pouvait pour donner à son neveu des directions et des conseils »[8]. La maison n'est donc plus gérée avec rigueur et connaît des difficultés. Dieudonné Bec de Cessenon se plaint, lui, de n'avoir pu trouver qu'un seul de ses parents pour prendre les rênes de la maison, un ancien maréchal-ferrant qui « ne connaissait pas le commerce des vins » et qui avait d'autres occupations par ailleurs[9]. Chez les Jeanjean, selon un schéma classique pendant le conflit[10], l'épouse et la mère de Maurice-François re-

[1] *BMS*, déc. 1914-janv. 1915, p. 143.
[2] ADH : 8 M 309, *op. cit.*, Lettre L. Merle à la CCB, 29/05/1920.
[3] *Ibid*., Lettre de « Chabbert-Poussines », 28/04/1920.
[4] *Ibid*., Lettre H. Petit à la CCB, 30/04/1920.
[5] *BMS*, oct.-nov. 1914, p. 129.
[6] *BMS*, déc. 1914 - janv. 1915, p. 149.
[7] ADH : 8 M 309, *op. cit.*, Lettre J. Viste à la CCB 06/04/1919.
[8] *Ibid*., Lettre « Dessusp Frères » à la CCB, 3/05/1920.
[9] *Ibid*., Lettres D. Bec à la CCB, 3/05/1920.
[10] ASSELAIN J.-C., *Histoire économique du XXe siècle. La montée de l'État (1914-1939)*, Paris, Presses de Sciences-Po, 1995, p. 47.

prennent l'activité familiale, aidées du comptable[1]. Ces perturbations durent jusqu'à la fin des années 1910, tandis que la démobilisation s'étend jusqu'en 1920. On peut même imaginer que ces difficultés se sont prolongées au-delà, tant les retours à la vie normale (ici commerciale) sont parfois pénibles et délicats pour des soldats traumatisés moralement et physiquement[2].

Symboles des difficultés qui frappent le négoce héraultais, les activités syndicales sont elles aussi ralenties par le conflit : à de multiples reprises lors des réunions du syndicat montpelliérain, le quorum n'est pas atteint, comme, par exemple, lors de l'AG de janvier 1915[3], tandis que le *BMS* sort de manière irrégulière (tous les deux ou trois mois) puis il disparaît des archives à partir de 1916. Néanmoins, comme nous le verrons plus loin, les syndicats veillent à se montrer des interlocuteurs actifs, notamment vis-à-vis de l'État dont l'action gêne profondément le commerce des vins.

De nouvelles pressions étatiques

Jean-Charles Asselain, dans son ouvrage sur l'action de l'État dans l'économie souligne que pendant le conflit, « l'irruption de l'État au premier plan de la vie économique […] répond avant tout à la nécessité d'assurer […] la poursuite de la guerre et des activités vitales. L'interventionnisme prend un peu partout des formes extrêmes, impensables dans le monde d'avant 1914 »[4]. Dans la filière viti-vinicole, l'État tire profit du conflit pour mieux encadrer la filière et le marché des vins.

Dès août 1914, un moratoire est voté par le parlement pour suspendre le règlement des créances[5]. Concrètement, tous les dépôts et comptes-courants créditeurs sont immobilisés dans les banques et toutes les opérations d'escompte sont stoppées. Dorénavant, seules les transactions pouvant se dérouler au comptant sont possibles, ce qui réduit particulièrement l'activité commerciale. En outre, face à cette nouvelle situation, la BDF envisage de réduire de 50% la valeur des titres donnés en couverture, ce qui immanquablement réduirait la surface financière des maisons de négoce en entraînant, par effet mécanique, le remboursement des sommes déjà prêtées qui ne seraient plus assurées par des garanties trop faibles. Dans le domaine des transports, le ministère de la Guerre prend un arrêté début août dans lequel il décrète qu'il n'est plus reçu ni expédié de marchandises :

> « Sur tout le réseau, les chefs de gare préviennent les expéditeurs d'avoir à reprendre les marchandises non encore-parties […]. Les marchandises non encore expédiées ou en cours de route seront déchargées, s'il y a lieu, et pourront, si besoin est, être camionnée

[1] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 63.
[2] À ce sujet voir FOUCHARD D., *op. cit.* ou AUDOIN-ROUZEAU S. et BECKER A., *14-18, retrouver la Guerre*, Paris, Gallimard, 2000, P. 223-225.
[3] *BMS*, déc. 1914-janv. 1915, p. 145.
[4] ASSELAIN J.-C., *op. cit.*, p. 21.
[5] Décret du 10/08/1914 qui suspend toutes les échéances pour tous les débiteurs.

> d'office, soit à domicile, soit dans un entrepôt public ou privé. Il en est de même pour des marchandises non enlevées par les destinataires. »[1]

Ce dirigisme d'État qui se met en branle dès le début des hostilités rend difficiles les transactions. L'ensemble des moyens de transports sur les réseaux de chemin de fer étant désormais entre les mains de l'État, le commerce des vins se retrouve dans une situation de dépendance très forte qui se matérialise par une profonde désorganisation : des centaines de wagons-foudres, wagons-réservoirs, plates-formes sont réquisitionnés ou immobilisés sur le territoire. La filière est profondément touchée par des mesures gouvernementales qu'elle considère comme discriminatoires[2], d'autant plus que le vin n'est pas considéré comme une denrée prioritaire avant 1917. Si les compagnies de chemin de fer assurent rapidement une rotation minimum pour les vins[3], c'est au prix de nombreuses restrictions (géographiques[4] et matérielles[5]) mais également en ayant une interprétation maximaliste de l'article 5 du décret ministériel. Celui-ci fait cesser les délais obligatoires pour la livraison des marchandises, porter la charge de la manutention et du stockage sur la marchandise et désengage la responsabilité des compagnies, notamment en vertu de la clause de « cas de force majeure ». En conséquence, dans les cas d'avaries ou de pertes, les compagnies répondent qu'elles « n'encourent aucune responsabilité durant l'état de guerre »[6].

Par ailleurs, l'interventionnisme marqué de l'État se fait de plus en plus gênant pour le commerce des vins. Si les premières décisions sont prises dans une optique de convergence des intérêts nationaux vers l'effort de guerre, ce n'est plus la même logique par la suite.

En effet, le moratoire, s'il ralentit les transactions, peut aussi être interprété comme la volonté de l'État de protéger les commerçants mobilisés qui n'auraient plus la possibilité de rembourser leurs créances ou d'assurer le bon fonctionnement de leur maison[7]. Il en va de même pour les mobilisations matérielles qui sont nécessaires pour répondre à ce qui est vécu, jusque dans les milieux commerciaux, comme une agression par une « horde teutonne »[8]. Dans un premier temps, les intérêts généraux et nationaux priment sur l'individualisme commerçant.

---

[1] Circulaire ministérielle, affichée dans les gares le 8 août 1914, Art. 4.
[2] C'est en ce sens que se font toutes les interventions des syndicats. Cf. *infra*, sch. 21, p. 489.
[3] Ainsi, une note de la Commission du réseau du Midi autorisait une expédition par jour et par expéditeur depuis le 21 août 1914. Mais elle est annulée, le 4 septembre, par une nouvelle décision « qui interdit d'accepter jusqu'à nouvel ordre toutes marchandises à destination de Brive et Limoges, à l'exception des transports de ravitaillement de Paris » (*BMS*, août-sept. 1914).
[4] Aucune expédition au-delà de Rouen par exemple.
[5] À certaines périodes, seuls les WF peuvent circulent, à d'autres seules les plates-formes.
[6] *BMS*, fév.-mars 1915, p. 161.
[7] C'est confirmé par un jugement du tribunal civil de Montpellier qui, en 1922, rejette les poursuites contre un négociant qui ne pouvait pas retirer les caves achetées (cf. *MJM*, sept. 1922).
[8] Circulaire du Syndicat national relayée par le Syndicat régional, *BMS*, fév.-mars 1915, p. 150.

En revanche, par la suite, d'autres mesures sont particulièrement mal reçues par les négociants héraultais. En premier lieu, toute une série de taxes qui visent à renflouer les caisses de l'État dans un contexte de crise aiguë : taxe de luxe qui frappe certains vins, comme les apéritifs, ou impôt sur la dépense[1] en 1917. Ces prélèvements sont particulièrement lourds et mal acceptés dans un monde commercial où l'hostilité est grande vis-à-vis de toute charge supplémentaire, d'autant plus que quelques semaines avant le début du conflit, le Parlement a entériné la naissance d'un impôt sur le revenu. Les droits de circulation augmentent eux-aussi, passant de 1,50 F en 1914 à 3 F en 1916 puis 10 F en juin 1918[2].

Mais c'est surtout une décision prise par l'État en 1916 qui met le négoce dans l'embarras. En effet, afin de réprimer les abus dont s'estime victime l'État, notamment selon Béatrice Touchelay, en raison de « l'inexpérience des agents de l'État qui négocient les contrats de fournitures aux Armées »[3], les parlementaires décident de voter le 1er juillet 1916 la « contribution sur les bénéfices extraordinaires », aussi appelée « impôt sur les bénéfices de guerre ». Cette nouvelle taxe, qui s'inscrit dans la mise en œuvre d'une solide armature fiscale qui faisait défaut au pays, vise l'ensemble des bénéfices réalisés entre le 1er août 1914 et 18 mois après la guerre[4]. Seuls les fournisseurs réguliers et les fournisseurs exceptionnels de l'État sont concernés, les producteurs en étant, eux, exemptés. En fonction des bénéfices réalisés, 50 % à 80 % des bénéfices supplémentaires aux bénéfices normaux sont alors taxés[5]. Si les bénéfices des négociants sont particulièrement faibles dans les premières années de la guerre, ce n'est plus le cas par la suite. Alors qu'ils plafonnaient aux alentours de 15 F l'hl en 1915[6], les cours atteignent 40 F en août 1916 et dépassent les 100 F par hl en septembre 1917[7]. Ce décollage des cours en un laps de temps finalement assez bref (multiplié par deux entre novembre et décembre 1917) a permis à de nombreuses maisons de réaliser des bénéfices substantiels comme l'indiquent les rapports d'inspection des succursales héraultaises de la BDF après le conflit. Cette question des bénéfices exceptionnels devient alors un sujet récurrent dans le discours syndical des années 1920, preuve à la fois d'un mécontentement face à cette mesure mais également d'une certaine inquiétude face aux poursuites possibles[8].

---

[1] Première étape vers une taxe sur le chiffre d'affaires.

[2] GERVAIS P., *op. cit.* p. 7.

[3] TOUCHELAY B., « Taxer les bénéfices de guerre ou confisquer les profits illicites, deux légitimités distinctes » in DEGOS J.-G. et TRÉBUCQ S. (dir), *L'entreprise, le chiffre et le droit. Itinéraires parallèles, itinéraires croisés*, Centre de Recherche en contrôle et comptabilité internationale, IAE – Université de Bordeaux IV, 2005, p. 367.

[4] Donc le 30 juin 1920.

[5] Dans le commerce des vins, ces bénéfices extraordinaires sont calculés en comparant les bénéfices des trois dernières années avant la guerre et les bénéfices réalisés durant celle-ci. Voir TOUCHELAY B., *op. cit.*, pour plus de détails.

[6] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 63

[7] ADH : 8 M 222, Fonds de la CCB, Commission de cotation, Béziers, 1916-1920.

[8] Voir *BMS*, 1923-1924 où le sujet est évoqué à de multiples reprises ou « Tout se tient », *AM*, 15/02/1925 qui revient sur les évolutions de la loi de 1916 et sur les injustices qui frappent les seuls commerçants et industriels, forçant le Commerce « par patriotisme » à s'incliner et à supporter le poids d'une fiscalité de plus en plus lourde pour combler les déficits de l'État.

Enfin, l'État décide dès le début du conflit de mettre sous séquestre les biens des « commerçants en vins appartenant à une nationalité en guerre avec la France »[1]. Si le syndicat de Montpellier ne dit en connaître aucun lorsqu'il est sondé par les services de l'État, les maisons de commerce ayant un lien avec l'Allemagne sont nombreuses à Montpellier et dans l'ensemble du département (citons les familles Archbold, Bühler, Herber, Krüger ou Scheydt). Il est délicat de savoir quelles ont été les répercussions du conflit pour les relations commerciales de ces maisons.

Néanmoins, l'exemple de la famille sétoise Koester nous offre quelques pistes. Henrich, le père de Louis, est né en 1833 à Hanovre et est l'un des grands notables sétois de la Belle Époque : négociant en vins, il est membre du syndicat des vins, du conseil presbytéral de la ville et l'un des fondateurs de l'établissement des bains de mer du Lazaret. Or, Allemand naturalisé français, il fuit, par crainte vraisemblablement des représailles pour lui et son patrimoine, le port sétois pour se rendre en Espagne après avoir vendu tous ses biens dès le début du conflit[2]. Son fils Louis, très implanté dans la vie associative sétoise, éveille lui-aussi de nombreuses suspicions : « On s'étonne généralement que ce fils d'étrangers affiche un patriotisme exubérant alors que ses proches parents servent dans l'armée allemande »[3] bien qu'un de ses frères soit mobilisé dans l'armée française. Ainsi, en dépit de leur investissement et de l'ancienneté de leur implantation, les Koester restent avant tout des Allemands pour les autorités françaises. Pourtant, Henrich et Louis sont dans les années 1910 très impliqués dans la bourgeoisie locale par le biais de responsabilités diverses et leur famille possède une maison de commerce dans la ville depuis le début du XIXe siècle. En outre, Louis est de nationalité française et son père a été naturalisé. Mais leurs origines les rendent suspects et suscitent de très nombreuses oppositions à leur encontre dans la ville[4]. Très vraisemblablement, la même méfiance pèse sur l'ensemble des négociants d'origine allemande, d'autant plus s'ils sont fortunés et prospères. D'ailleurs, dans les rapports de la BDF, le patron de la maison « Steinmann », d'origine allemande, qui jouit d'un beau succès d'estime et d'annotations favorables avant 1914, est décrit comme ayant « de fortes attaches allemandes [et] une moralité douteuse » en 1922[5], ce qui n'était jamais le cas auparavant. Ainsi, alors que son origine ne posait pas problème avant 1914, elle est signalée ici de manière négative. Au demeurant, si l'exemple des Koester nous démontre des conséquences de leurs origines pour leur position sociale, il y a fort à parier que, dans le domaine des transactions commerciales, la même attitude soupçonneuse soit réservée aux négociants d'origine allemande. Leur activité est, en outre, d'autant plus menacée qu'ils avaient avec l'Allemagne des relations commerciales actives et poussées, ces dernières étant rompues avec le début des hostilités.

---

[1] Lettre du préfet au Syndicat des vins de Montpellier, *BMS*, oct.-nov. 1914, p. 136.
[2] GUIRAUD C. et LAURANS G., « Sète et l'organisation du sport moderne en Languedoc (1906-1920) », *BSESSR*, 2008, p . 138.
[3] AMS : NC, Rapport du commissariat de police, Sète, 28/12/1915.
[4] C. Guiraud relève que L. Koester lorsqu'il cherche à établir une section locale des Éclaireurs de France à Sète n'est pas suivi par une partie des notables locaux qui créent des associations dissidentes.
[5] ABDF : Sète, 1922.

Les perturbations sont donc nombreuses dans une filière et une profession qui, au contraire, cherche avant tout la stabilité dans les relations commerciales et dans la pratique quotidienne. Il est donc nécessaire de s'adapter pour pouvoir faire face à des conditions d'exercice rendues difficiles par les événements, mais également par la pression que met l'État sur l'ensemble des secteurs et des acteurs économiques.

C'est ce qu'arrive à faire un grand nombre des maisons de commerce du département.

Une activité qui subsiste

Bien que l'activité soit soumise à de très fortes pressions pendant la guerre et que, comme le reconnaît Maurice-François Jeanjean dans l'une des lettres à sa femme, il aurait pu « fermer les portes de [son] commerce comme l'ont fait la plupart de [ses] camarades »[1], les transactions commerciales se poursuivent. Une fois l'adaptation aux nouvelles conditions du marché assurée, les maisons de commerce, aidées vigoureusement par les instances syndicales, assument leur mission première : expédier les vins héraultais vers la clientèle de l'extérieur et notamment l'armée, qui devient un client de choix.

Réadaptation et continuité des circuits commerciaux

Dans ce contexte tumultueux, les maisons de commerce cherchent tant bien que mal à assurer la continuité de leur activité. Mais pour cela, il est important de se réadapter au nouveau contexte. En effet, comme le souligne Leroy d'Audéric, « la plus grande majorité des négociants [méridionaux] n'ont pas eu leur cave ou leur maison trouée par les obus d'un bombardement » comme pour les négociants en vins du nord, de l'est de France ou même certaines des maisons du nord de la région parisienne. Mais, continue-t-il, les négociants du Midi doivent « faire face à de nombreux retours et des protêts[2] tombant sur une caisse épuisée par l'effondrement des cours des vins en fin de campagne »[3]. Ainsi, ceux qui restent encore en activité doivent s'adapter aux nouvelles conditions d'un marché perturbé, mais qui perdure.

Chez les Jeanjean, la femme de Maurice-François, Cécile, doit gérer l'entreprise familiale et ses partenaires commerciaux ne manquent pas de lui rappeler de le faire comme s'ils étaient en temps normal. Ainsi, au début du conflit, un des fournisseurs de la maison réclame les retiraisons et le paiement des soldes, très certainement sous la pression des nouvelles vendanges qui arrivent. Maurice répond depuis le front à sa femme qu'il comprend les soucis de ce producteur mais que s'il avait fermé ses portes, ce fournisseur serait bien plus dans l'embarras. Et de conclure : « Chacun doit y mettre du sien dans pareil

[1] JEANJEAN M., *op. cit.*, Lettre du 11/09/1914, p. 63.
[2] Acte de constatation de la part d'un huissier de justice du non-paiement d'une traite.
[3] *BMS* fév.-mars 1915, p. 159.

cas. »[1] En 1916, la maison « L. Rouane », loueur de futaille à Sète, écrit à Maurice-François :

> « Il est donc urgent que vous interveniez énergiquement auprès de vos clients détenteurs de fûts, pour les mettre en demeure soit de retourner les fûts, soit d'en payer la location. […] Si vos occupations ne vous permettent pas d'agir auprès d'eux avec toute l'activité voulue, vous n'avez qu'à confier ce soin à un homme d'affaires de votre région et vous verrez qu'ils s'exécuteront. »[2]

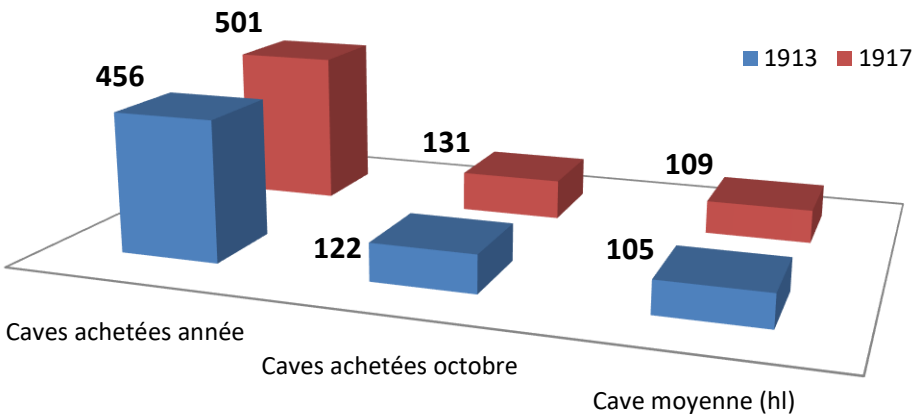
Cette lettre est très significative pour deux raisons. La première est que Rouane écrit à Jeanjean comme en temps de paix. Le ton est sec, presque menaçant. Deux ans après les débuts du combat, la guerre a été intériorisée et assimilée par les différents acteurs commerciaux, à tel point que les « occupations » – ici servir au front – de Maurice Jeanjean sont comparées à des activités classiques. On peut en déduire que, pour les acteurs de la filière, si 1914-1915 a été une période de confusion, la période suivante est celle d'une normalisation des circuits commerciaux qui s'adaptent à la réalité du marché. Le second intérêt de cette lettre est la critique, en creux, des remplaçants de M. Jeanjean. Ici, très clairement, Cécile Jeanjean est considérée comme peu compétente. Il est délicat de déceler la part de misogynie ou la réelle inexpérience de la mère de famille, mais c'est, de manière voilée, sur elle que se concentrent les reproches de Rouane. Dans ce contexte de substitution à leur mari, les femmes elles-mêmes reconnaissent les difficultés à assurer la continuité des maisons familiales. En 1917, l'épouse d'un client de Claparède demande un délai pour venir retirer le vin qu'elle a acheté. Elle se justifie de la manière suivante : « Comprenez bien, Monsieur, combien ma situation est embarrassante pour une femme, à se débattre devant ces difficultés. » Quelques temps plus tard, elle se plaint à nouveau de la mobilisation de son mari, « depuis le premier jour », la laissant « avec un commerce sur les bras »[3]. Néanmoins, au-delà des discours, crypto-machiste pour l'un, victimaire pour l'autre, ces deux exemples montrent que ce sont, en partie, les femmes – et les enfants dans d'autres cas[4] – qui assurent la continuité et l'adaptation au contexte de guerre. En effet, Cécile Jeanjean tient la maison durant la totalité de la guerre et cette cliente de Claparède se plaint en 1917 d'un commerce qu'elle dirige, seule, depuis près de trois ans, soit une durée considérable dans des conditions difficiles. Ici encore, le socle familial est prédominant dans cette adaptation alors que dans d'autres cas, faute de soutien familial, les maisons sont obligées de fermer, parfois dans des circonstances dramatiques. Ainsi, à Cazouls-lès-Béziers, Lucien Rodrigues, mobilisé, ferme sa maison et est « odieusement trompé » par son associé resté sur place et à qui il intente un procès après-guerre[5].

---

[1] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 63.
[2] *Ibid.*, Lettre de Rouane à Jeanjean, 19/05/1916, p. 64.
[3] ADH : 5 J 75, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, Lettres de mars 1917.
[4] Nous avons évoqué plus haut le cas de la maison Dessup de Gabian.
[5] ADH : 8 M 309, *op. cit.*, Lettre de Rodrigues à la CCB, 15/05/1920.

Cette rapide adaptation est d'ailleurs très nettement perceptible chez Granier. En effet, si l'on compare l'activité de la maison « C. Granier » en temps de paix et en temps de guerre, il n'y a pas de différences fondamentales. Seuls les nécessaires ajustements au conflit sont notables. Ainsi, les achats de la maison « C. Granier » sont constants en temps de guerre bien que la récolte soit déficitaire : dans le Midi, la récolte de 1917 est près de 20 % moins importante que celle de 1913[1]. Pourtant, en dépit de cette situation, Granier continue d'acheter sensiblement les mêmes quantités de vin.

Graph. 9 : Comparaison des achats de la maison « C. Granier » 1913-1917



Source : ADH : 106 J 17-19, Fonds Granier, Achats, 1912-1919

Ces chiffres, s'ils sont en augmentation, sont toutefois à relativiser. En effet, certaines des maisons alentours cessent leur commerce pendant la période des hostilités tandis que d'autres voient leur activité se ralentir de manière plus ou moins marquée. Granier profite donc du recul de ses confrères pour faire progresser son activité. Si l'exemple de Granier est révélateur d'une adaptabilité marquée pendant le conflit et d'une réussite commerciale, il ne faut pas généraliser son cas à l'ensemble du département. Il prouve néanmoins que pendant la Première Guerre mondiale, les maisons qui ont pu bénéficier d'une certaine stabilité, en ont profité pour continuer leur activité, au prix d'une adaptation au nouveau contexte.

En effet, à une échelle plus fine, lorsqu'on étudie la localisation de ces achats, on peut évaluer les effets de cette adaptation comme l'indique le tableau 30 ci-après.

[1] GERVAIS P., *op. cit.*, p. 12.

Tab. 30 : Comparaison des logiques d'achalandage de la maison « C. Granier » 1913-1917		
Localisation	**1913**	**1917**
Rayon de 5 km	44 %	65 %
Dont Magalas	23 %	21 %
Entre 5 et 10 km	41 %	27 %
Entre 10 et 20 km	9 %	2 %
Au-delà de 20 km	6 %	6 %

Source : ADH : 106 J 17-19, Fonds Granier, Achats, 1912-1919

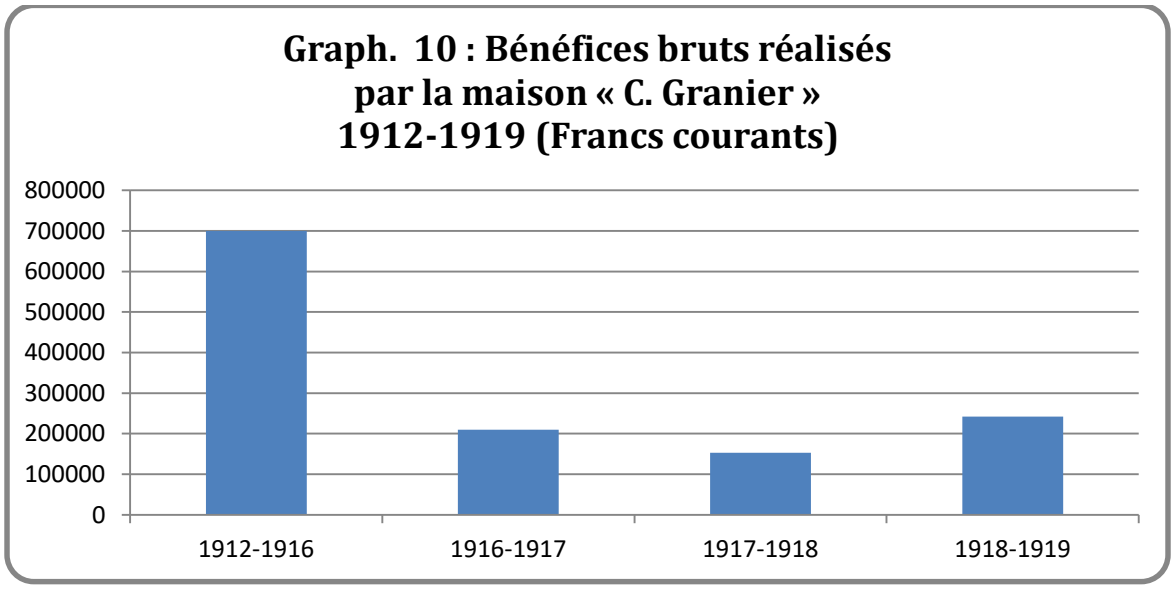
Si le nombre de caves achetées à Magalas évolue peu, il y a une double dynamique singulière. La première est le recentrage sur le rayon d'achat le plus proche, les villages situés à moins de 5 km. En 1917, plus de 6 caves sur 10 sont achetées dans un rayon très restreint. Les explications peuvent être multiples. Ce sont déjà les problèmes de transport qui subsistent. Dans une lettre de Roussel-Lacombe à Claparède en 1917, le négociant montpelliérain regrette en effet que les transports ne s'arrangent pas dans le département[1]. C'est également l'obligation, dans une période de tension, de se recentrer pour les approvisionnements réguliers, vers un bassin de production que l'on connaît bien. Pourtant, paradoxalement, dans le même temps, Granier n'hésite pas à aller faire des « coups », loin de son domicile. En effet, tout comme en 1913, les caves achetées à plus de 20 km représentent environ 6 % du total. Mais, contrairement à 1913, ces achats se font dans des localités où Granier n'a pas l'habitude d'acheter et où il n'achète plus par la suite : Marseillan dans la plaine ou Saint-Gervais-sur-Mare dans la montagne. Ce qui est particulièrement frappant, c'est de noter que ces deux achats sont faits selon des logiques opposées : à Saint-Gervais, Granier réalise de bonnes affaires, achetant des vins à moindre prix (près de 20 % moins chers que les autres caves) alors qu'à Marseillan, au contraire, des caves sont achetées en grande quantité (850 hl) pour des prix largement au-dessus des prix habituels (environ 30 % plus cher que les caves moyennes achetées à cette époque-là[2]). Ce vin répond ici soit à une demande précise d'un client de Granier soit est utilisé pour remonter la couleur ou le degré des vins déjà en sa possession[3].

À l'autre bout de la chaîne commerciale, il n'y a pas de véritables changements. En 1918, la maison expédie autant de marchandises qu'en 1913 (environ 92.000 hl) et seule l'année 1916, marquée par la forte baisse productive de la campagne 1915-1916, enregistre une forte diminution (60.000 hl expédiés)[4]. Les clients, quant à eux, sont toujours les

[1] ADH : 5 J 75, *op. cit.*, Lettre mars 1917.
[2] Entre 80 et 90 F l'hl contre 112-115 F l'hl pour les caves achetées à Marseillan.
[3] Les caves achetées titrent aux alentours de 10°, parfois plus. Si Granier achète parfois dans son rayon d'achat traditionnel des vins dépassant les 10° (à Laurens, Magalas ou Fouzilhon par exemple), la particularité des vins de l'année 1917 est le faible titrage (beaucoup de caves titrent aux alentours de 8°). Vraisemblablement s'agit-il, dans le cas des caves marseillanaises, d'un vin particulièrement coloré et haut en degrés.
[4] ADH : 106 J 47-48, Fonds Granier, Sorties des vins, 1915-1919.

mêmes, majoritairement dans le Centre de la France et en région parisienne où Joseph, le fils de Camille, s'est installé pour vendre les vins depuis l'annexe de Charenton[1].

D'ailleurs, preuve de la remarque stabilité et de la bonne santé de la maison, le nombre d'employés est le même avant et après le conflit[2] (une vingtaine d'employés environ[3]) et les bilans financiers de la maison font état d'un accroissement de la balance comptable de près de 10 %[4] tandis que la maison réalise de fructueux bénéfices année après année (graph. 10)[5].



Source : ADH : 106 J 225, *op. cit.*

Ainsi, l'exemple de la maison « C. Granier » démontre d'un réel souci de s'adapter aux nouvelles conditions dues à la guerre, tout en assurant une certaine continuité commerciale. Cette situation s'explique en grande partie par les besoins du front.

Le front : une opportunité ?

Au fur et à mesure que le front s'installe dans le nord de la France, les besoins en vins deviennent de plus en plus importants et c'est là une véritable opportunité pour les négociants héraultais même si la mise en pratique se révèle parfois complexe.

Si l'armée se fournit auprès des négociants en vins pour ravitailler ses troupes depuis le milieu des années 1850[6], le phénomène prend une plus grande ampleur pendant la guerre de Crimée semble-t-il, et surtout avec la guerre de 1870[7]. Mais, la guerre de 1914-

[1] Entretien avec la famille Granier, nov. 2012. Le fils de Joseph, Camille Henri, naît à Paris en 1917.
[2] ADH : 106 J 245, Fonds Granier, Quinzaine, Salaire du personnel et de la propriété, 1917-1919.
[3] Ces employés comprennent à la fois les ouvriers agricoles et les ouvriers des chais sans qu'il soit possible de faire la différence.
[4] ADH : 106 J 137, Fonds Granier, Grand Livre, 1913-1918.
[5] ADH : 106 J 225, Fonds Granier, Inventaire (1906-1975). Nous ne disposons pas de chiffres intermédiaires entre 1912 et 1916.
[6] ADH : 2 R 562, Intendance, Subsistances Militaire, Adjudication des fournitures de vin pour l'armée d'Afrique (1848-1850). Il s'agit toujours de combats à l'extérieur du territoire métropolitain.
[7] GARRIER G., *op. cit.*, p. 362 et sq.

1918 institutionnalise véritablement la pratique d'un ravitaillement en vins généralisé et régulier[1]. En effet, le vin est au cœur du conflit et « participe d'une mythologie identitaire nationale » comme le soutient Olivier Parenteau[2]. Il permet, par son attachement au terroir, ses qualités fortifiantes, sa dimension civilisationnelle[3], de matérialiser certains des idéaux au cœur des combats de 1914-18. Le vin est alors élevé au rang de personnage mythique : depuis le « père Pinard », personnifié par le général Joffre dont le père était tonnelier, au « saint Pinard » qui guidait les soldats sur le front, il redonne courage et permet d'oublier – un temps – les horreurs des combats[4]. Véritable ferment de la culture nationale, acquérant le statut de « bouclier artificiel »[5], il est omniprésent sur le front (fig. 26).

1

2

3

L'Ode au Pinard

Salut, Pinard de l'Intendance,
Qu'a goût de trop peu ou goût de rien,
Sauf les jours où t'aurais tendance
À puer le phénol ou bien l'purin…
Y'a même des fois où tu sens l'pétrole,
T'es trouble, t'es louche et t'es vaseux,
Tu vaux pas mieux qu'ta sœur la gnole.
C'est sûr comme un et un font deux,
Que les riz-pain-sel y vous mélangent
Avec l'eau d'une mare à canards.
Mais qu'y faire ? La soif nous démange…
Salut Pinard, pur jus des treilles,
Dont un permissionnaire parfois,
Nous rapporte une ou deux bouteilles ;
C'est tout le pays qui vit en toi.
Dès qu'on a bu les premières gouttes,
Chacun retrouve en soi son patelin…
Et l'on se sent chaud sous les paupières.

1 : Poilus au repos autour de bouteilles de vin (Source : carte postale 1914-1918, fonds privés)
2 Saint Poilu (Source : carte postale 1914-1918, fonds privés)
3 : *L'Ode au Pinard* (Source : Chanson de M. Leclerc, 1915)
4 : L'estomac du Poilu (détail) (Source : « L'anatomie du Poilu », Musée de la Grande Guerre, Meaux)

4

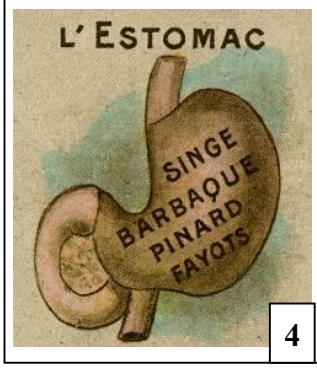


Fig 26 : Le « pinard », ferment de la culture nationale pendant la guerre

[1] En avril 1914, on décide d'allouer un quart de litre de vin à chaque « soldat bivouaqué ». Cf. Bulletin officiel du ministère de la Guerre, *Alimentation en campagne*, Charles-Lavauzelle Ed., Paris, 1914, p. 64.
[2] PARENTEAU O., « Vider son Verdun trait. Le vin dans la poésie française de la Grande Guerre (1914-1918) » *COnTEXTES* [En ligne], 6 septembre 2009.
[3] En 1915, G. Apollinaire, alors au front, écrit : « J'ai comme toi pour me réconforter ; Le quart de pinard ; Qui met tant de différence entre nous et les boches » (APOLLINAIRE G., « À l'Italie », *Calligrammes*, 1915).
[4] « Le pinard ! Le bon pinard français ! Quel service moral n'a-t-il pas rendu au commandement ! […] Il noyait le vilain cafard ! » écrit le lieutenant-colonel Lebaud dans ses mémoires. Cf. LEBAUD M., *Commander*, Paris, Libr. Chapelot, 1922, p. 22-23.
[5] ROUSSEAU F., *La guerre censurée. Une histoire des combattants européens de 14-18*, Paris, Seuil, 1999, p. 110.

Dans un souci de solidarité impulsée par les préfets à l'été 1914, les dons de vin en provenance du Midi sont nombreux. Dès l'automne 1914, 200.000 hl sont ainsi offerts par les vignerons méridionaux[1] dont 70.000 par les seuls Héraultais[2]. Les négociants participent à cet élan de solidarité. En décembre 1914, le président du syndicat des vins montpelliérain, Eugène Leenhardt, fait part des sollicitations dont il est l'objet pour fournir des vins aux réfugiés hébergés dans le département de Meurthe-et-Moselle[3]. Si la Chambre syndicale décide de ne pas prendre de part officielle dans cette action, le président s'engage à démarcher personnellement les membres de la profession qui possèdent des vignes afin qu'ils participent à ce mouvement de solidarité en faveur des hôpitaux et des réfugiés lorrains à Nancy[4]. Si on y apprend que certains ont déjà participé, individuellement, dès les premiers dons, on comprend surtout que la Chambre ne veut pas s'investir officiellement dans une action qui pourrait, par la suite, lui être préjudiciable. En effet, selon Leenhardt, si le négoce accepte, de manière officielle, de fournir gratuitement du vin au front, cela pourrait ensuite, par systématisation et jurisprudence, représenter un manque à gagner pour une profession qui dit déjà suffisamment souffrir du conflit[5].

Cette décision s'explique également car, dans les faits, l'armée est devenue l'un des principaux clients du négoce héraultais depuis août 1914 : les denrées alimentaires sont désormais placées sous le contrôle du ministère du Ravitaillement et, dès octobre 1914, l'État décide de ravitailler l'ensemble des troupes mobilisées en vins : un quart de litre gratuit et un quart de litre remboursable par les ordinaires. En juillet 1916, cette seconde ration devient gratuite par un vote au Parlement alors qu'en 1918, un quart de litre payant (à bas prix) est à nouveau fourni[6]. Pour centraliser la demande, l'État dépêche dans les départements des Commissions des marchés auxquelles participent les négociants par l'intermédiaire de leurs représentants syndicaux, censés donner des informations sur la quantité et les prix des vins disponibles[7]. D'ailleurs, les négociants se plaignent de ce rôle uniquement consultatif car il est indéniable qu'ils voient dans le ravitaillement des troupes un marché attractif, de près de 4 M de consommateurs[8]. Les Commissions d'achat et de réception des vins pour les armées gèrent ensuite les transactions et assurent l'expédition jusqu'au front où les vins sont stockés. Tout cela s'effectue sous le contrôle d'un intendant, celui de la XVIe région économique dans l'Hérault et selon un processus bien réglé comme le présente le schéma page suivante.

---

[1] *Le Vigneron,* n°559, 27/09/2001.

[2] ADH : 10 R 52, Organismes temporaires du temps de la Première Guerre mondiale, Réquisitions de vins pour l'intendance militaire : règlementation, correspondance, commission départementale de délimitation des vins, 1915-1916. D'autres sources évoquent 100.000 hl.

[3] *BMS*, déc. 1914-janv. 1915, p. 141-142.

[4] ADH : 10 R 51, Organismes temporaires du temps de la Première Guerre mondiale, Dons de vin pour les troupes du 16e corps en campagne, réquisitions, vins pour les blessés, Vins livrés aux hôpitaux et aux réfugiés lorrains à Nancy, 1914-1915.

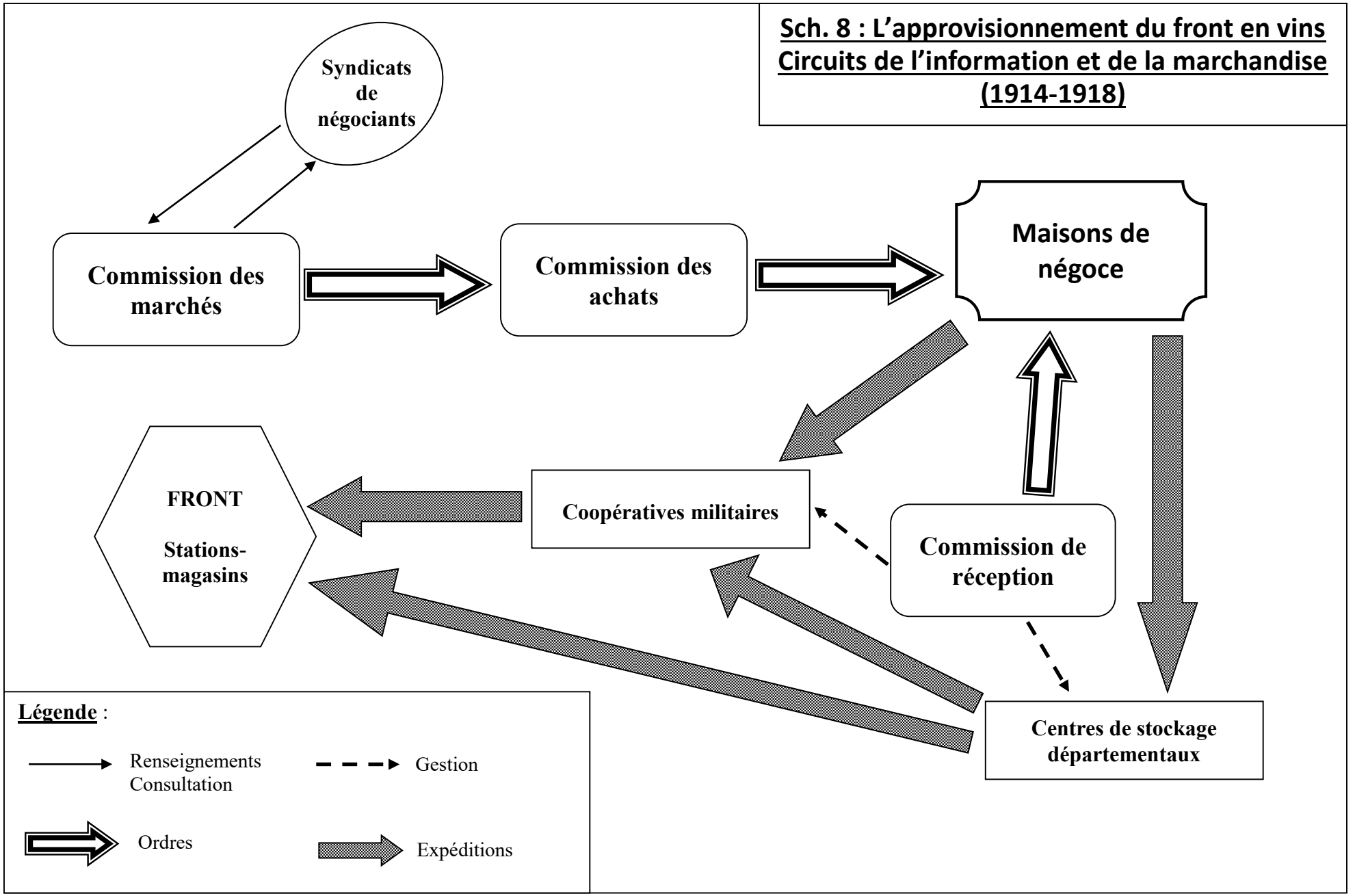
[5] Pour justifier le refus, E. Leenhardt soutient que les négociants ne produisent pas de vin et qu' « en l'état actuel des affaires, le commerce des vins supporte des pertes énormes et qu'il est certainement de beaucoup, l'un des plus éprouvés » et que cette demande pourrait tout autant « être faite à d'autres catégories de commerçants » (*BMS*, déc-janv., p. 142).

[6] PHÉLIP G., « Le vin du soldat », *Le pays de France*, n°160, 08/11/1917. À partir de 1918, un quart facultatif est également distribué à la discrétion des ordinaires de compagnies ; la ration peut alors atteindre un litre.

[7] *BMS*, oct.-nov. 1914, p. 136.

[8] G. Garrier indique qu'en 1917, 12 M d'hl sont consommés sur le front. Cf. GARRIER G., *op. cit*., p. 363.

Sch. 8 : L'approvisionnement du front en vins
Circuits de l'information et de la marchandise
(1914-1918)



Les négociants héraultais semblent profiter de l'aubaine comme en témoigne le nombre de plaintes recueillies par le Syndicat régional au sujet de la patente supplémentaire des fournisseurs aux armées. En effet, en février 1915, le syndicat apprend à ceux de ses adhérents qui se sont plaints auprès de lui que lorsqu'un négociant travaille avec l'armée, il doit payer un supplément de patente de 0,25 F par tranche de 100 F du montant de la facture. Le Syndicat reconnaît l'usage de la pratique et recommande à ses adhérents de payer la part supplémentaire : « Il n'y a rien à faire contre. »[1] Cet épisode est très significatif car il souligne combien un nombre important de négociants – peu informés du fait de leur inexpérience dans le domaine - se mettent à commercer avec l'armée, en raison de l'appel d'air commercial auquel la guerre contribue. Paul Granier, pour sa part, vend une partie de son vin aux différentes coopératives militaires qui concentrent la demande : Pantin ou Laval par exemple[2].

Ces vins sont dans un premier temps vendus de gré-à-gré ou par l'opération classique d'adjudication. Ils sont ensuite stockés[3] chez le négociant ou chez le propriétaire, en attente de leur expédition puis dans des centres de stockages dont les plus importants sont à Béziers, Sète ou Lunel, avant de rejoindre les stations-magasins à l'arrière du front[4]. Mais devant la récolte déficitaire de 1915[5], l'État en prévision de l'augmentation probable des prix décide de réquisitionner une partie des récoltes. Cette décision est prise en regard des difficultés qu'éprouvent les armées à acquérir, à des tarifs acceptables, des VCC. L'Hérault doit en effet fournir, en 1915, 4.800 hl par jour de VCC et le sous-intendant en charge du ravitaillement reconnaît, en juin, les difficultés qu'il rencontre dans l'exécution des ordres ministériels[6]. Si l'intendant lors de la réunion qui suit impute aux négociants la responsabilité de cette situation, notamment en raison de leur refus de livrer des vins à bon marché, les négociants eux y voient une autre cause : les difficultés de transports. La réunion se conclut sur l'accord suivant : l'intendant va transmettre les doléances des commerçants à ses supérieurs et les responsables syndicaux vont tenter de convaincre les adhérents du syndicat d'offrir des vins à de meilleurs tarifs[7] et respectant les volontés de l'armée (comme, par exemple, ne pas excéder 8°5, c'est-à-dire offrir des vins à bon marché).

Face à cette situation, dont les négociants sont en partie responsables[8], les services militaires décident de recourir, à l'été 1915, aux réquisitions. Si ce mode de fonctionne-

[1] *BMS*, fév.-mars 1915, p. 174.
[2] ADH : 106 J 48, Fonds Granier, Sorties de vins, 1917-1919.
[3] À raison d'une prime de 20 cts par hl et par mois.
[4] PHÉLIP G., *op. cit.*
[5] 9,5 M d'hl produits seulement dans le Midi (contre 29 l'année précédente).
[6] Lettre de Berrué, Sous-Intendant militaire chargé du ravitaillement à Montpellier, aux syndicats de Montpellier, Sète et Lunel, s.d., citée dans *BMS*, avril-mai-juin 1915, p. 182.
[7] Le bulletin évoque « un sacrifice et un effort pour participer à quelque marché de vins pour le compte du ministère de la Guerre », *Ibid*., p. 183.
[8] À la séance de dégustation du 30 juin 1915, seuls cinq échantillons sont présentés soit seulement 11.800 hl pour 15 jours (au lieu de 27.000 règlementaires attendus – et surement plus en réalité).

ment est d'abord décrit comme « exceptionnel »[1], il perdure jusqu'à la fin du conflit et gêne considérablement le négoce héraultais. En effet, les réquisitions, si elles sont faites sur gare, sur des vins prêts à être expédiés, n'engagent pas les négociants et ne leur font courir aucun risque car ils sont couverts par la garantie liée à la transaction et sous la responsabilité de l'acheteur. En revanche, l'administration menace de réquisitionner des vins en cave. Or dans ce cas, les réquisitions si elles ne sont pas anticipées par les négociants, peuvent « entrainer des désastres »[2] car elles retireraient des vins sur lesquels les négociants comptaient utiliser à des fins d'expédition ou de coupage. De même, Jean Roudil du Syndicat de Montpellier souligne qu'en cas de réquisition, il y a de nombreuses incertitudes sur le paiement des marchandises : prix, date, identité du client[3].

Par la suite, la question des réquisitions devient récurrente, essentiellement en raison de la manière aléatoire dont elles sont menées, leur quantité (20 % en 1915, jusqu'à un tiers en 1917) et de leur tarif[4], sans compter les litiges qui surviennent avec les clients à qui étaient destinés ces vins[5]. À l'automne 1915, une délégation de représentants syndicaux régionaux est reçue à Paris par les élus du Midi puis le sous-secrétaire délégué à l'Intendance, afin de protester contre les prix pratiqués et les retards dans les paiements[6]. Le sous-secrétaire reconnaît que les prix pratiqués (3 F le degré-hl) sont trop bas et que des acomptes de deux tiers du prix seraient payés, tout comme seraient reconnus les frais imputés aux expéditions. Surtout, les négociants obtiennent que les prix suivent les cours, selon une échelle proportionnelle.

Si l'action du négoce semble être positive dans la résolution du problème, les réquisitions, dont ils sont à l'origine par leur mauvaise volonté, restent l'un des soucis majeurs pour le négoce héraultais jusqu'en 1918[7].

Rétrospectivement, la Première Guerre mondiale représente une véritable opportunité pour les négociants en vins comme le soulignent les inspecteurs de la BDF dans leurs différents rapports. En effet, dans les années 1920, ils y relèvent les nombreux bénéfices réalisés par les maisons héraultaises pendant le conflit[8]. Des maisons de premier ordre, comme « Cazalis et Delord »[9] ou « J. Voisin »[10] ont accru leur puissance commerciale et leur emprise sur le marché des vins. Des maisons en difficulté en ont profité pour se renflouer et retrouver une assise commerciale plus stable comme « Roussel-Lacombe » ou

[1] Lettre de Berrué au Syndicat, s.d. (mais peu de temps avant le 14 juillet). Il dit que « nul ne regrette plus que moi les inconvénients qui résultent pour les intéressés de l'emploi de ce mode exceptionnel d'exécution du ravitaillement », citée dans *BMS*, juill. 1915-janv. 1916, p. 189.
[2] *Ibid*., p. 190.
[3] *Ibid*., p. 191.
[4] Fixé par la Commission départementale d'évaluation des réquisitions.
[5] Lettre du Syndicat de Montpellier au sous-secrétaire d'État chargé du service de l'Intendance, 03/09/1915, citée dans *BMS*, juill. 1915-janv. 1916, p. 192-194.
[6] *Ibid*., p. 199.
[7] En septembre 1918, P. Granier voit plus de 700 hl de ses vins réquisitionnés. (cf. ADH : 160 J 48, *op. cit.*).
[8] ABDF : Béziers, Sète, Montpellier, 1919 à 1926.
[9] ABDF : Montpellier, 1922.
[10] ABDF : Sète, 1922.

« Sicard et Vigoureux » à Montpellier qui périclitaient avant la guerre[1]. Des maisons de second ordre ont réussi grâce aux bénéfices amassés pendant le conflit à s'imposer dans la hiérarchie commerciale départementale comme « V. Anthérieu » à Frontignan[2] ou « J. Bouttes » à Béziers[3]. Trois facteurs expliquent ces bénéfices de guerre importants. Tout d'abord, la disparition temporaire ou momentanée de nombreuses maisons, notamment celles où les négociants ne peuvent trouver quelqu'un pour les remplacer alors qu'ils sont au front. De fait, la concurrence se réduisant, les maisons qui perdurent voient leur volume et leur marge fortement augmenter. La pénurie ensuite qui entraine, comme nous l'avons relevé plus haut, la hausse rapide et importante des cours après 1916, synonyme de bénéfices pour un négoce spéculateur. L'importation massive des vins algériens, enfin, qui transitent alors quasi exclusivement par les maisons de négoce héraultaises et vendus à l'armée et aux clients en même temps que les vins héraultais. C'est le cas pour « Cazalis et Delord » par exemple mais également d'autres maisons de second ordre comme « Treyer » à Sète dont la maison mère est à Alger[4].

En définitive, en dépit de la pression de l'État et des désagréments causés par les perturbations liées à la guerre, les maisons de commerce profitent de la demande au front et de l'interventionnisme syndical pour assurer une certaine continuité sur le marché des vins entre temps de paix et de temps de guerre. Cela bénéficie à certaines maisons pour qui le front, malgré les exigences de l'Intendance, se révèle être une source de profit conséquente.

CONCLUSION DE LA SECTION 1

Au terme de ce premier temps, il apparaît comme évident que cette période est une période prolifique pour le négoce héraultais, et ce à plusieurs titres.

Tout d'abord, d'un point de vue structurel, le négoce héraultais connaît une croissance générale pendant la période. Les chiffres, au-delà de quelques nuances et inflexions expliquées par la conjoncture, sont en progression tant dans les villes que dans les zones rurales. Les maisons de commerce sont plus nombreuses et elles participent au rayonnement de la production départementale dans le reste du pays. Elles assurent l'expédition des vins héraultais partout en France et, dans le département, leur présence est marquée : futailles, transport de vins, magasins aux façades puissantes, à la ville, à la campagne, sur les quais ou sur les places centrales, partout le négoce impose sa présence. Malgré la grande hétérogénéité qui la caractérise et la diversité des pratiques (forfaitaires, commissionnaires, barricailleurs, vermouthiers, liquoristes, etc.), l'ensemble de la

[1] ABDF : Montpellier, 1914-1931 pour « Roussel-Lacombe » ; 1919 pour « Sicard et Vigoureux ».
[2] ABDF : Montpellier, 1924.
[3] ABDF : Béziers, 1930.
[4] ABDF : Montpellier, 1924.

profession jouit d'une prospérité que seules quelques faillites (comme la grande maison Leenhardt-Bazille au début des années 1920) viennent rompre[1].

Sur le marché, le négoce est également dominateur. S'il doit s'accommoder, dans un rapport de force constant, de la résistance de la Propriété[2], c'est bel et bien lui qui dirige les grandes évolutions du marché des vins, notamment en raison des pratiques spéculatives qui sont l'essence même du métier. Dès lors, les variations des cours des vins font (ou parfois défont) sa fortune et la loi de l'offre et de la demande lui permet de réaliser de gros bénéfices, au forfait ou à la commission. Ainsi, après la « grande offensive »[3] du négoce champenois au XIXe siècle ou « l'ordre marchand triomphant »[4] du négoce bourguignon à la fin du même siècle, le négoce héraultais, sur d'autres types de marchés, ceux des VCC et des vins spéciaux, s'impose à son tour, bien plus que dans les vignobles voisins où la césure commerciale entre les producteurs et les maisons de commerce sont moins marquées[5].

Il dispose également de réseaux de distribution solides et structurés. Depuis le petit négociant demi-grossiste de Neuvéglise dans le Cantal jusqu'aux grosses sociétés à succursales multiples parisiennes tel « Félix Potin », en passant par l'armée (en temps de paix ou en temps de guerre), tous s'approvisionnent auprès des négociants héraultais. Même si les bureaux d'achat se développent dans les années 1920, ces derniers ont besoin des négociants locaux pour connaître les tendances et les orientations du marché, tout comme les différentes productions du département. Dans les années 1920, leur intercession et leurs réseaux sont encore nécessaires.

Enfin, au même titre que d'autres régions[6], d'autres secteurs agro-alimentaires comme le roquefort[7] ou de la petite industrie[8] pendant cette période, les maisons de négoce héraultaises connaissent une modernisation de leurs infrastructures et de leurs stratégies de commercialisation sans précédent. Elles deviennent ainsi vectrices d'une modernité qui se

[1] Au contraire par exemple d'un autre négoce proche, celui des côtes-du-rhône, qui est mis à bas par le phylloxéra, la fermeture de plusieurs marchés extérieurs (États-Unis notamment), la Grande Guerre et le fléchissement de la consommation intérieure. (Cf. BOUCHARDEAU Ph., « Le négoce en vins dans la Drôme aux XIXe et XXe siècles : structures et conjonctures », *Revue drômoise. Archéologie, histoire, géographie*, n° 497, 2000, p. 380). On peut raisonnablement penser que le Commerce drômois est également mis à mal par les négoces concurrents languedocien et bourguignon florissants à l'époque. D'ailleurs, Ph. Bouchardeau donne l'exemple d'une maison de négoce drômoise qui à la fin du XIXe siècle se diversifie en assurant la représentation des vins de maisons sétoises et montpelliéraines. Il y a fort à penser que cette pratique se généralise et s'intensifie au début du XXe siècle, entraînant la mise sous tutelle des maisons de la région.

[2] Ce qui n'est pas propre au seul commerce des vins héraultais. On retrouve les mêmes types de rapports de force et de résistances dans le vignoble bourguignon (cf. LUCAND C., *op. cit*), champenois (MUSSET B, *op. cit.*) ou dans le monde du fromage (cf. VABRE S., *op. cit.*)

[3] MUSSET B., *op. cit.*, p. 855.

[4] LUCAND C., *op. cit.*, p. 188.

[5] Voir l'exemple du « Trust Bartissol » p.132 ou le cas de la maison nîmoise « G. Fabre » évoquée p. 718.

[6] Cf. LONDEIX O., *op. cit* pour l'exemple du girondin « Lillet ». T. Unwin évoque également les mêmes stratégies de modernisation en Angleterre entre la fin du XIXe et le début du XXe siècle. Cf. UNWIN T., *op. cit.*, p. 291-292 avec l'exemple de « Victoria Wine » (changement de statut, publicité, variété des produits).

[7] VABRE S., *op. cit*.

[8] AMANN B. et SABOLY M., « L'entreprise Amouroux frère au début du siècle :… », *art. cit*.

propage rapidement[1]. Par la rationalisation des structures juridiques elles-mêmes (SA ou SARL) ou l'usage généralisé de la publicité, le négoce gagne en performance, en efficacité et en stabilité. Ce désir de gommer toutes les contingences extérieures qui pourraient lui être néfastes explique principalement qu'après 1907, il passe sans encombre les différentes crises qui le frappent : guerre de 1914-1918, méventes en 1921 ou 1925.

Grâce à un outil de production qui s'améliore au fil du temps, une meilleure efficacité dans et en dehors des chais, un subtil mélange entre pratiques traditionnelles (mariages endogamiques, contacts personnels) et modernes (investissements par l'autofinancement, développement des marques), le négoce héraultais connaît alors une mutation manifeste, loin des clichés habituellement véhiculés sur le retard des entreprises familiales[2]. Fort logiquement, cette modernisation prend des tournures différentes selon l'activité et la puissance de la maison de négoce, mais elle est l'un des éléments structurant de la période, au même titre que certaines maisons de commerce familiales dans d'autres vignobles plus prestigieux[3].

Mais cet édifice est fragile. La très forte dépendance vis-à-vis de l'Extérieur, la détermination de clients qui cherchent à éviter ou au moins à limiter l'incidence du négoce héraultais dans les réseaux de distribution ainsi que l'afflux massif des vins algériens qui concurrence les vins héraultais dans la seconde moitié des années 1920 révèlent les défaillances d'un ensemble qui chancelle au tournant des années 1930.

D'une position de force – néanmoins fragile – à une période de difficultés, le pas est mince. Il est franchi alors que s'ouvre une nouvelle décennie, une décennie d'inquiétudes.

[1] Sur le sujet de la diffusion de la modernité par le biais des échanges commerciaux voir les travaux de T. Nadeau compilés dans une oeuvre posthume *Itinéraires marchands du goût moderne : produits alimentaires et modernisation rurale en France et en Allemagne (1870-1940)*, Paris, Maison des sciences de l'homme, 2005.

[2] LANDES D.S., « French Entrepreneurship and Industrial Growth in the Nineteenth Century », *Journal of Economic History*, 1949, vol. 9, p. 45-61 ou CHANDLER A.D., *Organisation et performance des entreprises*, Paris, Éditions d'Organisation, 1992.

[3] DESBOIS-THIBAULT C., *L'extraordinaire aventure du Champagne Moët & Chandon. Une affaire de famille*, 1792-1914, Paris, PUF, 2003.

SECTION 2

1930-1970 : le temps des inquiétudes et des difficultés

Au regard de l'évolution conjoncturelle, la période 1930-1970 est l'exact négatif de la période précédente. C'est-à-dire qu'il s'agit d'une période caractérisée par un marasme général que viennent rompre quelques rares et courtes périodes de prospérité.

Dans ce contexte, le négoce subit les contrecoups de la crise qui le frappe de plein fouet et au malaise collectif qui trouble la filière viti-vinicole héraultaise à cette époque se joignent des tensions qui, sur la durée, affaiblissent l'armature commerciale héraultaise.

Le marché des vins héraultais, déjà très sensible dans la période précédente, s'enlise dans des cycles de mévente que la force publique cherche, dès le début des années 1930, à enrayer. Pour le négoce héraultais, c'est la fin d'un âge d'or qui préfigure, après la Seconde Guerre mondiale, la remise en cause du modèle de développement qui s'était affirmé entre 1900 et 1930. Voilà la fin d'une « époque heureuse »[1] où le négoce pouvait encore prévoir les tendances à venir et influer sur le marché.

Dorénavant, soumis à des forces extérieures contre lesquelles il ne peut plus lutter, il ne fait plus que réagir passivement sur un marché des vins dont il ne maîtrise plus ni la destinée ni même la lecture.

On peut ainsi s'interroger sur plusieurs points : comment expliquer ce renversement de tendance et ce basculement au tournant des années 1930 ? Quels en sont les facteurs explicatifs et comment le négoce y réagit-il ? Quelles sont les nouvelles forces en présence sur le marché des vins et quels sont leurs rapports au négoce héraultais, tant dans la période précédant la guerre de 1939 que dans celle qui la suit ? Comment les négociants héraultais s'adaptent-ils à cette nouvelle situation et dans quelle mesure remettent-ils en cause leur modèle de développement ?

Pour répondre à cette série de questions, nous nous intéresserons, dans cette seconde section, au négoce dans la tourmente, en analysant sa trajectoire dans une période de crises cycliques et itératives qui le conduisent à son effacement dans les années 1960.

Dans un premier temps, nous aborderons cette période spécifique qu'est le basculement des années 1930. À travers l'analyse de la crise et de sa persistance, nous évoquerons les facteurs explicatifs tout comme l'attitude en réaction des maisons de négoce. Nous verrons que cette première période de crise soutenue dissout en partie le tissu commercial héraultais et l'oblige à s'adapter.

Ensuite, il s'agira d'étudier l'attitude du négoce héraultais pendant la Seconde Guerre

[1] *MV*, 16/01/1965. Jean Vincent, le propriétaire du *Midi Vinicole*, utilise cette expression dans un de ses éditoriaux pour décrire les années 1900-1930.

mondiale. Au même titre que le premier conflit mondial, la guerre de 1939 est une période de perturbations et de renforcement de l'emprise de l'État sur le marché des vins, dans la continuité des années 1930 et en préfiguration des années 1950. Nous verrons que si le négoce traverse, comme en 1914-1918, le conflit avec profit, il en sort particulièrement décrédibilisé.

Dans un troisième chapitre, nous nous pencherons sur la trajectoire du négoce héraultais après 1945 et notamment son effacement de l'espace départemental, symbolisé par le déclin des marchés aux vins, cœur et poumons de la profession jusqu'aux années 1930. Nous verrons que dans le même temps, le négoce perd une grande partie de son indépendance à la fois vis-à-vis de la filière amont et de la filière aval.

Enfin, dans un dernier point, nous étudierons le modèle de développement du négoce héraultais dans les années 1950 et 1960. À l'apathie commerciale générale qui se matérialise par une mutation des circuits commerciaux, nous verrons que répondent des stratégies d'adaptation parfois innovantes mais bien trop limitées pour garantir la survie d'une profession affaiblie. Nous verrons qu'en définitive, seules quelques maisons survivent en transformant radicalement leur modèle de croissance entrepreneuriale.

CHAPITRE 1 : LE BASCULEMENT DES ANNÉES 1930

Les années 1930 représentent une rupture dans l'histoire viti-vinicole héraultaise et pour le marché des vins car, pour la première fois, une crise profonde et d'envergure bouleverse la filière dans son ensemble et le monde du négoce en particulier. Elle est d'autant plus remarquable qu'elle s'inscrit dans la durée.

Comme en attestent les rapports d'inspection de la BDF, cette décennie est celle des difficultés. Au contraire des périodes précédentes, les rapports insistent chaque année sur la crise et ses conséquences. Le Commerce y est régulièrement, année après année, décrit comme étant « éprouvé », « sur la réserve » ou « peu actif ». Si quelques périodes de prospérité viennent, parfois, rompre localement cette dynamique dépressionniste, la teneur des propos est la plupart du temps empreinte d'une grande inquiétude pour le devenir du marché des vins.

À ce basculement dans la conjoncture viennent s'ajouter de nombreuses évolutions sur le marché. Dans ce contexte délicat, la concurrence extérieure se fait de plus en plus rude et la menace sur les maisons héraultaises de plus en plus pesante. Par ailleurs, la dépendance des maisons de commerce locales vis-à-vis d'éléments extérieurs (clientèle, vins algériens, décisions gouvernementales) s'accentue et le négoce héraultais ne semble plus véritablement maître de son destin.

Dans ce premier chapitre, il sera donc question de l'étude de cette période charnière que sont les années 1930.

Pour cela, nous verrons dans un premier temps en quoi consiste le renversement de conjoncture, quels en sont ses facteurs explicatifs et comment les maisons de commerce s'adaptent à ce nouveau contexte. Nous veillerons, dans cette optique, à montrer les diversités de trajectoires individuelles des maisons de commerce mais également les spécificités locales.

Dans un second point, nous étudierons le tissu commercial héraultais et ses transformations à cette époque, conséquences de la persistance de la crise.

Le renversement de conjoncture sur le marché des vins héraultais

En 1929, l'inspecteur de la BDF écrit dans son rapport concernant la succursale de Montpellier :

> « Il est toutefois indéniable que l'avenir de la viticulture est moins brillant que par le passé. […] Une crise de surproduction est en effet à craindre si plusieurs récoltes consécutives sont importantes à la fois en France et en Algérie. […] Certaines maisons pourraient être mises en difficulté si le marché des vins avait à supporter, comme il est à

prévoir, des fluctuations importantes »[1].

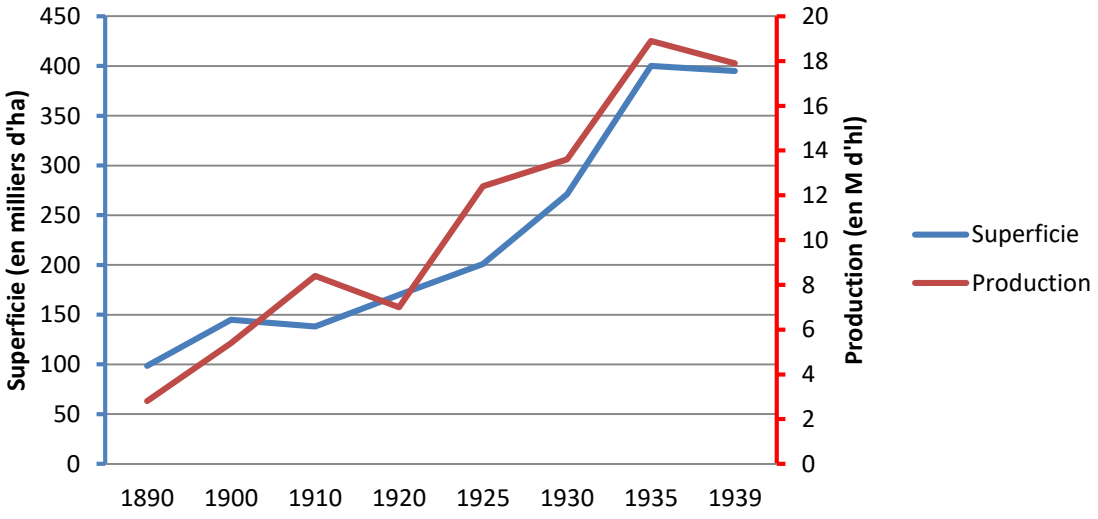
Les inquiétudes sont réelles et le ton alarmé. Les années à venir risquent d'être difficiles pour la viticulture locale et pour le Commerce local, en rupture avec les années précédentes où la prospérité était « incontestable »[2]. Le marché des vins change alors de visage.

Surproduction et crise économique

Plusieurs facteurs expliquent les difficultés du négoce local. Le premier est un double facteur macroéconomique. Il s'agit de la surproduction générale associé à la crise mondiale qui frappe l'économie française.

Comme l'indique l'inspecteur de la BDF en 1929, la crainte d'une surproduction est réelle dès la fin des années 1920 en raison de l'expansion des plantations en France et surtout en Algérie. Cette dernière présente un réel danger pour l'équilibre du marché des VCC car les vins qu'elle produit sont des concurrents directs pour le vignoble héraultais. Si dans un premier temps, les vins algériens sont de qualités médiocres, ils s'améliorent au fil des années après la Première Guerre mondiale. Surtout, alors que les rendements algériens sont supérieurs à ceux connus en France en raison de conditions climatiques et géologiques favorables, la superficie des plants de vigne augmente considérablement pendant la période : les 200.000 ha sont dépassés au milieu des années 1920, les 400.000 ha sont atteints au milieu des années 1930 (graph. 11).

Graph. 11 : L'accroissement du vignoble algérien (1890-1939)



Source : GALTIER G., *op. cit.*

[1] ABDF : Montpellier, 1929.
[2] ABDF : Montpellier, 1928.

La production viticole algérienne vient alors augmenter la production nationale de vins. Bénéficiant de qualités semblables aux vins héraultais (robustesse, prodigalité, forte teneur en alcool, couleur soutenue) mais supérieurs en degré et en couleur, les vins algériens entrent frontalement en concurrence avec les vins du département. Produits massivement depuis la fin des années 1870-1880 par des Européens immigrés[1], les vins algériens présentent des conditions de production extrêmement favorables (fort titrage, belles couleurs, goût charnu) et sont quasi exclusivement utilisés en métropole comme vin de coupage pour relever les petits vins produits dans le Centre et le Nord de la France, voire dans l'Hérault. Peu à peu et en vertu d'un abaissement considérable des coûts de transport, les vins algériens inondent le marché national et remplacent les vins méridionaux qui, jusque-là, servaient eux aussi de vins de coupage. Alors que le marché s'encombre des vins algériens sans cesse plus nombreux (graph. 11), les ventes ralentissent au tournant des années 1930 dans l'Hérault.

Dans le département, après quelques premières craintes au début du siècle[2], l'inquiétude se généralise dans les années 1930. C'est le cas des instances représentatives du Commerce et de la Viticulture[3], mais également dans le département tout entier comme le prouve un vœu voté par le conseil municipal du Poujol-sur-Orb qui fait de « l'augmentation considérable et toujours croissante des plantations algériennes » la cause de la crise[4]. Il faut attendre le début des années 1930 pour que l'impact de cette production de masse se fasse sentir sur le Commerce héraultais. Jusque-là, l'équilibre était pratiquement établi, notamment en raison des carences, productives ou qualitatives, du vignoble algérien. Ainsi, en 1923, alors que la récolte du Centre est de mauvaise qualité, les vins algériens se vendent très rapidement et on fait alors appel, massivement, aux vins languedociens[5]. L'Algérie représente même un atout pour les maisons locales qui en font le commerce soit directement comme les grandes maisons (« Cazalis et Delord » à Montpellier, « J. Alby » à Sète) soit indirectement en s'en servant comme vin de coupage à l'instar de Jules Augé[6]. Mais au tournant des années 1930, les vins algériens deviennent un véritable problème pour les vins méridionaux dont les écoulements sont de plus en plus difficiles. Les rapports d'inspection soulignent l'impact négatif de ces importations sur le marché des vins. En 1933, l'inspecteur montpelliérain relève :

> « Depuis 1931, date de la précédente vérification, la situation économique de la région s'est aggravée dans des proportions inquiétantes et la dépression générale […] a fini par s'imposer dans toute l'étendue de la plaine languedocienne. […] À la mauvaise tenue actuelle du

[1] Cf ISNARD H., « Vigne et colonisation en Algérie », *Annales de Géographie*, t. 58, n°311, 1949, p. 212-219.
[2] ADH : 8 M 213, Fonds de la CCB, « Enquête parlementaire sur la Crise viticole, Indication des causes de la crise et de ses conséquences, Remèdes proposés », Séance du 12 mars 1907.
[3] Cf. *infra*, « Le temps du paradoxe, le Midi entre attraction et rejet », p. 856.
[4] ADH : 7 M 745, Extrait du registre de délibération du conseil municipal de la commune du Poujol-sur-Orb, 15 juin 1932.
[5] ABDF : Béziers, 1923.
[6] ADH : 6 U 2 753, Tribunal de commerce de Béziers, faillite Augé, Correspondance, 1933.

> marché, qui serait encore supportable si elle devait rester accidentelle, vient s'ajouter, en outre, un pessimisme général, qui semble malheureusement justifié : l'augmentation rapide de la production d'Algérie risque, en effet, de provoquer à bref délai un déséquilibre irrémédiable. »[1]

La prise de conscience de la corrélation entre la crise dans le département et l'accroissement de la production algérienne est bien réelle et l'Algérie fait figure de premier responsable de la crise qui éprouve l'économie viti-vinicole locale et donc les maisons de commerce.

À cette surproduction algérienne s'ajoute une très grosse récolte à l'automne 1934. « L'effondrement des cours aux environs de 5 F le degré-hecto, dû à la fois à la récolte pléthorique de 1934 et aux craintes de surproduction permanente que soulève le développement du vignoble en France et surtout en Afrique du Nord n'en constitue pas moins un désastre » s'émeut alors l'inspecteur biterrois en 1935[2]. La situation est alors très inquiétante, d'autant plus que depuis la seconde moitié des années 1920, la consommation taxée (c'est-à-dire les vins commercialisés), est en baisse. En effet, comme le rappelle Marcel Lachiver, au retour du front, de nombreux paysans ont replanté des vignes pour leur consommation personnelle et, au début des années 1930, ces vignes personnelles concurrencent les vignobles commerciaux[3]. Face à cette récolte « pléthorique »[4], de nombreuses maisons sont forcées, entre 1934 et 1935, de vendre dans la précipitation alors que les cours s'effondrent, perdant près de la moitié de la valeur de leurs stocks[5]. Les petites et les moyennes maisons sont surtout touchées car, faute de réserves financières, elles ne peuvent se permettre de garder en stock une marchandise dépréciée. À Sète, on relève alors « le grand désarroi sur la place »[6].

Enfin, en raison de la crise financière et économique mondiale, les concours bancaires sont en large diminution. Or ces derniers sont nécessaires aux négociants pour pouvoir financer leurs achats et leurs investissements matériels. Dès 1931, l'inspecteur de la BDF à Montpellier signale que les événements récents sont inquiétants :

> « Le seul point inquiétant [d'un point de vue bancaire] pour l'avenir est l'inconnue que réserve la déflation des crédits bancaires, que les événements récents paraissent devoir provoquer. La faillite de la Banque régionale du Gard, ainsi que les retraits de fonds aux guichets de la Banque privée et de la Banque nationale de Crédit ont eu des répercussions sur toutes les banques. […] Menacées de se voir

[1] ABDF : Montpellier, 1933.
[2] ABDF : Béziers, 1935.
[3] LACHIVER M., *op. cit.*, p. 487.
[4] ABDF : Béziers, 1935.
[5] ABDF : Sète, 1935.
[6] *Idem*.

> réclamer leurs dépôts, si une nouvelle panique survient, elles seront sans doute amenées à restreindre les facilités accordées à leurs débiteurs. […] On peut craindre en tous cas, comme nous l'avons déjà indiqué, que la tenue du marché vinicole en soit sérieusement affectée. »[1]

Ces craintes sont justifiées en 1934 par la faillite de la banque Castelnau, plus grande banque régionale et principal organe de financement du négoce des vins dans le département[2]. En 1937, l'inspecteur biterrois relève lui aussi les difficultés des négociants à financer leurs achats en raison de la restriction des crédits et du durcissement des conditions d'acceptation des garanties bancaires. Sans des garanties solides, les banques refusent de prêter pour financer le papier de campagne ou l'escompte[3]. En conséquence, seules les grosses structures peuvent disposer des fonds nécessaires pour emmagasiner les stocks de marchandises.

À cette conjoncture négative d'ensemble, source de perturbations, s'ajoute l'intervention législative de l'État.

Le Statut viticole et ses conséquences

Le second facteur est lié à la situation de surproduction et à la grande altérabilité du marché[4] : il s'agit de l'action de l'État. Afin de limiter les effets désastreux de la surproduction pour les cours et pour la stabilité de la filière, l'État se lance, à partir de 1930, dans une vaste opération de rationalisation du marché des vins. C'est ce que Jean Valéry dans un éditorial de 1965 appelle « la trilogie Barthienne »[5] du nom du député héraultais Édouard Barthe à l'origine de ce projet synthétique. Élaboré dans une période où les projets planistes sont nombreux[6], cet encadrement du marché des vins associe à la fois les conceptions néo-libérales (prévisions et contrôle indirect par les réseaux corporatifs) et socialistes (dirigisme rigoureux) en vogue à l'époque[7].

Ainsi, ce Statut viticole ou « Code du vin », largement étudié par Jean-Marc Bagnol[8], résulte d'une démarche législative visant à encadrer le marché des vins par une meilleure régulation. Les différentes lois votées à l'instigation du député Barthe (1930, 1931, 1933, 1934, 1935) cherchent alors à répondre, le plus souvent dans l'urgence, au malaise qui touche la filière viti-vinicole française en général et languedocienne en particulier. Si J. Valéry évoque la « trilogie Barthienne », c'est parce que ces lois s'appuient sur trois axes principaux : assainissement par la distillation obligatoire, échelonnement des sorties des chais des récoltants, financement des propriétaires. Or, si le premier est bénéfique au négoce car il retire

[1] ABDF : Montpellier, 1931.
[2] ABDF : Montpellier, 1934.
[3] ABDF : Béziers, 1937.
[4] Pour une mise en prespective chiffrée, voir les tableaux et graphiques en annexes, p. 1017 et sq.
[5] *MV*, 16/01/1965.
[6] KUISEL R., *op. cit.*, p. 180 et sq.
[7] *Ibid*., p. 190.
[8] Pour plus de précisions, nous renvoyons vers les travaux de BAGNOL J.-M., *Le Midi viticole au Parlement : Édouard Barthe et les députés du vin de l'Hérault, années 1920-1930*, Montpellier, PULM, 2011.

une partie des « petits vins » qui encombrent le marché, avilissent les cours et ne sont plus au goût de la clientèle, les deux autres sont plus problématiques.

L'échelonnement, *a priori*, devrait satisfaire le négoce car il s'agit d'une mesure de contingentement qui permet de mieux gérer les stocks et donc d'offrir une meilleure lisibilité et une plus grande stabilité sur le marché des vins. Mais, dans la réalité, il est la cause de deux problèmes. Le premier est le risque que fait courir, pour les maisons disposant de stocks importants, l'échelonnement. En effet, ce dernier est rendu opératoire par le biais de déblocages qui sont décidés par le gouvernement au moment des hausses. Le commerce qui dispose de stocks est alors sous une « menace latente »[1] car il prend un risque à conserver des stocks qui, au moment du déblocage, risquent de perdre une grande partie de leur valeur. En conséquence, les négociants ne font plus de stocks, privant ainsi le marché de « l'éléments de spéculation générateur de hausse »[2]. En définitive, le marché suit tout au long de l'année une courbe déflationniste et le Statut Viticole « ne parvient pas à stabiliser les cours à un niveau rémunérateur »[3] pour le Commerce traditionnel.

Les facilités de financement offertes à la viticulture par les différentes lois sont également problématiques pour les négociants héraultais. Ces lois, en élargissant l'accès au crédit pour les viticulteurs, modifient le rapport de force sur le marché des vins. Considéré pendant tout le premier tiers du XXe siècle comme le « banquier de la viticulture », le négociant par ses paiements était le financier de ses fournisseurs : ses acomptes et ses paiements échelonnés permettaient au viticulteur de constituer la fameuse « récolte en portefeuille »[4] et de financer les frais de roulement des exploitations viticoles. Dans une logique de rapports de force, les négociants jouent bien évidemment de ce levier financier dans leur relation commerciale avec les propriétaires. Face à des propriétaires qui ne disposent en grande majorité que de peu de ressources financières, les négociants orientent la temporalité des achats en imposant, forts de cette position distributive financière, leur volonté. Les propriétaires, dans ce contexte, ne peuvent pas ou peu résister et doivent donc, par besoin de fonds, se plier aux orientations du négoce. Néanmoins, par l'accès généralisé au crédit favorisé par la loi, les viticulteurs n'ont plus besoin de l' « argent frais » des négociants et sont donc, dans une optique inflationniste des cours, en mesure de résister. C'est là une perte d'influence fondamentale pour le négoce héraultais qui voit l'un de ses atouts principaux disparaître.

Même la distillation est indirectement source de difficultés pour les maisons de commerce. En effet, en vertu de la loi[5], tout récoltant de plus de 200 hl doit distiller un pourcentage de sa récolte. Or cet alcool est acheté par l'État qui, pour financer ces achats, a choisi d'augmenter de 5 F par hl les droits de circulation sur les vins. Cette mesure, positive à l'origine, entraîne donc pour les maisons de commerce une élévation de leurs coûts de

[1] ABDF : Montpellier, 1934.
[2] *Idem*.
[3] *MV*, 16/01/1965.
[4] Dans le Midi, une expression proverbiale explique qu'un viticulteur doit toujours avoir une récolte sur pied, une récolte dans sa cave et une récolte dans son portefeuille.
[5] Loi du 24/12/1934 qui vient renforcer les dispositions de celle du 01/08/1931.

fonctionnement car cette taxe repose quasi exclusivement sur leurs épaules. D'ailleurs, l'alcool devenant un monopole d'État à partir de juillet 1935, les prix connaissent une forte inflation : entre 1936 et 1937, l'hl d'alcool passe de 570 F à 1.250 F en raison de l'augmentation des prix d'achat assurés par l'État aux producteurs devant distiller. Ces hausses perturbent particulièrement les maisons fabriquant des vins de liqueur, des apéritifs ou des vins doux, notamment à Sète ou à Frontignan[1].

L'action de l'État, à l'origine conçue dans une logique de stabilisation, entraîne ainsi des perturbations pour le Commerce sur le marché des vins héraultais. Ces difficultés sont renforcées par l'accroissement de la concurrence.

De nouvelles formes de concurrences

L'accroissement de la concurrence est en effet le dernier facteur explicatif de ce basculement dans les années 1930. Cette dernière prend des visages multiples.

Tout d'abord, les réseaux commerciaux métropolitains souffrent de cette concurrence. Bien que dans les années 1930 les superficies moyennes plantées en vignes tendent à diminuer, la meilleure productivité et les plus hauts rendements dans d'autres régions que la région méridionale nourrissent cette concurrence. De fait, si la récolte de 1934 atteint des records dans le département (plus de 12 M d'hl), c'est également le cas dans les autres départements. Dès lors, le Commerce de l'extérieur « néglige les vins du Midi et s'approvisionne à bas prix dans les départements du Centre et de l'Ouest où les viticulteurs bénéficient d'excédents inespérés. Le commerce des vins [de l'Extérieur] a donc pu acheter ailleurs à bon compte dans les premiers mois de la campagne et son abstention sur nos marchés a pesé lourdement sur les cours »[2]. Les régions extra-méridionales connaissent en effet des récoltes largement excédentaires :

Tab. 31 : La concurrence de la production viticole dans d'autres départements dans les années 1930

Département	1933	1934	Évolution
Charente-Inférieure	819.000 hl	2.3 M hl	180 %
Dordogne	142.000 hl	505.000 hl	255 %
Loire-Inférieure	1 M hl	1.8 M hl	80 %
Lot-et-Garonne	562.000 hl	1.3 M hl	131 %
Saône-et-Loire	423.000 hl	1.2 M hl	183 %

Source : ABDF, Montpellier, 1934

Au-delà des cours en chute en raison de la concurrence métropolitaine, les négociants héraultais n'arrivent plus à se fournir sur les marchés du département. En effet, les viticulteurs conservent leurs vins en cave en espérant voir une hausse des cours au printemps. Cette

[1] ABDF : Sète, 1937.
[2] ABDF : Montpellier, 1934.

situation est rendue possible par les nouvelles modalités de financement et le développement dans le département des caves coopératives qui offrent aux propriétaires la vaisselle vinaire nécessaire à la conservation des vins. Le Commerce local est donc, dans sa large majorité, réduit à l'inactivité, ce qui fragilise les structures commerciales les moins pérennes. Cette concurrence est renforcée par les lois contre les coupages des vins français avec des vins étrangers. En effet, contrairement à l'esprit de la loi, les vins étrangers, moins chers et coupé avec de l'eau lors de leur consommation, ont la faveur des clients métropolitains. Ces vins étrangers sont dorénavant vendus au public sous leur dénomination d'origine et préférés aux vins du Languedoc[1].

La production algérienne est également source de concurrence et de modification des réseaux commerciaux. L'ensemble des rapports de la BDF relève pour les années 1930, le détournement des circuits commerciaux algériens en faveur de ports au nord de la France : Rouen ou Dunkerque. Si cette dynamique était déjà sensible dans les années 1920, elle s'accentue dans les années 1930 et se matérialise par le déplacement des activités commerciales des plus grandes maisons du département[2]. Ainsi, en 1933, l'inspecteur montpelliérain constate :

> « Le commerce méridional souffre lui aussi de la concurrence algérienne. Les maisons du Midi, qui avaient autrefois le contrôle du marché, semblent actuellement devoir le perdre au profit des négociants plus proches des centres de consommation (à Rouen et à Paris, notamment) qui traitent directement avec l'Algérie et reçoivent par voie maritime et fluviale les vins dont ils s'approvisionnent. Une grosse part des transactions tend ainsi à échapper au commerce de la région languedocienne »[3].

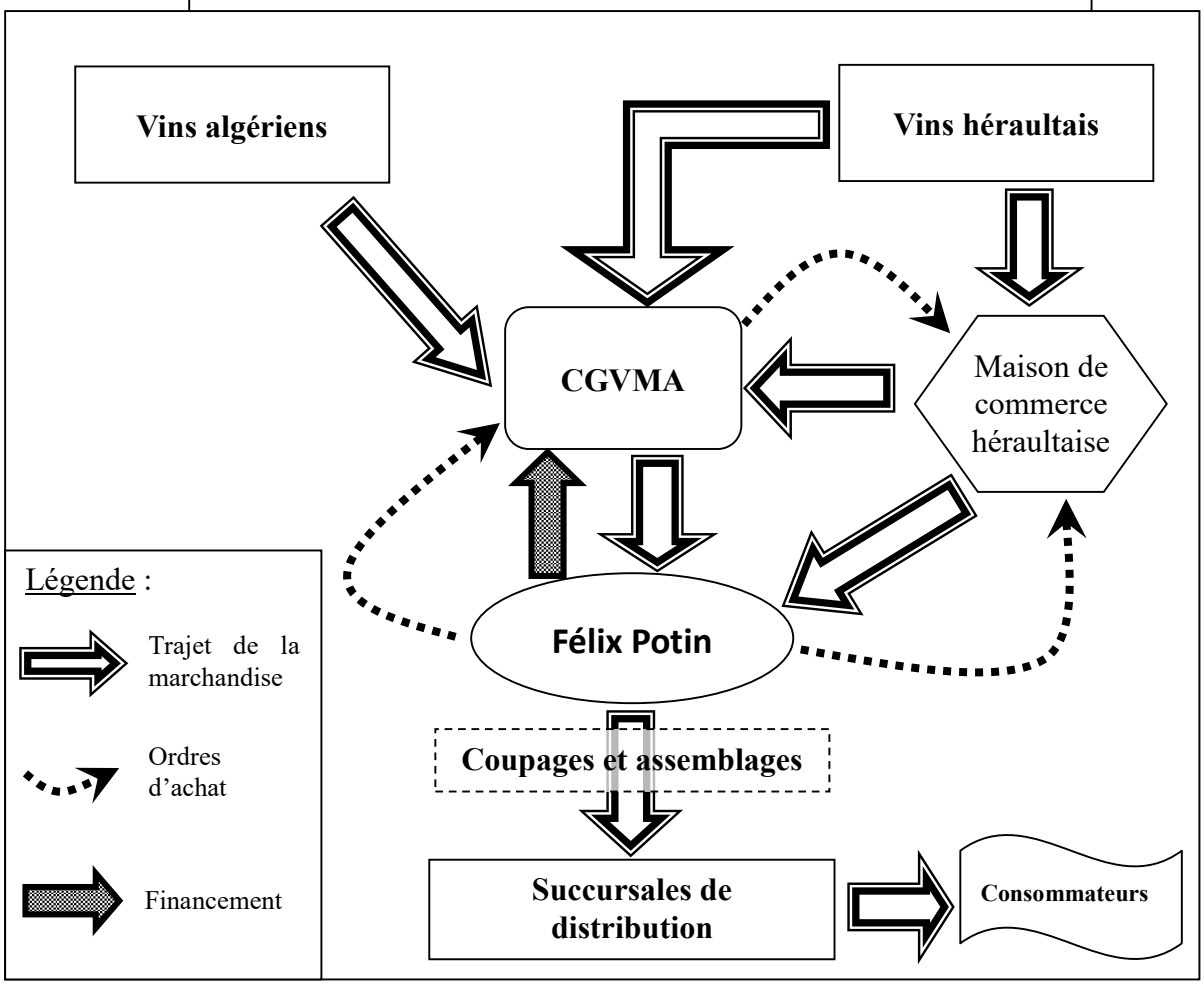
Symbole de ce déroutement, les plus grandes maisons montpelliéraines – qui avaient fortune dans la commercialisation des vins algériens – ont toutes fait le choix à la fin des années 1930 de ne conserver à Montpellier que leurs activités logistiques (comptabilité, direction). Les activités commerciales se déroulent désormais à Paris, à Dunkerque, au Havre et surtout à Rouen pour « Cazalis et Delord » ou « Parlier & Krüger ». Dans leur grande majorité, les maisons qui font le choix de se spécialiser – totalement ou en partie – dans les vins algériens optent pour cette stratégie en délocalisant une partie de leur activité : les sétois « Warnery et Cie » ou les lunellois « Grassion-Frédot » par exemple qui ouvrent des succursales et des entrepôts dans le nord de la France, tandis que la grande majorité des maisons disposent de bureaux d'achat en Algérie.

Enfin, le dernier type de concurrence concerne les pratiques commerciales elles-mêmes. De nouveaux acteurs s'imposent sur le marché et contrarient le rayonnement des

[1] ABDF : Montpellier, 1931.
[2] Voir en annexes la comparaison de transport entre Sète et Rouen dans les années 1930, p. 1077.
[3] ABDF : Montpellier, 1933.

négociants héraultais. Dans les centres de consommation, les magasins à succursales multiples (« Félix Potin », « Nicolas », « Damoy ») s'imposent définitivement. En se fournissant directement dans le département par le biais des bureaux d'achat ou en finançant de nouveaux réseaux d'approvisionnement extra-méridionaux[1], ils offrent à la clientèle bourgeoise et populaire des vins au goût standardisé et plus raffiné que les vins héraultais. Le commerce de barricaille héraultais est fortement touché par cette mutation des habitudes commerciales et gustatives. Il en perd une large part de son rayonnement commercial et sombre dans un déclin irréversible, renchéri par les coûts de transport en forte augmentation pour les expéditions isolées[2]. Par ailleurs, les négociants en gros qui commercent avec ces magasins à succursales multiples passent des contrats d'exclusivité qui les rendent largement dépendants de ceux-ci. Qui plus est, ces sociétés possèdent une surface financière telle qu'il n'est pas possible de rivaliser avec elles. Il faut donc se plier à leurs exigences, à leurs orientations, à leurs prix. La perte du rayonnement commercial est nette pour un commerce des vins héraultais qui devient un acteur minoritaire dans l'approvisionnement national comme on l'observe ci-dessous.

Sch. 9 : Les maisons de commerce héraultaises dans le circuit d'achalandage de la société « Félix Potin » (Années 1930)



[1] « Nicolas » fait construire en 1926 le premier automoteur-citerne, l'Andantino, qui fait le trajet Rouen-Paris en seulement quatre jours, réduisant les temps de transports sur la Seine qui pénalisaient le port rouennais jusque-là.
[2] Les tarifs doublent depuis l'après-guerre. Cf. *Rapport Tirat sur les transports*, *op. cit*., p. 3-4.

Cette concurrence est redoutable pour les vins héraultais, et plus particulièrement ceux destinés à la consommation directe. Leur caractère grossier et râpeux s'accommode mal des nouvelles prescriptions en matière de goût. Ainsi, dans les années 1930, on distribue dans les caves des magasins « Félix Potin » une brochure publicitaire d'une dizaine de page intitulée *Comment boire nos bons vins de France*, rédigée par le comte de Croze, président de l'Office français de la gastronomie[1]. Ce sont dorénavant ces sociétés qui décident de la typicité des vins qu'ils confectionnent le plus souvent d'ailleurs avec des vins héraultais[2]. Dès lors, ces grandes enseignes vendent leur propre vin à la bouteille, une pratique qui se généralise dans ce type de commerce dans les années 1930. Elles tendent ainsi à développer les VCC de marque, au même titre que les « Vins du Postillon »[3], à la même époque.

Alors que la consommation taxée en France tend à se stabiliser (autour de 48 M d'hl en moyenne par an), le commerce de barricaille est le premier à être lourdement frappé par cette concurrence. Ainsi, les expéditions en fûts connaissent une baisse croissante à cette époque. À Montpellier, entre 1936 et 1937, ils chutent de plus de 15 % en une année pour atteindre 685.000 hl (contre 4.1 M hl pour les expéditions par wagons-réservoirs)[4]. À Béziers, la vente directe a quasiment disparu à la même époque, seules deux maisons s'y consacrant[5].

Il y a donc obligation pour les maisons de commerce locales de s'adapter à cette nouvelle donne.

Les nécessaires tentatives d'adaptation

Face à ce recalibrage du marché des vins, les négociants héraultais adoptent des pratiques qui leur assurent une certaine sérénité. Il s'agit ici de stratégies nouvelles ou dans la continuité de ce qui était pratiqué, parfois ponctuellement, dans la période précédente. L'objectif est une adaptation aux nouvelles conditions économiques et à un marché des vins en mutation.

Prudence et passivité : le négoce en retrait

Tout d'abord, les maisons de négoce se montrent beaucoup moins ardentes et portées vers la spéculation. Ainsi, en 1930, en dépit de la crise que traverse le secteur viti-vinicole, l'inspecteur de la BDF relève que le négoce sétois est plutôt en bonne santé car il sait se montrer « prudent »[6]. Désormais, les achats massifs sont moins fréquents et les observateurs relèvent que sur les marchés, les achats se font au coup par coup. C'était déjà une tendance certaine depuis la première désorganisation due à la crise post-phylloxérique dans les années

[1] GARRIER G., *op. cit.*, p. 284.
[2] Félix Potin est l'un des actionnaires majoritaire de la CGVMA et ils achètent à de nombreux autres négociants comme « Barral L. et Cie » à Béziers (ABDF : Béziers, 1930).
[3] Cette société, originaire du Midi, s'approvisionne largement dans le département : Baudassé à Marseillan vend aux « vins du Postillon » pour 100.000 F de marchandises par mois en 1937 (ADH : Montpellier, 1937)
[4] ABDF : Montpellier, 1937.
[5] ABDF : Béziers, 1937.
[6] ABDF : Sète, 1930.

1900-1910, mais dans les années 1930, cela devient la règle générale. À Béziers, en 1930, l'inspecteur note que « le Commerce n'achète qu'au fur et à mesure de ses besoin. […] En raison de la prudence montrée par les négociants en vins qui, pressentant la crise, ont réduit au strict minimum leurs approvisionnements, la situation de la place reste saine »[1]. En 1931, 1933, 1935, 1937, il fait le même constat, relevant l'extrême prudence des maisons de commerce et leurs achats au besoin. Ainsi, alors que la situation pouvait être perçue comme transitoire en 1930, l'étude des rapports sur la durée indique qu'au contraire, la pratique se généralise et devient régulière durant la décennie. À Montpellier, le même constat est établi. Face à la situation (excédent de la campagne en cours, mesures gouvernementales), l'inspecteur note en 1934 que le Commerce « achète au jour le jour, au fur et à mesure des commandes de sa clientèle. Il est peu actif [et] ne traite que de faibles quantités »[2]. Le négoce héraultais entre alors dans une dynamique beaucoup plus passive sur le marché des vins. Dorénavant, il suit les ordres de sa clientèle et prend peu d'initiative. Cette inertie est rendue possible par la période de prospérité que vient de connaître le négoce héraultais dans les années 1920 et même depuis les années 1900. À de multiples reprises, tant à Sète qu'à Béziers ou Montpellier, les inspecteurs soulignent que le négoce peut se permettre d'attendre en raison des bénéfices qu'il a accumulés durant la période précédente[3].

Ce manque de prises d'initiatives et cette atonie sont renforcés par la multiplication des maisons de commissions.

En effet, à cette époque, on remarque une notable modification, dans la structure commerciale, du rapport forfaitaires-commissionnaires. Ces transformations ne sont pas les mêmes selon les centres expéditeurs et il existe des évolutions différentes selon le contexte et la localisation des maisons de commerce.

Tab. 32 : Part des commissionnaires dans deux grands centres expéditeurs[4]

	1929	**1934**	**1938**
Montpellier	36 %	26 %	24 %
Béziers	47 %	39 %	52 %

Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1929-1938

On constate ainsi qu'à Montpellier dans les années 1930, le rapport forfaitaires-commissionnaires est de 1 à 3 ou 4 en faveur des forfaitaires. Cela peut s'expliquer de plusieurs manières. Tout d'abord, en raison de l'ancienneté de ses maisons au forfait, ces dernières sont mieux à même de traverser les périodes de turbulences. C'est en partie ce que confirme l'inspecteur de la BDF en 1937 : « L'esprit de spéculation y est moins développé

[1] ABDF : Béziers, 1930.
[2] ABDF : Montpellier 1934.
[3] Voire par exemple ABDF : Montpellier, 1933 ou ABDF : Béziers, 1935.
[4] Pour Sète, les chiffres ne nous sont pas donnés par les annuaires.

qu'à Béziers ; les fortunes y sont plus anciennes et plus stables, moins rapidement établies et aussi moins tapeuses. »[1] En comparant l'armature commerciale de la ville avec la période précédente, on se rend compte que les commissionnaires tendent à apparaître lorsque le marché connaît surtout des périodes de prospérité. Petites structures, les commissionnaires disposent d'une plus grande réactivité pour s'adapter à de brusques changements de conjoncture et réaliser des profits rapides. En revanche, lorsque la tendance est à la baisse, ils disparaissent. Il est donc logique de les voir se réduire durant ces années de mévente.

À Béziers, la situation est différente. Les forfaitaires s'effacent sous le poids des commissionnaires qui inversent le rapport de force. On dénombre ainsi plus de commissionnaires que de forfaitaires à la fin des années 1930. C'est en grande partie ici une des preuves de la forte dépendance vis-à-vis de l'extérieur et du manque de caractère commercial général de la ville biterroise[2]. Dès le début de la crise, les maisons biterroises travaillent à la commission, même celles habituellement forfaitaires[3]. Encore une fois, le constat est renouvelé dans les rapports suivants (1933 ou 1937). Néanmoins, s'il s'agit là d'une pratique qui ne comporte aucun de risque, elle n'apporte que peu de bénéfices et fait basculer le Commerce dans une léthargie que regrette l'inspecteur en 1937[4]. Le *distinguo* entre les deux plus grands centres d'expédition du département peut s'expliquer par la nature commerciale totalement différente des deux villes. Il est possible qu'à Montpellier les commissionnaires se tournent vers d'autres activités commerciales dans une ville qui tend dans les années 1930 à diversifier son armature marchande et à élargir la gamme de ses offres commerciales[5]. Au contraire, considérée comme la capitale du vin, Béziers offre beaucoup moins de possibilités commerciales et le secteur marchand est beaucoup plus contracté que la capitale régionale. Par conséquent, les petits commerçants ont peu de possibilités de changement et conservent leur place dans la structure commerciale de la ville. De fait, les maisons de commerce au forfait montpelliéraines, grâce à leurs réseaux et leur surface financière, peuvent certainement également mieux résister à la crise et à ses aléas que les maisons biterroises, beaucoup plus fragiles en raison d'un esprit de spéculation plus marqué[6]. Par ailleurs, le fait que Béziers ait pratiquement abandonné la barricaille est un témoignage de ce manque d'ambition dans la ville et de son orientation vers le marché en gros uniquement.

Néanmoins, il faut relativiser ce qui peut apparaître comme un constat d'ensemble incomplet. S'il est révélateur des tendances structurelles de l'appareil et de l'armature commerciale dans les grands centres expéditeurs du département, il néglige la réalité des pratiques. En effet, rappelons que les maisons de commerce assument le plus souvent des services à la fois au forfait et à la commission. Ainsi, une étude dans le rapport d'inspection de la succursale montpelliéraine de la BDF de 1938 indique qu'une large part des maisons de

[1] ABDF : Montpellier, 1937.
[2] Que l'on retrouve dans la faible implication syndicale.
[3] ABDF : Béziers, 1930.
[4] ABDF : Béziers, 1937.
[5] DUPASQUIER M., *Contribution à l'étude du commerce contemporain en France et à Montpellier*, thèse de droit, Montpellier, 1962.
[6] ABDF : Montpellier, 1937.

commerce répertoriées (45%) pratique à la fois le forfait et la commission[1]. L'inspecteur indique même que les maisons traditionnellement forfaitaires expédient à la commission des volumes bien plus importants qu'au forfait[2]. C'est le cas pour les petites structures (telle la maison « Théroud F. » à Montpellier) mais également les plus grandes (comme « Guibal P. » à Clermont-l'Hérault ou les frères Cousin à Montpellier dont les publicités dans les années 1930 indiquent qu'ils sont « entrepositaires de la marque Pernod »). Signe majeur de cette forte dépendance vis-à-vis de l'extérieur, cette situation est néanmoins une preuve de leur capacité d'adaptation à cette nouvelle conjoncture.

Dans cette logique d'adaptabilité, Augé, petit à petit, alors qu'il est à l'origine un négociant forfaitaire, accepte de vendre des vins à la commission. En juillet 1929, il est contacté par l'Agence centrale des vins d'Algérie qui veut en faire son commissionnaire dans la région car elle « dispose d'une clientèle à Paris qui aime les vins Corbières et Minervois »[3]. Augé accepte mais le partenariat commercial ne dure pas[4]. Augé multiplie néanmoins les commissions à partir du tournant des années 1930[5], bien que sa préférence reste le commerce au forfait, bien plus rémunérateur[6]. À l'inverse, à Saint-Georges d'Orques, la maison « Icard », initialement commissionnaire, se lance au forfait au tournant des années 1930 face au renforcement de la réputation du village et aux demandes qui affluent[7]. C'est une stratégie logique car, en cas de fortes demandes continues, le forfait est beaucoup plus rémunérateur que la commission. Une autre stratégie consiste à contourner la loi. Ainsi, pour éviter d'avoir à attendre le déblocage et risquer une brusque surenchère des cours en cas de forte demande, de nombreux négociants achètent les tranches avant leur libération après s'être entendu avec les propriétaires. C'est un accord gagnant-gagnant, l'un est sûr d'écouler sa récolte, l'autre est certain de renflouer à bon compte ses stocks[8].

Cette passivité d'ensemble comporte tout de même certaines nuances dont le commerce sétois est l'exemple le plus marquant.

Le cas sétois : un cas à part ?

À Sète, la situation est sensiblement différente. En raison de la nouvelle conjoncture, les négociants sétois, déjà largement spécialisés dans l'importation, cherchent à renforcer ce tropisme en accentuant leurs liens commerciaux avec l'Algérie (tab. 33, page suivante). Si ce n'est pas une pratique propre aux sétois[9], elle prend à Sète un caractère particulier. Tout d'abord, elle concerne la grande majorité des maisons sétoises, spécialisées dans l'importation

[1] ABDF : Montpellier, 1938.
[2] Ainsi, par exemple, la maison « Reboul G. » expédie 9.000 hl au forfait et 20.000 hl à la commission.
[3] ADH : 6 U 2 746, Faillite Augé, Correspondance, 1929.
[4] La maison parisienne disparaît de la correspondance dès 1930.
[5] Comme avec les maisons « Renaud-Laroche » ou « Morel frères et Laroche » en région parisienne.
[6] ADH : 6 U 2 755, Faillite Augé, Correspondance, Lettre du 16/08/1933.
[7] *Annuaire de l'Hérault*, 1929 et 1934.
[8] Ce mécanisme est détaillé et expliqué par l'inspecteur de la BDF en 1937. Cf. ADBF : Montpellier, 1937.
[9] Nous avons vu qu'à Montpellier, les plus grosses fortunes s'étaient bâties sur le négoce des vins algériens. À Béziers, le rapport de la BDF en 1933 révèle que pour faire face à la qualité médiocre de la récolte de 1932, le Commerce « trouvait dans l'excellente et abondante production de l'Algérie tous les vins qui lui étaient nécessaires ». (ABDF : Béziers, 1933).

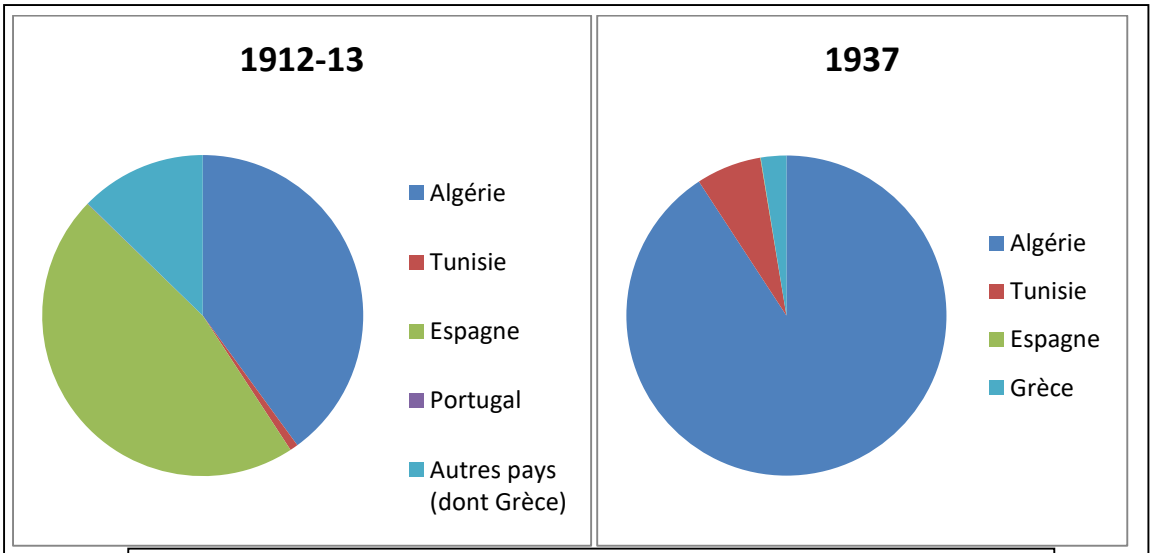
pdeuis le XIXe siècle. Ensuite, contrairement aux autres maisons héraultaises, les maisons sétoises importent les produits algériens (vins en gros ou mistelles) directement dans le port sétois pour ensuite les redistribuer auprès des négociants du département. Ainsi, rares sont les maisons sétoises qui évitent le département, contrairement aux Montpelliérains et Biterrois qui ouvrent des succursales à Rouen ou à Dunkerque. Et lorsqu'elles le font, ce n'est que pour un partie de leur activité (« Cazalis & Prats » ou « Clarac FF et Chauvain » pour les VCC[1]).

Tab. 33: La spécialisation algérienne des importations sétoises

	Moyenne 1912-1913	***1937***	***Évolution***
Algérie	684.964 hl	1.511.409 hl	+ 121 %
Tunisie	14.150 hl	109.735 hl	+ 675 %
Espagne	796.491 hl	785 hl	- 99 %
Portugal	705 hl	Néant	- 100 %
Autres pays (dont Grèce)	217.786 hl	42.769 (Grèce)	- 80 %
Total	1.714.096	1.664.698	- 3 %

Source : ABDF : Sète, 1938

Cette spécialisation dans les vins algériens, déjà en œuvre dans les années 1920, s'accentue dans les années 1930 en raison de la loi de 1930 interdisant les coupages de vins français par des vins étrangers. Après la parution de la loi en janvier, le trafic d'importation de vins étrangers ralentit notablement dans le port : on passe de 58.000 hl de vins grecs et espagnols en janvier 1930 à 5.500 hl en mars. Par ailleurs, pendant cette période, les droits de douanes augmentent constamment : 55 F/hl en 1930, 101 F/hl en 1937. Par conséquent, dans un port où le commerce d'importations a permis de bâtir des fortunes imposantes (Domerc, Estève, Euzet), on s'oriente alors massivement vers les vins algériens (graph 12.).



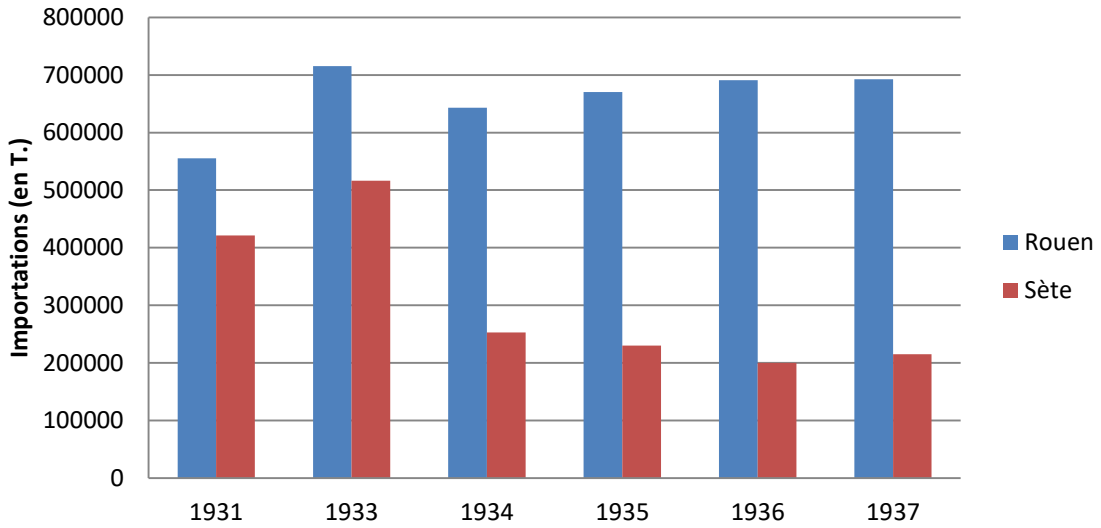
Graph. 12 : Distribution des importations dans le port de Sète 1912-13 et 1937

Source : ABDF : Sète, 1938

[1] Mais leur activité principale (et la plus rentable), la fabrication de vermouths, reste sur place.

Ainsi, alors qu'en 1912-13, les vins espagnols et grecs représentent près de 60 % des importations dans le port sétois et encore près de 40 % en 1929[1], ce chiffre dépasse à peine 2 % en 1937[2]. Cette spécialisation fait la fortune de certaines maisons sétoises et assure une certaine stabilité au marché des vins dans la localité au moins jusqu'en 1935 où la concurrence de Rouen devient trop forte. L'écart se creuse alors irrémédiablement entre les deux ports importateurs (graph. 13).

Graph. 13 : Les importations de vins algériens
Le déséquilibre de la concurrence Sète-Rouen



Source : ABDF : Sète, 1938

La spécialisation algérienne permet à l'inspecteur de la BDF de note en 1933 que « la prospérité de la ville tranche avec la situation des autres négociants languedociens ». Mais le marasme général dans le reste du Commerce héraultais dont les négociants sont les principaux clients des maisons sétoises et la concurrence rouennaise qui fait passer les importations de 4,5 M hl en 1933 à 1,8 en 1937 ont raison de la prospérité sétoise.

Cette spécialisation devient alors une dépendance néfaste. En 1936, l'inspecteur constate avec amertume celle-ci : « Les commerçants sétois en sont donc réduits à vendre des vins algériens et à couper des vins français faibles en alcool avec des algériens plus forts». À Sète aussi, « le négociant qui achetait puis traitait son produit a tendance à être remplacé par le commissionnaire-expéditeur »[3].

Heureusement pour le port héraultais et ses environs (Frontignan ou Marseillan), certaines maisons ont poursuivi leurs spécialisations dans un autre domaine : les vins doux, les apéritifs et les vins de liqueurs. En 1938, le rapport de la BDF indique que ce sont les

[1] 840.000 hl sur 2.2 M hl importés.
[2] C'est dû en grande partie aux vins grecs qui sont monopolisés par la maison « G. Domerc » et dont le patron, Georges Domerc est l'un des négociants les plus puissants de la ville. Cf. sa biographie en annexes, p. 1211.
[3] ABDF : Sète, 1936.

maisons qui connaissent alors la plus grande stabilité et les meilleurs rendements : « Cazalis & Prats », « Clarac Frères et Chauvain », « Noilly-Prat », « Dubonnet » ou « V. Anthérieu » profitent de la hausse régulière et continue des cours au cours de la période. Ces derniers atteignent 370 F/hl pour les quinquinas et 450 F/hl pour les vermouths, soit des cours en augmentation de 50 % depuis le début des années 1930, pour une production annuelle avoisinant les 750.000 hl[1].

Bien qu'également touché par la crise, le port sétois arrive ainsi, en raison de ses spécificités, à mieux supporter les aléas de la conjoncture. C'est le cas pour les maisons qui optent pour des stratégies d'adaptation à la crise.

Concentration, acquisition et la poursuite de l'effort de modernisation

L'une des principales orientations prises par une partie du négoce héraultais afin de mieux résister aux contrecoups et aux aléas de la crise viticole qui perdure dans les années 1930 est la concentration.

Cette option consiste dans l'adjonction de deux maisons de négoce soit de manière partagée soit par intégration. Dans le premier cas, la nouvelle entité peut prendre le nom des deux anciennes maisons de commerce. Ainsi, jusqu'à la fin des années 1920, Jean et Charles Roudil dirigent ensemble leur maison de commerce, achetant à la commission, pour le compte de maisons parisiennes, des vins dans la région de Montpellier depuis le siège de leur commerce, rue de Rondelet. Face aux incertitudes de plus en plus vives sur le marché des vins, ils s'allient avec Maurice Corbery pour former dans les années 1930 une nouvelle maison de commerce « Roudil frères et Corbery »[2]. Il ne s'agit pas ici d'une démarche nouvelle[3], mais elle tend à s'intensifier pendant les années 1930 alors que la crise perdure. Ainsi, en 1932, Artignan, ancien propriétaire devenu négociant après la guerre, s'associe avec un autre négociant de Mireval, Pinel, dans la SARL « Artignan-Pinel ». En 1938, il fonde avec 4 autres associés (dont Pinel) « Artignan et Cie ». C'est là l'assurance d'une structure plus puissante et plus stable dans une période de difficultés : au sujet d' « Artignan et Cie », le rapport de 1938 relève que les « résultats sont excellents » et que la maison est « l'une des premières de la région avec 230.000 hl pour la campagne 1937-1938 »[4]. À Frontignan, la maison « Bècle-Combette » connaît la même trajectoire. Alors que dans les années 1920, les rapports au sujet de la maison « Bècle » sont négatifs, la maison est décrite comme prospère en 1938[5]. Entre-temps, elle s'est transformée en une SARL (1935) regroupant de nombreux intérêts familiaux et notamment ceux de la maison alliée « Combette ». Dans le même ordre d'idées et dans la même logique de renforcement entrepreneurial, de nombreux négociants s'associent dans les années 1930 sous la forme de SARL ou SA : « Viguier Ch. et Cie » ou

[1] ABDF : Sète, 1938.
[2] *Annuaire de l'Hérault*, 1934.
[3] À Béziers, le mouvement semble encore plus ancien car dès le milieu des années 1910, on retrouve ce type de maisons en nombre : « Azam et Vincent », « Bertrand-Mondade et Audy », « Pech et Duthion », « Rey et Cros », « Arnaud et Huc », « Lincou et Bénézech »*Annuaire de l'Hérault*, 1914.
[4] ABDF : Montpellier, 1938.
[5] ABDF : Sète, 1938.

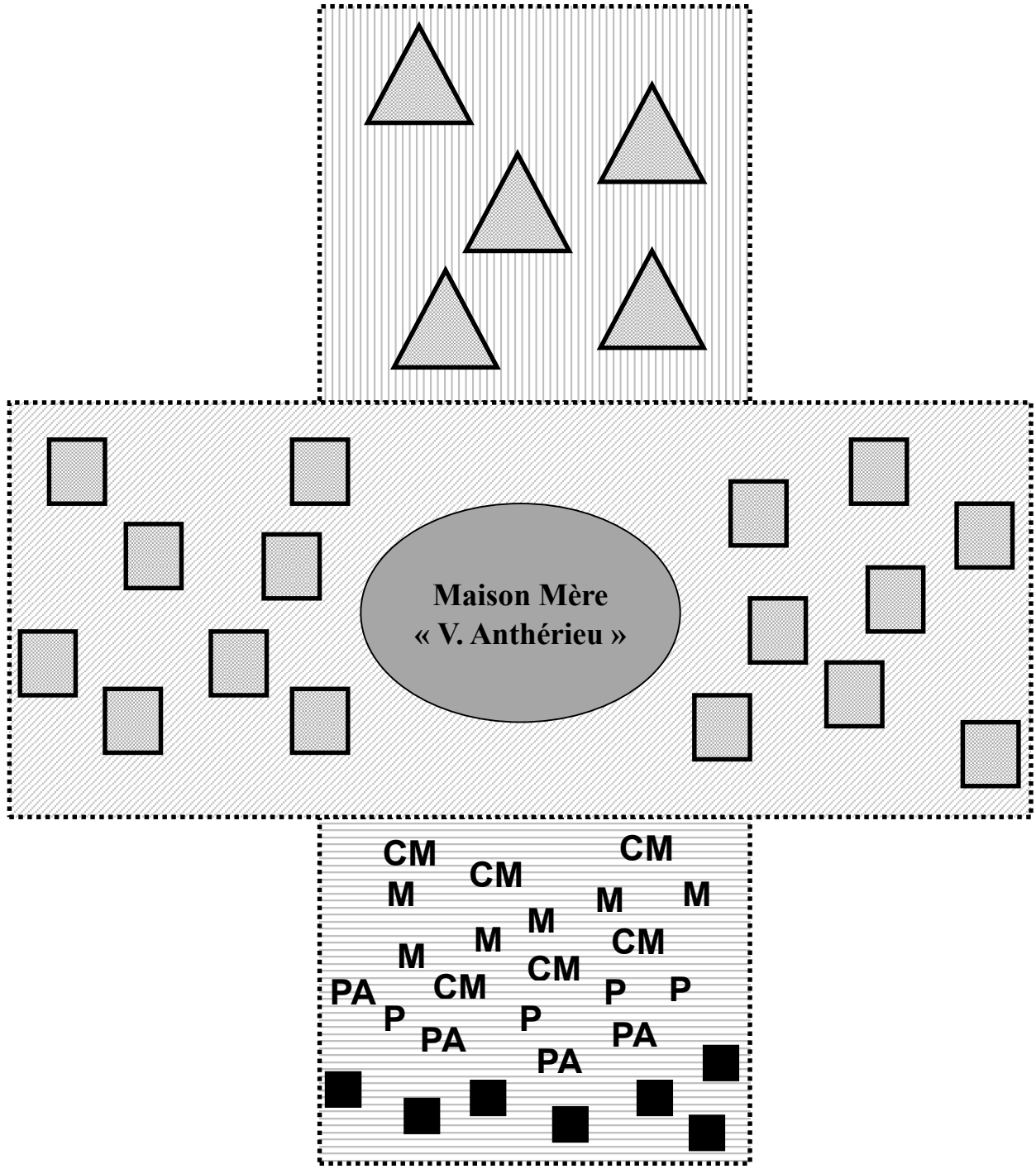
« Pia, Pascot et Tranier » à Sète, « Barral et Colomer » à Marseillan qui ont tous deux repris la suite de « J. Voisin », « Bessière et Cie » à Mèze, par exemple.

Certaines maisons fusionnent uniquement une branche de leurs multiples activités. Ainsi, Fize et Calveyrac à Béziers disposent ensemble d'une maison de négoce à la commission mais restent, chacun de leur côté, des négociants forfaitaires. À Montpellier, Aristide Cairel, est commissionnaire, mais s'associe à Daudé pour vendre à forfait[1].

Il s'agit là d'une tendance qui ne fait que confirmer des pratiques déjà en cours dans la période précédente[2]. En revanche, les années 1930 se singularisent par le rachat de nombreuses maisons par d'autres. En effet, l'autre alternative dans le cadre de la concentration est le rachat de maisons de commerce, donnant naissance à des structures de tailles plus ou moins importantes. Ainsi, peu à peu, la maison « Victor Anthérieu » rachète de nombreuses maisons frontignanaises et sétoises pour dominer à la fin des années 1930 le marché des VDN. Les maisons « Brouillonnet et Fils », « Vivarès Jeune », « Ader et Cie », « H. Vivarès » ou « Thau Louis » ont été rachetées dans ce que l'un des rapports de la BDF appelle « une politique d'absorption, à prix forts, des maisons concurrentes »[3]. Néanmoins, ces maisons ne disparaissent pas. Elles passent directement sous le contrôle d' « V. Anthérieu » qui les conserve pour pouvoir expédier son vin sous d'autres noms, ce que les observateurs appellent des « contremarques »[4]. Dès lors, cela lui permet de dominer de manière hégémonique le marché des vins de Frontignan. À la fin des années 1930, près de 75 % de la production est traitée par « V. Anthérieu », une de ses 18 firmes-marques ou les commissionnaires qui expédient directement depuis la maison frontignanaise. Dans cette logique d'extension et de monopolisation commerciale, Victor Anthérieu et ses successeurs s'engagent également dans une stratégie de concentration verticale. Afin d'assurer ses approvisionnement en mistelles et VDN, la maison frontignanaise prend des parts dans plusieurs coopératives : Frontignan bien évidemment, mais également Banyuls, Collioure ou Vingrau dans les Pyrénées-Orientales[5]. La concentration horizontale se double d'une concentration verticale à dimension monopolistique (sch. 10, page suivante).

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1930.
[2] Et que l'on retrouve sur d'autres marchés viti-vinicoles comme le fait remarquer T. Unwin : « A further significant economic trend that has occurred over the last century has been the increasing vertical integration of the wine industry. ». Cf. UNWIN T., *op. cit.*, p. 320.
[3] ABDF : Sète, 1938.
[4] ABDF : Montpellier, 1933.
[5] ABDF : Sète, 1938.

Sch. 10 : Un exemple de concentration horizontalo-verticale réussie
Le monopole commercial de la maison « V. Anthérieu »
sur le marché local des VDN



Légende :

- Concentration horizontale par absorption
- Concentration verticale amont par participation
- Concentration verticale aval par monopolisation
- Coopératives de vinification et de commercialisation
- Maisons de commerce sétoises et frontignanaises absorbées
- Commissionnaires sans chais ni stocks se fournissant exclusivement chez «V. Anthérieu »
- **M** Marques propres à « V. Anthérieu »
- **CM** Contremarques
- **P** Personnel commercial propre à « V. Anthérieu »
- **PA** Personnel commercial absorbé

D'autres négociants, dans une moindre mesure cherchent à suivre la même stratégie comme Justin Fize à Béziers avec les contremarques « Marray » et Renalber »[1]. À Mèze, « Veyrac et Bessière » ont racheté l'ancienne maison « G. Arnaud » à la fin des années 1930 et continuent à vendre sous ce nom[2]. À Frontignan, en 1934, la maison « Grau » rachète la maison « L. Bouthier » dont elle conserve l'un des fils qui lui sert de représentant dans le nord de la France[3]. Dans le cas de ces rachats de maison, le négociant qui a vendu sa maison reste le plus souvent au service de la maison-mère pour laquelle il devient un représentant auprès des clients qu'il possédait déjà[4]. C'est pour ce dernier une perte certaine d'indépendance mais la garantie d'un emploi rémunéré, sans les risques qu'implique la gestion d'une maison de commerce comme nous le verrons plus tard. Pour le négociant qui rachète la maison concurrente, c'est l'assurance d'un réseau déjà bien établi, l'ouverture vers de nouveaux clients et l'utilisation d'une ou plusieurs marques bien réputées comme la marque « Frank Kina » que V. Anthérieu a rachetée avec la maison « L. Brouillonnet »[5].

Dès lors, dans un climat économique particulièrement troublé et difficile, ces stratégies visent à permettre aux négociants de réduire leurs risques, mutualiser leurs carnets d'adresse, accroître leur surface financière ou renforcer leurs circuits de commercialisation. C'est donc dans une logique de consolidation commerciale que se déroule cette dynamique de concentration. D'ailleurs, cela explique qu'à la dissolution de certaines maisons, l'un des associés cherche un nouveau partenaire comme Parpiel qui fonde avec Majourel une maison à Sète au début des années 1910[6] et qui après s'être séparé de ce dernier en 1920 (ou 1921), en fonde une nouvelle avec Aubenque en 1931[7]. Courtier à l'origine, Parpiel ne dispose pas d'une puissance financière suffisamment solide pour ouvrir une maison de commerce seul, d'où sa recherche permanente d'associés[8].

Par ailleurs, à cette concentration horizontale se joint une concentration verticale, notamment à partir des années 1930. En amont, les négociants héraultais possèdent dans leur grande majorité des propriétés familiales de plus ou moins grande taille. Cela leur donne le plus souvent une crédibilité sur le marché des vins, à la fois vis-à-vis des fournisseurs (partage de valeurs et du métier) que des clients (expédition de la propriété). Néanmoins, généralement, les vins de la propriété sont en quantité négligeable dans le total des volumes[9] mais c'est un atout commercial considérable. En aval, les négociants cherchent à s'assurer des débouchés et à réduire les intermédiaires en assurant la distribution de leurs vins. Ainsi, dans

[1] ABDF : Béziers, 1931.
[2] ABDF : Sète, 1938.
[3] ABDF : Montpellier, 1934.
[4] Entretien avec H. Jeanjean, avril 2011.
[5] ABDF : Sète, 1930. Il a récupéré cette marque en rachetant la maison « Brouillonnet et Fils ».
[6] En 1912 très exactement et jusqu'en 1920 (ou 1921).
[7] *Annuaire de l'Hérault*, 1932.
[8] Si Aubenque est un courtier, il est difficile de savoir qui est Majourel. Il n'est référencé dans l'*Annuaire de l'Hérault* que pendant la période de son partenariat avec Parpiel (192-1920) et est domicilié à l'adresse de la maison de commerce. Tout laisserait donc à penser qu'il s'agit d'un commanditaire extérieur, très vraisemblablement d'une région de consommation qui n'est pas sur place et finance Parpiel.
[9] En 1929, la production Granier correspond à 7% des expéditions. À Mireval, la maison « Artignan, Pinel et Cie » est propriétaire d'un vignoble qui produit 1200 hl/an alors qu'elle en expédie 300.000.

les années 1930, la maison « Azam » de Béziers ouvre « La Minervoise » à Paris qui sert à écouler dans la capitale les vins expédiés depuis la maison-mère biterroise[1]. À Paris, un des frères Arnaud, ouvre dans les années 1930, un débit qui permet d'écouler une partie des vins expédiés depuis la propriété et la maison de commerce familiales à Mèze[2].

Dans ce contexte de crise, à ces démarches de concentration-intégration s'ajoutent, dans la continuité de la période précédente, les stratégies de diversification. La maison biterroise « P. Rouanet » commerce à la fois les vins, le soufre – dont elle exploite une raffinerie – et les engrais dans les années 1930[3]. À Béziers toujours, la maison « L. Cabrol » travaille quant à elle dans les vins, les grains et les fourrages[4]. Cette poursuite de la diversification s'explique par une volonté de limiter les risques que représentent la spécialisation dans une seule activité, qui plus est soumise à de nombreux aléas.

Enfin, les maisons qui disposent des ressources nécessaires poursuivent la modernisation engagée dans les années 1910-1920. Dans les transports, les maisons les plus prospères maintiennent leurs investissements. D'abord limité dans les années 1920, le mouvement d'investissement dans les équipements s'accélère dans les années 1930. À Montpellier, la SARL « Louis Cattelat et Fils » acquiert dix camions dans les années 1930[5] tandis que la maison « Giner » de Clermont-l'Hérault investit dans un camion[6]. À Agde, la maison « J. Cavaillé », spécialisée dans la barricaille, achète une camionnette de livraison au début des années 1930[7] (fig. 27).

Fig. 27 : Camionnette de livraison de « J. Cavaillé », Agde, 1938
Source : CARLES A. et BENTAJOU L., *op. cit.*, p. 117

[1] ABDF : Béziers, 1935.
[2] ABDF : Sète, 1930.
[3] ABDF : Béziers, 1943.
[4] ABDF : Béziers, 1930.
[5] ABDF : Montpellier, 1937.
[6] ABDF : Sète, 1945.
[7] CARLES A. et BENTAJOU L., *Agde, Mémoire en images*, Saint-Avertin, Alan Sutton Ed., 2005, p. 117

Alexandre Prat à Sète, pour sa part, poursuit sa stratégie d'investissements publicitaires comme le note le rapport de la BDF en 1938[1] (fig. 28).

Fig. 28 : Publicités et stratégie publicitaire de la maison « A. Prat » - Années 1930
Source : *Annuaire de l'Hérault,* 1932

1 : Marque rappelant la spécialisation étrangère (sonorité ibérique)
2 : Slogan publicitaire saillant
3 : Spécialisation commerciale et types de produits
4 : Support photographique
a : A. Prat dans sa rancière, goûtant son vin
b : intérieur des chais, alignement des futailles en chêne
c : bateau symbolisant l'extraversion de la maison
5 : Type de vieillissement renforçant le sérieux de la maison (modernité de la technique « brevetée »)
6 : Récompenses soulignant l'excellence des produits
7 : Nom de la maison, localisation, contacts

À Béziers, la maison « Les fils de Louis Huc », qui a pris une dimension considérable pendant l'entre-deux-guerres, fait sa publicité dans l'*Album des vins de France* qui paraît à l'occasion de la VIIe fête nationale des vins de France[2]. Elle y met en exergue son sérieux et sa continuité (« Une des plus anciennes maisons de France »), sa modernité (« Ses chais ont été agrandis et complètement modernisés » ; « Elle possède un embranchement particulier sur la gare de Béziers ») et sa puissance (« Représentants pour la vente dans tous les départements français, en Belgique et en Suisse » ; « Même maison à Perpignan, Gaillac, Oran,

[1] ABDF : Sète, 1938. L'inspecteur note – à regret semble-t-il – qu'il a « de gros frais publicitaires ».
[2] *Albums des vins de France*, Montpellier, Causse et Graille Ed., 1939.

Mostagem »). L'ensemble est agrémenté de photographies qui illustrent le propos[1]. Ainsi, dans un ouvrage à dimension nationale, la maison biterroise fait l'étalage, par le biais de la publicité, de son expansion continue.

Granier, de son côté, investit dans une nouvelle vaisselle vinaire qui lui permet de stocker environ 3.700 hl de vins dans ses chais[2]. Cela implique un roulement important afin d'expédier les 50.000 hl annuel qu'il commercialise en moyenne à la fin des années 1930. Cette vaisselle vinaire se compose de quatre nouvelles cuves et de 10 foudres plus ou moins anciens, le tout de contenance diverses. Comme on l'observe ci-dessous, ces nouvelles cuves en ciment verrées assurent le stockage de quantités de marchandise plus importantes. Elles offrent plus de souplesse et de sécurité dans la gestion des vins stockés dans les chais familiaux.

Tab. 34 : Vaisselle vinaire de la maison « C. Granier » en 1938

Cuves en ciment	381 hl	Contenance moyenne : 372 hl
	369 hl	
	371 hl	
	368 hl	
Foudres en bois	170 hl	Contenance moyenne : 222 hl
	205 hl	
	250 hl	
	248 hl	
	279 hl	
	147 hl	
	149 hl	
	262 h	
	253 hl	
	253 hl	
Total	3705 hl	

Source : ADH : 106 J 200, *op. cit.*

À Saint-Félix-de-Lodez, la famille Jeanjean, de son côté, investit, en 1935, dans un laboratoire complet, qu'elle installe dans d'anciennes écuries. Elle dispose alors de quatre chauffeurs, un comptable, un tonnelier et un entonneur[3].

Ces maisons ont ainsi fait le choix de ne pas se replier sur elle-même et donc de poursuivre les stratégies de modernisation. La démarche peut s'avérer profitable pour certains (Azam par exemple) mais pas pour d'autres (Alexandre Prat dont le rapport souligne qu'il « ne prospère pas »[4])

[1] Voir en annexes la reproduction de cette publicité, p. 1094.
[2] ADH : 106 J 200, Fonds Granier, Liste des contenants, 1940-45.
[3] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 70.
[4] ABDF : Sète, 1938.

La conjoncture a donc un impact majeur sur les maisons de commerce héraultaises durant cette période difficile des années 1930. L'aspect général du marché des vins, en dépit de nuances temporelles et géographiques, change radicalement alors qu'il s'enfonce dans le marasme. Dans ce contexte, les maisons de négoce héraultaises cherchent à s'adapter avec plus ou moins de réussite.

C'est également une période de mutation pour le tissu commercial héraultais et dans la nature même des maisons de commerce.

La transformation du tissu commercial

La crise et sa durée ont, nous venons de le voir, un impact sur le marché et sur les adaptations des maisons de commerce héraultaises sur ce dernier. Elle a également un impact sur le tissu commercial.

D'un côté, le rayonnement des maisons de commerce commence à être moins sensible, tandis que les réseaux commerciaux que les négociants avaient bâtis durant le premier tiers du XXe siècle connaissent des transformations plus ou moins importantes.

Premier effacement numérique et résistances

D'une manière globale, le ralentissement du marché des vins héraultais décrit dans l'ensemble des rapports d'inspection de la BDF est perceptible dans l'évolution du nombre des maisons de commerce dans le département.

Dans la majorité des centres d'expédition, la tendance est négative concernant le nombre d'unités commerciales répertoriées.

Tab. 35 : Les contrastes de l'évolution statistique dans les années 1930

	1929	**1934**	**1938**
Béziers	261	153	110
Montpellier	143	119	93
Sète	95	112	113
Frontignan	75	86	87
Clermont-l'Hérault	17	22	21
Olonzac	4	14	17
Saint-Chinian	8	7	7
Magalas	6	4	4
Cazouls-lès-Béziers	4	4	2

Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1929-1938

À Béziers, l'appareil commercial dans la ville chute de 60 % dans les années 1930. À Montpellier, le nombre de maisons est en recul d'un tiers. On retrouve là la confirmation des

constatations émises par les rapports de la BDF. À Béziers où les structures sont moins solides, la chute est nettement plus marquée, surtout en ce qui concerne les maisons au forfait qui perdent près des 2/3 de leurs effectifs. Les défaillances structurelles d'un négoce biterrois beaucoup plus traditionnel et artisanal que les deux autres grands centres d'expédition entraînent son rapide déclin numérique en quelques années. Au contraire, à Montpellier, où l'assise commerciale autour de très grandes maisons est plus solide, la dégradation du tissu commercial est moins marquée. D'ailleurs, dans la capitale montpelliéraine, le recul des maisons forfaitaires est finalement assez restreint : 20 % seulement. Dans les rapports d'inspection, il est assez régulièrement relevé que les maisons biterroises souffrent du poids des charges et des taxes, ce qui n'est jamais le cas des maisons montpelliéraines. On peut vraisemblablement y voir ici aussi une des faiblesses structurelles d'un partie du négoce biterrois qui n'est pas armé pour faire face à la fois à la concurrence de l'extérieur et à la pression fiscale qui s'accroit durant l'entre-deux-guerres (taxe sur le chiffre d'affaires en 1920 ou accroissement des droits de transports par exemple). En définitive, seules les grosses structures du biterrois perdurent, concentrant toute l'offre de la région et une grande partie de celle du département en ce qui concerne les VCC (« Les fils de Louis Huc », « Fr. Guy », « J. Meyer », CGVMA ou « Crozals & Vissac » à Béziers, « E. Balmefrezol » à Magalas).

Dans les villages et les gros bourgs expéditeurs du département, la situation est sensiblement la même. À Cazouls-lès-Béziers, les effectifs commerciaux sont divisés par deux ; à Magalas, ils chutent de 25 %. Dans les villages, le déclin est moins marqué car il est lissé par la temporalité. En effet, la chute des effectifs avait déjà débuté dans les années 1920, notamment après 1925 et les très fortes années de prospérité. Les années 1925-1929 sont des années de retour à la normale (hormis 1928) après la très forte prospérité du début des années 1920. Or la pression fiscale et les charges sont de plus en plus fortes durant cette période, contraignant de nombreuses maisons à réduire leur activité voire à fermer leurs portes[1]. Néanmoins, les villages et les gros bourgs expéditeurs connaissent dans l'ensemble les mêmes évolutions que les grands centres. Ainsi, à Olonzac, les courtiers commissionnaires qui avaient disparu de la nomenclature dans les années 1910 font leur réapparition dans les années 1930. On en dénombre plus d'une dizaine durant cette période.

Toutefois, certaines localités résistent à ce déclin et enregistrent des chiffres positifs. Ainsi à Sète où, après le déclin numéraire des années 1920 en raison des difficultés dans les transports (désorganisation et taxes), les effectifs commerciaux progressent. Cette évolution s'explique essentiellement car le port sétois, comme nous l'avons expliqué plus haut, a fait le choix de se spécialiser dans les vins doux, les vermouths, les apéritifs et dans les vins algériens. Cependant, nous avons relevé que le premier marché est un marché très porteur et rémunérateur qui permet une certaine stabilité des effectifs des vermouthiers et autres liquoristes[2]. Le commerce d'importation permet principalement de faire progresser les

[1] ABDF : Béziers, 1926.

[2] Mais il n'y a pas de progression car c'est une activité qui demande un savoir-faire certain et qui ne peut être improvisée, contrairement au commerce de gros de VCC qui réclame surtout des moyens et des réseaux.

effectifs : l'année 1933 marque un rebond positif pour le port car, en raison de la campagne largement déficitaire dans le département et en France, les importations reprennent et les activités commerciales avec. Tandis qu'au premier semestre 1932, le port n'avaient enregistré que 1,3 M d'hl de vins importés, ce chiffre passe à 2,8 M pour le premier semestre 1933. La prospérité ponctuelle de la ville « tranche alors avec la situation des autres négociants languedociens »[1]. Par la suite, en dépit des fluctuations très marquées (en 1933, l'activité générée par le commerce des vins a été de l'ordre de 37 M de F ; en 1935 de 16 M de F; en 1936 de 30 M de F), les vins algériens sont toujours, à la fin de la période et malgré la forte concurrence du port de Rouen, une manne considérable pour la ville : en 1937, 1,5 M d'hl transitent encore par le port héraultais. Pour contrer la concurrence de Rouen, les sétois choisissent de se spécialiser dans les vins algériens de qualité supérieure et de haut degré qui subissent dans le port héraultais de nombreux traitements : coupages, traitement par le froid, vieillissement. Finalement, en 1938, le rapport de la BDF souligne que seul le commerce des vins ordinaires et des vins d'importation européenne stagne à Sète.

À Frontignan, l'évolution est la même. La ville, qui s'est spécialisée dans le commerce des VDN très rémunérateurs, enregistre une progression de plus de 17% dans les années 1930. C'est là le signe d'une orientation commerciale positive et fructueuse vers des productions de qualité et rémunératrice. D'ailleurs, dans les autres centres expéditeurs qui ont fait le choix de cette spécialisation dans des produits de qualité (Saint-Chinian ou Clermont-l'Hérault par exemple), les chiffres sont également en hausse. Ils indiquent alors que le développement commercial passe avant tout par une politique raisonnée de choix méticuleux d'une production bien définie et non pas par la production à outrance d'une marchandise concurrencée par l'Algérie.

Néanmoins, ici encore, il faut apporter certaines nuances. L'outil utilisé pour notre approche est par nature perfectible. L'*Annuaire de l'Hérault* correspond aux déclarations annuelles des commerçants auprès des services éditeurs de l'*Annuaire*. S'il donne une idée des grandes tendances, il n'est en rien un outil de décryptage du réel. Ainsi, il n'est pas rare que des erreurs se glissent dans l'*Annuaire* (orthographe, adresse, raison sociale), ce que reconnaît lui-même le directeur de la publication : « Malgré les efforts des éditeurs, il a dû se produire dans la présente publication quelques inexactitudes, quelques oublis » lit-on dès les premières pages dans les années 1930[2]. De fait, alors que l'annuaire ne décrit aucune évolution dans le Commerce sétois entre 1934 et 1938, le rapport d'inspection de la BDF relève qu'en quelques années seulement la crise a fait disparaître près d'une quarantaine de maisons[3]. Faut-il voir dans l'annuaire le désir de certaines maisons de commerce de continuer à exister sur le papier afin de relancer l'activité quand la conjoncture sera meilleure ? L'inspecteur de la BDF évoque-t-il les maisons qui n'ont plus aucune activité mais qui, administrativement, existent toujours ? Il est difficile de trancher. Ce qui est certain, c'est que

[1] ABDF : Sète, 1933.
[2] *Annuaire de l'Hérault*, 1930.
[3] ABDF : Sète, 1938.

ces chiffres globaux cachent une réalité bien plus nuancée et ne donnent qu'une indication, parfois biaisée, de la réalité de la situation. Ainsi, « L. Thau » apparaît dans l'*Annuaire* jusqu'au début des années 1930 alors que la maison a été rachetée par Victor Anthérieu à la fin des années 1920 et qu'il s'en sert comme contremarque. La maison sétoise « E. Maury » est elle-aussi présente dans l'annuaire de 1934 alors que la même année, le rapport d'inspection de la BDF de Montpellier signale qu'il s'agit d'un négociant qui travaille pour la firme « L. Thau » qui elle-même appartient à « V. Anthérieu ». Ainsi, bien qu'Eugène Maury pratique effectivement la profession de négociant, sa maison de commerce n'existe plus, au contraire de Louis Thau qui a abandonné la profession semble-t-il. La maison « Cazalis et Delord » dont la défaillance est signalée en 1936 est encore présente dans l'annuaire de 1939. Enfin, de nombreuses maisons répertoriées sont dans un état commercial végétatif comme la maison « Servière E. » qui ne sert plus qu'à écouler les 4.000 hl de la propriété familiale[1]. Ainsi, à Montpellier, en dépit de la stabilité statistique dans l'*Annuaire*, les transactions ne représentent plus à la fin des années 1930 que la moitié (2M hl/an) du début de la décennie (4 M hl/an expédiés).

Au-delà de cette évolution structurelle, le paysage commercial dans son ensemble est lui aussi bouleversé dans les années 1930.

Un paysage commercial en mutation

Dans les villages, le paysage commercial connaît une mutation importante avec dans la continuité de la période précédente la poursuite du processus de rayonnement-attractivité et des transformations structurelles plus mineures.

Tab. 36 : Un premier effacement commercial dans l'Hérault au début des années 1930

Village	*Production annuelle*	*Nombre de maisons de commerce*
Boujan-sur-Libron	70.000 hl	0
Cers	50.000 hl	0
Corneilhan	85.000 hl	0
Lattes	140.000 hl	0
Lavérune	50.000 hl	0
Gigean	100.000 hl	0
Saint-Georges-d'Orques	45.000 hl	6
Poussan	110.000 hl	2

Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1930

Autour de Béziers ou de Montpellier, nombreux sont également les villages qui ne comptent plus aucun négociant en dépit d'une production plutôt conséquente comme Boujan-

[1] ABDF : Montpellier 1937.

sur-Libron, Cers et Corneilhan près de Béziers ou Lattes et Lavérune dans la périphérie montpelliéraine[1]. Cette logique est également sensible dans les zones rurales. À Gigean, la production locale est écoulée par des négociants en provenance des villages environnants (Cournonterral, Poussan ou Fabrègues) ou de Montpellier. Seuls quelques villages gardent une certaine indépendance commerciale, notamment lorsqu'il s'agit de vins de qualité comme à Saint-Georges-d'Orques. À titre de comparaison, Poussan, dans la plaine languedocienne compte le double d'habitants (2.000 contre 1.000), une production supérieure, mais uniquement 2 négociants[2]. Dans les villages ou les gros bourgs, enfin, les commissionnaires émergent pendant la période notamment dans les centres où la qualité est de mise Olonzac (3 à 14 entre 1929 et 1939) ou Clermont-l'Hérault (3 à 7 entre 1920 et 1938). Ici, les périodicités diffèrent, mais il est indéniable que l'orientation qualitative prise par la production attire des négociants qui dans un premier temps travaillent à la commission, puis s'installent durablement par la suite. Dans les années 1930, à Saint-Chinian par exemple, le nombre de commissionnaires passe de 6 à 2 alors que dans le même temps le nombre de forfaitaires progresse (de 2 à 5). D'ailleurs, l'étude des noms des structures commerciales nous prouve cette mutation de la nature de certaines maisons (Salvestre ou Cauquil qui deviennent des forfaitaires)[3].

Dans les villes, ces mutations sont également prégnantes à une échelle plus fine, l'échelle intra-urbaine. Pour les étudier, il est nécessaire d'élargir la périodicité de notre analyse pour l'inscrire dans un temps un peu plus long. De la sorte, si l'on suit les analyses de Jean-Louis Cazalet, à Sète, on enregistre entre 1901 et 1919, la disparition de 90 maisons de commerce et la création de 47 autres[4], soit un roulement assez massif. Pour la période suivante, selon l'*Annuaire de l'Hérault*, on passe de 126 maisons en 1920 à 113 en 1938 soit une perte sèche de seulement 13 unités. Or, là aussi, si on observe les noms des maisons dans l'*Annuaire*, on recense sur la même durée l'apparition de 54 nouveaux noms[5], preuve encore une fois d'un roulement conséquent et d'un manque de stabilité, notamment pour les structures commerciales les plus fragiles.

Tab. 37 : Le roulement massif des maisons de commerce sétoises entre 1900 et 1939

	1900-1919	***1920-1939***
Évolution du nombre de maison	- 10 %	- 7%
Part des nouvelles maisons	39 %	47 %

Source : CAZALET J.-L., *op. cit.* et *Annuaire de l'Hérault*

[1] Ce sont souvent dans ces communes que l'on retrouve les grands domaines appartenant à des négociants comme à Lattes où les frères Leenhardt dispose d'une propriété.
[2] *Idem*.
[3] *Annuaire de l'Hérault*, 1930-1939.
[4] CAZALET J.-L., *op. cit.*, p. 392. Ces chiffres ne sont pas vérifiables en l'état car il n'existe plus de sources précises pour les années 1901 et 1919 mais ils semblent plausibles ou tout au moins probables.
[5] *Annuaires de l'Hérault*.

D'ailleurs, ici aussi, les rapports d'inspection de la BDF sont évocateurs et confirment cette instabilité. En 1922, l'inspecteur relève qu'à Sète, « les fortunes sont rapidement édifiées ou détruites, (…) les maisons passent des chefs aux employés, (…) il n'y a pas de firmes anciennes, pas de tradition ». Le constat s'il est sévère et recouvre une part de réalité est tout de même excessif. En effet, les maisons les plus solides en 1920 existent toujours en 1938 telles « Cazalis & Prats », « Warnery et Cie », « Arnaud P. », « H. Imbert », « Defarge J. » ou « J. Euzet » pour n'en citer que quelques-unes. En réalité, la prospérité ou les difficultés ont surtout des conséquences sur les maisons de troisième ordre, celles qui, comme le signale le rapport de 1938, « s'étaient établies durant les années de facilité »[1]. Par ailleurs, certaines raisons sociales de 1938 cachent des maisons des années 1920 qui se sont regroupées comme la maison « Laurens-Raynaud » ou qui se sont séparées comme la maison « Parpiel et Majourel ». Ainsi, bien que le roulement, notamment à Sète et à un degré moindre à Béziers, soit réel, il ne faut pas non plus négliger la stabilité des acteurs au-delà de la stabilité des raisons sociales. De fait, les mêmes négociants travaillent souvent sous des raisons sociales différentes. Ainsi, Fourestier, le gendre de François Olive, après avoir travaillé dans la maison de son beau-père, fonde avec son associé Molle, sa propre maison à Sète au tournant des années 1930.

En outre, la crise a également comme conséquence d'attirer des commerçants ayant fait faillite ailleurs et souvent dans d'autres activités. Le point commun entre ces quelques cas recensés est les difficultés qu'ils éprouvent et une moralité douteuse. C'est le cas de la maison « Piron et Cie » qui a été fondée à Montpellier en 1931 par un négociant originaire de Vichy. Ancien garçon de café, il avait monté dans la région vichyssoise une importante affaire d'alimentation (SA d'un capital de 13,5 M) qui a sombré. Réfugié dans le département, il ouvre une maison à la commission décrite comme manquant d'ordre. Lui-même est dépeint comme ayant peu de capacité et de moralité commerciale, « ayant l'habitude du bluff ». L'inspecteur recommande face à ses demandes de crédits ou d'escompte la plus grande prudence[2]. Piron s'inscrit ici dans le sillon tracé par d'autres commerçants qui pensent pouvoir faire fortune dans le milieu du négoce des vins. Il faut dire que certaines pratiques spéculatives sont encore fructueuses comme l'indique le rapport biterrois de 1931 : l'année précédente, Jules Piquemal a spéculé à la baisse et a réalisé une « opération heureuse » lui rapportant plusieurs dizaines de milliers de francs[3].

Le paysage commercial est également transformé au niveau des professions annexes, celles qui vivent grâce au négoce. Ainsi, le port sétois est également frappé par une révolution majeure dans les années 1930, avec l'arrivée du premier bateau-citerne, le « Bacchus », en 1935[4], qui entraîne le déclin irrémédiable des fabricants et loueurs de futailles qui approvisionnaient le Commerce sétois[5]. C'est une révolution dans l'île singulière car jusque-là, les

[1] ABDF : Sète, 1938.
[2] ABDF : Montpellier, 1931.
[3] ABDF : Béziers, 1931.
[4] PRÉAU M., « Souvenirs du négociant M. Préau », *Société archéologique, scientifique et littéraire de Béziers*, 2006-2007, p. 69-76.
[5] On ne compte pas moins de 300.000 fûts à Sète dans l'Entre-deux-guerres.

vins, contenus dans des demi-muids, étaient chargés ou déchargés sur des cargos par plusieurs centaines de manutentionnaires. Dorénavant, le transvasement peut se faire plus directement et plus rapidement depuis les cuves des bateaux-citernes jusqu'aux chais des négociants ou jusqu'aux wagons-réservoirs. Certaines maisons comme « Warnery et Cie » investissent alors dans des moto-pompes capables de faire transiter des milliers d'hl en quelques heures là où il fallait une dizaine d'ouvriers pour faire transiter jusqu'à 2000 demi-muids – pesant chacun près de 800 kg – en une demi-journée[1].

Par ailleurs, dans une logique de rationalisation et de modernisation, l'ensemble des maisons de commerce qui travaillent à forfait disposent, dans une volonté de réduction des frais généraux et d'efficacité, d'un laboratoire à demeure voire des outils nécessaires pour effectuer eux-mêmes les analyses. Conséquence directe, dans les années 1930, les laboratoires d'analyse et les peseurs de vins[2] disparaissent du paysage languedocien. Dorénavant, suivant une tendance qui avait débuté dans les années 1920, l'ensemble des analyses sont effectuées dans les chais des négociants ou des producteurs. À Saint-Félix-de-Lodez, « M. Jeanjean et fils » se dote d'un laboratoire au milieu des années 1930 alors que la maison se professionnalise en même temps que s'accroissent les activités : en 1937-1938, la maison expédie 180.000 hl quand en 1931 Maurice est encore décrit par le rapport comme un « petit négociant »[3].

En conséquence, en raison de ce nouvel effort de modernisation, la structure des employés enregistre une poursuite de la spécialisation (notamment avec la forte progression du personnel de bureau qui représente environ un tiers des employés), sans toutefois connaître de progression notable.

Tab. 38 : L'évolution des effectifs des maisons de commerce à Sète 1910-1938

	1910[4]	**1938**[5]
« Cazalis & Prats »	38	35
« Noilly-Prat »	27	25
« Chauvain et Cie »	32	40
« Pochet J. »	10	9
« Euzet J. »	10	12
« J. Herber et Cie »	38	6

Seules les firmes ayant connu une forte expansion commerciale voient leur chiffre progresser largement telles les maisons « V. Anthérieu » et « Dubonnet » dont les effectifs s'élèvent respectivement à 115 et 80 ouvriers et employés en 1938. À l'inverse, dans les an-

[1] PRÉAU M., *op. cit.*
[2] Comme l'horloger-orfèvre Bourdeil à Pézenas.
[3] ABDF : Montpellier, 1931 et 1938.
[4] ADS : 2 F 14, *op. cit*., Étude de la ville par métier, 1910.
[5] ABDF : Sète 1938.

nées 1930, la maison « C. Granier » n'emploie plus qu'une douzaine d'employés[1] alors que ses expéditions ont diminué de moitié[2]. À Sète, la maison « J. Herber et Cie » perd près de 85 % de ses employés alors que son activité s'est considérablement réduite entre les deux dates[3]. C'est là la preuve de la corrélation entre le chiffre des effectifs et l'évolution de l'activité de l'entreprise.

Fort logiquement, en raison de la contraction générale des courants de transactions, les courtiers eux-aussi disparaissent en partie du paysage commercial héraultais, notamment dans les centres urbains. Dans les trois grands centres expéditeurs, ils chutent de moitié. Dans les villages, au contraire, ils se maintiennent voire progressent, notamment dans les localités où les vins sont recherchés (Saint-Chinian). C'est somme toute logique car dans les zones rurales, ils restent le point d'interface entre les propriétaires et le négoce, qu'il soit départemental ou de l'Extérieur. Ils y servent donc d'intermédiaires entre les sociétés à succursales multiples qui cherchent à évincer le Commerce local et les vignerons.

Enfin, dans les années 1930, ce paysage est en mutation car disparaissent de grosses structures commerciales. Les facteurs de déstabilisation généraux ont été évoqués plus haut mais il faut ici, dans le détail de quelques cas concrets, apprécier l'impact de la crise générale de l'économie française sur le commerce des vins. Si le négoce semble plutôt épargné par les conséquences directes des difficultés économiques nationales et mondiales, il en subit les contrecoups.

Tout d'abord, en 1934, l'une des plus grandes banques locales, la banque montpelliéraine Castelnau disparaît sous les effets de la crise bancaire mondiale[4]. Or cette banque soutenait, de manière active, les négociants sétois et montpelliérains essentiellement, en leur offrant des facilités bancaires de premier ordre. Mais depuis 1930, la banque souffre, notamment en raison d'opérations hasardeuses et des difficultés à assurer un assainissement de la situation[5]. En outre, la crise viticole généralisée, dans une région où l'économie locale est étroitement liée à l'économie viticole, assombrit la situation de la banque dont les comptes créditeurs sont insuffisants. En dépit des efforts (réduction des salaires, pression sur les débiteurs, concordats avec les créanciers), la banque chute en 1934. À Sète, dans la même période, « les opérations de la banque Dupuy-Coste ont marqué une régression très nette » en partie en raison de l'apathie économique viticole générale mais également en raison de la défaillance d'autres banques locales, comme Castelnau[6]. Cette interdépendance entre le monde du vin et de la banque[7] a des conséquences néfastes sur les maisons de commerce. Outre les restrictions de crédit déjà évoquées, certaines maisons doivent s'engager dans l'absorption des faillites ban-

[1] ADH : 106 J 255, Quinzaine, Salaire du personnel, 1928 et 1933.
[2] Les expéditions sont passées de 100.000 hl en moyenne à 50.000 hl.
[3] Dans la seconde moitié des années 1930, la maison commercialise environ 25.000 hl par an contre 150.000 hl en moyenne dans les années 1910.
[4] ABDF : Montpellier, 1934.
[5] ABDF : Montpellier, 1933.
[6] Ce type de défaillances bancaires à cette époque n'est pas un cas isolé comme l'a montré C. Lastécouères dans le Sud-Ouest et plus particulièrement à Bayonne. Cf. LASTÉCOUÈRES C., *op. cit.*
[7] Cf. *supra,* p. 212-215.

caires en raison des liens familiaux qui les unissent. Ainsi, Lionel Cazalis, oncle des Castelnau, s'engage, par solidarité, à rembourser une partie des créances des Castelnau. Le rapport indique que « sa fortune va certainement s'en trouver notablement diminuer »[1]. La conséquence est telle qu'en 1936 la maison « Cazalis et Delord », l'une des plus importantes de la place, commercialisant près de 500.000 hl/an à cette époque, chute à son tour et est mise en défaillance[2].

En outre, en ces temps de crise, le nombre d'impayés, de retours d'effets de commerce ou de demandes de prorogation face aux difficultés se multiplient comme en témoignent l'activité bancaire dans la seconde moitié des années 1930. Alors que ces taux étaient relativement bas jusque-là (moins de 5 % de retours et d'impayés en général), ils atteignent voire dépassent 10 % dans cette période. À Montpellier, « Cazalis et Delord », qui travaille pourtant avec une clientèle choisie comme le notent les rapports de la BDF, enregistre 10 % de retour en 1930[3]. À Marseillan, « Baudassé Frères » fait face à 22 % de retours en 1933[4]. À Sète, la maison « J. Herber et Cie » doit assumer 23 % de retour en 1935, essentiellement pour des prorogations par des maisons qui sont gênées par les restrictions de crédit imposées par les banques[5]. En 1937, la maison sétoise « Pascal J. » doit assumer 25 % de retour[6]. Ainsi, les contrecoups de la crise mondiale se font ressentir par le biais des défaillances bancaires et les difficultés de la clientèle à assurer les paiements. Dès lors, le tissu commercial héraultais est fragilisé : quand Raphaël Tous fait une mauvaise opération commerciale en 1934 en achetant une cave sur souche à un prix trop élevé, il est connaît de grosses difficultés bien qu'il soit à la tête d'une des maisons sétoises les plus stables et réputées. Mais sans le support des banques et dans l'impossibilité de tenir ses engagements faute de fonds suffisants, il préfère déposer le bilan. Cela entraîne la disparition de la maison « B. Tous » qui regroupait les intérêts des familles Tous et Hubidos, deux des plus anciennes familles de négociants de la ville. Avec des ressources très limitées et une situation commerciale ébranlée, mais profitant de sa connaissance du marché et de ses réseaux, R. Tous se reconvertit alors dans le courtage[7] (avant de devenir directeur commercial chez « Cazalis & Prats » dans les années 1950[8]).

Dans ce contexte de difficultés et d'adaptations, il est alors important de s'intéresser aux circuits commerciaux.

Mutation et dualité des circuits commerciaux

Au même titre que le marché et que le tissu commercial, les circuits commerciaux connaissent eux-aussi une mutation marquée. Cette dernière est en partie reconnue par

[1] ABDF : Montpellier, 1934.
[2] ABDF : Montpellier, 1937.
[3] ABDF : Montpellier, 1930.
[4] ABDF : Béziers, 1933.
[5] ABDF : Sète, 1935.
[6] ABDF : Sète, 1937.
[7] *Annuaire de l'Hérault*, 1939.
[8] Entretien avec J.-M. Prats, mars 2013.

l'inspecteur de la succursale de la BDF de Béziers en 1937 qui souligne que « le commerce de gros s'est également transformé » en partie en raison de l'attitude des sociétés à succursales multiples qui achètent directement à la propriété par l'intermédiaire de courtiers ou de leur bureau d'achat[1]. À cela s'ajoute le détournement du trafic des vins ordinaires algériens à destination de Paris qui empruntent désormais prioritairement la voie Algérie-Rouen. En conséquence, les réseaux de distribution du négoce héraultais connaissent une réorientation qui est perceptible, dans les rapports d'inspection de la BDF, par la récurrence des localisations de la clientèle des maisons de commerce répertoriées.

Celle-ci est la suivante :

Tab. 39 : Évolution de la distribution des régions d'écoulement des maisons de commerce héraultaises selon les rapports de la BDF

Région	***1900-1929***	***1930-1939***	***Évolution***
Région parisienne	32,2 %	26,3%	⇘
Est de la France	27,6 %	31,6 %	⇗
Nord (Picardie comprise)	9,9 %	10,1 %	=
Lyonnais	6,6 %	7,7 %	⇗
Centre	6 %	11,8 %	⇗
Bourgogne	4,6 %	4 %	⇘
Bordelais	4 %	1,2 %	⇘
Ouest	5,9 %	4,9 %	⇘
Autres (Sud-ouest, Sud-est)	3,2 %	2,4 %	⇘
Nombre d'occurrences relevées	152	247[2]	⇗

Sources : ABDF : Béziers, Sète, Montpellier, 1900-1939

Ce tableau nous permet de prendre conscience immédiatement des nettes évolutions qui touchent les circuits de commercialisations des maisons de commerce héraultaises.

On note ainsi tout d'abord le net recul de la région parisienne. Il peut s'expliquer de plusieurs manières. La première vient du fait que les grandes maisons de commerce, les magasins à succursales multiples ou les économats qui sont situés dans la région parisienne s'approvisionnent en grande partie en vins algériens. Or ceux-ci transitent dorénavant par les ports du nord de la France (Rouen, Dunkerque voire Le Havre) alors qu'auparavant, ils passaient par l'Hérault, Sète notamment. La seconde raison vient de leurs stratégies d'approvisionnement dans la région. Désormais, en raison des réseaux anciens qui se sont sédimentarisés dans le département depuis le début du siècle, les clients parisiens ont de moins en moins besoin de l'intercession des négociants héraultais. Ils peuvent en effet se passer de leurs services et acheter directement auprès des propriétaires (voire de certains caves coopératives qui passent des accords de commercialisation avec les coopératives

[1] ABDF : Béziers, 1937.
[2] Cette forte croissance s'explique par des rapports beaucoup plus détaillés, surtout à partir de 1935.

d'alimentation[1]) dont ils connaissent bien les produits. Enfin, dernier facteur, en raison de la révolution en cours dans les transports, il est maintenant plus rentable (sur une distance allant jusqu'à 500 km) de s'approvisionner par camion plutôt que par chemin de fer. Ainsi, les clients parisiens se fournissent chez les négociants lyonnais et du centre de la France, qui pour leur part se fournissent dans l'Hérault.

Cela explique que ces deux destinations connaissent une croissance notable : les marchands en gros lyonnais ou du centre de la France assurent désormais en partie l'interface entre l'Hérault et Paris.

En définitive, seule la région Est continue à importer massivement les vins héraultais comme elle le faisait dans la période précédente. Devenu le principal client de l'Hérault, elle enregistre, elle aussi, une croissance certaine. Les vins y sont majoritairement vendus à des maisons de demi-gros et à des sociétés à succursales multiples (Docks rémois, Ets. Mielle, Nancéienne d'alimentation) qui trouvent dans les vins héraultais des vins de base pour leurs coupages, mais également des vins consommés directement. Ainsi, le rapport d'inspection montpelliérain de 1937 nous apprend que la maison de Louis Cattelat, qui expédie environ 100.000 hl/an, commerce essentiellement avec des demi-grossistes et des brasseries de l'Est de la France (Doubs, Meurthe-et-Moselle, Moselle, Aube)[2].

Dans ce contexte de reconfiguration des stratégies commerciales d'une partie de leurs clients, notamment ceux du Centre, du Lyonnais et de la région parisienne, certaines maisons cherchent à développer de nouvelles stratégies afin de toucher directement le consommateur en finançant des structures de demi-gros et de détail. Au milieu des années 1930, la maison de Capestang « Azam E. Fils » dont le fils, Charles, ouvre un débit de vente au détail à Paris (« La Minervoise », spécialisée dans les vins de la région). Il est également actionnaire d'une maison de demi-gros « Les Ets. Vinicoles Léon Tellier » qui écoule aussi une partie des marchandises de la maison « Azam E. fils »[3]. À la même période, Paul Granaud, à la tête de la maison de barricaille biterroise « E. Granaud », fonde la maison « Jean Gounelle » à Paris, chargée de commercialiser auprès des consommateurs, les vins de la maison biterroise[4]. Depuis Lansargues, A. Lavergne, pour sa part, reprend une maison de commerce parisienne chargée d'écouler la marchandise en provenance de l'Hérault[5]. Paul Bècle investit lui dans une succursale Charenton pour faire du gros et du demi-gros dans la région parisienne.

On voit donc que les négociants héraultais cherchent à investir de nouvelles stratégies pour contrebalancer les récents réseaux de distribution mis en place par la clientèle parisienne. Ces stratégies sont en évolution également car de nouveaux acteurs commerciaux apparaissent à cette période : les centrales d'achat.

Ainsi, Augé commerce abondamment en 1933 grâce à l'action médiatrice de la

[1] ABDF : Béziers, 1937.
[2] ABDF : Montpellier, 1937.
[3] ABDF : Béziers, 1935 et 1937.
[4] ABDF : Béziers, 1935.
[5] ABDF : Montpellier, 1933.

compagnie PARIDOC[1]. Cette centrale d'achat sert ici d'intermédiaire entre Augé et ses clients les plus importants comme les « Ets Guérin » à Valence, la « Société économique » de Rennes, les « Ets Guyenne et Gascogne » de Bayonne ou l'ensemble des « Docks de France ». Agissant comme un représentant, la société PARIDOC démarche des clients potentiels pour Augé. Il s'agit soit de maisons de négoce pour lesquelles Augé expédie des milliers d'hl par an[2], soit des coopératives d'achat. Néanmoins, contrairement à un représentant, elle s'engage avec Augé pour lui assurer des contrats pérennes et réguliers. Avec cette contractualisation des transactions, une nouvelle étape est donc franchie dans les méthodes de travail. Dès lors, grâce à PARIDOC, Augé expédie régulièrement, tous les mois environ 700 hl à la maison « Guérin ». En contrepartie de ses services, PARIDOC réclame à la fois une commission et une remise sur les prix pratiqués par Augé afin, dit-elle, de « pouvoir satisfaire nos clients »[3]. Alors que PARIDOC demande 0,50 F de remise par hl, Augé ne propose que 0,25 F car il connaît des difficultés, promettant d'en offrir le double l'année prochaine[4]. Si cette solution peut, à courte échéance, s'avérer salutaire, elle met là-aussi le négoce local dans une situation de dépendance face à des organismes qui vont croître au fur et à mesure et devenir, à leur place, les centres d'impulsion du marché des vins. Par ailleurs, si le contrat passé avec PARIDOC est une source de revenu constant, c'est également une source de pression supplémentaire car PARIDOC insiste régulièrement sur l'exigence de rigueur dont doit faire preuve Augé pour satisfaire les clients.

Les vins héraultais, enfin, sont toujours largement recherchés par les administrations, notamment militaires. À la fin des années 1930, le Syndicat régional se plaint auprès du ministre de la Défense nationale de l'achat par l'Intendance de vins directement auprès des propriétaires, ce qui représente un sérieux manque à gagner pour certaines maisons[5]. Il s'agit là d'un signe que le négoce local continue à commercer avec l'Intendance militaire, dans la continuité de la période précédente, mais également que cette dernière, comme les autres clients, cherche à contourner l'intercession du négoce.

Dans le même temps, les stratégies d'achalandage des maisons héraultaises connaissent des transformations de leurs circuits de distribution amont et aval.

Dans le domaine des approvisionnements, face aux difficultés qui pointent au tournant des années 1930, les maisons de commerce languedociennes, dans leur logique d'achalandage, cherchent à s'assurer le contrôle d'une production de proximité dont ils connaissent la qualité et dont l'acheminement est moins coûteux. Cela assure également une relation de proximité avec des producteurs et des courtiers mieux connus et donc plus enclins à réaliser des affaires.

[1] ADH : 6 U 2 754, Tribunal de commerce de Béziers, Faillite Augé, Correspondance, 1933.
[2] La société Guérin représente à elle seule près d'un cinquième des expéditions totales d'Augé en 1933.
[3] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, *op. cit.*, Lettre PARIDOC, 03/11/1933.
[4] *Idem*.
[5] Lettre du 2/12/1938, citée dans *l'AM*, déc. 1938.

Chez Granier, en 1933, tandis que la crise persiste, la redéfinition des stratégies d'approvisionnement est notable (tab. 40).

Tab. 40 : La contraction de l'approvisionnement chez « C. Granier », 1926-1933

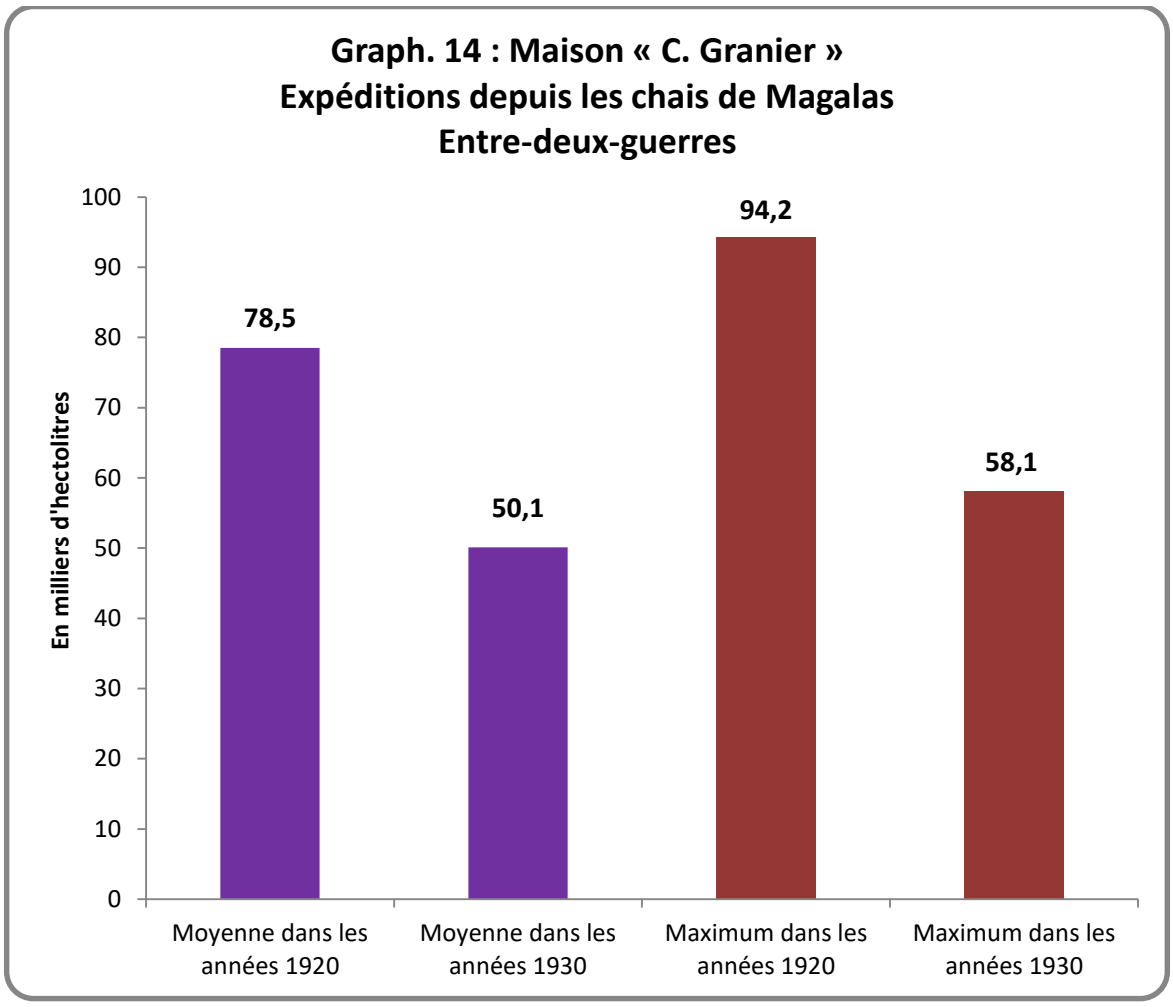
	1926	**1933**
Nombre de caves	640	364
Nombre de localités d'approvisionnement	40	41
Dans un rayon de 5 km	48 %	49 %
Dont Magalas	24 %	17 %
Entre 5 et 10 km	49 %	44 %
Entre 10 et 20 km	2 %	5 %
Au-delà de 20 km	1 %	2 %

ADH : 106 J 24, Fonds Granier, Achats, 1931-1936

Le nombre de localités fournissant la marchandise ne dépasse pas la quarantaine et le bassin d'approvisionnement est toujours limité, en grande majorité (93%) à 10 km autour de la maison mère. Cette contraction est renforcée par la chute drastique des caves achetées (soit une baisse de plus de 43 % par rapport à 1926 et de 32 % par rapport au début du siècle). Notablement, plus aucun centre approvisionneur ne dépasse les 20 % (17 % pour Magalas, près de 10 % pour Puissalicon et Murviel) et l'étalement géographique des achats dans le rayon de 10 km est plus marqué que les années précédentes, preuve des difficultés à s'approvisionner dans un contexte de baisse notable de la production[1] mais également de nouvelles logiques d'approvisionnement avec l'arrivée à la tête de la maison de Joseph en 1932. Ainsi, Granier se fournit pour près de 7 % à Roujan d'où est originaire la famille de son épouse (contre moins de 1 % en 1926). Dans les années suivantes, les achats suivent la même logique, même lorsque les volumes augmentent légèrement à l'extrême fin des années 1930.

En aval, cette logique de contraction est également perceptible. Depuis Magalas, elle passe par la réduction des ventes en quantité. Les ventes annuelles moyennes chutent de plus d'un tiers et le maximum atteint en 1937 est lui aussi un tiers moins important qu'au début des années 1920 (graph. 14, page suivante).

[1] La récolte 1930-31 est en baisse de près de 30 % par rapport à celle de 1929-30.

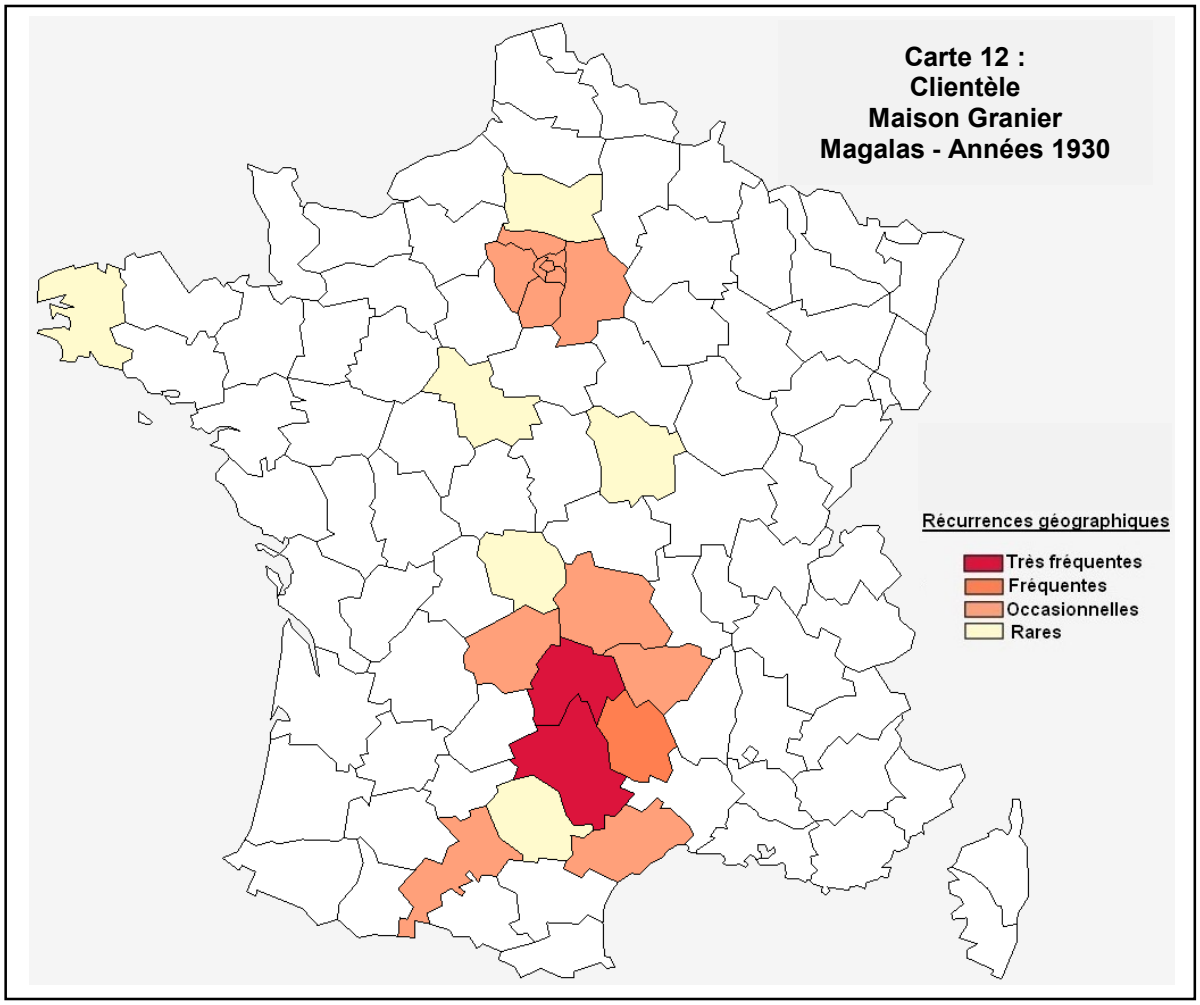


Source : ADH : 106 J 49-58, Fonds Granier, Sortie des vins, 1919-1939

Dans ce contexte, les Granier concentrent leur activité sur les clients les plus anciens et les plus proches : ceux du Massif Central. Ainsi, après la fermeture de l'annexe parisienne à la fin des années 1920, seuls 5 % des ventes ne concernent plus que Paris et la région parisienne en 1931[1]. Granier se recentre alors sur ses clients les plus fidèles et les plus anciens à Saint-Flour, Murat, St Chely-d'Apchers, Ussel, Garabit, Marvejols ou Neussargues. Seule une poignée de clients à Charenton, à Paris ou à Chantilly subsistent dans le Nord de la France. Cette rupture dans les circuits commerciaux de la maison magalassienne est symbolisée par la vente de l'entrepôt dont la famille était propriétaire en 1928 à Charenton[2]. Ainsi, dans un repli commercial qui vise à limiter les frais (entretien et employés de l'annexe parisienne, intermédiaires en Région parisienne, recherche de clientèle, services juridiques, etc.), la maison « Granier » renforce, dans un climat délicat, les liens traditionnels qu'elle entretenait avec les négociants du Massif central. Elle s'assure ainsi la garantie, dans une logique de proximité et de fidélité, de transactions plus sûres et moins aléatoires. En période de prospérité passagère, Granier renoue ses liens avec la région parisienne, mais de manière limitée comme en 1938

[1] ADH : 106 J 198, Fonds Granier, Régie des vins, 1930-1936.
[2] ADH : 106 J 154, Fonds Granier, Annexe de Charenton, 1927-1928.

où les ventes en direction de la région parisienne atteignent à peine les 15 %[1]. Le rayonnement spatial de la maison magalassienne prend donc un nouvel aspect comme l'indique la carte ci-après.

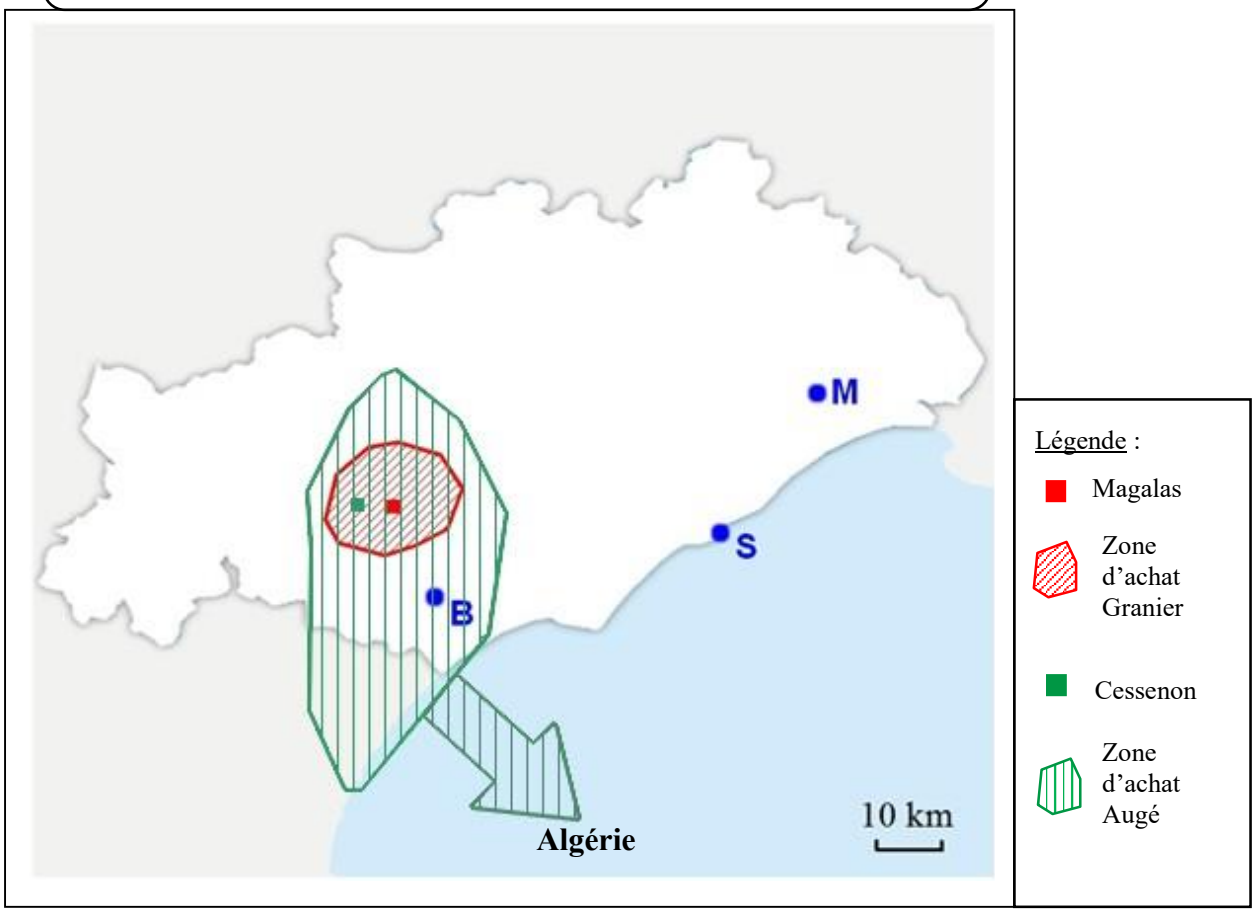


Dans le cas d'Augé, la logique est tout autre que la maison « C. Granier » (carte 13, page suivante). En effet, face aux difficultés qui touchent son commerce, Augé cherche, sans cesse, à réaliser de bonnes affaires et à étendre son rayon d'action. Il n'hésite ainsi pas à acheter des vins provenant d'assez loin, tant que ces derniers – à qualité égale – lui coûtent moins chers que les vins produits dans la région. En conséquence, si les achats sont majoritairement effectués dans l'Hérault, le rayon d'action d'Augé est beaucoup plus vaste que ceux de Granier ou de Dourlan[2]. Tout d'abord, son bassin d'approvisionnement de proximité est dans un rayon large d'environ 20 km autour de Cessenon : Murviel (5% des achats), Roquebrun-Saint-Nazaire (5%), Thézan (4%), Saint-Geniès (4%), Maraussan (4%), Colombiers (3,5%). Mais Augé réalise la majeure partie de ses achats dans l'Hérault au-delà de 20 km : Hérépian (9%), Le Poujol (5%), Béziers (4,5%), Sérignan (3,5%) avec une part prépondérante pour la région autour d'Hérépian (Le Poujol, Colombières-sur-Orb, Villemagne, Les Aires, Clairac, La Bil-

[1] ADH : 106 J 58, Fonds Granier, Sorties des vins, 1937-1938.
[2] ADH : 6 U 2 753-755, Faillite Augé, Correspondance, 1933.

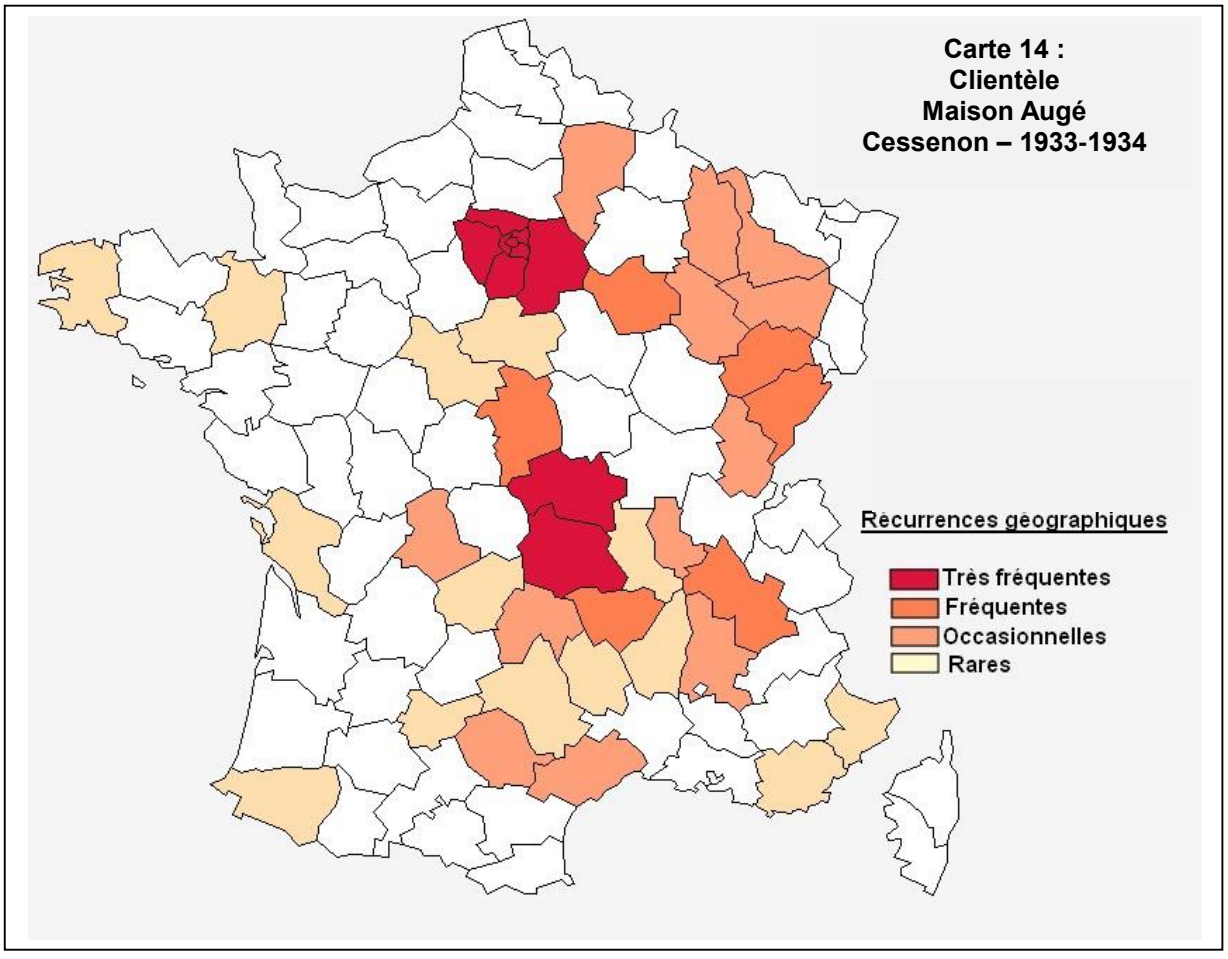
lière) qui totalisent plus de 25 % des ventes en dépit de la distance (plus de 30 km). Ensuite, preuve de la faible inscription d'Augé dans l'ultra-local : sur les 219 caves achetées par Augé, 6 seulement le sont à Cessenon. Surtout, Augé n'hésite pas à sortir du bassin traditionnel d'approvisionnement des négociants de l'Ouest héraultais : il achète ainsi des vins algériens à Sète et à Montpellier puis directement à Oran, Alger et Mostagem, il s'approvisionne également dans les Pyrénées-Orientales (Feuilluns ou Beixas) ou dans l'Aude (Leucate) et importe depuis l'Espagne (Alicante notamment). La logique d'achat d'Augé retranscrit le désir de pouvoir avoir à sa disposition des vins à forts degrés (algériens), de bonne tenue (vallée de l'Orb, Roquebrun, arrière-pays héraultais) et bon marché (plaine héraultaise) pour ensuite les couper entre eux. Dans une période de forte tension commerciale, il n'hésite pas dans une démarche de recherche de profitabilité, à sortir du territoire traditionnel des maisons de la région de Cessenon. Son aire d'achalandage principale est ainsi très différente de celle de Granier.

Carte 13 : La comparaison de deux espaces d'achalandage « C. Granier » et « J. Augé », 1933



En aval, Augé qui dirige une maison récente et qui dispose d'une base de clientèle à la fois moins conséquente et moins solide que les Granier, opte pour une stratégie différente, celle du déploiement commercial. Sa démarche s'inscrit dans une logique prospectiviste afin

de multiplier les contacts dans le but d'élargir ses débouchés potentiels et ses revenus. Elle s'oppose à celle de Granier, plus sûre et sécurisante. Cette dernière s'explique également par la stabilité des relations commerciales de la maison « C. Granier » avec leurs clients, mais aussi par le confort financier de la famille. En effet, celle-ci est décrite comme prospère par les rapports d'inspection de la BDF dans les années 1930[1] et elle n'est pas dans cette recherche permanente du « bon coup » comme Augé dont l'objectif est de faire fortune rapidement dans le commerce des vins. Par conséquent, la carte du rayonnement spatial de la maison Augé (carte 14) est très différente de celle de la maison « Granier ». Si la maison « J. Augé » s'inscrit dans les réseaux traditionnels du négoce héraultais (Paris, Est, Massif Central), on note un éclatement de la clientèle sur une large surface métropolitaine. Ainsi, en temps de crise, Jules Augé cherche à développer son commerce en multipliant sa clientèle, ce qui est logique en raison de son installation récente dans le négoce et son avidité certaine.



À plusieurs titres, les années 1930 représentent un basculement sur le marché des vins languedociens et pour les maisons de commerce héraultaises.

Tout d'abord, ces dernières doivent faire face à une crise d'envergure qui, pour la première fois, est durable et générale. Le développement des maisons de commerce entrepris

[1] ABDF : Béziers, 1931, 1935, 1937.

dans les années 1910 et 1920 se ralentit, en partie en raison des incertitudes du marché et de l'instabilité bancaire qui réduit les disponibilités.

Par ailleurs, les négociants héraultais doivent faire face à une concurrence multiple, notamment les vins algériens qui viennent « casser »[1] le marché national et tout un ensemble de nouveaux réseaux de distribution (méridionaux ou non) qui cherchent à évincer le négoce local.

Dans ces conditions, ce dernier cherche à s'adapter, soit en réduisant son activité pour limiter les risques soit en adoptant de nouvelles stratégies de développement (commission, ouverture de magasins au détail, recherche débridée de clientèle). Dans le même temps, certaines maisons poursuivent, lorsqu'elles en ont les moyens, leur politique de modernisation, afin de se montrer plus compétitive face à la nouvelle concurrence.

Mais dans tous les cas, c'est bien à une mutation du tissu commercial local à laquelle on assiste, avec un premier effacement numérique des maisons de commerce et une reconfiguration des réseaux de distribution.

Dans ce contexte d'inquiétudes et de difficultés, la Seconde Guerre mondiale fait son irruption avec des conséquences majeures pour le commerce des vins héraultais.

[1] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée…, op. cit.*, p. 95.

CHAPITRE 2 : ENTRE RESTRICTIONS ET TENTATIONS : LES VINS HÉRAULTAIS DANS LA SECONDE GUERRE MONDIALE

Contrairement à la Première Guerre mondiale dont les conséquences perturbent le marché pendant les premiers mois des hostilités avant que ce dernier ne s'adapte aux nouvelles conditions d'exercice, la Seconde Guerre mondiale a des effets disruptifs et perturbateurs beaucoup plus longs et profonds.

Ils s'expliquent tout d'abord par la vigueur avec laquelle l'État français, dans une logique bien plus autoritaire, reprend à son compte la dimension régulatrice du Code du vin, mis en place quelques années avant la guerre seulement. L'intervention de l'occupant perturbe également les circuits classiques par ses exactions, mais également ses besoins.

Cela a pour conséquence la constitution d'un marché profondément déréglé et accidenté, source de soucis, de mécontentements et d'illégalités.

Révolution nationale et Occupation : la régulation rigide du marché des vins

Le profond cataclysme que représente la défaite de 1940 dans l'esprit des Français se double, sur le marché des vins, d'une mise sous tutelle qui est la continuité du tournant régulateur du Code du vin de la seconde moitié des années 1930. L'État cherche alors à assurer, de manière rigide, le ravitaillement de la métropole en vins tandis que l'occupant profite de sa position pour imposer également la satisfaction de ses besoins.

Encadrer le marché, encadrer la profession

La Révolution nationale se singularise dans le domaine économique par sa volonté de rompre avec « le capitalisme libéral, en raison de son anarchisme et de ses gaspillages, […] de son égoïsme proclamé, de ses résultats languissants »[1]. Il est ainsi logique que, dans cet état d'esprit, les fonctionnaires vichystes se soient attachés à encadrer de la manière la plus stricte un marché des vins particulièrement instable et surtout propice aux excès « libéraux » que le régime condamne. Poussé par un désir d'« une économie planifiée et plus juste »[2], l'État français veille à un contrôle abouti des marchés pour éviter qu'ils tombent entre les mains des trusts, une des causes de la déchéance de la nation française selon la propagande vichyste. C'est pourquoi dans un contexte profondément marqué par la pénurie comme le sont les économies de guerre, l'État français lance toute une série de mesures qui « implique l'immixtion croissante de l'État dans la direction opérationnelle de l'économie »[3]. Pour répondre à l'un

[1] KUISEL R., *Le Capitalisme et l'État en France : modernisation et dirigisme au XXe siècle*, Paris, Gallimard, 1984, p. 227.
[2] *Ibid*., p 228.
[3] ASSELAIN J.-C., *Histoire économique du XXe siècle. La réouverture des économies nationales (1939-années 1980)*, Paris, Presses de Sciences-Po, 1995, p. 26.

des enjeux de la Révolution nationale qu'est la justice sociale, les technocrates modernisateurs vichyssois en charge de l'économie cherchent à encadrer rigoureusement le monde professionnel. Ils veulent agir rapidement car ils se sont rendu compte dès juin 1940 que l'économie française est au bord du chaos[1]. Sur le marché des vins, en raison de la pénurie qui s'installe rapidement[2], les VCC sont les premiers à bénéficier de dispositions règlementaires, par le biais d'une série de mesures régulatrices entre 1940 et 1942. L'Hérault, premier producteur de VCC sur le territoire métropolitain est donc particulièrement soumis à ces nouvelles dispositions règlementaires.

En réalité, dès mai 1940, en raison de l'état de guerre, le gouvernement Reynaud avait signé un décret instituant un service de contrôle spécialisé, « chargé de veiller pour la durée des hostilités à l'application des dispositions relatives à la surveillance des prix, à la règlementation ou à la restriction de la consommation, à la déclaration et à la surveillance des stocks en matière de produits »[3]. Si l'outil n'est pas de suite mis en place, il n'en reste pas moins qu'il influence les administrations de l'État français qui, dans une situation urgente de déséquilibre entre l'offre et la demande, en craignent « [les] effets inévitables sur l'évolution des prix »[4]. Dès le 27 juillet 1940, dans l'optique d'un contrôle strict des prix, un décret encadre la profession de commerçant en gros. Ces derniers doivent impérativement tenir un registre qui détaille les prix pratiqués, les fournisseurs, les clients. Ce registre est mis à la disposition du « Service de contrôle du suivi des prix » et les prix sont enregistrés dans un recueil analytique disponible au ministère de l'Économie nationale. Les négociants doivent en outre justifier leurs bénéfices qui sont encadrés par une première ébauche de régulation entreprise dès fin juin 1940[5]. Dans le même effort législatif massif qui caractérise les premières semaines du régime, le 30 juillet 1940, les vins font partie de la liste des produits contingentés et taxés. Dorénavant, la liberté des prix est abandonnée et le vin – principalement les VCC – est soumis à un contrôle étroit de sa circulation et de ses tarifs.

Voilà pourquoi, lors d'une réunion à Montpellier tenue par Édouard Barthe en août 1940, ce dernier signale que « les temps de la facilité et d'une liberté qui avait tourné à la licence sont révolus. Les intérêts particuliers doivent aujourd'hui s'incliner devant l'intérêt national »[6].

Le 21 octobre 1940, une nouvelle étape est franchie avec la loi instaurant la « Charte des prix »[7] fixant les prix et notamment les marges bénéficiaires maximales pour les intermédiaires en vins. Ces marges sont alors calculées sur la marge bénéficiaire en valeur absolue

[1] KUISSEL R., *op. cit.*, p. 333.
[2] En moyenne, la production est de 40 % inférieure pendant la guerre par rapport à la période précédente (1930-1939). Cette chute est significative dès 1940 et se maintient dans les années suivantes en raison des pénuries (humaines, matérielles et phytosanitaires).
[3] JORF, 22 mai 1940, Décret du 20/05/1940.
[4] GRENARD F., « L'administration du contrôle économique en France, 1940-1950 », *Revue d'histoire moderne et contemporaine* 2/2010 (n° 57-2), p.133.
[5] Décret du 20/06/1940.
[6] ADH : 2 W 1164, Fonds de la préfecture, Comptes rendus de réunions des commissions viticoles, arrêtés préfectoraux, Correspondance (1940-1941), Réunion des associations viticoles du 04/08/1940.
[7] JOEF, 10 novembre 1940, Loi du 21/10/1940.

existante au 1er septembre 1939 et qu'il est interdit de dépasser sous peine de sanctions[1]. Néanmoins, « tenant compte du caractère spéculatif du commerce des vins » et donc de son essence aléatoire, le ministère de l'Économie et des Finances décide de prendre pour base la marge moyenne de la campagne 1938-1939[2]. Un arrêté préfectoral de mars 1941 complète le décret ministériel du 8 février 1941 fixant le prix-limite du vin[3] :

Tab. 41 : Prix-limites des VCC (1941)	
Vins rouges de 8°5 à 13°	20 F le degré-hl
Vins rosés de 8°5 à 13°	24 F le degré-hl
Vins blancs de 8°5 à 12 °	28 F le degré-hl

Il en va de même pour les marges des négociants fixées par un arrêté préfectoral d'avril 1941 à la suite de renseignements pris auprès des représentants des négociants :

Tab. 42 : La limitation des marges du commerce des vins sous Vichy (1941)

Ventes à la commission						
Par wagons-réservoirs (WR)		15 F/hl				
Vente à la commission par demi-muid (DM)		17 F/hl				
Ventes au forfait						
	Vins rouges		***Vins rosés***		***Vins blancs***	
	WR	DM	WR	DM	WR	DM
Hérault	30 F/hl	32 F/hl	34 F/hl	36 F/hl	40 F/hl	42 F/hl
Frontignan/Marseillan	33 F/hl	35 F/hl	37 F/hl	39 F/hl	45 F/hl	47 F/hl
Sète	37 F/hl	39 F/hl	41 F/hl	43 F/hl	52 F/hl	54 F/hl
Ventes à barricaille						
	Dans le département		*Hors du département*			
Demi-muid	99 F		137,25 F			
Pièce	109 F		147,25 F			
Demi-pièce	114 F		152,25 F			
Quart de pièce	119 F		157,25 F			
Bouteille ou litre	129 F		167,25 F			

Source : Arrêté préfectoral, 12/04/1941

Par la suite, les marges sont à nouveau régulièrement modifiées[4], notamment en supprimant les distinctions locales mais en étendant les différences de marges selon les régions d'expédition (zones libre, occupée, interdite) au commerce au forfait. Des arrêtés régionaux

[1] ADH : 2 W 1155, Fonds de la préfecture, Lutte contre les prix anormaux, Lettre du ministre de l'Économie générale et des Finances au président de la FM, 27/09/1941.
[2] *Idem*.
[3] JOEF, 09 février1941.
[4] En 1943, la marge pour les vins rouges expédiés depuis l'Hérault est de 47 F et de 67 F pour les vins blancs. En 1944, le prix-limite des VCC est fixé à 80 francs/degré-hl pour les vins rouges. Ainsi, la période est synonyme de renchérissement – et de bénéfices – des cours en raison de la grande pénurie qui frappe le marché. Voir en annexes l'encadrement du marché des vins par l'État français, p. 1068.

viennent annuellement rajuster les marges[1], mais les archives pour le département restent silencieuses à ce sujet. À compter d'octobre 1942, une taxe à la production de 9% est adoptée, ce qui majore d'autant la marge des négociants. Cette même année, le prix d'un hl est ainsi limité à 325 F pour un vin rouge ou rosé titrant 10 degrés et 345 F pour un vin blanc[2]. Le 29 mars 1941, enfin, une loi rend obligatoire l'établissement d'une facture pour tout achat de produits, denrées ou marchandises destinés à la revente[3].

Dans son souci prioritaire de réorganiser l'économie agricole[4] et par voie de conséquence le secteur agroalimentaire, l'État français cherche très clairement à encadrer une profession par essence suspicieuse car profondément libérale, capitalistique et souvent pointée du doigt pour son individualisme. Il s'agit, en l'occurrence, d'imposer un cadre rigide à ce qui est le cœur du métier, c'est-à-dire la fonction spéculative. Cette taxation est d'autant plus mal vécue dans l'Hérault qu'elle concerne essentiellement les VCC, les AOC n'étant pas, eux, soumis à la taxation[5] et que les charges augmentent[6]. Par ailleurs, les vins à appellation simple sont, pour leur part, soumis à une légère majoration et sont donc plus rentables que les VCC. Dans ce contexte, de nombreux négociants héraultais cherchent à faire reconnaître l'appellation de leurs vins et l'homologation de leurs prix : la maison « R. Maynau » de Frontignan écrit au préfet en juin 1942 au sujet de l'homologation du prix de son vin spécial « Réserve des Combes »[7]. Les VDN sont, pour leur part, encadrés de la même manière à partir de 1942. Selon l'arrêté interministériel du 1er avril 1942, le Muscat est limité à 3.400 F l'hl et les VDN sans appellation à 1.400 F. La part de la marge des négociants dans le prix de vente oscille ici entre 12 % pour les expéditions en fût et 23 % pour les expéditions en litre[8]. Les apéritifs, enfin, sont encadrés par un arrêté interministériel de mars 1942 qui précise la loi contre l'alcoolisme du 24 septembre 1941. Cet arrêté, dans une logique de renforcement de la lutte contre l'alcoolisme, cible principalement les apéritifs. Il a la particularité de définir les marchandises (types de vins utilisés, méthodes de vinification) mais également les fabricants et leurs obligations (tenue de registre, déclaration de composition, mentions obligatoires, etc.)[9].

Ainsi, le marché des vins héraultais est profondément touché par les réformes économiques impulsées depuis Vichy pour répondre aux deux objectifs majeurs du régime : gérer une situation exceptionnelle et amorcer rapidement des réformes structurelles[10]. Ce nouveau cadre contraignant veille à particulièrement bordurer l'action du négoce dont l'essence capitalistique va à l'encontre du discours vichyste de l'époque. Cette volonté de réforme des cadres

[1] C'est le cas par exemple dans les Basses-Pyrénnées. Cf. Archives des Pyrénées-Atlantiques : 35 W 21, Fonds de la préfecture, Ravitaillement général, Circulaires préfectorales, 1941-1945.
[2] ADH : 2 W 1155, *op. cit.*, Arrêté préfectoral du 26/10/1942.
[3] JOEF, 30 mars 1941, Loi du 29/03/1941.
[4] COINTET M., *Nouvelle histoire de Vichy*, Paris, Fayard, 2011, p. 331-332.
[5] *Le Progrès agricole*, août 1941. Il faut attendre avril 1942 pour qu'un encadrement des AOC ait lieu (cf. LUCAND C., *op. cit.*).
[6] Voir à ce sujet, en annexes, les graphiques et tableaux, p. 1066-1068.
[7] ADH : 2 W 1155, *op. cit.*, Lettre de Maynau au préfet régional, 23/06/1942.
[8] BO du service des prix, 03/04/1942.
[9] JOEF, 23 avril 1942, Arrêté du 25/03/1942.
[10] MARGAIRAZ M., ROUSSO H., « Vichy, la guerre et les entreprises », *Histoire, économie et société*, 1992, n°3 « Stratégies industrielles sous l'occupation », p. 344.

du capitalisme traditionnel sur le marché des vins se double, par ailleurs, d'une préoccupation majeure : la question du ravitaillement.

Une priorité : assurer le ravitaillement national

L'autre grand mouvement d'encadrement de la profession et du marché concerne le ravitaillement national. Dès le début des hostilités, un service du ravitaillement a été instauré avec des comités départementaux qui gèrent, dans les centres expéditeurs, des commissions de réception des vins qui gèrent les expéditions[1]. Mais après l'armistice, sous la contrainte d'une possible pénurie, l'État français s'engage dès l'automne 1940 dans une vaste action de contrôle des moyens de production et des circuits commerciaux relatifs aux matières premières et à l'industrie. Cette démarche s'inscrit dans une logique de solidarité nationale dans une période de crise mais également dans un double contexte négatif engendré par la guerre : risque de pénurie et désorganisation des filières commerciales traditionnelles. Poussé par la peur de voir certaines catégories de commerçants profiter de la situation pour s'enrichir, l'État français décide de règlementer la question des écoulements de la production viticole.

Encore une fois, les VCC sont les premiers à être soumis à cette régulation autoritaire, alors que se profile notamment des estimations très négatives pour les campagnes futures. Ainsi, pour la filière viti-vinicole héraultaise, la première grande loi structurelle est celle du 24 mai 1941, « relative au ravitaillement de la métropole en VCC pour la campagne 1940-1941 »[2]. Cette loi oblige les producteurs à mettre en vente avant le 1er septembre 1941 les vins des récoltes 1940 et antérieures. Passée cette date, les vins deviennent la propriété de l'État qui en assurera l'écoulement, conformément aux lois sur les réquisitions, au prix de la taxe diminué de 2 F par degré. En outre, par cette loi, le gouvernement se donne le droit d'opérer par le biais de réquisitions sur les stocks commerciaux si le besoin s'en fait ressentir. De plus, afin de garantir un stock suffisant, toutes les distillations de vins loyaux sont interdites (hors Cognac et Armagnac). Dans le même temps, un recensement de l'ensemble des stocks est effectué afin de connaître les disponibilités sur le territoire métropolitain. Dans cette optique, les négociants sont chargés d'établir une déclaration faisant connaître les quantités leur appartenant dans leurs chais et à la propriété ainsi que les quantités qu'ils doivent livrer (clients métropolitains, Ravitaillement général ou exportation). Toutes les entrées et sorties en cours doivent également être connues de l'administration départementale[3]. Le contrôle du Commerce s'accroit par un recensement le plus efficace possible des disponibilités et des capacités commerciales. Cet inventaire est ensuite transmis aux trois organes en charge du ravitaillement : la Direction départementale du ravitaillement ; les organisations syndicales ; le Groupement des vins à Vichy. L'objectif de l'État est de contrôler les stocks pour éviter les pratiques spéculatives qui entraînent l'accumulation de marchandises chez les producteurs ou les négociants, notamment en période de pénurie.

[1] ADH : 7 M 545, Productions végétales, Situation viticole, Ravitaillement (1939).
[2] JOEF, 27 mai 1941, Loi du 24/05/1941.
[3] Articles 1 à 7.

Par ailleurs, ce contrôle s'accroit par l'impossibilité faite aux négociants de pouvoir vendre sans autorisation. Dorénavant, aucun achat ou enlèvement ne peut se faire sans « bon d'achat ou d'enlèvement ». Ceux-ci sont délivrés dans chaque département par un Groupement d'achat et de répartition, dans la limite d'un contingent défini par département[1]. Une fois remis aux producteurs, ils imposent immédiatement vente et paiement au comptant et, en cas de refus, le vin est alors réquisitionné par les services du Ravitaillement à des conditions tarifaires moindres. Les bons servent ensuite aux négociants à obtenir des titres de transport auprès des recettes-buralistes, hormis pour les marchandises de moins de 4 hl. Enfin, à l'intérieur du département, les écoulements se font par le biais de congés bien que le volume des transactions par ce biais soit limité : pour la période du 1er juin au 31 août 1941, les négociants obtiennent ainsi des bons intra-départementaux dont le volume représente 70 % de la moyenne des sorties mensuelles des mois d'octobre 1940 à mars 1941[2]. Enfin, pour régler les conflits, la loi instaure une commission mixte composée de représentants des différents intérêts de la viticulture (État, négociants, producteurs, transporteurs) afin d'examiner et de régler les différents litiges[3]. L'influence des corporatistes qui veulent favoriser les commissions d'experts pour régler les questions économiques[4] est ici particulièrement notable.

Si l'on en croit le *Progrès agricole*, ces décisions coercitives sont prises « en raison de la résistance des mauvais vendeurs[5] qui ont refusé de vendre leurs vins aux prix de la taxation »[6]. Dans l'esprit du législateur, cette loi s'organise donc dans une double dimension : régularisation des écoulements et strict encadrement.

D'ailleurs, dans cette logique, en septembre 1941, une nouvelle loi précise la précédente[7] :

- un blocage est établi avec libération des stocks par tranche : la première tranche représente 35 % des stocks disponibles qui doivent être écoulés avant le 31 décembre 1941, puis à nouveau 35 % jusqu'au 31 avril, puis enfin 30 % ;
- dans l'Hérault, trois commissions mixtes sont créées : Sète, Béziers, Montpellier[8] ;
- une Commission de répartition est instituée afin de répartir les contingents des bons d'achat et d'enlèvement ;
- les bons d'achat ou d'enlèvement sont fractionnés en quatre séries et sont d'abord valables pour un quart de leur volume puis les autres quarts sont émis au fur et à mesure des besoins dans les départements d'émission ;
- l'Intendance dispose d'un droit d'achat à l'amiable de vins pour des besoins précis : camps de jeunesse, de travailleurs, de la troupe, de la marine, etc. Ces vins sont payés à la taxe et réquisitionnés si nécessaire.

[1] Et calculé sur la base de la population dans le département.
[2] Articles 8 à 12.
[3] Article 14.
[4] COINTET M., *op. cit*., p. 332-333.
[5] Ce sont ici les producteurs qui sont visés.
[6] *Le Progrès agricole*, août 1941.
[7] Loi du 13 sept. 1941.
[8] Voir la liste des négociants membres des différentes commissions en annexes, p. 1126.

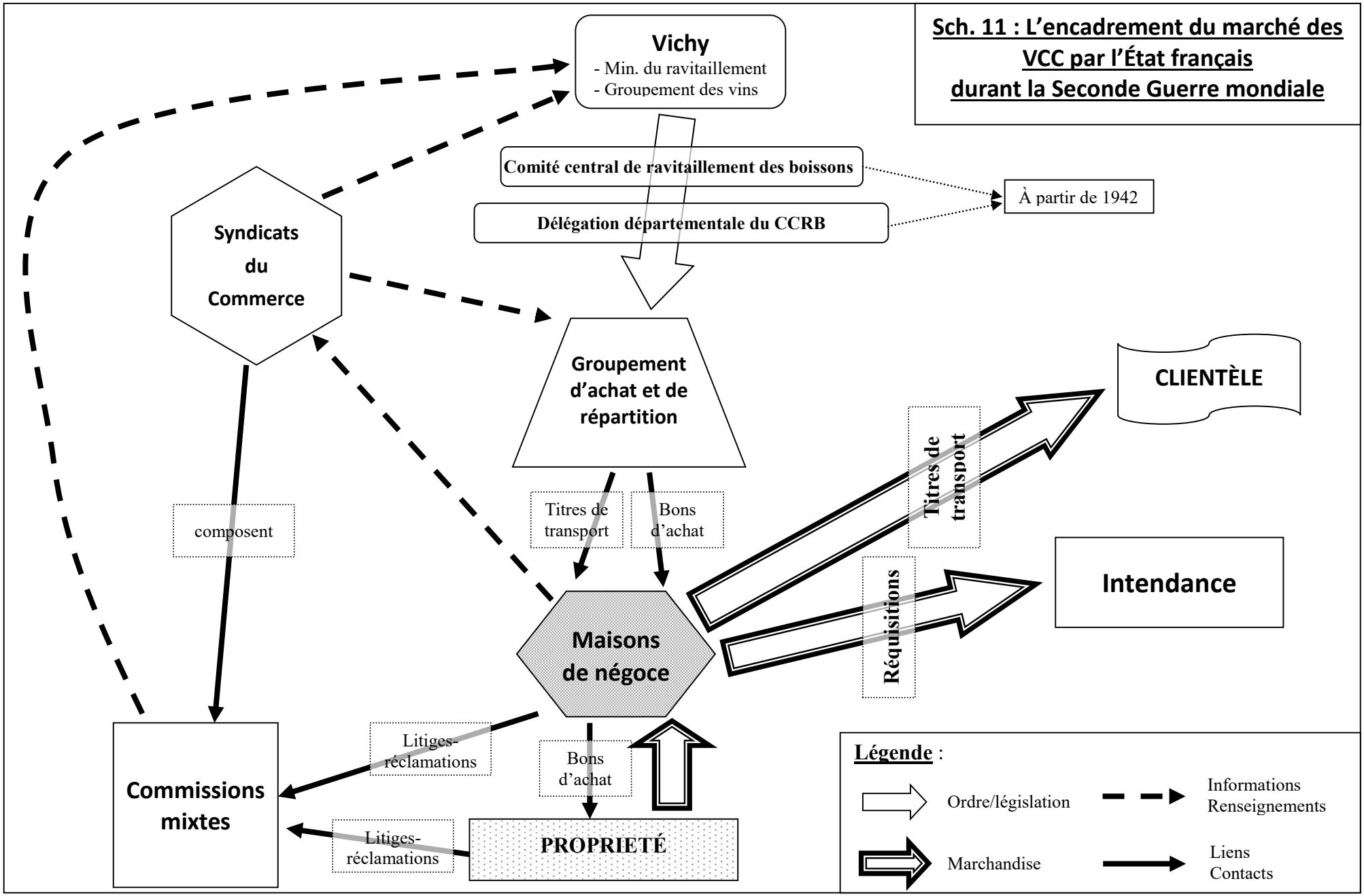
Enfin, en 1942, alors que l'organisation du ravitaillement national s'est affinée et perfectionné en octobre 1941 par la loi définissant le cadre national, régional et départemental de celui-ci[1], cette armature est complétée par un Comité central de ravitaillement des boissons dont l'une des sous-commissions est consacrée aux VCC. Son rôle est de « préparer et soumettre au secrétaire d'État en charge du ravitaillement toutes les informations nécessaires à l'établissement du plan national de recensement et de répartition des boissons »[2]. Dans chaque département, une délégation départementale est également instituée afin de gérer à une échelle plus fine la question des écoulements. Dans le département, cet ensemble est sous le contrôle de l'Intendance militaire des vins de l'Hérault qui a son siège avenue Clemenceau à Montpellier et est dirigée par un militaire de 1ère classe, lui-même placé sous la coupe de l'Intendant, directeur régional du ravitaillement général, également localisé à Montpellier (rue du Cannau). À ce dispositif se joint également l'action du préfet, ce qui n'est pas sans créer des tensions[3]. Comme le montre le schéma 11 page suivante, les vins héraultais et l'activité des maisons de commerce locales sont dès lors particulièrement encadrés.

Ces mesures peuvent paraître spécialement contraignantes pour le négoce héraultais car elles ne concernent que les VCC métropolitains[4] et car elles rajoutent à une profession soucieuse de liberté commerciale, un carcan administratif, notamment par les bons d'achat qui limitent la liberté commerciale des maisons de commerce[5]. Néanmoins, elles sont en partie acceptées car elles assurent à la filière une lisibilité et une continuité qu'elle appelle de ses vœux depuis plusieurs années. En effet, en dépit des difficultés évidentes et des modifications dans le jeu traditionnel du marché, il paraît clair que l'objectif de l'État est d'assurer, en s'appuyant sur le Commerce, le ravitaillement constant et régulier en vins du territoire. Cet encadrement est rendu nécessaire par la pénurie que ne manquent de souligner les différents observateurs dès 1941[6]. D'ailleurs pour éviter les situations de crises, des mesures sont prises ponctuellement comme en juillet 1943 : devant un nouveau risque de pénurie, le préfet de l'Hérault demande à l'ensemble des producteurs de remplir une déclaration en mairie de leurs stocks disponibles afin d'être certain de pouvoir réaliser la soudure et d'informer les maisons de commerce[7].

Mais cette situation est d'autant plus complexe et critique que l'occupant attend également, dans le cadre des réparations de guerre, d'être livré en vins depuis l'Hérault.

---

[1] JOEF, 22 novembre 1941, Loi du 23/10/1941. Sur ce sujet, voir GRENARD F., « Les implication politiques du ravitaillement en France sous l'Occupation »,*Vingtième Siècle. Revue d'histoire* 2/2007 (nº 94), p. 199-215.
[2] JOEF, 6 janvier 42, Arrêté du 02/01/1942.
[3] Le préfet du Cher évoque des tensions de cet ordre entre les différentes administrations et on peut supposer que cela doit être la même chose dans l'Hérault (cf. Ministère de l'Intérieur, *Synthèse des rapports mensuels des préfets de zone occupée*, avril 1942).
[4] Et donc exclut les vins d'Afrique du nord (s'ils partent de port) et les AOC.
[5] Notons également la loi du 26 juillet 1941 qui interdit la vente sur souche aux maisons qui n'avaient pas cette pratique dans leur habitude dans les campagnes précédentes.(JO, 19/08/1941).
[6] « Il m'est signalé que la récolte de vin obtenue cette année, dans les départements gros producteurs du Midi serait plus faible qu'on ne pouvait l'escompter » écrivent les services des CI au ministre de l'Agriculture en novembre 1941.
[7] ADH : 2 W 1156, Fonds de la préfecture, Circulaires et arrêtés préfectoraux (1941-1942), Circulaire préfectorale à l'attention des maires du département, 07/07/1943.


Sch. 11 : L'encadrement du marché des VCC par l'État français durant la Seconde Guerre mondiale
Vichy
- Min. du ravitaillement
- Groupement des vins
Comité central de ravitaillement des boissons
Délégation départementale du CCRB
À partir de 1942
Syndicats du Commerce
Groupement d'achat et de répartition
CLIENTÈLE
Titres de transport
Titres de transport
Bons d'achat
composent
Réquisitions
Intendance
Maisons de négoce
Litiges-réclamations
Bons d'achat
Commissions mixtes
Litiges-réclamations
PROPRIETÉ
Légende :
Ordre/législation
Informations Renseignements
Marchandise
Liens Contacts

Répondre à la demande allemande

Lorsqu'il détaille la situation de la filière viti-vinicole nationale devant une assemblée de responsables syndicaux, patronaux et coopérateurs à Montpellier le 4 août 1940, Édouard Barthe reconnaît que, devant l'incertitude qui pèse sur le secteur et notamment sur les conditions d'écoulement de stocks bloqués à la propriété, « personne ne connaît les conditions de la Paix », c'est-à-dire quelles vont être les volumes des prélèvements allemands dans le cadre de l'armistice. Néanmoins, il affirme que « le commandement allemand fait de gros efforts pour habituer les troupes à boire du vin »[1], signe que les troupes allemandes risquent fort de se montrer intéressées par les vins du département. Quelques minutes plus tard, pour rassurer l'auditoire sur les perspectives futures, il relate une des discussions à laquelle il a assisté en 1938, lors d'une conférence en Allemagne, et où un dirigeant viticole allemand estimait nécessaire l'importation des vins français, comme cela se pratique depuis le début du XIXe siècle[2]. L'Allemagne apparaît alors, à la lecture de ce discours, comme un client potentiel incontournable. Ce qui est rapidement confirmé dans les semaines qui suivent.

Une fois en position de force à la suite de leur victoire éclair de mai-juin 1940, les Allemands cherchent rapidement à tirer profit de la situation en « optimisant cet avantage par la captation immédiate des ressources disponibles »[3] en France. L'armistice signé le 22 juin, Français et Allemands négocient les conditions de ce dernier en territoire allemand, à Wiesbaden. La richesse agricole de la France en fait un fournisseur de premier ordre du Reich et, dans ce cadre, les vins sont perçus par les Allemands comme une denrée prioritaire. Contrairement aux vins de crus prestigieux, comme les vins bourguignons qui attirent rapidement l'appétit des dignitaires nazis[4], les vins du Languedoc, principalement les VCC, sont eux destinés aux troupes et au peuple. En effet, l'Allemagne est également touchée par la pénurie des matières premières et les vins français peuvent représenter un contrepoids au déficit des vins allemands sur le marché intérieur et auprès des troupes engagées sur les deux fronts. Il s'agirait ainsi, avec les livraisons imposées à la France, et donc à l'Hérault, de répondre à une demande forte mais également de maintenir le moral de la population et des troupes allemandes. C'est ainsi que l'on peut en partie interpréter les deux anecdotes qu'évoque Édouard Barthe lors de son intervention devant les membres de la viticulture régionale citée plus haut. Pour Barthe, qui pourtant ne connaît pas encore les clauses économiques de l'armistice, les Allemands ont dévolu aux vins la destinée d'une marchandise stratégique, d'où les tentatives de l'État-major allemand pour faire boire du vin aux soldats et les pressions du négoce allemand en faveur d'importations massives, dans la continuité des périodes précédentes, mais à des tarifs rendus nettement plus avantageux par la victoire.

[1] ADH : 2 W 1164, *op. cit.*, CR de la réunion viticole du 04/08/1940, p. 5.
[2] *Ibid*., p. 35.
[3] LUCAND C., « Négoce des vins et propriété viticole en Bourgogne durant la Seconde Guerre mondiale », *Ruralia* [En ligne], 16/17, 2005, mis en ligne le 19/07/2011., p. 5.
[4] *Idem*.

Dès 1940, les livraisons se multiplient vers l'Allemagne. Elles sont très nombreuses comme l'évoque une note du ministère de la Justice en 1951 :

> « Dès avant la Libération, il était de notoriété publique que les prélèvements de vins effectués en France par l'occupant étaient très importants. On savait également que si certains de ces prélèvements étaient effectués de force sous la contrainte ou la menace, d'autres par contre étaient loin de présenter le même caractère. »[1]

Dans le département, une enquête diligentée en 1945-1946 par un agent du Contrôle économique, M. Filloux, fait état de neuf marchés passés pour la période courant d'octobre 1940 à février 1944, auxquels on peut ajouter un marché passé (mais non-honoré) au printemps 1944[2] et un marché référencé dans une source annexe entre octobre et décembre 1941[3].

Tab. 43 : Marchés passés par les autorités allemandes entre 1940 et 1944
Vins de l'Hérault

Destinataires	***Nombre de contrats***	***Quantités***
« Entrepôts modernes de Pantin » (Troupes d'occupation)	4	1,8 M hl
Consommation nationale allemande	6	1,13 M hl
Waffen SS	1	20.000 hl
Total	11	2,95 M hl

Source : AN : BB 18/3843, *op. cit.*

Néanmoins, il semblerait que seule une partie de ces contrats ait été honorée (1,5 M d'hl selon la Commission consultative des Dommages et Réparations qui se réunit après la guerre pour le contingent destiné à la Wehrmacht[4]).

Pour assurer cet approvisionnement, il existe deux canaux de distribution (sch. 12, p. 302). Tout d'abord, la *Hauptvereinigung der deutschen Weinbauwirtschaft* (Association principale de l'économie viticole allemande) dont le délégué pour la France est Hans Boemers[5] gère les achats pour le Reich. Boemers passe ses commandes directement auprès des maisons de commerce héraultaises dans un premier temps : 110.000 hl à Béziers en 1941 par exemple[6]. Dans un second temps, il les passe dans le cadre de « protocoles » établis à la suite

[1] AN : BB 18/3843, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vin sous l'Occupation, Note au ministère de la Justice, 19/05/1951, p. 2. Il s'agit ici d'un rapport extrêmement complet sur les livraisons des vins français aux Allemands entre 1940 et 1945.
[2] ADH : 2 W 1635, Fonds de la préfecture, Fournitures pour l'Allemagne (1940-1946), Lettre du Directeur des services des vins à Montpellier, 05/06/1946.
[3] ABDF : Béziers, 1943.
[4] AN : BB 18/3843, *op. cit*., p. 14.
[5] ADH : 2 W 1635, *op. cit.*, Lettre du ministère du Ravitaillement, 27/06/1942.
[6] AN : BB 18/3843, *op. cit*., p. 18.

de réunions entre l'administration française et allemande[1] : 50.000 hl à Sète et 200.000 hl à Béziers en août 1943[2]. Il est lui-même négociant et a vraisemblablement établi des liens commerciaux avec ces maisons depuis plusieurs années. D'ailleurs, les deux maisons de Béziers et de Sète sont très réputées et il est fort probable que Boemers les connaissait déjà avant le conflit. Par ailleurs, Boemers, lorsqu'il passe ses commandes, obtient une ristourne qu'il empoche : ici 6 F par hl en 1943. Les tarifs sont négociés en fonction des prix fixés par la loi, majorés d'une prime s'il s'agit d'exportation. Ainsi en 1943, le prix d'un degré-hl est de 31 F et la prime de majoration est d'environ 25 F par hl.

Du côté de l'armée, l'administration militaire, par le biais du *Militärbefehlshaber in Frankreich*, dont le responsable pour les vins est Otto Klaebisch, s'occupe des achats. Les VCC attribués à la Wehrmacht sont achetés par l'intermédiaire des services de l'Intendance de Montpellier qui reçoit les bons d'achats nécessaires de Paris. On a donc deux canaux d'expédition à destination de l'Occupant.

Dans les deux cas, les ordres de commandes transitent par des « chefs de files », au nombre de deux dans l'Hérault, chargés de rassembler les marchandises et de les livrer.

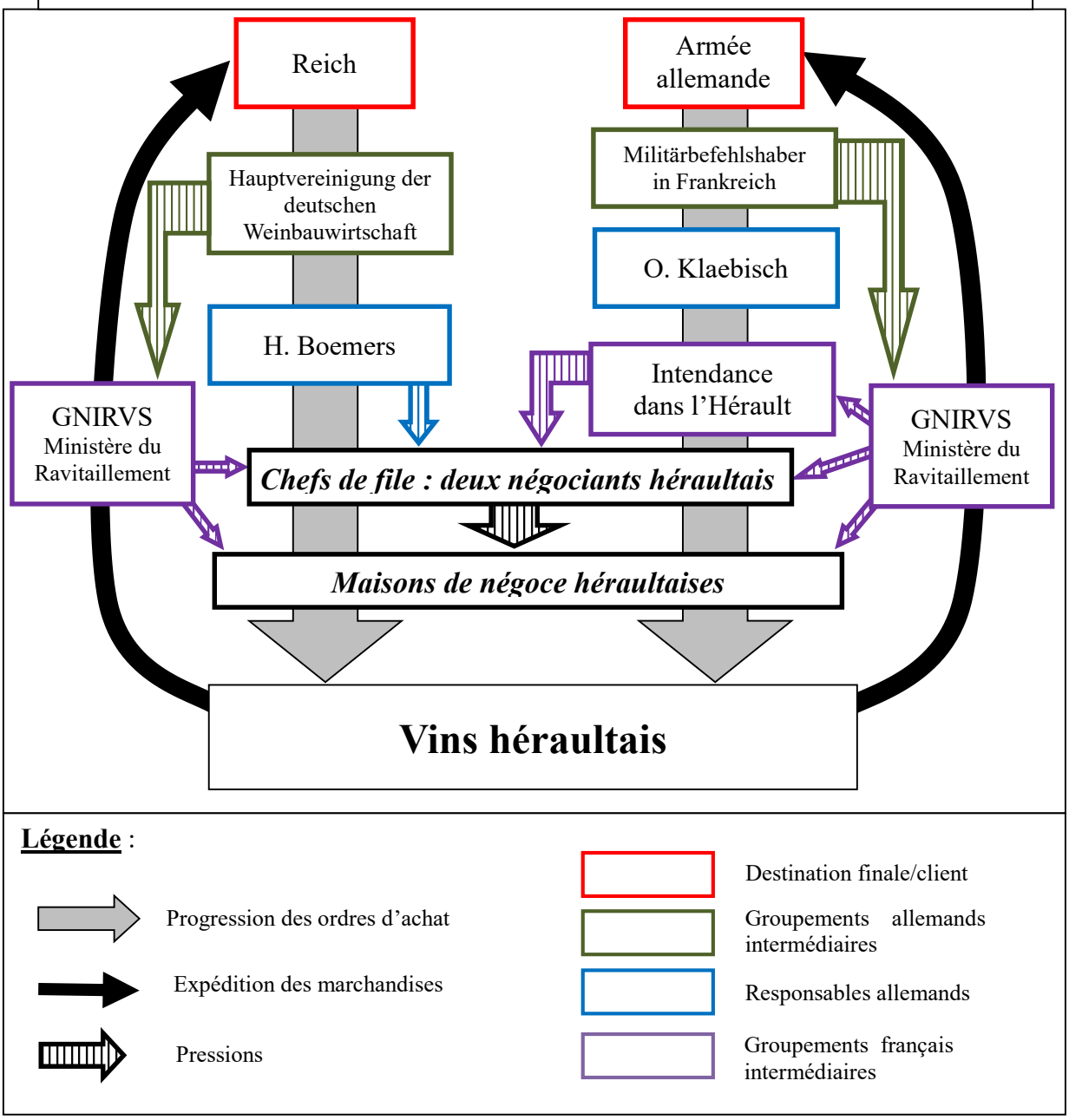
Les autorités françaises interviennent, dans ce cadre, par le biais du Groupement national d'importation et de répartition des vins et spiritueux (GNIRVS) à Paris, qui dépend du ministère du Ravitaillement (sch. 12, page suivante). Sur place, ce groupement est représenté par un délégué qui gère les expéditions et les contrats pour les Allemands. Par exemple, en avril 1942, 300.000 hl à destination de l'Allemagne sont cédés au prix de 26 F le degré-hl[3]. Le ministère du Ravitaillement veille également au bon respect des contrats passés avec les Allemands. Ainsi, en février 1944, ce dernier insiste sur le nécessaire « plus haut degré possible » au sujet des vins à destination des Waffen SS, qui disposent pour leur part d'un représentant à Paris[4]. Enfin, les versements sont ensuite effectués à la Trésorerie générale du lieu de départ par le biais du clearing[5] franco-allemand[6].

On le voit, l'implication de l'État français est assez poussée dans la gestion de ces livraisons. D'ailleurs, il va même jusqu'à négocier les tarifs pour les Allemands. En 1942, le ministère de l'Agriculture, par la voix de son directeur des relations extérieures, réclame une baisse des tarifs pour les Allemands[7]. En juin de la même année, le ministère du Ravitaillement écrit à la direction de Montpellier pour se plaindre du peu d'empressement des expéditions vers l'Allemagne[8]. D'ailleurs, quelques temps plus tard, le ministère recommande d'accroître la cadence des rotations pour passer de 10 à 12 wagons-réservoirs par jour, et cela même pendant les périodes où des expéditions n'étaient pas prévues (jusque-là, ces vins prio-

[1] *Ibid*., p. 19
[2] ADH : 2 W 1635, *op. cit.*, Lettre du 06/09/1944 du Commissaire de la République.
[3] *Ibid*., Lettre du 23/04/1942.
[4] *Ibid*., Lettre du ministre de l'Agriculture et du Ravitaillement, 19/02/1944.
[5] Accord de compensation qui permet aux Allemands de ne pas avancer les fonds qui le sont par la BDF tandis que le client verse l'argent à Berlin, à la caisse de compensation.
[6] ADH : 2 W 1635, *op. cit.*, Contrat de vente, 10/10/1940.
[7] *Ibid*., Lettre du syndicat national, 05/08/1942.
[8] *Ibid*., Lettre du ministère du Ravitaillement, 27/06/1942.

ritaires étaient expédiés à raison de 8 à 10 wagons-réservoirs par jour)[1]. En outre, certains contrats précisent les cadences : en 1940, pour écouler les 400.000 premiers hl à destination de Pantin, les Allemands demandent à ce que les rotations soient de 30 wagons-réservoirs par jour, ce qui est considérable en raison des énormes difficultés que connaissent les transports ferroviaires à cette époque. En 1942, l'armée stipule que les expéditions devront se faire à raison de 15 wagons-réservoirs par jour pendant 20 jours puis 10 wagons-réservoirs par jour[2].

Sch. 12 : Chaîne de commande et canaux de distribution des vins héraultais pendant la Seconde Guerre mondiale



Les Allemands savent ainsi se montrer pressants, lorsqu'il est question de leurs intérêts économiques ou lorsque le besoin s'en fait ressentir. Si nécessaire, ils n'hésitent pas à alerter les services de l'État français qui, en répercussion, interviennent pour régler un conflit

[1] *Ibid*., Lettre du ministère du Ravitaillement, 06/08/1942.
[2] ADH : 2 W 1635, *op. cit*., Lettres du ravitaillement général, 1940-1942.

ou s'assurer du respect des contrats. Ces derniers sont d'ailleurs très précis[1] et les ministères n'hésitent pas à contacter les autorités syndicales si l'une des clauses n'est pas respectée comme la trop forte acidité volatile en août 1942[2].

Le négoce dans l'Hérault est ainsi, durant la Seconde Guerre mondiale, pris en tenaille entre un État qui cherche, dans un désir de refonte de l'ordre social et économique, à redéfinir les contours des activités commerciales et un occupant qui s'intéresse de près aux productions régionales qu'il ponctionne largement.

Cette double pression sur le marché a un impact fort sur la profession et sur ses conditions d'exercice, particulièrement perturbées

Le négoce héraultais face aux dérèglements et aux bouleversements

Face à cette situation inédite et profondément perturbatrice, les commerçants doivent rapidement s'adapter tout d'abord aux conditions de guerre puis aux conditions de l'armistice. Cela a pour principale conséquence le dérèglement d'une filière qui est pourtant à la recherche de stabilité depuis le début du siècle. En outre, à une filière heurtée par les combats, l'occupation et les pressions vichystes, s'ajoute la multiplication des manœuvres illicites sur le marché officiel et sur un marché parallèle qui voit rapidement le jour. Surtout, la compromission de certaines maisons avec la nation ennemie décrédibilise la profession.

Un marché des vins désordonné

Fort logiquement, la déclaration de guerre du 3 septembre 1939 provoque les premiers soubresauts dans le négoce. En effet, en décrétant la mobilisation générale le 2 septembre 1939, le gouvernement français a fait appel à un nombre considérable de Français. Près de 40 % de la population active masculine française est appelée sous les drapeaux, soit un peu plus de 4,7 M de soldats. Bien évidemment, de nombreux négociants sont dans leurs rangs. À Montpellier, André Méloux et Antoine Cattelat sont mobilisés dès septembre 1939 tandis qu'Élie Regnat, capitaine de réserve, prend à nouveau part au conflit comme en 1914[3]. À Sète, Élie Viguier est mobilisé dès le début de la guerre, Charles Déjean et Lucien Poujol, quant à eux, le sont à l'hiver 1940[4]. Jean-Honoré Prats est lui aussi mobilisé[5]. À Pézenas, Clamels et Viala, deux des membres de la Chambre du syndicat local sont mobilisés en 1939-

[1] Ainsi dans le contrat d'octobre 1940 : « le vin qui doit être livré est un bon vin courant de jolie couleur, d'une teneur maxima de 0°9 d'acide volatile par litre et d'une teneur en alcool de 10° maligrand. Le vin doit correspondre au goût allemand et être conforme aux échantillons soumis ».
[2] ADH : 2 W 1635, *op. cit.*, Lettre du syndicat national reprenant des critiques émises par le ministère de l'Agriculture, 05/08/1942.
[3] ADH : 14 ETP 117, Fonds Xe Région, Seconde Guerre mondiale, Enquête sur les membres des chambres de commerce, 1941.
[4] ADH : 1739 W 43, Fonds de la préfecture, Enquête sur les syndicats, Commissariat de Sète, 1945.
[5] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.

1940[1]. Trois des fils de Michel Lamailloux, membre du bureau du syndicat sétois, lui-même engagé en 1914, sont mobilisés en 1939[2].

Avec le début des combats en mai 1940, de nouvelles répercussions touchent le monde du négoce. Deux des fils de M. Lamailloux sont faits prisonniers et restent au moins jusqu'en 1941 dans des stalags en Allemagne. Son troisième fils est lui aussi engagé dans des combats en Syrie, dans l'armée de l'air française[3]. André Méloux est fait prisonnier en juin 1940 et il reste en captivité jusqu'en février 1941[4]. Ainsi, en dépit de l'armistice et du retour d'une partie des soldats, certaines maisons souffrent comme entre 1914 et 1918 de l'absence d'une partie de leurs employés ou de leur patron.

En outre, les infrastructures sont également touchées par les combats. Ainsi, la « Compagnie générale des vins du Midi et d'Algérie » est frappée par un sinistre en juin 1940 dans le port de Rouen. Les entrepôts dans lesquels elle stockait son vin en provenance de Béziers et d'Alger sont incendiés sur ordre militaire le 9 juin 1940, ce qui lui fait perdre près de 450 hl de vins[5]. En réalité, l'enquête démontre que ce sont les entrepôts pétrolifères voisins qui étaient visés par un ordre émanant des autorités militaires britanniques[6] mais que le feu s'est rapidement propagé aux entrepôts voisins[7], faisant perdre à la CGVMA près de 800.000 F[8].

Dans le même temps, preuve de perturbations majeures qui empêchent le marché de fonctionner régulièrement et normalement, les commissions départementales cessent de coter dans le second semestre de 1940[9].

Après l'armistice et avec l'occupation allemande, les dérèglements persistent. À partir de 1941 et surtout après 1942, la pénurie de produits de traitement s'aggrave : l'Allemagne interdit l'approvisionnement en soufre et en sulfate de cuivre, ce qui permet la propagation rapide des maladies comme l'oïdium et le mildiou. Sur une surface relativement inchangée, la production chute de moitié entre 1939 et 1942. En conséquence, les approvisionnements deviennent de plus en plus difficiles pour le négoce tandis que les Allemands, après novembre 1942, investissent les chais héraultais pour entreposer leur équipement[10], réquisitionnant matériel et terrains[11] ou investissant les belles demeures[1]. Par ailleurs, les événements récents en

[1] ADH : 670 W 14, Fonds de la préfecture, Syndicats (1944-1958), Enquête sur les syndicats professionnels.
[2] ADH : 82 W 26, Fonds de la préfecture, Direction des services économiques, Lettre au préfet du 26/06/1941.
[3] *Idem*.
[4] ADH : 14 ETP 117, *op. cit.*
[5] CAEF : B-0020405/1, Remboursement des sinistres de guerre, dossier des sinistres, Lettre de la CVMA, 23/04/1941.
[6] Face à l'avancée allemande, les alliés détruisent les stocks de carburants pour ne pas qu'ils tombent entre les mains de l'ennemi.
[7] CAEF : B-0020405/1, *op. cit.*, Lettre de la CGVMA, *op. cit.*
[8] *Ibid*., Lettre du groupement pour l'assurance des risques terrestres de guerre, s.d. 1941.
[9] ADH : 8 M 225, Fonds de la CCB, Commission de cotation (1938-1950). Les dernières cotations ont lieu, à Béziers, en août pour la commission de cotation et octobre 1940 pour la commission spéciale.
[10] C'est le cas à Frontignan et à Sète selon certains témoignages locaux.
[11] À Maugio, la maison « Grassion-Frédot » de Lunel voit les troupes allemandes cantonner dans le domaine de la famille Grassion emportant avec elle du mobilier, de la volaille, des wagonnets et du matériel agricoles et mettant en péril les stocks de vins qui y sont entreposés (CAEF, B-0047321/1, Demandes d'indemnisation, Hérault, 1944).

Afrique du nord et l'invasion de la zone Sud interrompent les transactions avec l'Algérie. À Sète, la maison « Alby » qui importait massivement des vins fins algériens voit son activité largement ralentir après 1942 : de 18 M de F en 1941, le total des chiffres de vente atteint 2 M en 1944. « Ch. Viguier et Cie », pour sa part, est frappé par le même problème. La maison se réoriente alors vers les vins ordinaires de pays mais son chiffre d'affaires chute de moitié. Mêmes soucis pour SETIMPORT qui se tourne vers la location de futailles[2].

À Magalas, les achats de caves chutent drastiquement et on relève un rétrécissement quantitatif et géographique[3] (tab. 44).

Tab. 44 : L'impact des difficultés liées à la Seconde Guerre mondiale Les approvisionnements chez « C. Granier »

	1933	**1942**
Nombre de caves	364	176
Nombre de localités d'approvisionnement	41	21
Dans un rayon de 5 km	49 %	83 %
Dont Magalas	17 %	40 %
Entre 5 et 10 km	44 %	13 %
Entre 10 et 20 km	5 %	3 %
Au-delà de 20 km	2 %	1 %

Source : ADH : 106 J 26, *op. cit.*

La contraction est ici très nette.

Dorénavant, la maison « C.Granier » ne se fournit plus au-delà de 5 km qu'en raison des liens de parenté (Roujan) ou des liens de clientèle anciens (Causses). Mais ces achats « lointains » sont devenus anecdotiques en raison de la stratégie d'adaptation en vigueur durant la guerre. En conséquence, alors que dans les années 1930, la maison se fournissait dans plus de 40 localités environnantes, ce chiffre dépasse difficilement les 20 unités pendant la guerre. Et, effet direct de ce rétrécissement, Magalas représente une part écrasante des achats de la maison « Granier ». Ainsi, en période de forte crise et de tension, la maison recentre son activité sur le tissu économique et commercial qu'elle connaît le mieux : le village et ses alentours. C'est d'autant plus nécessaire que les frais généraux augmentent rapidement au début de la guerre[4]. Cette inflexion se poursuit dans les années qui suivent avec un étiage atteint en 1943 : seules 110 caves sont achetées cette année-là.

[1] La Kommandantur installe ses bases à Marseillan-plage dans la villa de Charles Rey ou à Agde, au château Trédos, dans la résidence des Meyer. À Sète, ils s'installent chez Gaston Cazalis, dans l'une des plus belles demeures de la ville.
[2] ABDF : Sète, 1945.
[3] ADH : 106 J 26, Fonds Granier, Achats, 1941-1950.
[4] Plus de 20 % entre 1939 et 1941 selon une note de la FM avec plus de 40 % pour le seul camionnage (ADH : 2 W 1155, Fonds de la préfecture, Règlementation (1941-1943), Lettre du président de la FM au préfet, 29/03/1941).

En ce qui concerne les expéditions de la maison « C. Granier », il y a ici aussi une réduction considérable des quantités écoulées. Si à la fin des années 1930, les expéditions atteignaient en moyenne les 55.000 hl par an, on chute durant la guerre aux alentours des 30.000 hl[1]. Entre 1939 et 1942, le volume des expéditions perd 20.000 hl soit une réduction de plus de 40 % (52.000 hl contre 32.000 hl). En outre, la zone d'expédition de la clientèle se réduit également en raison du conflit, des occupations allemandes et des difficultés d'expédition. Dans les registres d'expéditions de la maison, les négociants du nord disparaissent à l'exception des sociétés parisiennes (la « Société nouvelle des vins français », les « Grandes caves du Sahel », « Alger-Corbières » de Charenton). Dans une tentative d'adaptation, Granier se livre de manière régulière et abondante à la barricaille, dans le département (Béziers, Magalas, Lavérune) ou à l'extérieur (Chantilly, Nice, Millau). Seuls les clients traditionnels du Massif Central continuent à lui acheter des vins en grande quantité (Ussel, Murat, Saint-Flour, etc.)[2].

À Clermont-l'Hérault, les résultats financiers de la maison « Clovis Salasc » mettent en exergue les difficultés liées au conflit[3] (tab. 45).

Tab. 45 : Bénéfices nets de la maison « C. Salasc » 1939-1943

1939	139.106 F
1940	738.775 F
1941	Néant
1942	Néant
1943	Néant

Source : Grands livres, Fonds privés familiaux

Les bénéfices réalisés entre 1939 et 1940 – grâce à deux grosses campagnes – permettent ainsi à la maison de continuer son activité durant le conflit. Ces bénéfices consolident les « réserves extraordinaires » dans lesquelles la maison puise pour assurer la bonne marche de son activité et les amortissements de ses investissements (immeubles, matériels, camions, wagons, containers, stockage).

Par conséquent, les négociants se plaignent massivement des difficultés qu'ils rencontrent sur le marché des vins et dans l'exercice de leur profession. Bien évidemment, la limitation des marges et la taxation des vins concentrent ces critiques. En mars 1941, Célestin Guy écrit depuis Béziers au préfet pour se plaindre de la taxation des vins et des difficultés à se fournir auprès d'une propriété qui refuse de vendre aux prix fixés[4]. Dans une lettre du 30 juillet 1941, Paul Milhau de Sète se plaint lui aussi des nouvelles dispositions règlementaires[5]. En

[1] 30642 hl pour l'année 1942 très exactement. (ADH : 106 J 200, Fonds Granier, Régie des vins, Sorties, 1940-1945).
[2] ADH : 106 J 200, *op. cit.*
[3] Grands livres, Fonds privés, Famille Salasc.
[4] ADH : 2 W 1164, *op. cit.*, Lettre de Célestin Guy au préfet, 14/03/1941.
[5] ADH : 2 W 1635, *op. cit.*, Lutte contre les prix anormaux, Lettre de la maison « Milhau » au préfet, 30/07/1941.

effet, l'arrêté préfectoral du 10 avril 1941 a fixé le prix de vente maximum des vins à 20 F par degré-hl. Or c'est à ce prix qu'entre 1938 et 1940 Milhau a acquis « en Algérie des quantités importantes de vins de 13 à 15° ». En conséquence, ses vins, sortie magasins, valent entre 26 et 30 F, ce qui lui a valu la visite des agents du Contrôle des prix. Il demande alors une dérogation, ce que lui refuse le préfet sous le prétexte que si ses vins sont spéciaux, « il fallait demander l'homologation des prix pour les marques commerciales ».

En avril 1942, pour éviter les abus liés à l'utilisation massive des congés, l'État interdit toutes les livraisons hors du département par ce moyen[1]. C'est une difficulté supplémentaire pour le commerce de barricaille déjà gêné par les difficultés d'approvisionnement et de transport auxquelles il doit faire face au tournant de 1942[2]. Dorénavant, seules des dérogations préfectorales seront délivrées, ce qui complexifie d'autant plus les démarches à entreprendre pour assurer les livraisons à l'extérieur du département. La situation administrative est en effet particulièrement difficile pour les négociants en vins comme l'exprime le président du Syndicat de Sète, Maurice Péridier, dans une lettre au préfet de juin 1942. Il y décrit les difficultés quotidiennes du Syndicat dans la gestion des bons d'achat et d'enlèvement, relevant qu'il dispose d' « un personnel insuffisant pour les travaux courants dont il a la charge ». Ces complexités administratives se doublent, dans le port sétois, de l'afflux de maisons de commerce étrangères à la ville qui s'y sont repliées au moment des combats, limitant ainsi le nombre des locaux disponibles et saturant un marché local déjà atone[3].

À ces soucis commerciaux s'ajoutent une propagande antialcoolique particulièrement virulente[4] et la raréfaction des carburants pour assurer les livraisons[5]. Le rapport de la BDF de la succursale montpelliéraine note en 1943 que les commerçants sont surtout gênés par le système de bons d'achat qui les a obligés à se tourner vers une clientèle qu'ils ne connaissaient pas ainsi que par les difficultés de paiement de ces derniers[6].

Toutefois, ces dérèglements et ces difficultés n'empêchent pas certaines maisons de commerce de continuer à fonctionner et à réaliser des bénéfices. Les rapports d'inspection de la BDF pendant la guerre, s'ils relèvent une « situation économique nettement défavorable »[7], indiquent que les marges imposées par l'État permettent encore de faire de nombreux bénéfices. Et l'étude des bilans de certaines maisons du département confirme cette situation. Du-

[1] ADH : 2 W 1202, Fonds de la préfecture, Réunion des commissions mixtes et de répartition (1941-1942), Exposé sur les vins de la campagne 1941-1942.
[2] *Ibid*., Lettre d'A. Méloux, 11/02/1942. Chargé d'assurer l'approvisionnement du département, le commerce de barricaille se plaint de ne plus avoir de stocks alors que la propriété se refuse à vendre à des prix non-rémunérateurs. Cette situation est d'autant plus compliquée que les bons remis pour le ravitaillement départemental ne tiennent pas compte de l'arrivée massive de réfugiés depuis le débuts du conflit.
[3] *Ibid*., Lettre au préfet, 16/06/1942.
[4] En 1940, lors de la réunion des associations viticoles à Montpellier, E. Barthe se plaint du « vent de puritanisme [qui] souffle à nouveau à l'encontre du vin et de l'alcool dans certains milieux » (ADH : 2 W 1164, *op. cit.*, CR réunion, p. 34). En effet, dans le cadre du redressement moral, des campagnes antialcoolismes virulentes sont menées de 1940 à 1944.
[5] Lors de la même réunion, Déhan, le représentant des courtiers, interpelle Barthe au sujet de la question de l'essence. Le carburant leur est « primordial » et il demande des dérogations pour pouvoir bénéficier d'une carte de circulation leur donnant accès au carburant. Dans de nombreuses lettres de négociants, la question des difficultés de transport en raison du manque de carburant est récurrente.
[6] ABDF : Montpellier, 1943.
[7] *Idem*.

rant la période du conflit, la maison « V. Anthérieu », spécialisée dans les vins doux, voit son chiffre d'affaires croître de 138 M de F en 1940 à 180 M de F en 1944[1]. D'ailleurs, l'entreprise achète en 1943 deux nouveaux chais à Frontignan[2]. À Mireval, la maison « Artignan et Cie » fonctionne bien pendant la guerre, réalisant plus de 900.000 F de bénéfices en 1941[3]. À Clermont-l'Hérault, la maison « Guibal P. et Cie » fait passer son capital de 375.000 à 575.000 F en 1943 afin de pouvoir écouler les 400.000 hl de vins qu'ils fournissent à leur clientèle[4]. À Sète, SETIMPORT qui était au bord de la faillite en 1939 s'est relevée au point de réaliser de nombreux bénéfices dans les années 1941-42[5]. En dépit des difficultés, certaines maisons qui voient leur patron décéder pendant la guerre continuent, preuve d'une notable stabilité en période de crise (« Philippon J. » à Sète en 1940, « Sonnier-Bonniol » à Montpellier en 1943, « Pioch E. » à Sète en 1944). Autre signe d'une potentielle attractivité du métier, François Poujol à Balaruc fait l'acquisition d'un fonds de commerce en 1943[6]. Gustave Chauvain, après avoir abandonné ses parts dans la maison familiale dans les années 1930, fonde une SARL de négoce de vins, « Chauvain et Cie », à la même époque[7]. Il symbolise ici l'exception commerciale sétoise relevée dans le rapport de la BDF en 1945 :

> « Mais, si la présence des troupes allemandes et les opérations militaires avaient amenuisé à l'extrême l'activité économique, on pouvait cependant constater que la plupart des établissements commerciaux ou industriels n'avaient pas cessé tout travail. […] Les maisons de vins avaient réussi à remplacer partiellement par les vins du pays les vins algériens dont elles s'approvisionnaient antérieurement, et bien que gênées par les déficits répétés des récoltes et par l'étroite règlementation imposée par les organismes officiels, elles avaient pu maintenir un certain courant d'affaires. »[8]

Néanmoins, dans le reste du département, la tendance générale reste quand même aux difficultés et aux perturbations comme le concède le rapport de Béziers dès 1943 : « À l'heure actuelle, les entraves aux transactions commerciales ne cessent de s'accumuler et les perspectives d'avenir sont peu encourageantes. »[9]

Ces conditions d'exercices rendues difficiles par la guerre et par des mesures perçues comme trop rigides entraînent, en conséquence, de nombreux abus.

[1] ABDF : Sète, 1945.
[2] ADH : 3 Q 5304, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 13-142/1887 (Case de Mme Rose Chappotin, veuve Anthérieu).
[3] ABDF : Montpellier, 1943.
[4] ABDF : Sète, 1945.
[5] *Idem*.
[6] ADH : 3 Q 7871, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 33-65/1922.
[7] ADH : 3 Q 15406, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 33-269/1884.
[8] ABDF : Sète, 1945.
[9] ABDF : Béziers, 1943.

Un corolaire : abus, manœuvres illicites et marché noir

Le marché est, dès la taxation des prix et l'imposition des nouveaux règlements, le cadre d'agissements qui, s'ils ne tombent pas toujours sous le coup de la loi, dénotent d'une propension à chercher à satisfaire, en premier chef, les intérêts individuels des commerçants.

Ainsi, en juillet 1941, une lettre d'un cafetier sétois accuse la maison « Lamailloux-Déjean », l'une des plus importantes de la place, de choisir ses clients et de privilégier les affaires les plus rentables, notamment celles à l'extérieur du département, préférées aux livraisons locales[1]. Dans la ville, les réclamations à l'encontre de Michel Lamailloux, qui gère les intérêts de la maison, sont nombreuses et le préfet en fait part à la fois au négociant mais également au maire de la ville, preuve de l'importance et de l'acuité de la crise[2]. Lamailloux se justifie alors sur plusieurs points. S'il privilégie certains plutôt que d'autres, cela s'explique en partie par les restrictions en carburant qui l'empêchent de livrer une partie de la ville et ses clients extérieurs (Frontignan ou Balaruc, à une dizaine de kilomètres). Quand on lui reproche de préférer livrer la clientèle bourgeoise plutôt que les débitants, Lamailloux dément, s'appuyant en cela sur ses registres qui prouvent qu'il « respecte scrupuleusement les prescriptions » des arrêtés préfectoraux. S'il a bien bénéficié de bons supplémentaires (240 hl) s'ajoutant à son autorisation mensuelle de 864 hl, c'est parce qu'il est chargé d'approvisionner 150 épiciers, débitants et hôtels se justifie-t-il[3]. En outre, à ceux-là s'ajoutent des particuliers. Il doit alors assurer le ravitaillement pour le quart de la population sétoise, ce qui est parfaitement impossible selon lui avec le peu de marchandise dont il dispose[4]. Si les sources ne permettent pas de savoir si la demande de dérogation supplémentaire réclamée par Lamailloux a été acceptée, cet exemple est caractéristique à la fois des difficultés mais également des tensions qui parcourent la filière. Ainsi, en dépit des difficultés réelles auxquelles il doit faire face, Lamailloux est, dans la trentaine de lettres qui parviennent au préfet fin juin, régulièrement accusé de favoriser certains clients à la place d'autres, ce qui est mal accepté dans une période marquée par la pénurie et les privations.

Dans le même ordre d'idées, en août 1942, un négociant frontignanais écrit au ministre du Ravitaillement pour se plaindre de l'attitude des maisons sétoises. Se décrivant comme « un négociant en vins "pas enrichi" car on ne s'enrichit pas lorsqu'on commerce honnêtement, je n'ai pas de stock et suis tributaire de ces grosses maisons » à qui il reproche de conserver des vins qu'elles refusent de mettre en stock. Celui qui se présente comme un ancien combattant souligne, qu'en outre, il est obligé de fermer et de congédier ses employés car ces grosses maisons refusent de le livrer[5]. Jouant sur le registre du patriotisme face à l'avidité et l'égoïsme des commerçants sétois, il symbolise particulièrement bien les tensions qui structu-

[1] ADH : 82 W 26, *op. cit.*, Lettre de L. Boneil au préfet, s.d. (juillet 1941).
[2] *Ibid*., Lettre du préfet du 11/07/1941.
[3] *Ibid*., Lettre au préfet, 22/07/1941.
[4] *Ibid*., Lettre au préfet, 26/06/1941.
[5] ADH : 94 W 5, Fonds de la préfecture, Demandes de commerçants (1941-1942), Lettre anonyme adressée au ministre du Ravitaillement, 17/08/1942.

rent le marché[1]. Pourtant, ce n'est pas la spéculation qui est visée ici, mais plutôt la peur des amendes car ces maisons refusent, selon l'auteur, de vendre en raison des hausses illicites pour lesquelles elles pourraient être poursuivies.

C'est là, le second abus des maisons de commerce héraultaises. Elles profitent à la fois de la désorganisation du marché et de la désorganisation des structures de vérification pour réaliser de substantiels bénéfices. Concrètement, les négociants cherchent à jouer sur la subtilité de l'interprétation des arrêtés préfectoraux. Ainsi, en juin 1942[2], un négociant héraultais est poursuivi pour avoir vendu à de multiples reprises des vins dans l'Aveyron en appliquant la marge d'un arrêté d'avril 1941 alors qu'un arrêté ministériel de septembre 1941 avait diminué cette marge[3]. De plus, le négociant héraultais ne prend pas en compte le transport alors que la marge bénéficiaire décrétée par le ministère en tient compte. Pour se défendre, ce dernier explique s'être entendu avec le Service des prix de l'Hérault et avoir écrit au préfet pour attirer « [son] attention sur la divergence d'interprétation existant entre les deux services des Prix [de l'Hérault et de l'Aveyron] »[4]. Une solution transactionnelle a bien été proposée au négociant début juin, mais ce dernier l'a refusée, ce qui est peu apprécié par le parquet qui souligne lors du jugement final en 1945 que « M. X s'est efforcé de combattre les arguments [de] l'administration » afin de réaliser des marges substantielles[5]. Finalement, le négociant est condamné à payer une amende de 400.000 F pour une hausse illicite quatre fois moins importante.

Cet exemple n'est pas un cas isolé. Et s'il est difficile de savoir quelle est la part de négligence et la part de forfaiture, les dossiers de poursuites et les correspondances qui y sont liées laissent supposer que les maisons de négoce sont bien au courant des prescriptions légales. Ainsi, la lettre anonyme frontignanaise de 1942 évoque les « superbénéfices » que les maisons veulent éviter en conservant leurs vins. D'ailleurs, les maisons qui sont inquiétées par la justice ne plaident jamais leur innocence mais une interprétation différente de la loi. Ainsi cette grande société biterroise poursuivie en avril 1943[6] pour une hausse illicite de plus de 450.000 F portant sur une non-justification de la taxe à l'exportation, une marge illégale sur des vins mutés et la prise en compte de la taxe de solidarité dans cette marge[7]. Dans un autre type de transaction, en janvier 1944, un négociant de Mons-la-Trivalle est lui poursuivi pour avoir voulu réaliser de trop gros bénéfices sur une revente d'un camion de transport. Alors que le montant des profits illicites s'élève à 13.500 F, il est condamné en avril à une amende 41.500 F[8].

[1] D'ailleurs, il rajoute une dimension politique à son message en signalant que le commerçant incriminé est « celui qui a promené le fameux Jules Moch lors de son élection. Ce négociant n'a pas changé d'opinion, il est resté ROUGE [ndlr : le mot est écrit en capitale] et déteste tous ceux qui ne sont pas de son avis ».
[2] ADH : 2 W 1164, *op. cit.*, Lettre du juge d'instruction au préfet régional, 23/06/1942.
[3] Elle était passée de 168 à 166 F environ.
[4] ADH : 2 W 1164, *op. cit*, Lettre du 23/06/1942.
[5] CAEF : B-49637/1, Marché noir, commerce avec l'ennemi (1942-48), Dossier n°1633, Notes manuscrites sur le dossier.
[6] *Ibid*., Dossier n°3631.
[7] C'est normalement le propriétaire qui en est le bénéficiaire.
[8] CAEF : B-49637/1, *op. cit.*, Dossier n°581.

Mais la pratique la plus courante – et la plus dénoncée – est le paiement de soultes, donnant naissance dès 1940 à un vaste marché noir. Cette pratique consiste dans le versement, de la main à la main, d'une partie de la transaction qui échappe ainsi aux contrôles de l'administration. Elle vise à contourner l'encadrement des prix et à lisser les bénéfices réalisés. La lettre anonyme du négociant de Frontignan nous apprend que son auteur estime que les grandes maisons sétoises se livrent massivement à ce genre de pratiques[1]. Une autre lettre anonyme de mars 1941 en décrit les mécanismes[2] et estime que, dans la région biterroise, les vins se vendent de 8 à 10 F au-dessus de la taxe (qui est de 20 F pour les VCC rouges), permettant à certaines maisons de tripler leur chiffre d'affaires[3]. Pour de nombreux témoignages de l'époque, c'est essentiellement en raison de la résistance des propriétaires à vendre des vins à des prix trop peu rémunérateurs, mais également l'appétit et la cupidité de certains intermédiaires qui expliquent de telles pratiques. Pour d'autres négociants, cela s'explique par la nécessité d'honorer leurs bons d'achats et de ne pas perdre une clientèle pressante[4]. La conjonction des deux phénomènes enracine durablement le marché noir dans le paysage viti-vinicole des années d'occupation.

Voilà pourquoi l'État cherche à limiter au maximum ces pratiques. Tout d'abord en accentuant le contrôle policier (notamment par des écoutes téléphoniques) et en poursuivant les négociants fautifs. Ainsi, en avril 1941, une écoute révèle que le marché noir est une pratique courante, connue de tous : « Voilà comment ça se passe ici et ailleurs ! »[5] C'est d'ailleurs confirmé par les plus hautes autorités méridionales qui reconnaissent que des dispositifs spéciaux sont mis en place pour limiter ces abus : contrôle des expéditions à l'extérieur du département pour éviter les doubles approvisionnements[6] ou lutte contre les fabrications excédentaires[7]. L'État veille alors à poursuivre les contrevenants qui sont nombreux. En effet, les dossiers judiciaires démontrent que ces pratiques touchent l'ensemble de la filière, ces soultes étant versées à des propriétaires[8], à des représentants[9], à des courtiers[10] ou à d'autres négociants[11]. L'objectif est toujours le même : assurer et faciliter des transactions rendues délicates par les événements et la nouvelle législation.

L'ensemble de ces pressions (État, occupant, justice) ainsi que les abus nombreux qui déséquilibrent le marché des vins héraultais fragilisent la profession.

---

[1] ADH : 94 W 5, *op. cit.*, Lettre du 17/08/1942.

[2] Essentiellement, on propose d'acheter une cave au prix maximum mais la marchandise livrée est d'un degré plus élevé que prévu. Le différentiel se paie alors de la main à la main. En cas de contrôle, on retire le foudre titrant le plus faible degré afin de pouvoir équilibrer la cave.

[3] ADH : 2 W 1164, *op. cit.*, Lettre anonyme au préfet ,19/03/1941.

[4] ADH : 82 W 26, *op. cit.*, Lettre de P. Milhau au préfet, 04/03/1942.

[5] ADH : 2 W 1164, *op. cit.*, Écoutes téléphoniques entre un négociant de Saint-Etienne et un négociant héraultais, avril 1941.

[6] ADH : 2 W 3230, Fonds de la préfecture, Acquisitions prioritaires de l'État, Seconde Guerre mondiale, Lettre du Directeur régional du ravitaillement général au directeur départemental, 17/04/1942. Une des techniques consiste à envoyer plusieurs petites expéditions pour contourner les restrictions.

[7] *Ibid*., PV Commission mixte de Sète, 17/06/1942. Un négociant sétois est accusé de fabriquer 40 % de plus d'apéritifs que ce qu'il est autorisé.

[8] ADH : 2 W 1164, *op. cit.*, Lettre de Célestin Guy au préfet, 14/03/1941.

[9] CAEF : B-49637/1, *op. cit.*, Dossier n°1943-2512. Amende de 32.000 F pour une soulte de 215.000 F.

[10] *Ibid*., Dossier n°1944-2240. Amende de 500.000 F pour une soulte de 280.000 F.

[11] *Ibid.*, Dossier n°CX 601. Soultes perçues : près de 3 M de F.

Un milieu particulièrement traumatisé

Pour plusieurs raisons, le milieu commercial est profondément traumatisé pendant la guerre.

D'abord, les conséquences directes du conflit sont difficiles à supporter. En effet, contrairement à la Première Guerre mondiale, l'occupant s'est projeté, à partir de 1942, jusqu'aux rives de la Méditerranée et les négociants héraultais ont dû faire l'expérience directe de la guerre. Celle-ci laisse des traces indélébiles pour le Commerce. À Mauguio, par exemple, les Allemands proclament en novembre 1943 l'évacuation d'une bande de terre située entre la Méditerranée et l'Étang de Mauguio. Or les « Établissements Grassion-Frédot & Cie » de Lunel y disposent des chais, sur un domaine qu'ils doivent rapidement évacuer. Cette évacuation est effective en février 1944 mais elle s'est faite aux frais de la maison de commerce et surtout, avec des déprédations assez nombreuses, dues à la fois aux occupants qui se servent dans le mobilier et dans la basse-cour du domaine, mais également aux conditions d'évacuation[1]. En effet, effectué dans la précipitation, le déplacement de plusieurs tonnes de matériel et de marchandises endommage une partie des biens de la société. Cette dernière réclame alors à l'État français plus de 370.000 F de remboursement des frais de déménagement dès 1944[2]. Les sources ne permettent pas de connaître le montant des réparations alloué à la maison « Grassion-Frédot et Cie » : les derniers échanges de correspondances, datant du mois d'avril 1944, font état d'une proposition de dédommagement de la part de l'État français d'une valeur de 230.000 F mais il est fort probable que les événements des années 1944-45 et le ralentissement des démarches administratives a certainement retardé, au mieux, le paiement des remboursements. Dans tous les cas de figure, c'est un coût certain pour la maison lunelloise, d'autant plus que le retour, une fois les troupes allemandes reparties, est à prévoir, engageant ainsi de nouveaux frais. Si « Grassion-Frédot et Cie » semble avoir suffisamment de surface financière pour supporter de telles charges, ce n'est très certainement pas le cas de toutes les maisons, notamment celles qui sont frappées par des ordres d'expropriation, comme à Béziers ou à Sète où les Allemands modifient ou détruisent les bâtiments qu'ils réquisitionnent[3]. À Marseillan, les Allemands détruisent l'une des habitations de la famille Rieux, engageant pour cette dernière de nombreux frais pour le négociant[4].

La fin de la guerre est également traumatisante pour les maisons de commerce héraultaises. À Marseillan, les Allemands, qui ont occupé le domaine de Charles Rey rasent l'ensemble des bâtiments en 1944 lors de leur départ[5]. À Sète, au moment de leur départ de la « Villa Stella », propriété de Gaston Cazalis, les Allemands emportent du mobilier. Lorsque la famille Cazalis réinvestit les lieux, les dommages causés par les Allemands (terrassements,

[1] CAEF B-0047321/1, Demandes indemnisations, Hérault, Dossier « Grassion-Frelot », Lettre du préfet, 07/04/1944.
[2] *Ibid*., Lettre de la maison « Grassion-Frelot » au préfet, 03/04/1944.
[3] *Ibid*., Indemnités de réquisition, Dossier « Espinasse », Sète, juin 1944.
[4] MOLINO J.-V., *Marseillan : de la vigne à la table*, *op. cit*., p. 101.
[5] *Ibid*., p. 144.

destructions) sont évalués à plus de 63.000 F[1]. À Frontignan, lorsqu'ils quittent la ville, les soldats allemands emportent avec eux une partie du mobilier et des engins de transports des chais de la ville, tandis qu'ils détruisent les infrastructures de transports : ponts, canaux ou routes[2]. Le port muscatier est également, tout comme Sète, frappé par les bombardements alliés qui détruisent une partie des bâtiments du port et notamment certains chais. À Sète, par exemple, certains établissements voient une grande partie de leurs chais détruits par les bombardements alliés de juin 1944[3] : « Dubonnet S.A. », « J. Alby », « J. Philippon », SETIM-PORT pour citer les plus importants. En décembre 1944, la famille Anthérieu est obligée de détruire les magasins rue de la Font, probablement endommagés par les bombardements[4]. À Béziers, certains chais sont également détruits par les bombardements, notamment près de la gare[5]. À Montpellier, la même année, la maison « A. Méloux » souffre, cette fois à distance, de la destruction de ses chais à la halle aux vins de Paris[6].

À ces destructions qui représentent à la fois des difficultés d'ordre commercial mais également un poids financier conséquent, s'ajoutent la déliquescence de la viticulture méridionale durant la guerre. Déjà en 1943, le rapport d'inspection de la BDF de Béziers soulignait les préjudices touchant le vignoble local et leurs répercussions inéluctables sur le commerce des vins. L'inspecteur évoque « l'insuffisance des soins donnés à la vigne » tout comme « les maladies [qui] ont eu le champ libre » : mildiou, pyrale, conchylis et oïdium. Dans le même temps, l'arrachage des vignes pour permettre de cultiver de nouveaux moyens de subsistance a accéléré la crise : réduction considérable des récoltes et mauvaises qualités sont le lot des vendanges depuis 1943[7]. Les écoulements sont également rendus difficiles par le manque de camions-réservoirs dont le parc a largement diminué dans le département, ainsi que par la destruction et la réquisition d'une grande partie des wagons-foudres qu'il va falloir remplacer. À Sète, on estime qu'en raison de la conjonction des difficultés liées à l'état de la vigne et des infrastructures, le port ne fonctionne qu'à 50 % de ses capacités après la libération[8]. Certaines maisons, enfin, dont les affaires ont complètement cessé pendant le conflit, se retrouvent dans l'immédiat après-guerre avec des dettes considérables. Ainsi, la maison « L. Bessière » de Mèze, spécialisée dans l'expédition vers les colonies et qui a dû totalement stopper ses expéditions pendant la guerre, enregistre en 1945 une perte de près de 200 M de F. Ici la fortune personnelle de la famille Bessière et les perspectives positives du marché des vins au tournant de 1946 permettent – difficilement – à l'entreprise de rester à flot[9].

Le négoce est ainsi particulièrement perturbé dans ses activités à la fois en raison de la destruction de ses biens et des réquisitions qui le perturbent. Son image est également altérée

[1] ADH : 3 Q 15872, Enregistrement, Mutations par décès, 08/12/1945-437, G. Cazalis.
[2] Information recueillie à partir de témoignages locaux.
[3] ABDF : Sète, 1945.
[4] ADH : 3 Q 5304, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 13-142/1887 (Case de Mme Rose Chappotin, veuve Anthérieu).
[5] Information recueillie à partir de témoignages locaux.
[6] *MV*, 26/04/1950.
[7] ABDF : Béziers, 1943.
[8] ABDF : Sète, 1945.
[9] *Idem.*

par la compromission de certaines maisons de commerce avec l'occupant et son attitude générale pendant la guerre.

Une profession en partie décrédibilisée

Les négociants semblent après 1945 souffrir de leur attitude pendant le conflit. Celle-ci peut être répréhensible sur plusieurs points.

Le premier est l'implication inégale des négociants dans le ravitaillement intérieur pendant la guerre. En effet, les maisons de commerce héraultaises répondent avec irrégularité aux besoins des clients de l'Extérieur pendant le conflit. Dès 1940-41, les doléances en provenance des régions déficitaires sont nombreuses. Ainsi, le préfet de l'Hérault reçoit en quantité considérable des télégrammes et des lettres de mécontentement provenant de l'ensemble du territoire métropolitain, comme ce télégramme en provenance des Landes[1]. Le préfet de ce département y fait référence au voyage du mandataire landais chargé de négocier avec l'intendance héraultaise l'approvisionnement de son département. Pourtant plusieurs semaines après cet accord, 5.000 hl sont toujours bloqués dans l'Hérault. Il semble que les négociants du département cherchent à retarder les envois pour des raisons indéterminées[2]. Dans le Cher, le mandataire départemental a négocié pour plus de 2.000 hl mais seulement 500 ont été livrés. Le préfet de Bourges demande alors au préfet de l'Hérault d'intervenir auprès des maisons qui refusent de livrer les vins en leur possession. Il dresse alors la liste des maisons parmi lesquelles certaines des plus importantes de la place de Montpellier[3]. À Limoges, le préfet évoque une commission illicite illégale demandée par une maison sétoise pour accélérer la prestation. Il requiert alors l'usage de la puissance publique pour réquisitionner les vins qui leur reviennent de droit[4].

Si l'anarchie régnant dans les transports et l'épuisement des ressources dans le département en raison de la guerre est l'un des facteurs expliquant les difficultés d'écoulement, il ne faut pas minimiser la mauvaise volonté des négociants locaux. En effet, les vins réquisitionnés par le ravitaillement général sont vendus à des prix nettement moins rémunérateurs que les vins libres, même taxés. Ainsi, alors qu'il existe un réel déficit de l'offre par rapport aux besoins comme le signale la réunion entre le préfet et les responsables de la filière en juillet 1941[5], certaines maisons conservent des stocks importants par-devers elle. D'ailleurs, le rapport d'inspection de la BDF de la ville de Sète rappelle, à plusieurs reprises, la quantité importante des stocks conservés par les négociants durant la guerre[6].

En outre, certains négociants tentent également de contourner les mesures de taxation et de rationnement. Ainsi, comme le prix de l'alcool est plus rémunérateur que celui du vin,

[1] ADH : 2 W 1140, Fonds de la préfecture, Ravitaillement, Seconde Guerre mondiale, Télégramme du 08/08/1941.
[2] Proche de la nouvelle récolte, sans doute attend-on d'en savoir un peu plus sur sa qualité pour envoyer dans les Landes la récolte de 1940 ou la récolte de 1941. Ils attendent probablement également un relèvement des cours.
[3] ADH : 2 W 1140, *op. cit*., Télégramme du 09/08/1941.
[44] *Ibid*., Télégramme, août 1941.
[5] *Ibid*., CR réunion, 16/07/1941. Cette réunion se tient pour « régler les problème d'approvisionnement en vin pour les mois à venir ».
[6] ABDF : Sète 1945.

certains vins sont envoyés à la chaudière[1]. Enfin, pour contourner la régulation du ravitaillement, certaines maisons envoient leurs marchandises par lots de 4 hl[2], pouvant ainsi écouler sans contrôle leurs marchandises. Face à cette situation, le préfet décide de suspendre la distillation de tous les VCC propres à la consommation et interdit toutes sorties des vins sans autorisation[3].

Le second élément à charge est le désir des négociants de réaliser, même en période de crise intense, de gros profits. En mai 1941, une lettre du préfet de Gironde s'inquiète des retards dans les livraisons des maisons héraultaises[4]. Si les difficultés pourraient se comprendre pour de petites maisons, il est ici question de maisons qui brassent plus de 100.000 hl par an avant et pendant la guerre. Le préfet évoque bien évidemment les difficultés inhérentes à l'état des transports en France, tout comme les difficultés d'approvisionnement en Algérie, mais il invoque également « peut-être le désir de spéculation de certains qui escompteraient le relèvement des cours actuellement pratiqués ». Si dans sa réponse, le chef des services du contrôle des prix de Montpellier rappelle les causes habituelles[5], le préfet dans une minute manuscrite[6] rajoute un dernier point qui semble motiver, dans l'esprit des pouvoirs publics de l'époque, certaines maisons : le marché noir. Cet appétit du gain explique en grande partie la suspicion généralisée qui pèse sur les négociants pendant la guerre et qui dégrade son image.

D'ailleurs, le rapport de la BDF à Sète en 1945 détaille comment certaines maisons, essentiellement en spéculant sur des quantités considérables, ont pu réaliser d'importants bénéfices comme la société SETIMPORT, tandis que d'autres maisons réalisent des chiffres d'affaires de près de 200 M de F à la fin de la guerre[7]. En conséquence, l'État surveille de près les activités des négociants et n'hésite pas à les condamner pour hausses illicites ou marché noir, au sujet d'infractions commises pendant la guerre, mais également plusieurs mois après la fin de celle-ci. Un négociant biterrois, condamné par les CI à une forte amende, accepte ainsi une transaction de 550.000 F avec l'administration du contrôle économique en novembre 1946 pour avoir reçu des pots de vins de la part de clients entre 1944 et 1946[8]. Preuve de la mauvaise réputation du négoce, le rapport du directeur du centre administratif et contentieux de Béziers justifie la certaine clémence envers ce négociant car à la différence des autres négociants poursuivis, il a « reconnu sans hésiter tous ses torts […]» contrairement aux « commerçants marrons »[9]. Citons enfin également le cas de cette maison biterroise condamnée à 1,5 M de F pour hausse illicite sur vente de vin en février 1946[10].

[1] En 1942, une lettre du ministère du Ravitaillement nous apprend que les cours de l'alcool étant deux à trois fois plus élevés que ceux du vin, certains vins consommables sont trafiqués pour aller à la distillerie (ADH : 94 W 5, Fonds de la préfecture, Demandes de commerçants (1941-1942) – Lettre du 06/08/1942).
[2] C'est le maximum toléré sans autorisation.
[3] Arrêté préfectoral du 07/08/1941.
[4] ADH : 2 W 1155, Fonds de la préfecture, Règlementation (1941-1943), Lettre du 21/05/1941
[5] Manque de WR ; difficulté d'approvisionnement ; raréfaction du vin.
[6] ADH : 2 W 1155, *op. cit*., Minute des services préfectoraux, 04/07/1941.
[7] ABDF : Sète, 1945.
[8] CAEF : B-49637/1, *op. cit.*, Dossier n°1946-1714.
[9] *Idem.*, note manuscrite, février 1947.
[10] CAEF : B-49637/1, *op. cit.*, Dossier n° 1946-1729.

Mais surtout, certaines maisons de négoce ternissent l'image du Commerce héraultais en raison de leur compromission commerciale avec l'ennemi. Ces transactions s'effectuent de deux manières : soit dans le cadre d'accords entre l'État et l'occupant, soit dans le cadre de contacts directs comme le souligne le rapport Filloux : « En effet, de nombreux achats directs ont été effectués par l'ennemi chez les négociants. »[1]

Dans le cadre des achats officiels, certains négociants assurent le rôle de « chef de file » (sch. 12). Ils sont alors les destinataires officiels de la commande pour la Wehrmacht ou pour la consommation allemande. Charge ensuite à eux de rassembler les marchandises et d'assurer leur expédition. Dès lors, si deux maisons de commerce biterroises sont impliquées en tant que « chef de file » (l'une pour les vins ordinaires du pays, l'autre pour les vins algériens), de nombreuses autres maisons vendent indirectement aux Allemands. Ainsi, deux des plus grandes maisons de la région de Béziers vendent au « chef de file » biterrois des VCC, comme en attestent les traites présentées à la BDF[2]. S'il n'est pas certain que les sous-traitants aient connu la destination finale de leurs vins, il est peu douteux qu'ils ne l'aient pas supposé en raison des relations et des pouvoirs du chef de file biterrois dans le département. Par ailleurs, ces chefs de file concentrent également les demandes faites directement, hors des accords de réquisition.

Ces achats directs s'opéraient soit dans le cadre de transactions régulières en-dehors du contingentement, soit sous forme de marché noir. Les premiers, s'ils sont nombreux au début de la guerre, tendent à diminuer par la suite en raison de l'approvisionnement régulier dans le cadre des réquisitions, mais également car les conditions d'achats se sont durcies en raison du rationnement (bons d'achat pour les vins allemands à partir de 1942)[3]. En 1943-44, ils ne concernent que quelques milliers d'hl pour le département, essentiellement des vins de liqueur[4].

Pour contourner ce dernier, les transactions illégales avec l'ennemi se multiplient. Elles sont l'œuvre d'organismes militaires (comme l'organisation Todt) ou civils. Il est difficile de déterminer la part des vins héraultais dans ce genre de pratiques, mais pour la période 1940-1944, le total des vins vendus dans ces conditions occultes dépasse 1 M d'hl[5]. Selon le rapport du ministère de la Justice en 1951, il semblerait qu'une partie des volumes d'achats occultes soient équivalents à la commande de VCC de la Waffen SS en 1944, soit 20.000 hl pour les VCC héraultais. En effet, cet accord conclu en 1943 visait à mettre un terme aux achats irréguliers des SS[6].

Afin de contourner les restrictions, certaines maisons de commerce ont décidé dès 1941 de vendre une partie de leurs marchandises par l'intermédiaire de firmes monégasques[7]. L'étude des registres d'expédition de la gare de Monaco laisse apparaître que certaines maisons héraultaises se sont lancées dans ce type de commerce à destination de l'Alsace-

[1] AN : BB 18/3843, *op. cit.*, p. 23.
[2] ABDF : Béziers, 1943.
[3] AN : BB 18/3843, *op. cit.*, p. 23.
[4] AN : BB 18/3843, Liste des exportations vers l'Allemagne, 1943-1944.
[5] AN : BB 18/3843, Note mai 1951, *op. cit.*, p. 25.
[6] *Ibid*., p. 26.
[7] *Ibid*., p. 31.

Lorraine[1] puis de l'Allemagne[2]. Cela permettait d'échapper au contingentement et de pratiquer, vis-à-vis de la clientèle allemande ou d'Alsace-Lorraine des prix nettement supérieurs aux prix normaux (jusqu'à 3 ou 4 fois).

Dans les mois qui suivent la Libération[3], 133 informations sont ouvertes dans le ressort de Montpellier[4] mais seule une quinzaine de maisons sont inquiétées par la Justice civile et voient leur dossier parvenir à la Chancellerie[5], le plus souvent sans réelle conséquence. La SIAPO (Société industrielle et agricole de la plaine de l'Orb) est poursuivie pour avoir expédié des vins en Alsace-Lorraine et en Allemagne. Si les vins en direction de l'Allemagne ne semblent souffrir d'aucune contestation car entrant dans le cadre des accords de contingentement, ceux en direction de l'Alsace-Lorraine sont plus douteux. En effet, le rapport de la Direction des affaires criminelles et des grâces note que « les négociants qui traitaient avec des maisons sous contrôle allemand […] ne pouvaient ignorer que les vins expédiés en Alsace-Lorraine étaient susceptibles d'être réexportés vers l'Allemagne ». Néanmoins, les vins ayant été vendus à des « prix normaux » (le terme est souligné), « aucune preuve de zèle ne [peut] être retenue » contre la SIAPO[6].

En réalité, seuls les négociants « chef de file » sont condamnés par la justice civile, mais essentiellement car ils ont profité de leur position de force en tant que présidents de syndicats[7]. En revanche, en 1944, à la Libération, des exactions sont commises contre certaines maisons de commerce (à Mèze par exemple) tandis qu'à Nissan, un négociant, soupçonné d'avoir profité de l'appui des occupants, est en fuite. Les Comités de Libération Locaux (CLL) condamnent également certains des négociants qui ont profité de transactions commerciales avec les Allemands à de fortes amendes, jusqu'à 175 M de F pour la maison mézoise[8]. À Béziers et à Sète, deux maisons de premier plan sont également condamnées à des amendes, mais cela reste très limité[9]. À partir de 1945, d'autres négociants sont poursuivis par le Comité de confiscation des profits illicites (CCPI). Un négociant lunellois reçoit une amende de 193.500 F pour une transaction portant sur 10.000 hl en 1941 avec des négociants allemands[10]. À Sète, une maison de premier ordre est condamnée à une confiscation de 63.500

[1] Alors rattachée au Reich, l'Alsace-Lorraine voit l'afflux massif de négociants allemands venant s'installer dans la région. Ils y créent de nouvelles firmes ou profitent de la mise sous séquestre de firmes françaises. Ainsi, une quantité importante de vins étaient réexpédiés vers l'Allemagne. (Cf. BB 18/3843, *Rapport cité,* p. 32-39).
[2] AN : BB 18/3844, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vins sous l'Occupation, Dossier « Monaco », Liste des expéditions depuis la gare de Monaco, 1942-1943 et Note du procureur de la République, 20/01/1949.
[3] Notamment après les ordonnances des 25/06/1944, 16/08/1944 et 17/10/1944 qui mettent en place l'épuration judiciaire sous la responsabilité des Cours de justice et des Chambres civiques.
[4] AN BB 18/3847, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vins sous l'Occupation, Note de la Direction des affaires criminelles et des grâces au Garde des sceaux, 29/07/1950.
[5] AN : BB 18/3845, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vins sous l'Occupation, Liste des maisons dont les dossiers sont transmis à la Chancellerie.
[6] AN : BB 18/3846, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vins sous l'Occupation, Note de la Direction des affaires criminelles et des grâces au Garde des sceaux, 05/05/1952.
[7] Cf. *infra*. « Un mouvement patronal compromis », p. 463 et sq.
[8] ABDF : Sète, 1945.
[9] AN BB 18/3850, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vins sous l'Occupation, Rapport du procureur général de Montpellier au Garde des sceaux, 27/10/1948. Les amendes prononcées sont respectivement de 133.000 F et 24.000 F. On leur reproche essentiellement d'avoir fourni des vins aux « chefs de file ».
[10] AN : BB 18/3848, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vins sous l'Occupation, « Dossier XXXX, vins en gros, Lunel », mai 1948.

F et une amende de 60.000 F[1]. À Béziers, la maison condamnée par le CLL l'est également par le CCPI à une amende de 65.781 F[2]. Dans la plupart des cas, le ministère de la Justice considère que ces amendes ou ces confiscations sont suffisantes et les poursuites s'arrêtent là.

En dépit de cette compréhension de la part de la justice face à la collaboration économique, l'image du négoce sort particulièrement écornée de la période. Bien que les difficultés aient été réelles comme le prouvent les registres de la maison « C. Granier » ou les rapports de la BDF, de nombreuses maisons réalisent de gros bénéfices et profitent de la guerre pour accroître leur surface financière.

Par ailleurs, alors que l'encadrement de l'État se fait de plus en plus rigoureux pendant le conflit et que la profession est étroitement surveillée, les manœuvres illicites se multiplient, dégradant également l'image d'un négoce qui ne semble préoccupé que par ses intérêts individuels et les profits toujours conséquents en période de restriction. Il n'est pas ainsi surprenant qu'en novembre 1945 lors du Congrès de la Fédération départementale des syndicats d'exploitations agricoles de l'Hérault, l'une des principales revendications soit « la diminution des marges bénéficiaires des gros intermédiaires » qui se sont enrichis pendant le conflit[3]. Toutefois, ces pratiques ne sont pas propres au seul département héraultais : Christophe Lucand a montré combien certaines grandes maisons bourguignonnes avaient directement collaboré avec l'Occupant ou s'était enrichies. Ainsi, selon lui près de trois cents négociants sont inquiétés par la justice dans l'immédiat après-guerre[4]. De son côté, Richard Kuisel souligne qu'en 1944, « le marché noir demeurait florissant »[5] en France. Dans ce contexte, les négociants en vins ne font pas figures d'exception et sont, au même titre que d'autres, des élites économiques « dans la tourmente »[6].

Cette dégradation de la réputation commerciale du négoce héraultais explique en partie les difficultés qu'elle rencontre dans la période suivante.

[1] *Idem*, « Dossier XXXXXX, vins en gros, Sète », avril 1948.
[2] AN BB 18/3850, *op. cit*. Il s'agit du montant du bénéfice de sa transaction avec le « chef de file » (4.727 hl).
[3] ADH : 515 W 16, Fonds de la préfecture, Congrès de la Fédération départementale des syndicats d'exploitations agricoles de l'Hérault, CR Congrès, 22/11/1945.
[4] LUCAND C., *op. cit.*, p. 754.
[5] KUISEL R., *op. cit*., p. 316.
[6] Dans le recueil d'articles *Les élites dans la tourmente*, la période de la guerre et surtout la Libération correspondent à des moments de difficulté et de remodelage des élites locales. Cf. LE BEGUEC G., PESCHANSKI D. (dir.), *Les élites dans la tourmente : du Front populaire aux années 1950*, Paris, CNRS, 2000.

CHAPITRE 3 : VERS LA DISPARITION DU NÉGOCE LOCAL (1945-1970)

À l'instar de l'économie française qui connaît une mutation sans précédent durant les Trente glorieuses, le paysage commercial héraultais est particulièrement bouleversé. Pour le négoce héraultais, les années qui suivent la Seconde Guerre mondiale sont une période de déclin marqué.

Cette mutation s'inscrit dans la lignée des années 1930 où le positionnement du Commerce sur le marché des vins avait été largement remis en question dans le département et dans son inscription réticulaire sur le territoire national. Cette dynamique se poursuit et s'accélère notablement après l'interruption de la guerre et de l'Occupation.

On assiste ainsi à un effacement progressif du négoce dans le département. Ce dernier est dû à une conjonction de plusieurs facteurs et à la remise en question de son rôle sur le marché par deux acteurs virulents : l'État et les syndicats viticoles. Le négoce devient alors une cible facile qu'il faut évincer des circuits de commercialisation.

L'effacement progressif

De nombreux observateurs, comme Jean Valéry ou de Jean-Claude Montigaud, soulignent la disparition physique du négoce méridional. En 1965, le directeur du *Midi Vinicole* note dans un de ses éditoriaux : « Aujourd'hui, le nombre de commerçants en vins a diminué de plus de 50% »[1]. La même année, Montigaud relève que depuis plusieurs années, « le secteur de la distribution [sur les marchés viticoles] a été marqué par […] la disparition de nombreux intermédiaires »[2]. Ainsi, alors que l'ensemble de l'économie nationale tend à se moderniser, le négoce local s'efface peu à peu du paysage – commercial et physique – départemental.

Le déclin numérique marqué

En février 1952, le *Midi Vinicole* revient sur les propos d'un négociant de l'Est de la France qui évoque « la mort du Commerce des vins en gros »[3] dans son département. Cet article, en une du journal, se veut l'écho de la situation dans le Midi.

En effet, dans un fascicule paru au milieu des années 1950, *Évolution comparée de la viticulture méridionale de 1907 à 1953*, Robert Tirat, explique que « les malheurs des vignerons viennent en partie du fait que, sous les coups conjugués de certaines administrations et du fisc, le Commerce méridional est en voie de disparition »[4]. Selon Robert Tirat, qui est un

[1] *MV*, 15/01/1965.
[2] MONTIGAUD J.-C., « Répercussions sur les marchés viticoles de l'évolution en cours dans le secteur commercial », *Économie rurale*, N°63, 1965, pp. 67-76.
[3] *MV*, 06/02/1952.
[4] TIRAT R., *Évolution comparée de la viticulture méridionale de 1907 à 1953*, Paris, Davy Ed., 1954, p.17.

ancien négociant, membre du Syndicat des vins de Montpellier et de la Chambre de commerce, le nombre de négociants dans le Midi est passé de 1200 en 1920 à 690 en 1953 où « il tombe à son niveau le plus bas »[1]. Tirat estime la situation d'autant plus grave que, selon lui, « tout permet de penser que 50 % au moins des inscrits n'ont qu'une existence végétative »[2]. S'il est difficile de confirmer l'exactitude des chiffres avancés par le négociant montpelliérain, plusieurs éléments viennent corroborer son analyse générale.

Tout d'abord, une enquête réalisée par le service des contributions indirectes en juin 1948 relève la faiblesse des stocks chez les 214 négociants forfaitaires héraultais interrogés[3].

Tab. 46 : Stocks disponibles chez les négociants forfaitaires héraultais en 1948

Quantité	***Nombre de maisons de commerce***	***Pourcentage***
Entre 0 et 30 hl	41	19 %
Entre 30 et 100 hl	22	10 %
Entre 100 et 300 hl	55	26 %
Entre 300 et 1.000 hl	62	29 %
Plus de 1.000 hl	34	16 %

Ces chiffres montrent ainsi que plus de la moitié des négociants forfaitaires héraultais ont une activité limitée, voire très limitée (moins de 300 hl en stock), ce qui rejoint la thèse de Tirat qui évoque « l'existence végétative » de certaines maisons. Cette situation est confirmée par le nombre de maisons de commerce qui disposent de moins de 100 hl de stock soit une quantité particulièrement limitée pour assurer un roulement efficace d'une maison forfaitaire. Le qualificatif de végétatif, s'il est excessif, n'en est pas moins très proche d'une réalité où un négociant expéditeur héraultais sur cinq dispose de moins de 30 hl dans ses chais. Ces chiffres sont bien évidemment à mettre en rapport avec l'activité de la maison de commerce et son mode de fonctionnement – certaines maisons travaillant avec des stocks de roulement peu importants – mais il révèle tout de même l'apathie et la léthargie qui frappent une grande majorité des maisons de commerce héraultaises dans une période économique de croissance. D'ailleurs, en 1961, le rapport d'inspection de la BDF signale que le compte en banque d'une des plus vieilles maisons de Montpellier, « Roudil Frères et Corbery » n'a connu aucun mouvement depuis 1952[4].

En outre, d'autres observateurs soulignent également cet effacement significatif du négoce héraultais tant quantitativement qu'en matière de volume d'activités. Une fiche de documentation de la Direction générale des études et du Crédit de la BDF évoque tout d'abord « une évolution qui a profondément modifié la structure [du négoce] » et indique qu'« un très

[1] *Ibid.*, p. 6.
[2] *Idem*.
[3] ADH : 2 W 3227, Fonds de la préfecture, Fixation des prix, réglementation et statistiques économiques, Viticulture : Situation du marché, 1948-1952.
[4] ABDF : Montpellier, 1961.

grand nombre d'affaires [sont] de petite dimension »[1]. D'ailleurs, cette étude met en avant « la réduction continue du nombre de négociants, évolution qui s'accentue depuis quelques années et qui va encore s'accélérer » avec ici aussi la référence à « un nombre qui aurait fléchi de plus de moitié en 30 ans »[2]. Les différents rapports des succursales de la BDF insistent également sur la disparition du négoce départemental. Ainsi, en 1954, dans le rapport de la succursale de Montpellier l'inspecteur recommande au directeur de la banque d'aborder avec précaution les demandes de crédit des maisons de commerce en vins. Il insiste sur le fait que « plusieurs maisons de commerce – dont quelques-unes des très actives – ont cessé leur exploitation, en révélant d'importants excédents de passifs »[3].

Cet effacement du négoce local peut être évalué à l'aune de la part du commerce en gros des vins dans les concours bancaires. Celle-ci chute considérablement pendant cette période.

Tab. 47 : Parts des concours bancaires de la BDF de Montpellier 1938-1961

	Commerce des vins	Viticulture	Caves coopératives	Autres
1938	56 %	19 %	6 %	19 %
1954	23 %	5 %	14 %	68 %
1957	25 %	5 %	13 %	67 %
1961	7,5 %	2,5 %	13 %	76 %

Source : ABDF : Montpellier, 1938-1961

Cette diminution s'explique en grande partie par la politique de restriction de crédits mise en œuvre au milieu des années 1950. Ainsi, en 1954, alors que la part des engagements auprès des maisons de commerce a déjà diminué de manière significative, le rapport souligne : « On peut craindre que la commerce méridional ne dispose de trop larges facilités. […] La situation du négoce reste pleine d'embûches pour le banquier qui n'est pas toujours en mesure d'apprécier le bien-fondé des demandes de crédit. »[4] Par ailleurs, cet effacement dans les risques bancaires se fait au profit d'autres secteurs : ceux des industries en pleine expansion (bâtiments et travaux publics, boissons gazeuses, commerce au détail) et surtout, dans la filière, au profit des coopératives de vinification dont les chiffres révèlent une notable stabilité. Enfin, ce déclin des concours bancaires en faveur du commerce des vins s'explique également par la chute numéraire des effectifs des maisons de commerce dans le département comme l'atteste l'inspecteur de la BDF en 1961 : « Une profonde transformation est en cours, amenant la disparition rapide des petits négociants méridionaux »[5].

[1] ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « Le négoce des vins », 1962, p. 3.
[2] *Ibid*., p. 4.
[3] ABDF : Montpellier, 1954.
[4] ABDF : Montpellier, 1954.
[5] ABDF : Montpellier, 1961.

En effet, l'évolution statistique est particulièrement négative pour le négoce départemental dont les maisons de commerce disparaissent progressivement pendant la période. Numériquement, le nombre de négociants connaît une chute très marquée.

Tab. 48 : Le lent effacement de l'appareil commercial vinicole héraultais 1938-1969

	1938	***1947***	***1959***	***1969***
Béziers	110	83	46	44
Montpellier	93	54	58	37
Sète	113	99	75	58
Frontignan	87	84	54	45
Clermont-l'Hérault	21	6	6	4
Pézenas	4	7	9	9
Olonzac	17	1	2	0
Saint-Chinian	7	9	7	6
Magalas	4	3	2	1
Cazouls-lès-Béziers	2	4	5	4
Poussan	2	2	0	0

Sources : *Annuaire de l'Hérault* et *Didot-Bottin,* 1938-1969

Ainsi, dans l'Hérault, si l'on prend en considération les quatre grands pôles commerciaux (Béziers, Montpellier, Sète et Frontignan), la diminution du nombre de négociants est constante. On passe pour les quatre villes d'un total de 403 maisons de négoce à 184 entre 1938 et 1969 soit une chute de près de 55 %, soit le chiffre évoqué par J. Valéry ou R. Tirat.

Bien évidemment, la temporalité et la teneur de cette chute est différente selon les villes. À Béziers, à Sète et à Frontignan, le négoce local résiste plutôt bien à la Seconde Guerre mondiale et à ses conséquences avec respectivement des pertes de 15 %, 12 % et 3 % entre 1938 et 1947. À Montpellier au contraire, la chute est de plus de 40 %. Les causes sont multiples pour justifier cette situation mais l'état stationnaire et résistant des trois premières peut s'expliquer par la spécialisation des pôles sétois (apéritifs, vins de liqueurs) et frontignanais (muscat, vins fins, VDN)[1] tandis que Béziers et Sète[2] bénéficient de la destruction des infrastructures portuaires du Nord de la France pour voir à nouveau transiter massivement par le Midi les vins algériens qui participent activement au marché régional dès la fin de l'année 1944[3]. La forte chute numéraire de Montpellier se place dans la continuité des années 1930 et d'une vaste diversification économique et commerciale de la ville. C'est également le signe d'une désaffection continue des grandes familles bourgeoises pour une activité qui a fait leur richesse au début du siècle et dont ils se désengagent petit à petit, tout d'abord en externalisant la quasi-totalité de leur activité[4], puis en quittant la profession[1].

[1] Les VDN disposent d'avantages fiscaux (moindre taxation que les apéritifs) qui permettent aux maisons de commerce spécialisées de continuer à faire des bénéfices.
[2] D'ailleurs, dans le rapport des CI de 1948, seule la place de Sète dispose de maisons avec un stock conséquent (1600 hl en moyenne pour les 34 maisons recensées).
[3] ABDF : Sète, 1945.
[4] Cf. *supra*, p. 258, l'exemple de « Parlier & Krüger » ou « Cazalis et Delord ».

Dans la décennie suivante (années 1947-1959), Béziers perd près de la moitié de ses effectifs tandis que les centres sétois et frontignanais résistent toujours autour de produits qualitatifs et des importations, en dépit de pertes assez nettes (25 % à Sète et 35 % à Frontignan). Cette période est toutefois marquée par deux temps. Le premier, au tournant des années 1950, se caractérise par un rebond des effectifs, notamment à Sète et Montpellier. Les effectifs sétois grimpent jusqu'à 109 unités en 1953 soit pratiquement le chiffre de la fin des années 1930 (113). Cela s'explique de plusieurs manières. Bien que la ville ait été presque entièrement vidée pendant le conflit[2], le Commerce a continué, voire prospéré, notamment le commerce des apéritifs et des vins de liqueur[3]. Par ailleurs, dès 1944, un courant commercial important reprend avec l'Algérie, alors que le port rouennais est à l'arrêt. En outre, cet accroissement s'explique également par l'appel d'air consécutif à la libéralisation totale du marché en 1947, la suppression de la licence en 1948 et par l'exemple de nombreuses maisons de commerce qui ont su résister pendant la guerre et faire des profits au sortir de la guerre[4]. Le port sétois redevient, pour un temps, particulièrement attractif. Pour Montpellier, les hypothèses sont moins certaines. Peut-être est-ce dû aux effets de la libération du marché voire au courant algérien ? Mais à ce moment-là, pourquoi la région biterroise n'en profite-t-elle pas ? Les sources étant muettes à ce sujet, ce sont là des questions qui restent en suspens. Les bénéfices réalisés par la maison « Clovis Salasc »[5] dans l'immédiat après-guerre laissent penser qu'une période de prospérité touche le département et entraîne cette croissance – ponctuelle – de l'armature commerciale.

Tab. 49 : Comptes de la maison « C. Salasc »
Pertes et bénéfices nets, 1945-1950

1945	**Bénéfices**	**1.351.873 F**
1946	**Bénéfices**	**6.371.565 F**
1947	**Pertes**	**5.335.647 F**
1948	**Bénéfices**	**745.251 F**
1949	**Pertes**	**4.917.954 F**
1950	**Bénéfices**	**2.575.362 F**
1945-1950	**Bénéfices**	**790.000 F**

Source : Fonds privés familiaux

Mais, dans la seconde moitié des années 1950, l'ensemble des aires d'expédition connaissent un nouveau déclin, Sète en particulier qui perd plus de 30 % de ses effectifs en raison de la concurrence accrue de Rouen[6] qui a profité de la Reconstruction pour entreprendre une modernisation de ses infrastructures.

[1] Cf. *infra*, « Quelques facteurs d'explications » (p. 600 et sq.) pour expliquer la désaffection des grandes familles.
[2] Il y a 3.000 habitants en 1944 contre 35.000 en 1939.
[3] ABDF : Sète, 1945.
[4] ABDF : Sète, 1945.
[5] Dont les frais généraux sont très élevés à cette période, notamment en raison d'investissements importants.
[6] En dépit de coûts plus élevés.Cf. en annexes, les précisions chiffrées du Rapport Tirat, p. 1078.

La période suivante (1959-69), enfin, ne fait que confirmer cette forte tendance à la baisse : 23 % à Sète et 17 % à Frontignan. Après une période de stabilisation, Montpellier connaît encore une nouvelle chute, perdant un tiers de ses effectifs. Béziers se stabilise autour d'une quarantaine d'unités après avoir enregistré sa plus forte baisse dans la période précédente. En définitive, Montpellier a perdu entre 1947 et 1969 près de 60 % de ses effectifs ; Frontignan et Sète, 48 % ; Béziers, 47 %. Seule une ville comme Pézenas connaît une évolution positive (de 7 à 9 maisons de négoce durant la période) grâce à la spécialisation dans la Clairette du Languedoc qui obtient le label AOC en 1948.

Dans les campagnes, la situation est encore plus marquée. À Poussan, il n'y a plus de négociant dès le milieu des années 1950 et à Magalas, il ne reste plus que la maison « Camille Granier » à la fin des années 1960 alors que le village était un centre commercial actif dans les années 1930 et était composé de négociants de premier ordre[1]. Même les grosses bourgades au cœur de vastes bassins viticoles voient leurs effectifs diminuer : en vingt ans, Saint-Chinian perd un tiers de ses négociants tout comme Clermont-l'Hérault tandis qu'Olonzac n'a plus de maisons de commerce à partir du début des années 1960[2]. La résistance de Saint-Chinian ou de Clermont s'explique en grande partie par l'obtention du label VDQS[3] pour leur zone de production, ce qui permet de valoriser la marchandise et d'obtenir des prix plus rémunérateurs. Néanmoins, quel que soit le type de productions ou le type de structures, le déclin est particulièrement notable dans l'ensemble du département.

À cette chute drastique des effectifs s'ajoute une transformation du visage du négoce héraultais

La mutation du paysage commercial héraultais

Alors que, dans les chiffres, le négoce disparaît progressivement de la vie économique héraultaise, il connaît une profonde mutation structurelle.

Tout d'abord, sur l'ensemble du territoire départemental, le négoce s'efface physiquement. En premier lieu, la marchandise elle-même quitte le paysage héraultais. Les futailles, les charrois, les convois terrestres, ferroviaires, fluviaux se font de moins en moins présents. Les rues, les avenues, les routes héraultaises ne sont plus encombrées par les barriques ni les demi-muids. C'est tout d'abord une conséquence de la révolution des transports. Les camions ayant remplacé totalement dans les années 1950 les charrois, le transport se fait plus rapidement et donc, en conséquence, la marchandise passe moins de temps sur les routes et est donc moins visible. En outre, les transports se faisant de cuve (fournisseur) à cuve (client) en passant par des réservoirs (camions), il n'est plus nécessaire d'utiliser de la futaille.

[1] On y retrouvait la maison « E. Balmefrezol » qui était considérée par les inspecteurs de la BDF comme l'une des plus importantes de la région autour de Béziers dans les années 1900-1930 et qui disparaît dans les années 1960.
[2] *Bottin du Commerce*, années 1947 à 1969.
[3] Vin Délimité de Qualité Supérieure : label officialisé par la loi du 18/12/1949 pour valoriser les vins de qualité intermédiaire ne pouvant pas prétendre au label AOC.

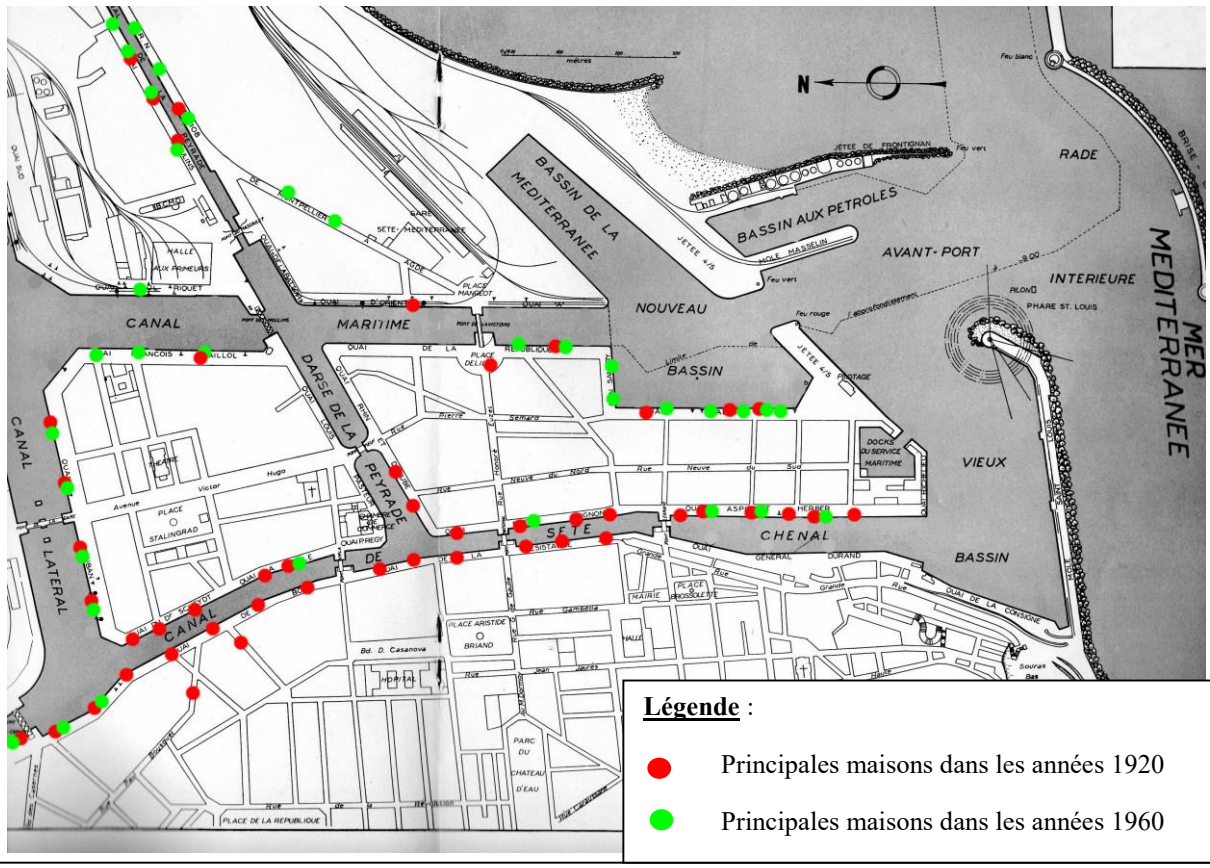
À Sète, à Mèze ou à Marseillan, les milliers de demi-muids qui attendaient sur les quais d'être embarqués sur les bateaux ou rentrés dans les chais sont dorénavant remplacés par des tuyaux, souterrains pour la plupart, reliant directement les cuves des bateaux-citernes aux chais. Là aussi, le marqueur présentiel de l'activité économique est caractérisé par une contraction des temps de transvasement et donc une moins grande visibilité. Ainsi, il ne faut plus que 30 heures pour vider un bateau réservoir de 6.000 hl au milieu des années 1960 quand il fallait compter au moins 400 heures (et donc de nombreux manutentionnaires) pour la même quantité dans les années 1920[1]. Quant à l'activité de barricaille ou de vente directe à la consommation[2], elle qui utilisait une grande quantité de futaille, elle utilise maintenant massivement les bouteilles[3]. Dorénavant, la caisse et le verre ont remplacé la barrique et le bois, la futaille ne servant plus que « pour recevoir les soldes de vin que l'on ne veut pas laisser en vidange »[4]. La futaille n'a plus alors qu'un rôle secondaire dans le Commerce[5].

D'ailleurs, certaines pratiques disparaissent totalement dans les années 1950 : les héraultais expatriés cessent par exemple de faire venir des vins depuis le département pour les mettre ensuite en bouteille pour leur consommation personnelle. Ils préfèrent désormais acheter directement leur vin dans des magasins spécialisés comme « Nicolas »[6]. La seconde cause de cette disparition dans le paysage héraultais est la multiplication des transports, individuels et collectifs, qui noient les camions-réservoirs dans la masse alors qu'ils étaient omniprésents par le passé. Désormais, ils passent inaperçus ou presque.

Enfin, symbole fort de l'évaporation physique du négoce local, les chais des négociants disparaissent et sont transformés en magasins, en habitations ou en garages. À Sète, le quai de Bosc voit disparaître, au tournant des années 1960, la grande majorité de ses chais. Ils sont remplacés par une supérette, un garage automobile, des habitations. Seule l'extrémité nord du quai voit encore la survie de quelques grands chais : « Clarac Frères et Clauzel », « Cazalis & Prats » ou « Noilly-Prat » par exemple[7]. Ce déplacement est logique car avec l'accroissement de la taille des bateaux-citernes, les « pinardiers », il est nécessaire de se rapprocher des eaux les plus profondes, les seules accessibles à ce type de bateaux. Mais c'est également un symbole de la lente mise à l'écart de l'activité commerciale. En 1969, seulement 8 maisons sont en contact avec l'hyper-centre (quai de Bosc – devenu en partie quai de la Résistance et rues adjacentes). Le reste des maisons se trouve maintenant à proximité des chenaux ou des darses les plus profondes (quai d'Alger, quai Maillol, quai Vauban, quai Aspirant Herber) voire à la sortie de la ville (quai des Moulins ou route de Montpellier qui longe ce quai). Les chais se concentrent maintenant sur les quais extérieurs à l'hyper-centre[8] (carte 15, page suivante).

[1] DUGRAND R., *op. cit.,* p. 268.
[2] Qui se spécialise à partir des années 1950 dans les AOC, les vins fins, les apéritifs ou les VDQS (Minervois notamment).
[3] Voir en annexes la rapide disparition de la futaille dans le commerce frontignanais, p. 1095.
[4] GALTIER G., *op. cit.*, p. 449.
[5] Avec comme conséquence l'érosion massive des fabricants de futaille.
[6] GALTIER G., *op. cit.*, p. 449.
[7] *Bottin du commerce*, 1963.
[8] Dont le quai de Bosc marque la limite.

Carte 15 : Le déplacement des maisons de commerce à Sète



Symbole de ce déplacement, le Syndicat local quitte, au milieu des années 1960, le quai de Bosc pour se rendre quai d'Alger. Dans la rue de La Peyrade, les immenses chais Bisset sont transformés en salle polyvalente pour « le sport et la jeunesse » au milieu des années 1960[1]. Les chais représentant de larges et vastes espaces, ils sont, lorsque l'activité commerciale est abandonnée, la cible des politiques de réhabilitation urbaine qui cherchent à utiliser la surface au sol après destruction totale ou les structures existantes après rénovation. À Frontignan, une partie des chais est transformée en habitation ou récupérée par d'autres commerces, notamment le long de la route nationale ou du boulevard de la République.

Au carrefour entre les mutations paysagères et les mutations dans les pratiques se trouvent les caves coopératives. En effet, dans les zones rurales, les caves coopératives ont remplacé le négoce traditionnel. Si ce dernier persiste encore dans les grosses bourgades rurales, il a totalement disparu de la grande majorité des villages et il a été remplacé par les caves coopératives. C'est tout d'abord vrai dans le paysage lui-même. Alors que le monde viti-vinicole héraultais était symbolisé en grande partie dans le premier XXe siècle par la futaille et les charrois qui encombraient les rues où se concentrait le négoce, la situation est bouleversée après le conflit. À partir des années 1950, la cave coopérative – que tout le monde

[1] AMS : C26. E11.D21, Réaménagement des Chais Bisset, 1964-65. Ils sont rachetés par la ville après la faillite de la maison « P. Bisset ». Cf. ADH : 1645 W 139, Tribunal de commerce de Sète, Faillites, « P. Bisset ».

appelle la « coopé » – symbolise alors incontestablement, dans une dimension symbiotique, à la fois la Production et le Commerce.

Le bâtiment, souvent majestueux[1], devient très clairement dans les années 1950 le cœur de la filière viti-vinicole. La cave coopérative, par sa domination tant physique qu'économique, marque alors le symbole de la victoire de la Production. Immanquable aux abords des routes principales d'entrée ou de sortie du village, elle incarne la toute-puissance des corporations vigneronnes qui, en leur sein, orientent l'économie locale (fig. 29).

Fig. 29 : Cave coopérative de Saint-Mathieu-de-Tréviers
Construite en 1950, à l'entrée du village
Source : ADH : 2 Fi CP 2164 105

Dès lors, la « coopé » devient le poumon économique des villages viticoles héraultais. Poussés par l'intervention de l'État qui n'a de cesse d'inciter au mouvement coopératif par le biais d'aides et des exemptions fiscales[2], tous les villages héraultais cherchent à se doter d'une cave coopérative. Ainsi, l'effort de construction – et par conséquent de structuration de l'espace viticole – se poursuit après la guerre et, sur les 167 caves coopératives recensées dans le département, plus de 25 % sont bâties entre 1945 et 1965[3].

Le mouvement de modernisation des structures économiques nationales, qui avait initialement débuté dans les années 1920[4], s'accentue alors après-guerre. Dans le monde viticole, les coopératives sont l'outil de cette modernisation étatique. Néanmoins, conçues à la base

[1] D'où leur surnom de « Cathédrale du vin ».
[2] Comme par exemple, l'exemption de l'impôt sur les bénéfices industriels et commerciaux. En outre, après-guerre, l'État organise le secteur coopératif, avec par exemple la création de l'Institut coopératif du Vin (ICV) en 1946. Chargé d'assurer la vinification à de meilleurs et dans de meilleurs conditions, l'ICV rachète ou loue les fonds de commerce de négociants qui ne veulent ou ne peuvent continuer leur activité. De 118 caves, il passe à 457 caves pour l'ensemble du sud de la France entre 1946 et 1952. (CAEF : 4A -2263/2), Rapports de vérification, 1953-54).
[3] GAVIGNAUD-FONTAINE G. (*et al.*), *Caves coopératives en Languedoc-Roussillon*, Lyon, Lieux-dits, 2010.
[4] KUISEL R., *op. cit.*, p. 118 et sq.

pour limiter le rayon d'action du négoce[1], les caves coopératives se cantonnaient jusqu'aux années 1940 à un rôle productif, assurant essentiellement la vinification[2]. Il faut en réalité attendre les années 1950 pour que les caves coopératives prennent une nouvelle dimension qui, cette fois-ci, porte un coup fatal au négoce héraultais. En effet, jusqu'aux années 1940, les tentatives de commercialisation opérées par les caves coopératives se sont révélées peu fructueuses. Le Comptoir général des Coopératives agricoles créé dans les années 1920 a été un échec[3], tandis que les quelques caves isolées qui se lancent dans l'aventure commerciale (Maraussan qui dispose d'un entrepôt à Bercy, la cave de Colombiers qui vend directement ses vins) pèsent peu sur le marché. Seule l'URCAM (Union régionale des coopératives agricoles du midi) arrive à planifier, à la fin des années 1930, la vente en commun de ses adhérents, mais la guerre vient mettre un terme à ses ambitions, en dépit de l'ouverture d'un chai à Bonneuil-sur-Marne[4]. Dès la fin des années 1940, l'URCAM met à nouveau en place des stratégies commerciales efficaces et redoutablement concurrentielles pour le négoce classique : prospection de nouveaux clients, publicité, contrats passés avec des coopératives de consommation[5] ou avec l'armée. En quelque sorte, elle récupère toutes les stratégies qui avaient fait la réussite du négoce dans les années 1920-30. Au tournant des années 1960, une nouvelle étape est franchie : alors que jusque-là la coopérative se bornait à relayer les offres d'achats transmises par le Commerce et que chaque propriétaire répondait individuellement à la demande jusqu'à complétion de cette dernière, dorénavant, les ventes sont faites en commun et en gros. Il n'est donc plus nécessaire d'attendre la réponse des coopérateurs pour remplir les réservoirs destinés à l'expédition. C'est un pas de plus vers l'accélération des transactions, la réduction des circuits commerciaux et la limitation des intermédiaires (dont les courtiers, remplacés par les directeurs de caves coopératives). Cette activité explique la forte proportion des concours bancaires aux caves coopératives évoquée plus tôt. Ces derniers permettent de financer les investissements et les transactions (escompte ou crédit aux clients). Peu à peu, les caves coopératives prennent la place des maisons de commerce.

Conséquence concrète de ce basculement, dans le *Bottin du commerce*, les coopératives remplacent les négociants à la rubrique « Vins en gros ». Si c'était très rarement et très exceptionnellement le cas durant l'entre-deux-guerres dans les zones rurales[6] (Colombiers par exemple dans les années 1920), c'est devenu la règle dans les années 1950-60. C'est somme toute normal dans un département où le mouvement coopératif est extrêmement puissant et où l'écrasante majorité des producteurs profitent de l'appareil coopératif[7]. Il n'est pas étonnant non plus que dans les registres d'achats des négociants, les caves coopératives figurent dé-

[1] C'est l'une des motivations premières des coopérateurs de Maraussan qui sont les premiers à se rassembler dans le département.
[2] Avant 1939, les achats directs aux caves coopératives ne représentent que 100.000 hl/an en moyenne selon une lettre du préfet régional aux services de Vichy en 1941. (ADH : 2 W 1164 : Fixation des prix, réglementation et statistiques économiques, Seconde Guerre mondiale).
[3] GAVIGNAUD-FONTAINE G. (*et al.*), *Caves coopératives en Languedoc*…, *op. cit.*, p. 21.
[4] *Idem.*
[5] Ces transactions sont facilitées par la communauté du combat coopératif.
[6] Bien que c'était déjà le cas dans les grands centres expéditeurs comme Frontignan, Béziers, Clermont ou Montpellier.
[7] 88 % des viticulteurs à Montbazin à la fin des années 1960 selon GAVIGNAUD-FONTAINE G. (*et al.*), *Caves coopératives en Languedoc*…, *op. cit.*, p. 23.

sormais en bonne place : ainsi la maison « C. Granier » réalise-t-elle entre 15 et 25 % de ses achats dans des caves coopératives des villages alentours jusqu'au début des années 1960[1].

De fait, dans la pratique, ces caves coopératives deviennent des entités à part entière dans le jeu commercial comme le prouve la comparaison entre les registres d'entrées de la maison « C. Granier ». En effet, alors que dans les années 1930, un vin acheté dans une cave coopérative était toujours précédé du nom du vendeur, dans les années 1950, seul le nom de la cave coopérative est référencé. Il y a donc bien désormais une identité commerciale propre pour les caves coopératives : si dans les années 1930, la cave coopérative ne représente qu'une localisation de stockage, dans les années 1950, elle est devenue l'entité « vendeur ». Une étape supplémentaire est franchie dans les années 1960 quand les caves vendent directement aux maisons de l'extérieur. Chez Granier, le chiffre d'achat aux caves coopératives décroit rapidement, très certainement en raison de la nouvelle indépendance commerciale prise par les caves dans ces années-là.

Le signe est alors très clair : les caves coopératives n'ont plus besoin des négociants pour écouler leurs stocks[2].

Si le passage de relais commercial entre les maisons de négoce et les caves coopératives est un témoin de l'effacement des premières, la disparition des marchés aux vins est également un symbole fort.

La lente disparition des marchés aux vins héraultais (1950-1970)

Cœurs hebdomadaires de la filière, les marchés aux vins eux-mêmes connaissent, après la Seconde Guerre mondiale, de profonds bouleversements qui traduisent le malaise à la fois de la filière et du négoce. Ainsi, tandis que les marchés aux vins les plus anciens et les mieux institutionnalisés reprennent après l'arrêt des conflits, les marchés les plus récents disparaissent, comme celui d'Olonzac après 1945. À Saint-Chinian, le marché aux vins disparaît totalement des archives et il n'est plus fait mention de la tenue spécifique d'un marché aux vins dans la bourgade, bien qu'un marché généraliste continue de se tenir les jeudis. Quoi qu'il en soit, dans ces deux cas, plus aucune référence n'est faite dans les documents officiels ou les correspondances après 1939. À Olonzac, dans le même temps s'efface le négoce villageois, pourtant si puissant localement dans les années 1920-1930. Concurrencé par les marchés de Béziers et de Narbonne, il est probable que le marché d'Olonzac ne draine pas assez de transactions pour conserver un quelconque intérêt aux yeux des négociants qui préfèrent se rendre à Narbonne ou à Béziers pour rencontrer clients et fournisseurs. D'ailleurs, lorsqu'il est décidé, en 1962, d'établir une commission de cotation des vins du Minervois, celle-ci se tient à Béziers[3] et non pas à Olonzac, pourtant capitale du Minervois héraultais. Il en va très certainement de même pour le marché de Saint-Chinian qui se trouve dans la zone de polarisation biterroise. Ainsi, au mouvement de contraction entrepreneurial qui marque la période est as-

[1] ADH : 106 J 205, Fonds G. Granier, Régie des vins, 1955-1977.
[2] Ni même de l'URCAM d'ailleurs qui disparaît en décembre 1966.
[3] Arrêté préfectoral, 14 décembre 1962 (cité dans *MV*, 09/01/1963).

socié un fort mouvement de contraction spatiale du marché des vins dont l'activité commerciale se concentre désormais dans certains lieux bien précis.

Dans les autres centres d'expéditions héraultais, la situation n'est pas plus reluisante. À Sète, le marché se tient toujours tous les mercredis à la fin des années 1960[1], mais il semble réduit à son strict minimum[2]. Il semble même avoir quitté l'esplanade centrale[3], peut-être pour le quai de Bosc où se trouve le nouveau Café des Négociants[4]. Ce déplacement est significatif d'une réduction de l'activité du marché. En effet, ce dernier se déplace d'une esplanade vaste, au cœur de la ville, vers un quai (c'est-à-dire, concrètement, un trottoir), à la limite de l'hypercentre. Déplacement symbolique à double sens : comme les maisons de commerce, le marché s'écarte du centre et il se tient désormais dans un espace très réduit.

Dans le même ordre d'idées, à Béziers, André Cabrol qui assure pour le *Midi Vinicole* le compte rendu du marché[5] insiste, semaine après semaine, sur le délitement du marché biterrois, sur la carence des transactions et sur le peu d'activité[6]. Ici aussi, les procès-verbaux des commissions de cotation relèvent la grande faiblesse voire l'anémie des transactions[7]. Gaston Galtier souligne pour sa part la désaffection des marchés héraultais au début des années 1950. Dorénavant, alors que les places de Béziers ou Montpellier voient toujours s'échanger respectivement 7 et 4 M d'hl en moyenne annuelle dans les années 1950, les négociants et les producteurs se retrouvent surtout sur les domaines et dans les caves coopératives[8]. Dans *Le Monde*, en avril 1952, André Leveuf regrette la désaffection du marché de Montpellier où « on ne traite plus beaucoup d'affaires et surtout, on n'y apprécie plus les vins »[9]. Si la tendance était déjà largement amorcée dans les années 1930, la dilution et le détachement vis-à-vis des rapports personnels directs – dont le marché était la symbolisation – qui s'accroissent après la guerre, expliquent en grande partie ce déclin comme le déplore fréquemment Jean Valéry dans le *Midi Vinicole*.

D'ailleurs, dans l'hebdomadaire de référence du Commerce après le conflit, la question de la survie des marchés aux vins est posée dès la fin des années 1950. Dans un article sur le déplacement du marché de Montpellier, Jean Valéry revient sur le déclin des marchés aux vins méridionaux et plus particulièrement ceux de Béziers et de Montpellier qui « n'ont cessé de perdre de leur intérêt depuis ces dernières années »[10]. À Béziers, « le nombre de commerçants a diminué considérablement et même d'importants viticulteurs ne s'y rendent

[1] *Bottin du commerce*, 1969.
[2] Régulièrement, les transactions sont insuffisantes pour pouvoir établir une cotation. C'est d'autant plus vrai après 1963 et la réduction de l'importation des vins algériens qui transitaient par la place.
[3] Selon certains témoignages locaux.
[4] *Bottin du commerce*, années 1950-1960.
[5] Les « Chroniques vinicoles », à lire toutes les semaines dans le *MV* et qui offre un compte rendu de l'état du marché.
[6] « Bulletins des Vignobles », *Midi Vinicole*, chaque semaine. Par exemple, en mars 1963, il note que « les acheteurs ont abandonné toute effervescence et nos marchés sont retombés dans une certaine stagnation » (*MV*, 16/03/1963). En mars 1966, il indique que « la semaine écoulée a été marquée par une carence presque complète de la demande » (*MV*, 02/03/1966).
[7] ADH : 370 W 18, Préfecture, Services agricoles, Commissions de cotation, 1956-1958, par exemple.
[8] GALTIER G., *op. cit.*, p. 454.
[9] ADH : 157 J 28, Fonds Grasset-Morel, Situation du marché, coupures de presse.
[10] *MV*, 23/11/1960. Le journaliste se demande alors si le marché des vins va disparaître et évoque la faible affluence du marché, symbole d'une désagrégation du tissu viticole héraultais.

plus »[1]. Symbole de ce déclin représentatif dans la société héraultaise, cet article est écrit alors que le marché aux vins montpelliérain a dû, sous la contrainte des pouvoirs publics, quitter la place de la Comédie. D'abord déplacé en raison de la fermeture du Café de France dans un « angle mort » de la place en 1957[2], il est ensuite transféré loin du cœur économique de la ville, au Pavillon populaire de l'Esplanade en 1959 à l'écart du centre-ville[3]. En dépit des aménagements de la mairie à cet endroit[4] et face au mécontentement des courtiers, des négociants et des propriétaires, le marché est à nouveau de retour en centre-ville mais en dehors du cœur de la ville[5].

Cet amoindrissement des marchés se double logiquement de la réduction des commissions de cotation.

Un symbole : rationalisation et réduction des commissions (1950-1970)

Après les difficultés liées à la Seconde guerre mondiale, l'atonie et le désordre du marché ainsi que les perturbations qui ont suivi l'immédiat après-guerre, les commissions de cotation connaissent la même évolution que les marchés aux vins ou l'ensemble de la filière. Cette évolution se traduit dans leur cas par une limitation de leurs conditions d'exercice sous l'impulsion de l'action étatique.

Cette action se place dans la continuité de la fin des années 1930. En effet, à cette période, l'État cherche déjà à mieux contrôler ces commissions qui sont aux mains des négociants. En août 1938, un décret instaure deux commissions mixtes de cotation qui prendront le nom de « Commission spéciale de cotation », l'une à Béziers, l'autre à Montpellier[6]. On y retrouve 10 membres délégués de la Chambre de commerce et dix membres délégués de la Chambre d'Agriculture. Celle de Béziers se réunit pour la première fois le 4 novembre 1938, sous la direction du sous-préfet. Il y est alors décidé que la présidence sera donnée en alternance annuellement à un propriétaire et à un commerçant. Dans une ambiance de compromis et de conciliation, les propriétaires proposent que le premier président soit nommé parmi les commerçants « plus au fait des pratiques et des mieux documentés »[7] : Paul Araou est nommé à ce poste. La commission spéciale se réunira tous les vendredis à la suite de la commission de cotation, à 15h, salle de la Bourse de la Chambre de commerce.

Si cette commission s'arrête comme toutes les autres avec le conflit[8], elle donne une indication de la dynamique que va impulser l'État dans les années d'après-guerre.

[1] *idem*..
[2] *MV*, 16/02/1957.
[3] ADH : 4 ETP 257, CCM, Lettre d'U. Vergnes au maire de Montpellier, 15/01/1960.
[4] Notamment des téléphones et des tables, installés par la Mairie (*MV*, 05/08/1959).
[5] À l'angle de l'avenue G. Clemenceau et du cours Gambetta.
[6] ADH : 8 M 225, Commission de cotation spéciale des vins rouges de 10°, marché de Béziers, 1937-1952, décret du 11 août 1938.
[7] *Ibid*., CR réunion du 4/11/1938. C'est là une reconnaissance de ce qui est encore leur domination sur les réseaux de commercialisation.
[8] La dernière réunion a lieu en octobre 1940.

Premier signe concret de cette tendance, certaines commissions disparaissent, selon des temporalités différentes. Ainsi, dans une logique de réduction des cotations et de concentration des commissions, celles d'Olonzac et de Pézenas ne se tiennent plus après 1945. Lorsqu'une nouvelle commission est créée, c'est dans l'une des trois grands centres expéditeurs que les membres de la nouvelle cote se réunissent : vins d'Algérie pour Sète dans les années 1950, vins du Minervois pour Béziers dans les années 1960. Il s'agit là très certainement de la part des pouvoirs publics de marquer leur volonté d'un plus grand contrôle des commissions de cotation. L'intervention de l'État se fait plus pressante à la suite du conflit. Dès 1948, le gouvernement a ordonné aux préfets de « faire une relevé régulier des prix »[1] dans l'optique d'une surveillance accrue des cotes transmises par les commissions de cotation qui ont été rétablies en 1946[2]. D'ailleurs, les pouvoirs publics cherchent à brimer les velléités d'indépendance des commissions de cotations en rappelant constamment qu'elles sont des auxiliaires des « pouvoirs publics [auxquels] elles apportent leur concours »[3]. On est très loin des années 1910-20 où les commissions de cotation œuvraient quasiment sans contrôle. En 1962, une circulaire confirme cette emprise de l'État sur les commissions[4] tandis que des enquêtes régulières sont effectuées[5]. Dans le même temps, la Direction générale des prix et des enquêtes économiques surveille activement les prix chez les négociants et chez les courtiers pour être sûr que les cours établis par les commissions de constatation sont bien pratiqués. Dans le cas d'infractions, le contrevenant est averti puis sanctionné en cas de récidive[6].

Les commissions de cotation deviennent alors à la fois l'outil et le cadre d'exercice d'un contrôle étatique fort et généralisé. Concrètement, ce tour de vis institutionnel se traduit de différentes manières. Tout d'abord, une commission spéciale de cotation est à nouveau créée en 1950[7]. Elle se tient à la fois à Montpellier et à Béziers (il y a donc deux commissions spéciales en réalité) et cote les vins rouges de 10°. Instaurées après un nouveau refus des négociants de voir entrer dans les commissions de cotation des propriétaires en dépit des injonctions ministérielles[8], elles font également suite à de nouvelles plaintes au sujet de l'élaboration de la cote[9]. Logiquement, elles regroupent à la fois des propriétaires, des négociants et des courtiers. Ainsi, la première commission biterroise est dirigée par un président viticulteur (P. Teillard) et deux vice-présidents, le négociant Paul Rouanet et le courtier Louis Carbon[10]. L'État renforce son rôle en décidant que cette commission spéciale déclenchera la

[1] ADH : 2 W 3227, Fonds de la préfecture, Situation du marché, 1948-1952, lettre du secrétaire d'État aux Affaires Économique et au Ravitaillement aux préfets, circulaire 3094, 16/11/48.
[2] ADH : 2 W 1663, Fonds de la préfecture, Commissions de cotation, 1936-1950, Rapport de la Xe Région économique, 5/12/1946.
[3]ADH : 2 W 3353, Fonds de la préfecture, Commission de cotation, 1951-1954, Correspondance, Minute préfectorale, 18/2/1953.
[4] ADH : 1304 W 20, Fonds de la préfecture, Commissions de cotation, Sète et Béziers (1949-1964), Circulaire préfectorale du 03/04/1962.
[5] *Ibid.*, Enquête de 1964 et 1967.
[6] *Ibid.*, Note de la DGPEE, 29/03/1964.
[7] Décret du 20 janv. 1950.
[8] ADH : 1304 W 20, *op. cit.*, Circulaire ministérielle du 11/07/1949.
[9] ADH : 2 W 1663, *op. cit.*, PV de la réunion de la Xe Région économique, 22/11/1949. Ces plaintes proviennent en grande partie du négoce lui-même qui regrette l'utilisation généralisée de la mention « insuffisance d'affaires ».
[10] ADH : 8 M 225, Commission de cotation, cotation spéciale des vins rouges de 10°, Béziers, 1937-1950.

libération des tranches dans le cadre de l'échelonnement du marché des vins. Elle devient donc un organe central du marché viti-vinicole héraultais. À partir de 1950 coexistent donc deux cotes : la cote traditionnelle dite « officielle » aux mains des négociants et la cote spéciale qui fait force de loi. Au fil des années, l'État cherche à encore mieux encadrer les commissions car les pouvoirs publics relèvent « des discordances ayant entraîné des incidents dans certaines commissions de cotation »[1], ce qui n'est pas sans créer des conflits : en août 1953, les commissions officielles de Béziers et de Montpellier refusent de coter en raison des insinuations gouvernementales et de la publication dans la presse de cotes non-officielles (issues de la production).

De son côté, l'État accroît son contrôle sur la commission spéciale en nommant, en 1954, un employé des services économiques chargé de surveiller le travail de la commission, tandis que l'ensemble des affaires traitées est relevé par un employé de la préfecture[2] et que les Renseignements généraux, eux aussi, rédigent des notes d'information pour chaque marché[3]. Ces mesures sont prises dans un climat de tension toujours fort entre Commerce et Propriété comme en témoigne l'ambition des viticulteurs de modifier l'établissement de la cote, notamment en supprimant l'application de la pondération à la moyenne des cours[4]. Le coup de grâce au Commerce est porté quand, en 1959, alors que le marché des vins est réaménagé, les commissions le sont également[5], mettant en minorité les négociants[6]. Dorénavant, le contrôle des cours leur échappe car, si les cotes traditionnelles subsistent, ce sont les nouvelles qui ordonnent le marché[7]. Preuve du renversement total de tendance, les représentants de la viticulture adoptent ainsi les attitudes des négociants dans les années 1920-1930 : ils démissionnent de la commission spéciale en 1961 pour manifester leur désapprobation face aux conditions de cotation[8]. Symbole de la lente déliquescence de l'appareil commercial local, la commission sétoise disparaît, à son tour, en juillet 1967[9].

Cette mise à l'écart du marché aux vins, tout comme l'amoindrissement de son affluence, font état de la disparition progressive du marché des vins de l'espace économique héraultais mais également de son espace social.

Ce déclin de l'influence du négoce dans le département – symbolisé par la chute des effectifs et la réduction des commissions de cotation – s'explique en grande partie car ce dernier n'est plus maître de son destin.

---

[1] ADH : 2 W 1535, Fonds de la préfecture, Commission de cotation, Correspondance, 1953-1954, Lettre du syndicat de Montpellier au préfet, 3/04/1953.
[2] ADH : 363 W 338, Fonds de la préfecture, commission spéciale de Béziers (1950-1957), note manuscrite, 1954.
[3] *Ibid*., Notes des RG, 12/10/1951 ou 22/02/1952.
[4] ADH : 2 W 1535, *op. cit.*, Lettre du syndicat de Montpellier au préfet, 3/04/1953
[5] Décret 59-632 du 16/05/1959.
[6] *MV*, 26/04/1961, il y a alors 3 représentants du Commerce et 4 de la Propriété.
[7] Notamment dans le cadre des libérations des échelonnements.
[8] *MV*, 25/11/1961. Ils refusent de ne coter que les vins de 10° car en l'absence d'affaires, la cote stagne, ce qui n'est conforme à la réalité des transactions.
[9] *MV*, 15/07/1967.

La fin de l'indépendance

D'un point de vue strictement commercial, les maisons de commerce connaissent également un effacement particulièrement marqué. En effet, en même temps qu'elles disparaissent du paysage viti-vinicole héraultais, elles disparaissent des circuits de commercialisation eux-mêmes, sous l'effet conjugué de la Production et des organismes de commercialisation des bassins de consommation, le tout sous l'impulsion de l'État.

Les maisons de commerce, cibles privilégiées

Avant la Seconde Guerre mondiale, les antagonismes entre le Commerce et la Production étaient nombreux mais, dans la pratique, les affrontements sont extrêmement rares. Après 1945, la situation est totalement différente. Les maisons de commerce, fragilisées par un contexte qui leur est défavorable, deviennent les cibles privilégiées de la Production. Les attaques se multiplient alors, dans la presse bien évidemment, mais également sur le terrain.

Dès 1945, les syndicats d'exploitations agricoles de l'Hérault se plaignent lors du Congrès de leur Fédération nationale des intermédiaires qui ont profité du conflit pour largement s'enrichir[1]. Dans leur viseur se trouvent les maisons de commerce qui ont profité de la guerre au détriment des viticulteurs pour réaliser, par le biais de la spéculation et de leur capacité de stockage, de gros bénéfices. Cette intervention donne la tonalité des récriminations et des attaques que subit le négoce à partir de cette date. Ainsi, en avril 1950, André Mastras, ingénieur agronome, directeur de l'URCAM, revient, dans un fascicule analysant le marché des vins, sur les composantes et les évolutions de ce dernier[2]. Sa vision révèle une perception profondément péjorative de l'action des maisons de commerce sur le marché du vin. Pour lui, le marché des vins est symbolisé par « les manifestations les plus tragiques, la splendide voiture et le pied-à-terre du négociant et le dépôt de bilan, la faillite, la propriété vendue par lotissements »[3]. Il présente ainsi un marché des vins manichéen où les négociants sont les principaux nuisibles. Ces derniers sont dépeints comme étant mus par des ressorts matérialistes et profitant des imperfections d'un système juridique qui leur permet de faire faillite pour ne pas avoir à payer leurs fournisseurs. Ils sont donc les principaux responsables des déséquilibres sur le marché des vins. Si ce discours n'est pas nouveau[4], il diffère des périodes précédentes. Jusqu'aux années 1930-40, il était essentiellement idéologique : basé sur une rhétorique empruntée à la dialectique marxiste, il s'agissait de pointer des ennemis afin de renforcer la cohésion du groupe. Après 1945, ces propos semblent se muer dans un discours de combat qui vise à effectivement éradiquer les négociants et les maisons de commerce au profit des producteurs et notamment des caves coopératives qui, avec l'action de l'URCAM, se substituent petit à petit au négoce.

[1] ADH : 515 W 16, CR Congrès 22 novembre 1945.
[2] ADH : 2 W 2660, Direction départementale de l'agriculture et de la forêt, A. Mastras, « Le marché des vins et le rôle de l'URCAM », 16/04/1950.
[3] *Ibid*., p. 2.
[4] Voir l'utilisation du terme « parasites » dans les années 1920 par M. Ravel, le président de la Fédération des Caves coopératives (cf. *BMS*, sept. 1924, Lettre de G. Malet aux directeurs de l'*Éclair* et du *Petit Méridional*, p. 304-307).

Pour Mastras, les maisons de commerce sont responsables des difficultés et des malheurs de la Propriété, notamment en raison de leurs pratiques spéculatives baissières. En effet, dans un contexte de concurrence acharnée entre les producteurs, les négociants profitent de la « course à la vente »[1] dans laquelle se lancent les producteurs pour être sûrs d'écouler leur récolte. Les négociants, véritables « bistrouilleurs »[2], sont également accusés de mélanger des vins de mauvaise qualité pour les vendre sous le nom d'une coopérative dont ils bénéficieraient du prestige. Dans une position de force, ils acculeraient les viticulteurs, isolés et méconnaissant le marché, à vendre leurs vins à des prix insuffisants. Les négociants, enfin, profiteraient des propriétaires en leur mentant sur leur situation financière et en les réglant par des chèques non-provisionnés. Cette vision excessivement caricaturale et réductrice de l'action des maisons de commerce sur le marché des vins sert d'argumentaire aux propositions de Mastras.

Pour lui, les maisons de commerce sont l'alpha et l'oméga de la crise que rencontre le marché des vins héraultais à cette période. C'est essentiellement leur avidité, leurs mensonges et leur incompétence qui rendent le marché instable. Très clairement, il propose donc de les remplacer en centralisant l'offre entre les mains de l'URCAM. Cette situation, selon lui, serait à la fois avantageuse pour les propriétaires, qui y trouveraient une juste rémunération, et pour le négoce parisien, qui bénéficierait d'une offre plus lisible. Les maisons de commerce héraultaises sont dès lors, pour la première fois, la cible directe des représentants de la Production. Cette nouvelle orientation est clairement affichée en conclusion par le directeur de l'URCAM : « Nous avons protesté contre les intermédiaires inutiles mais il faut maintenant lutter contre ceux qui sont des parasites ! »[3] Mastras ne propose donc plus aux producteurs d'être des concurrents des maisons de commerce mais d'en être les éradicateurs. Cette inflexion majeure dans le discours revendicatif et belliqueux de la Propriété est significative car s'il reprend, en les exagérant et en les généralisant, certaines dérives du négoce (tendance à la spéculation, pratiques monopolistiques, difficultés financières), il marque une rupture avec les époques précédentes.

Tout d'abord, pour la première fois, l'URCAM s'attaque ici directement au négoce local et donc aux maisons de commerce héraultaises. Jusque lors, la principale cible était le négoce des places de consommation, Léviathan informel et puissant, celui de l'« Extérieur ». Dorénavant, les négociants locaux sont concrètement et frontalement visés. Ensuite, pour la première fois aussi, il est question de la suppression des intermédiaires dans un discours officiel et non plus de la simple diminution de leur influence, ce qui était plus ou moins le cas jusque-là, même dans les propos les plus radicaux[4]. Enfin, la solidarité qui était affichée dans le premier XXe siècle vole en éclat sous les coups de butoir des ambitions du mouvement coopératif.

[1] ADH : 2 W 2660, *op. cit.*, p. 14.
[2] C'est-à-dire des trafiquants. *Ibid.*, p. 18.
[3] *Ibid.*, p. 24.
[4] Voir Degrully dans les années 1910 ou Ravel dans les années 1920.

Le coup est d'autant plus rude que les maisons de commerce, languedociennes en général et héraultaises en particulier, connaissent les mêmes difficultés que les viticulteurs et subissent de la même manière qu'eux les aléas du marché. Les rapports d'inspection de la BDF entre 1951 et 1961 indiquent que les maisons de commerce souffrent au même titre que les viticulteurs des répercussions des crises dans les années 1950[1].

La violente attaque de Mastras, éloquente et brillamment exposée, est pourtant incorrecte. Elle dissimule une réalité tout autre, confirmée par les comptes rendus officiels : les rapports de force sur les marchés sont bien plus équilibrés que ne le laissent à penser le rapport du directeur de l'URCAM[2]. Dans les comptes rendus provenant des renseignements généraux, les fonctionnaires de police estiment que les propriétaires savent se montrer exigeants et faire preuve de fermeté pour résister aux négociants lorsque c'est nécessaire. La Xe Région reconnaît même que pour le Languedoc, la campagne 1949-1950 a été « rémunératrice pour la production mais dure et difficile pour le Commerce […] qui a connu des moins-values répétées »[3]. D'ailleurs, tant la maison « C. Salasc » que la maison « C. Granier » enregistrent des pertes sur cette campagne[4]. Il est, en fait, surtout reproché au négoce de vouloir survivre, en s'approvisionnant où il le peut[5], notamment en période de fermeté et de résistance alors qu'il a « tendance à vendre avec des marges dérisoires et quelques fois à perte »[6]. Déjà en 1948, la Direction départementale du Ravitaillement général soulignait le peu d'affaires traitées, la gêne dans la trésorerie, la lourdeur des charges et le profond découragement ressenti dans les milieux commerciaux[7]. Enfin, *Midi Libre* insiste également en 1948 sur le rôle du négoce local comme régulateur des cours et artisan de la stabilité de la filière : « Heureusement, le négoce, dans sa généralité, a su par une habile honnêteté, établir la péréquation entre le prix des vins stockés et le prix des achetés afin d'éviter une hausse à la consommation trop conséquente. »[8] La situation est donc bien plus contrastée que celle présentée par André Mastras. Pourtant, son discours est – directement ou indirectement – repris, à la fois par l'État et par les viticulteurs. Il faut souligner ici que ces propos s'inscrivent dans une rhétorique anti-commerciale du début des années 1950 que résume François Caron : « Ce fut donc le triomphe de la boutique, que la plupart des économistes, hommes politiques et intellectuels de tout bord ont déploré dans les années 1950 »[9]. Les négociants, qui sont sur le marché des vins l'équivalent des « boutiquiers », sont alors les principales cibles d'une argumentation de plus en plus radicale dont Mastras est le parfait exemple.

[1] ABDF : Montpellier, 1951, 1954, 1961.
[2] ADH : 363 W 338, Fonds de la préfecture, Commission spéciale de cotation de Béziers, Rapports des RG, 12/10/1951 ou 22/02/1952.
[3] ADH : 2 W 1663, Commission de Cotation, 1936-1950, CR de réunion, Xe Région, octobre 1950.
[4] Salasc perd plus de 2,3 M de F en 1949-1950 tandis que Granier enregistre une perte nette de 114.112 F en 1950.
[5] Notamment auprès de caves privées (et donc concurrentes des coopérateurs), à des prix légèrement inférieurs aux prix de soutien (ADH : 2 W 2653).
[6] ADH : 2 W 1663, *op. cit.*
[7] ADH : 2 W 3227, *op. cit.,* Lettre de la DDRG, 14/12/1948.
[8] « L'affaire du vin », *Midi Libre*, 02/07/1948.
[9] CARON F., *op. cit.*, p. 249.

Dès lors, cette radicalisation du discours a deux conséquences directes. La première conséquence est, au tournant des années 1960, après une dizaine d'années de soubresauts sur le marché des vins[1], le désir de l'État de raccourcir les circuits de distribution. Agissant dans une logique générale de modernisation de l'outil commercial national[2], l'État vise à réduire le nombre d'intermédiaires. L'action de l'État est ici primordiale car ce dernier cherche à limiter les intermédiaires qu'il considère comme « une des causes de la cherté de la vie »[3]. Ce constat est l'aboutissement de la dégradation de la relation entre les négociants et l'État depuis la Libération. En effet, dès 1944, tandis que se met en place un capitalisme dirigé s'inspirant de planisme vichyste, l'État renforce son pouvoir d'action dans les grands domaines productifs nationaux. Richard Kuisel avance dans *Le Capitalisme et l'État en France* que « la Libération et les premières années d'après-guerre marquent un tournant essentiel »[4] dans l'organisation économique de la France. Le marché des vins n'échappe pas à cette nouvelle logique. Dès novembre 1944, un arrêté enjoint les négociants en vins à acquérir en priorité les vins fragiles et de vidange afin de libérer le marché de ces mauvais vins. Pourtant, comme le note un rapport de la CCM : « Les négociants ont acquis surtout des vins de bonne conservation et fort degré, répartis uniquement dans des caves géographiquement bien placées et importantes. »[5] Ce non-respect des recommandations pousse l'État à renforcer son contrôle et, encore une fois, les négociants se retrouvent sous la coupe-réglée des prescriptions légales en raison de leur entêtement à ne faire prévaloir que leurs seuls intérêts individuels. L'État républicain reprend alors le système rigide du ravitaillement vichyste : système de bons d'achat, taxation, régulation par tranches, régulation stricte des transports, réquisitions[6]. Ainsi, par le biais des bons d'achat auxquels ils sont obligés de se soumettre, les négociants ne peuvent plus choisir leur clientèle[7]. À travers ces dispositions, l'État régule les écoulements en définissant les priorités d'expéditions des marchandises. En outre, le rationnement est prolongé et ramené à 4 litres par habitant et par mois[8]. Enfin, les profits restent encadrés comme pendant la période précédente[9]. Cette situation d'encadrement strict perdure jusqu'en 1947 quand est décrétée la liberté commerciale totale, au grand soulagement des négociants[10]. Mais jusqu'à la fin des années 1960, l'État assure l'encadrement et la régulation stricts du marché des vins. C'est là une des conséquences de la dégradation de la confiance qui existait entre les administrations et les maisons de commerce. Ces dernières, par leur tropisme spéculatif, inquiètent l'État soucieux de la stabilité des marchés.

---

[1] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée, …*, *op. cit.*, p. 87-188.
[2] Ce que Pierre Rosanvallon appelle « l'État keynésien modernisateur ». Cf. ROSANVALLON P., *L'État en France de 1789 à nos jours*, Paris, Le Seuil, 1990, p. 243-268.
[3] *MV*, 04/11/1964.
[4] KUISEL R., *op. cit.*, p. 314.
[5] ADH : 4 ETP 120, Fonds CCM, Inspection générale de l'économie nationale (1944-1958), PV de séance, CCM, 22/02/1945.
[6] Ordonnance du 21 mai 1945 qui permet par exemple grâce aux bons spéciaux « S » de détenir des stocks de vins uniquement pour le ravitaillement.
[7] ABDF : Sète 1945. Le rapport explique : « la règlementation officielle ne permet plus aux négociants de choisir leur clientèle et de traiter avec des maisons qu'ils connaissent », p. 5.
[8] ADH : 4 ETP 120, *op. cit.*, 22/02/1945.
[9] CAEF : B-49637/1, Marché noir, Hausses illicites. De nombreuses maisons de commerce héraultaises sont poursuivies pour des hausses illicites en 1945 et 1946.
[10] Décret du 4 septembre 1947.

Il est alors logique que dans les années 1960, les administrations gouvernementales travaillent à un raccourcissement des réseaux de distribution qui, à terme, passe par la disparition des grossistes : « Le circuit court, affirme un représentant de l'État, c'est la suppression des échelons indispensables qu'étaient le courtier, les expéditeurs, les représentants. »[1] Les maisons de commerce héraultaises sont donc très clairement prises pour cibles par cette tendance modernisatrice planificatrice. C'est d'autant plus vrai que leurs retards structurels (limitation des fonds de roulement, difficultés pour obtenir des crédits, marges réduites, etc.) sont mis en avant par différentes études[2]. Les négociants héraultais pâtissent alors du caractère par trop artisanal de leur entreprise, dans un contexte où la modernité est prônée à outrance. En 1963, le Premier Ministre, Gorges Pompidou évoque même le nécessaire remembrement du commerce : « Notre appareil de distribution est lourd et a un caractère suranné », suscitant de nombreuses craintes et appréhension dans la profession[3].

Dans ce cadre, en mai 1964 se tiennent les Assises du Commerce qui « étudient la réforme du circuit de distribution » et ont en ligne de mire les grossistes et les intermédiaires[4]. On envisage alors la création d' « ensembles commerciaux nouveaux » qui auraient pour objectif de réduire « le désordre existant dans les rapports entre producteurs et commerçants »[5]. Bien évidemment, dans cette logique, ce sont les seconds qui sont considérés comme les « fauteurs de trouble ». Pour concrétiser ce mouvement de réduction des circuits de distribution, de nouveaux organes de commercialisation, concurrents directs des maisons de commerce voient le jour. À Pinet, Étienne Farras, le président de la cave coopérative, met en œuvre l' « Union centralisatrice des transactions des vins du Midi » en 1965. Mais l'expérience tourne court au bout d'un an[6]. L'État favorise également la création de SICA (société d'intérêt collectif agricole)[7]. Dans l'Hérault, elles voient le jour à partir de 1964 (SICA Coteaux du Languedoc), dans le but de « réaliser une concentration de l'offre en accord avec des organismes commerciaux qui permettront d'assurer l'écoulement d'un volume de vin important au prix préférentiel »[8]. En 1966, la Fédération des caves coopératives de l'Hérault vote en faveur de la formation d'une SICA départementale[9]. Dorénavant, il n'est donc plus nécessaire de passer par l'intermédiaire des négociants locaux. Comme le souligne G. Gavignaud-Fontaine : « Il s'agit, ni plus ni moins, de priver les intermédiaires de leur pouvoir économique. » Mais est-ce réellement la bonne solution comme se le demande l'historienne montpelliéraine : « Les supprimer suffira-t-il à effacer les tares du marché ? »[10] On peut en douter de concert avec l'économiste Jean-Claude Montigaud qui relève qu'en dépit de ces tentatives d'éviction du négoce local, « des difficultés demeurent : […] il semble que le pro-

[1] *MV*, 04/11/1964.
[2] ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « Le négoce des vins », 1962.
[3] *La Journée Vinicole*, 15 et 16/09/1963.
[4] *MV*, 02/05/1964.
[5] *Idem.*
[6] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc Viticole, la Méditerranée*…, *op. cit*., p. 234.
[7] Ces sociétés ont pour but de gérer collectivement, sous la forme juridique d'une coopérative, des installations ou des équipements et d'assurer des services sur un territoire bien précis. Elles peuvent assurer des opérations avec des personnes autres que les associés et doivent intégrer un minimum de 20 % d'adhérents non-agricoles.
[8] *MV*, 06/08/1966.
[9] *Idem*.
[10] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc Viticole, la Méditerranée*…, *op. cit*., p. 233-234.

ducteur soit pris de vertige devant l'ampleur des problèmes d'une distribution de plus en plus technique »[1].

La seconde conséquence est la mise en cause directe des négociants héraultais dans plusieurs affaires et les agressions physiques auxquelles doivent faire face les maisons de commerce. Dans un climat de radicalisation du mouvement vigneron, ces opérations « coup-de-poing » concernent quasi exclusivement les importations. Il est somme toute logique que cela soit ce prétexte utilisé car contrairement aux autres dérives qui touchent le marché des vins (fraudes diverses, falsification de documents administratifs, spéculation), c'est le seul domaine dans lequel la Production ne peut pas être, elle-même, accusée. Par ailleurs, les maisons qui n'importent pas ne sont pas touchées par ces mouvements de mécontentement, comme les maisons « C. Granier » ou « Jeanjean et fils »[2].

Par conséquent, les négociants importateurs subissent les foudres des organisations viticoles. Dès 1949, un négociant de Villeveyrac est accusé d'avoir fait rentrer illégalement 12.000 hl de vin espagnol avarié dans ses cuves[3]. On le soupçonne de vouloir retaper ces vins puis de les utiliser dans des coupages. Après des pressions de la part des coopérateurs villeveyracois et un relais parlementaire (le député Gros), une enquête menée par la préfecture démontre que les vins ne sont pas avariés[4]. En 1960, la CGVM condamne les importations de vins dont les provenances étaient douteuses et menace de futurs « excès regrettables »[5] contre les importateurs peu scrupuleux. En outre, la CGVM s'élève contre la demande des négociants sétois de faire du port de Sète une zone franche, donc vierge de tout contrôle, ce qui entrainerait nombre de fraudes qui se feraient, selon elle, au détriment de la viticulture. Dans les années 1960, alors que le traité de Rome fait planer la menace du Marché commun sur un secteur ultra-protégé et que les vins algériens ne rentrent plus en masse sur le territoire pour supporter la demande, la question des importations prend une tournure dramatique. L'excessivité du message anti-négociant qui existe depuis le début du siècle associé à l'émergence de groupes radicaux au sein du monde viticole[6] expliquent inévitablement, dans un contexte délicat, les débordements. En mars-avril 1963, des maisons de commerce dans l'arrondissement de Béziers sont « visitées » par des vignerons en colère qui vident les cuves de vins importés dans le meilleur des cas, détruisent du matériel dans le pire[7]. Régulièrement, certains groupes de viticulteurs, menés par de jeunes syndicalistes (Maffre-Baugé, Gauch, Escande) arrêtent des trains remplis de vins algériens à destination des maisons de commerce du département[8]. Si dans ces premières années de revendication, les bâtiments publics sont régulièrement la cible des CAV et si les actions menées contre les maisons de négoce ne sont pas encore aussi violentes que dans les années 1970-2000, elles marquent une nette accentua-

[1] MONTIGAUD J.-C., *art. cit*., p. 72.
[2] À ce sujet, H. Jeanjean nous a expliqué qu'il avait fait très tôt le choix de n'acheter que des marchandises locales afin de garder avec les propriétaires des relations sereines et respectueuses.
[3] *Midi Libre*, 09/05/1949.
[4] ADH : 2 W 3227, *op. cit.*, Télégramme du préfet, 10/05/1949.
[5] *MV*, 25/06/1960.
[6] Des comités d'action sont formés en 1961 dans le but de pratiquer des « actions directes ». Sur ce sujet, voir ROGER A., « Syndicalistes et poseurs de bombes », *Cultures & Conflits* 1/2011 (n° 81-82), p. 49-80.
[7] *MV*, 20/04/1963.
[8] LE BRIS M., *La Révolte du Midi*, Paris, les Presses d'aujourd'hui, p.32.

tion de l'affrontement. Celui-ci n'est plus seulement idéologique ou commercial mais physique. Les importateurs, ces « margoulins pinardiers »[1] selon Emmanuel Maffre-Baugé, sont pointés du doigt comme étant les premiers responsables des difficultés. Ils préfèrent aux vins de la région des vins étrangers, italiens, algériens, marocains achetés à bas prix, qu'ils coupent et trafiquent puis commercialisent sous une fausse origine. Ce message « anti-importateurs » est relayé par certains parlementaires régionaux qui n'hésitent pas à prendre la défense du plus grand nombre[2]. Il n'est donc pas étonnant qu'en 1967, lorsque les viticulteurs manifestent à nouveau leur mécontentement contre l'importation des vins algériens, les maisons de commerce héraultaises soient à nouveau la cible de leur colère[3]. En dépit des précautions prises par l'État pour interdire les pratiques de coupage de vins français par certains vins importés[4] et limiter les importations des vins algériens[5], le port sétois qui représente au milieu des années 1960 la moitié des volumes de vins importés depuis l'Afrique du Nord est le cadre de nombreux débordements : des chais sont visités, route de Montpellier, du matériel endommagé, des cuves vidées sur les routes ou dans les canaux[6].

À ces agressions physiques et verbales qui mettent le Commerce sous la pression des organes viticoles se joint la mise sous tutelle par les nouveaux organismes commerciaux extra-méridionaux.

Sous le contrôle de l'extérieur

La remise en cause par l'État et les associations viticoles est l'un des facteurs majeurs de l'effacement progressif des maisons de commerce du paysage viti-vinicole héraultais. À cette combinaison d'atteintes du positionnement du négoce héraultais s'ajoute la mise sous tutelle par de nouveaux acteurs qui acquièrent une puissance sans commune mesure. Face à ces nouvelles forces sur le marché des vins, les maisons héraultaises ne peuvent que difficilement résister.

Ce déclin se produit dans un contexte de privation de l'indépendance commerciale. Débuté dans les années 1930 mais en réelle augmentation dès l'après-guerre, il se caractérise principalement par le mouvement de transfert de certaines fonctions – qui plus est hautement rémunératrices – telles que le coupage et l'élaboration des vins, depuis les centres de production vers les centres de consommation. C'est là l'un des facteurs principaux de l'affaiblissement de la structure commerciale du département. Alors que jusque-là, les maisons de commerce départementales partageaient avec les maisons extra-méridionales cette fonction, dorénavant, les négociants de l'extérieur s'approvisionnent directement sur les places de production et procèdent eux-mêmes au mélange des vins dans leurs chais situés dans les bassins de consommation. Contrairement à la première moitié du siècle où le négo-

[1] MAFFRE-BAUGÉ E., *Vendanges amères*, Paris, Ramsay, 1976, p. 167.
[2] Alduy, le député-maire de Perpignan, par exemple.
[3] *MV*, 23/12/1967 et *Midi Libre*, 27/11/1967. On y apprend que les Jeunes viticulteurs ont saccagé les bureaux d'une maison de commerce de Béziers car elle importait des quantités importantes de vins algériens.
[4] Essentiellement italiens et espagnols (JORF, 11/12/1966).
[5] Dans le cas de cotations inférieures au prix d'intervention, les importations seraient interdites.
[6] *Midi Libre*, 29-30/11/1967.

ciant impulsait, sous la demande de la clientèle, les orientations gustatives du marché, c'est désormais le consommateur qui affirme ses désirs. Ainsi, sur un marché qui se contracte et dans une logique de rentabilité, on sert un vin identique, « véritable produit de synthèse qu'aucun marché de production n'est en mesure de fournir »[1]. Seuls les marchés des VDN, de certains vins labellisés (AOC, VDQS) et des apéritifs semblent garder une certaine autonomie[2], le reste des VCC héraultais étant de « plus en plus subordonné à l'extérieur »[3]. De la sorte, alors qu'à la fin des années 1930, les expéditions au forfait représentaient encore la moitié des écoulements[4], au début des années 1960, la maison qui réalise le plus gros chiffre d'affaires est la maison « P. Guibal et Cie » qui est spécialisée dans la vente à la commission. Et pour confirmer cette mutation commerciale majeure, le rapport relève :

> « Dans la mesure où l'on peut affirmer que le goût du consommateur s'est, en général, fixé peu à peu sur un type comportant presque nécessairement des coupages (ou au moins des traitements), on peut présenter l'expéditeur comme l'acquéreur d'une matière brute qu'il revend, à plus ou moins bref délai, et sans transformation, à ceux qui vont élaborer (traitements, coupages, etc.) le produit fini offert aux consommateur. »[5]

Dans ce contexte d'uniformisation et de lissage du marché des vins, tandis que la marchandise elle-même devient « un produit de série »[6], un nouvel acteur vient à la fois confirmer et renforcer cette tendance : la grande distribution.

Au début des années 1960, elle devient l'un des débouchés majeurs pour le marché des vins. D'ailleurs, la presse spécialisée ne s'y trompe pas et relate les ouvertures des « Casino » ou des « Centres Leclerc », donnant moult détails sur le « rayon vin où toute la gamme des vins du Casino, depuis les vins rouges de consommation courante jusqu'aux plus grandes appellations, est présentée au public d'une façon tout à fait pratique »[7]. Mais, en dépit de tous les avantages qui séduisent le patron du *Midi Vinicole*, spécialement invité pour l'occasion par la famille Guichard[8], propriétaire de la chaine de supermarchés Casino, la grande distribution accélère le mouvement de standardisation et d'unification des vins. En effet, ces supermarchés achètent par l'intermédiaire de puissantes centrales d'achats leur marchandise et cherchent, avant tout, à réduire le nombre d'interlocuteurs et donc d'intermédiaires. En outre, ces centrales cherchent à produire un vin standardisé, léger, loin des critères de la majorité des vins héraultais à cette période. Vendus dans des bouteilles d'un litre dites « 6 étoiles »[9], ce

[1] ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « Le négoce des vins », p. 4.
[2] Par ailleurs, très rémunératrice : le rapport de la BDF de 1954 rapporte qu'entre 1952 et 1954, certains crus ont enregistré une augmentation de leur cours de 8.000 à 25.000 F/hl.
[3] ABDF : 1370199402, *op. cit.*, p.5.
[4] ABDF : Montpellier, 1938.
[5] ABDF : Montpellier, 1961.
[6] ABDF : 1370199402, *op. cit.*, p. 4.
[7] *MV*, 27/10/1962.
[8] Qui ont bien compris l'intérêt de faire de la propagande auprès des milieux commerciaux.
[9] Il s'agit d'une bouteille consignée, transportée dans des casiers de douze bouteilles, chaque bouteille étant utilisée près de 15 fois par an environ. (cf. BACHY P., « Les bouchages de la bouteille de vin. Évolution du XVIIe au XIXe siècle » in BOUNEAU C. et FIGEAC M., *Le verre et le vin de la cave à la table, du XVIIe siècle à nos jours*, Pessac, MSH Aquitaine, 2007, p. 284).

sont des vins neutres, identiques, courants, « véritables produits de synthèse »[1], dans lesquels les vins héraultais ne sont qu'une base.

Ici encore, l'action de l'État a été primordiale. En effet, à la fin des années 1950, l'État cherche à développer l'innovation commerciale en supprimant les « obstacles à l'expansion économique » que représentaient les lois protégeant le petit commerce contre la concurrence des « formes concentrées » (grands magasins et sociétés à succursales multiples)[2]. Le « plan Rueff-Armand », remis au gouvernement en 1960, entérine les nouvelles conditions commerciales en France et le négoce est une des victimes collatérales de ce mouvement de modernisation : le nombre d'hypermarchés passe de 3 à 123 de 1964 à 1970 et le nombre de supermarchés de 13 en 1959 à 1365 en 1970[3]. La standardisation est donc bien effective.

Par ailleurs, cette standardisation est particulièrement renforcée par les vins de marque qui, après de timides développements dans les années 1930, connaissent une croissance marquée dans les années 1950 et viennent concurrencer sur le marché des VCC les vins héraultais. Commercialisés par les sociétés à succursales multiples dans un premier temps puis par la grande distribution, il renforce l'ultra-compétitivité d'un marché des VCC où la concurrence est dorénavant féroce. Les « vins du Postillon », « Gévéor », « Kiravi », « Préfontaines », « Margnat », « Veldor » entre autres : tant de vins de marque qui habituent les consommateurs à une typicité que ne peuvent fournir les vins languedociens et qui disposent de moyens de commercialisation sans équivalent. « Veldor » parraine un challenge cycliste, tandis que « Géveor, le vin que l'on aime » s'affiche sur tous les murs du métro parisien et des grandes villes de France sous la plume du dessinateur Hervé Morvan. Les magasins « Nicolas », créés en 1822, « ont comme objectif de rendre inutile la cave du consommateur » et livrent en bouteille, à domicile. En 1951, ils traitent 900.000 hl/an et peuvent écouler jusqu'à 425.000 bouteilles par jour. Ils disposent de 60 wagons-réservoirs et 300 remorques pour acheminer les vins à Paris où sont pratiqués les coupages. Ces vins sont ensuite revendus dans 320 dépôts à Paris et 440 en province. Forte d'un chiffre d'affaires de 8 Mds de F, elle en consacre 50 M pour sa seule publicité[4].

Or, si ces sociétés se fournissent en grande partie dans le Midi, la région n'a plus l'exclusivité des marchés de VCC. Désormais, les vins proposés sont des « vins de hauts degrés et souples, ce qui justifie presque toujours un coupage entre trois éléments : vin d'Algérie, vin du Centre, vin du Midi »[5]. Si les vins méridionaux conservent leur statut de support, le coupage avec les vins algériens et les vins du centre propose à la clientèle un vin souple et standardisé que les négociants héraultais ne sont pas en mesure de fournir. Ils n'ont plus les moyens de « conserver l'apanage de ces mélanges »[6]. Désormais, les maisons héraultaises ne sont plus que de « simples acheteurs »[7]. Après la Seconde Guerre mondiale, le rap-

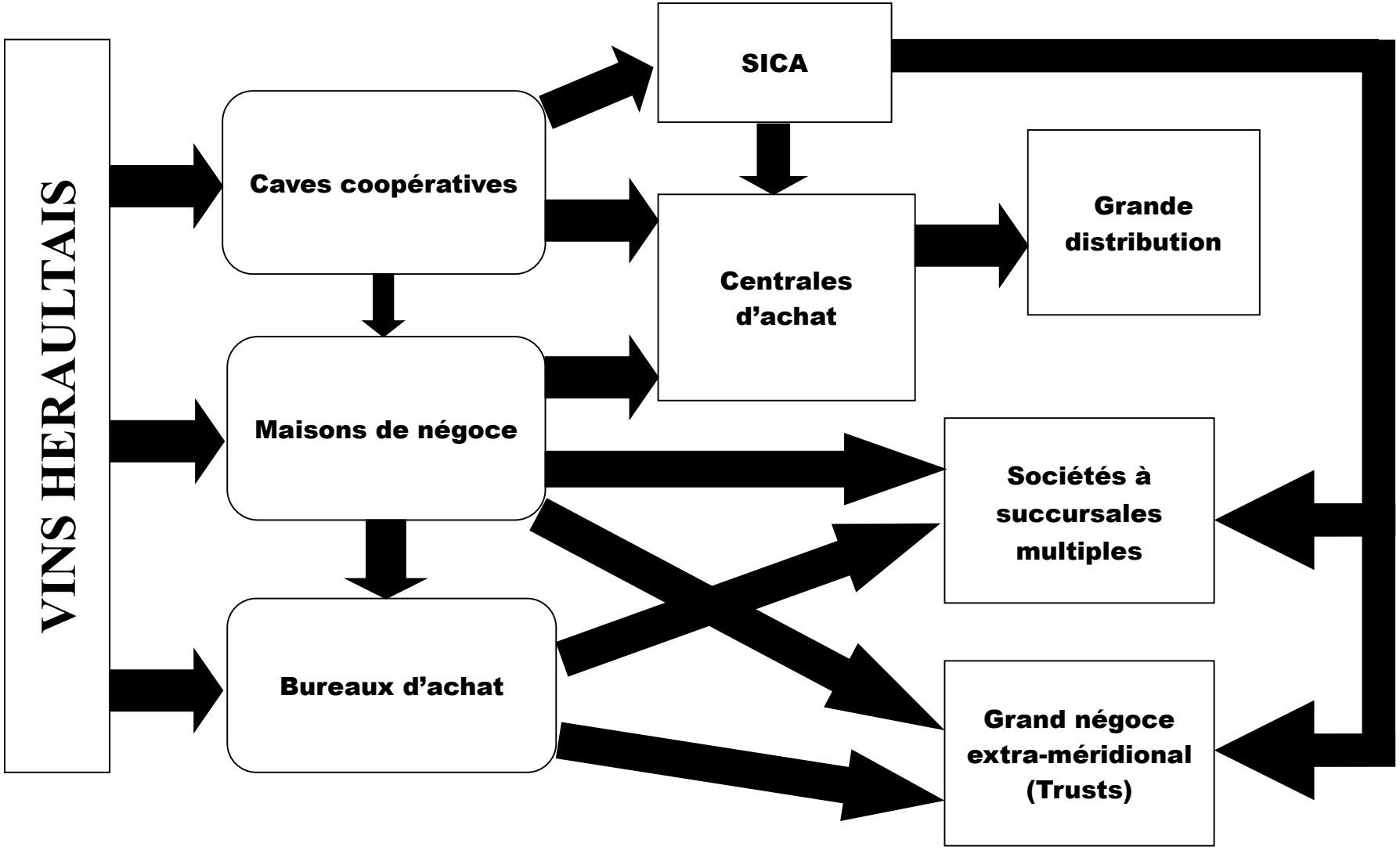
[1] ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « Le négoce des vins », p. 4.
[2] CARON F., *op. cit.*, p. 250.
[3] CLIQUET G. (et alii), « 50 ans de grandes surfaces en France : entre croissance débridée et contraintes légales », Actes du colloque « 7th international congress, marketing trends », Venise (Italie), 2008 [en ligne].
[4] GALTIER G., *op. cit*., p. 451.
[5] ABDF : Montpellier, 1961.
[6] *Idem*.
[7] *Idem*.

port transactionnel s'est donc inversé : alors que jusqu'aux années 1930, le négociant héraultais disposait d'une clientèle fidèle de distributeurs, ce sont dorénavant ces distributeurs qui s'assurent dans les places de production des partenariats avec des négociants-acheteurs fidèles. Il faut donc s'adapter à cette nouvelle demande, dans un contexte considérablement concurrentiel. Particulièrement néfaste sur le marché des VCC pour les maisons de commerce, c'est un nouveau coup porté à la survie et à l'indépendance des négociants languedociens. Par conséquent, le positionnement du négoce local en est modifié (sch. 13, page suivante).

En outre, à cette logique concurrentielle s'ajoute, surtout à partir des années 1960, une absorbation des structures commerciales héraultaises. Ce phénomène de concentration s'effectue de manière verticalo-horizontale et avec des capitaux étrangers au département. En effet, de grandes sociétés rachètent de plus petites dans une logique de concentration horizontale qui vise à s'assurer une part grandissante du marché mais également dans une logique verticale qui vise à s'assurer toutes les opérations commerciales sur le marché. Concrètement, les petites maisons de commerce qui sont englouties par de plus grosses deviennent alors des prestataires de services pour leur nouveau propriétaire. Bien évidemment, ces compagnies si elles ne sont pas forcément étrangères à la région, sont financées en grande partie par des capitaux extérieurs. Ainsi, la CGVMA, la « Société vinicole du Languedoc », « Saint-Raphaël-Quinquina », « Schenk SA » ou la SAPVIN[1] qui, petit à petit, rachètent des maisons de négoce de petite ou moyenne envergure dans le département, alors que disparaissent les plus importantes[2]. « Dubonnet » qui concentrait ses activités dans le port sétois grâce à des capitaux essentiellement parisiens, fusionne avec Cinzano puis la société Violet Frères (qui détient Byrrh) pour fonder la CDC (Compagnie générale des Produits Dubonnet, Cinzano, Byrrh) entre 1957 et 1960[3]. Quelques années plus tard, DMS, filiale de la CDC, ouvre une succursale à Sète (en plus de Lyon, Lille et Bordeaux), avec des chais pouvant contenir plus de 200.000 hl. La SVF-SAPVIN, sous la houlette de Paul Crémieux, cherche pour sa part à contrôler le marché des vins de table en rachetant les firmes confectionnant les vins de marque (Margnat, Kiravi, Gévéor par exemple) et concentre donc la demande dans le département. Par ailleurs, ces grands groupes s'appuient sur des institutions bancaires qui leur offrent une puissance financière sans commune mesure[4]. La place réservée aux maisons traditionnelles est des plus exigües et il est alors impossible de résister ni de lutter face à « l'absorption des trusts »[5]. Même les sociétés les plus anciennes et les plus réputées sont rachetées par de grands groupes, parfois étrangers. En 1958, la maison « P. Bertouy » de Marseillan est rachetée par la maison algérienne « Crisias & Houradou »[6] et, au tournant des années 1970, la filiale française du québécois « Seagram Limited » prend le contrôle de « Noilly-Prat ».

[1] Qui a racheté en 1965 la Société des vins de France (SVF).
[2] « Bühler J.-C. », « Parlier & Krüger », « J. Meyer » disparaissent dans les années 1950.
[3] MONTIGAUD J.-C., « Répercussions sur les marchés viticoles de l'évolution en cours dans le secteur commercial », *Économie Rurale*, n°63, 1965, p. 70.
[4] BARDISSA J., *op. cit.*, p. 71. C'est le cas de la Banque d'Indochine, BNP, le Crédit agricole ou de Paribas.
[5] « La concentration des entreprises », *MV*, 27/04/1968.
[6] ADH : 2068 W 326, Fonds du TCB, Fichiers du registre du commerce.

Sch. 13 : Le nouveau circuit de commercialisation dans les années 1960 (hors vente directe)



Dans la pratique, le renforcement de la tutelle extérieure est nettement sensible, surtout dans les années 1960. Les activités de forfaitaires sont devenues minoritaires et les négociants agissent dorénavant, nous l'avons vu, en très grande majorité en tant que commissionnaires. Selon Raymond Dugrand en 1964, les forfaitaires n'assurent plus que 40 % des expéditions languedociennes à cette époque[1]. Or, du fait de la spécificité départementale héraultaise (VCC), on peut considérer que ce chiffre est moindre dans le département. En outre, R. Dugrand emploie le terme de « forfaitaire » alors que ce dernier ne recoupe aucune réalité, les négociants travaillant, on le sait, à la fois à la commission et au forfait. Quoi qu'il en soit, l'ensemble des observateurs de l'époque s'accordent à dire que moins de 50 % de la production locale est traitée par les négociants locaux, le reste étant directement expédié vers les sociétés de commercialisation extra-méridionales soit par le biais des caves coopératives, soit par l'entremise des bureaux d'achat. Et encore faut-il souligner qu'ici les activités des négociants « forfaitaires » consistent essentiellement dans le traitement et le stockage des marchandises. Il n'est presque plus question de coupage ni d'assemblage dans les années 1960.

Telle est la situation de maisons de taille réduite comme la maison « C. Granier » mais également de grandes comme « Wacrenier » qui traite à la commission pour les « Vins des Postillon », la maison « Guibal P. et Cie » pour les « Ets Nicolas » ou la maison « Beaumes Frères » pour la société « Vin des rochers ». Les maisons de commerce héraultaises passent avec ces grandes maisons parisiennes des contrats d'exclusivité qui renforcent leur forte subordination[2]. La rémunération des commissionnaires étant limitée (environ 0,5 % du prix par hl), il faut donc traiter des quantités importantes de marchandise pour pouvoir tirer des bénéfices. Le négoce distributeur a donc réussi à réduire les circuits de commercialisation, en faisant des négociants héraultais des relais de commercialisation uniquement, dans la lignée des bureaux d'achat ouverts dans les années 1930.

Les années 1960 ne sont que le début de ce large phénomène de concentration sur le territoire national[3] mais elles marquent, dans l'Hérault, un tournant majeur qui aboutit à l'asphyxie et à l'assujettissement des maisons de commerce locales. Et finalement, seules quelques maisons que nous allons évoquer dans le chapitre suivant arrivent à survivre pour une durée plus ou moins longue.

En définitive, cette période des années 1950-1960 marque très clairement la fin d'un négoce héraultais traditionnel qui avait émergé au tournant du XXe siècle. Sous les coups de la conjoncture, de l'émancipation – parfois brutale – de la Production et de la mise sous tutelle totale par les nouveaux organismes de consommation extra-méridionaux, il disparaît lentement du paysage viti-vinicole héraultais.

---

[1] DUGRAND R., *op. cit.*, p. 169.
[2] ABDF : Montpellier, 1961.
[3] Au milieu des années 1970, le magasine *Entreprise* regrette la faible concentration du marché des vins en France, soulignant que 154 entreprises de négoce ont un chiffre d'affaires qui dépasse les 10 M de F alors que la « Société des Vins de France », plus grand trust viticole national, ne représente que 15 % du marché (cité par BARDISSA J., *op. cit.*, p. 59).

Indéniablement, un acteur majeur du marché des vins et du paysage viticole départemental s'efface en quelques années. C'est principalement en raison d'un modèle de développement en crise que nous allons étudier plus en détail dans un dernier chapitre où nous aborderons également les tentatives qui sont faites pour amender ce modèle de développement commercial.

CHAPITRE 4 : APRÈS 1950, UN MODÈLE DE DÉVELOPPEMENT EN CRISE

Face aux difficultés qui touchent la profession, les maisons de commerce peinent à résister. Si les contrariétés conjoncturelles peuvent être dépassées par la force de l'habitude, les défaillances structurelles sont plus handicapantes. Elles expliquent ainsi les grandes difficultés qu'éprouvent les maisons de commerce durant cette période.

Mais ces difficultés sont partagées par l'ensemble de la filière. Dans les années 1950 et 1960, le *Midi Vinicole* évoque souvent les crises qui frappent la filière viti-vinicole méridionale. Or la communauté de destin entre l'économie viticole régionale et l'économie générale est indéniable dans le département. Ce constat est partagé en grande partie par les autorités puisque différents projets sont entrepris pour diversifier l'économie régionale[1] et la faire sortir de l'emprise de la monoculture viticole. Le négoce des vins fait donc face à une situation des plus complexes où le tissu économique local connaît une dégradation et une mutation rapide.

Dès lors, pour les maisons de commerce héraultaises, cette période est placée sous le signe de la dualité : alors que l'activité commerciale se réduit nettement, certaines maisons parviennent à résister au déclin généralisé d'une profession en crise grâce à des stratégies d'adaptation.

L'atrophie de l'activité commerciale dans le département

Nous venons de voir que le marché connaissait des mutations considérables en raison de forces extérieures face auxquelles le négoce héraultais ne peut lutter. Dans ce contexte malaisé et délicat, l'activité commerciale dans le département se réduit largement comme le constate l'inspecteur de la BDF en 1961 : « La situation [du commerce des vins] apparaît actuellement assez terne »[2].

Les circuits commerciaux connaissent tout d'abord une nouvelle mutation, tandis que l'armature commerciale se dégrade elle aussi.

La mutation des circuits commerciaux : entre contractions et tentatives d'expansion

En raison des pressions auxquelles doit faire face le négoce héraultais à partir des années 1950, mais également dans un contexte de mutations profondes de la production locale[3], il adopte, comme dans les années 1930, deux attitudes. La première est celle du repli commercial et elle est symbolisée en partie par la maison « C. Granier ».

[1] Compagnie d'aménagement du Bas-Rhône et du Languedoc en 1955 ; Mission interministérielle d'aménagement touristique du littoral du Languedoc-Roussillon dite « Mission Racine » en 1963.
[2] ABDF : Montpellier, 1961.
[3] En partie autour de ce que G. Gavignaud-Fontaine appelle « la défaite programmée de l'aramon », c'est-à-dire une politique de conversion des encépagements dans le département, notamment en faveur du carignan, associé au grenache et au cinsault (cf. GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la méditerranée…,op. cit*., p. 188 et sq.).

Dès les années 1950, une nouvelle contraction est en effet perceptible dans les registres de la maison magalassienne. L'étude des achats et des ventes nous permet de retracer l'évolution des stratégies commerciales à cette période[1]. Première preuve évidente de la forte contraction : la chute des quantités achetées.

Tab. 50 : Nombre de caves achetées par la maison « C. Granier » 1900-1970

1903	***1913***	***1926***	***1933***	***1949***	***1955***	***1962***	***1969***
528	546	640	364	216	281	156	116

Source : ADH : 106 J 12-28, Fonds Granier, Approvisionnements, 1903-1969

Entre les années 1930 et les années 1940, lors de la première phase de contraction, les achats avaient chuté de 40 % pour la maison « C. Granier ». Dans la période suivante, un nouveau cap est passé avec une accélération de ce mouvement de recul : entre le milieu des années 1950 et la fin des années 1960, la maison de négoce achète 59 % de caves en moins. Au total, sur l'ensemble de la période, de 1900 à 1970, la maison « Granier » achète cinq fois moins de caves à la fin de la période qu'au début et six fois moins entre la période où elle achetait le plus et celle où elle en achetait le moins. Dans une période rendue difficile par des facteurs exogènes, la maison choisit le repli commercial afin d'assurer la stabilité de la maison.

En conséquence, les Granier font appel à un nombre décroissant de courtiers : entre 25 et 30 dans les années 1940-50 ; une douzaine dans les années 1960. En outre, alors qu'au début de la période, ils travaillent régulièrement avec 6 à 7 courtiers, ils ne font plus appel qu'à 3 courtiers réguliers (Maury, Lac, Gelly), les autres n'intervenant plus que pour des achats ponctuels.

Logiquement, dans cette période de contraction, le nombre de clients et le volume des expéditions eux aussi diminuent.

Tab. 51 : La diminution des écoulements de la maison « C. Granier »

	1949	***1955***	***1962***	***1969***
Nombre de clients	66	50	33	33
Volume des expéditions	17.109 hl	10.829 hl	11.011 hl	10.093 hl

Source : ADH : 106 J 202-203, Fonds Granier, Régie des vins, 1949-1969

Si la contraction quantitative est prédominante pendant la période étudiée, les aires géographiques d'approvisionnement et d'expédition se réduisent notablement également. Ainsi, en ce qui concerne les achats, le phénomène de contraction amorcé dans les années 1930 se poursuit dans les années 1950 et 1960. Durant cette période, un minimum de 50 % des achats se concentrent dans un rayon de 5 km ou moins et un achat sur trois environ est effectué à Magalas dans les années 1960. Les rares achats à l'extérieur de cette zone d'achalandage sont

[11] ADH : 106 J 27-28, Fonds Granier, Achats, 1950-1977 et ADH : 106 J 202-203, Régie des vins, 1949-1973.

soit ponctuels (Tressan en 1969, Narbonne en 1955 et 1962, Sérignan en 1962) soit selon des circuits traditionnels anciens (Roquebrun qui représente près de 10 % des achats en 1969 et où la famille Granier va chercher des vins de bonne qualité et hauts en degrés).

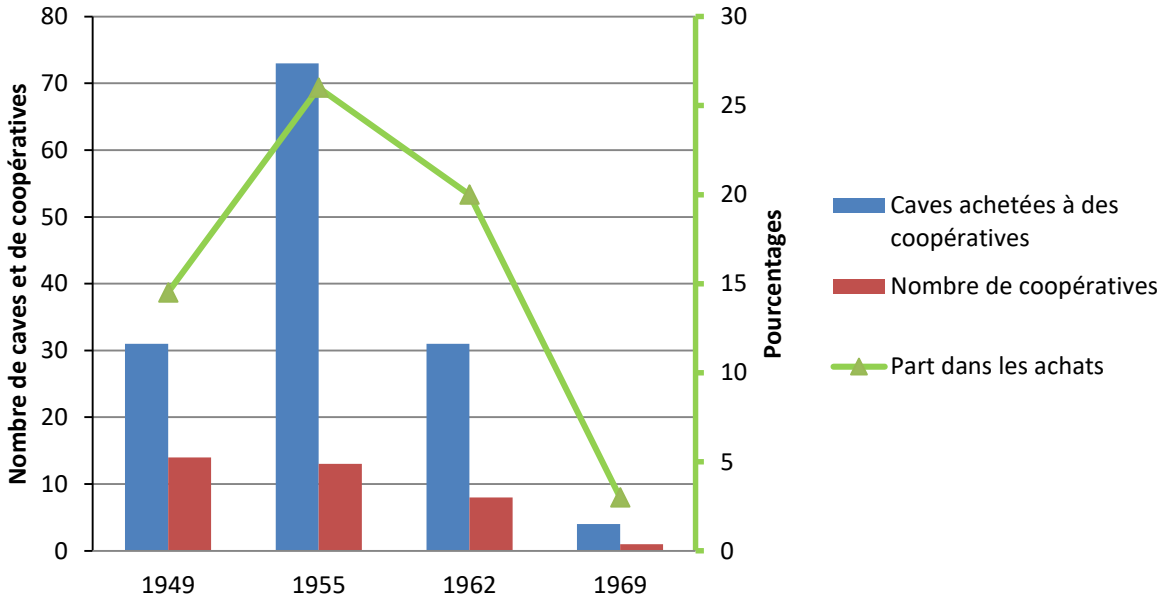
Tab. 52 : La nouvelle contraction géographique et quantitative des approvisionnements chez « C. Granier », 1949-1969

	1949	1955	1962	1969
Nombre de caves	216	281	156	116
Dans un rayon de 5 km	36 %	52 %	72 %	66 %
Dont Magalas	12 %	20 %	37 %	29 %
Entre 5 et 10 km	52 %	35 %	18 %	12 %
Entre 10 et 20 km	10 %	9 %	6 %	15 %
Au-delà de 20 km	2 %	4 %	4 %	6 %

Source : ADH : 106 J 26-28, *op. cit.*

Par ailleurs, comme nous l'avons noté plus tôt, un nouveau type de fournisseurs apparaît dans les vendeurs enfin. Les caves coopératives représentent jusqu'à 14 fournisseurs en 1949[1] et 26 % des achats en 1955[2].

Graph. 15 : Achats de « C. Granier » auprès des coopératives

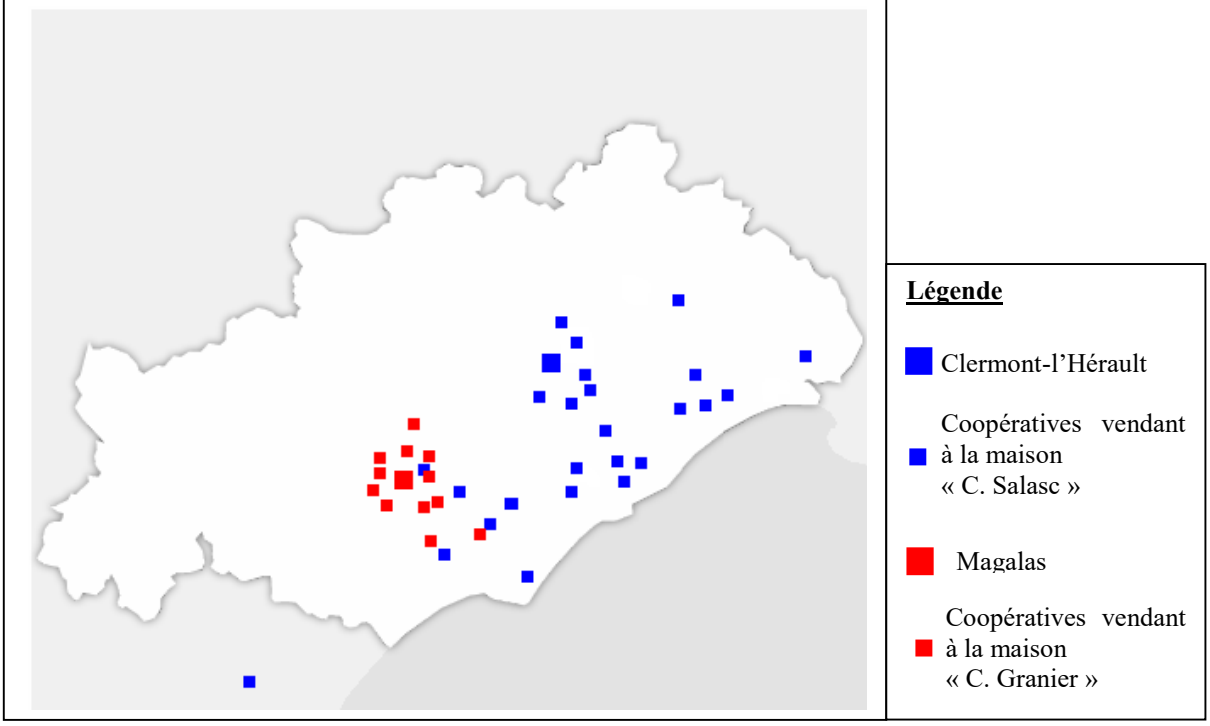


Source : ADH : 106 J 26-28, *op. cit.*

[1] Soit les caves de Cessenon, Murviel, Servian, Alignan, Autignac, Magalas, Gabian, Montblanc, Pouzolles, Saint-Geniès, Puissalicon, Bassan, Laurens, Roujan.
[2] Soit 73 contrats d'achats.

Après 1960, ce nombre décroît largement, en raison de l'indépendance commerciale des « coopés ». Ainsi, Joseph Granier dans les années 1960 ne se fournit plus que très rarement auprès des caves coopératives et le fait principalement à Magalas, son propre village : en 1962, il passe quatre contrats de vente avec la coopérative de Magalas pour environ 220 hl et quatre contrats avec les coopératives de Saint-Geniès (2) et Corneilhan (2) pour environ 240 hl. En 1969, il ne passe que trois contrats de vente avec la cave coopérative de Magalas pour un total de 90 hl. Marcel Salasc pour sa part s'approvisionne également largement auprès des coopératives dont le nombre s'élève à 26 en 1950. Au contraire de la maison « C. Granier », la maison « C. Salasc » qui est considérée par les rapports d'inspection comme une maison active et prospère, dispose d'un bassin d'approvisionnement plus vaste que la maison de Magalas. Cela s'explique essentiellement par la nature de son activité en 1950 : fabrication d'apéritifs et pourvoyeur de la maison italienne « Martini-Rossi » en vins blancs. La zone d'achalandage de la maison clermontaise est donc beaucoup plus vaste que la maison « C. Granier », spécialisée dans les vins rouges de consommation courante (carte 16).

Carte 16 : Fournitures auprès des caves coopératives
Les cas des maisons « C. Granier » et « C. Salasc »
1949-1950



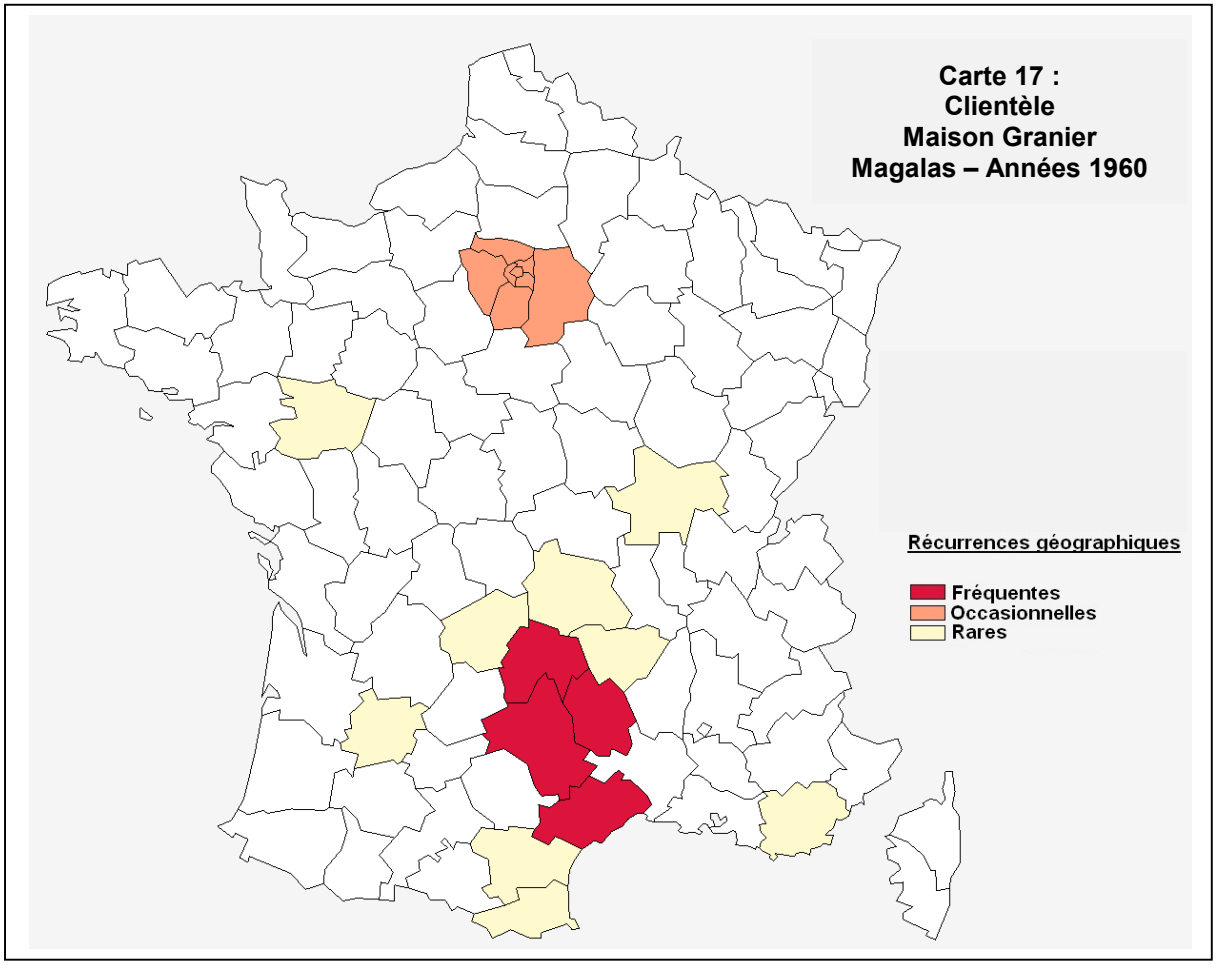
Sources : Fonds privés familiaux (Salasc) et ADH 106 J 26 (Granier)

Du côté des expéditions de la maison « C. Granier », il y a là aussi une réduction de la zone d'expédition avec la concentration sur les clients historiques de la maison, c'est-à-dire l'arrière-pays héraultais (Lozère, Aveyron) et le Massif Central (tab. 53, page suivante).

Tab. 53 : Zones d'expéditions de la maison « C. Granier » 1949-1969				
	1949	***1955***	***1962***	***1969***
Arrière-pays languedocien	30 %	16 %	33 %	15 %
Massif Central	41 %	70 %	42 %	33 %
Région Parisienne	1,5 %	2 %	6 %	10 %
Est	1,5 %	4 %	0 %	0 %
Centre	4,5%	2 %	3 %	3 %
Hérault	11 %	2 %	6 %	27 %
Autres	10,5 %	4 %	10 %	12 %

Source : ADH : 106 J 26-28, *op. cit.*

Entre la fin des années 1940 et le milieu des années 1960, ces deux aires d'expéditions représentent toujours plus de 7 ventes sur 10 alors que la région parisienne et l'Est de la France ne représentent plus qu'une portion limitée du total des expéditions (au maximum 6%). Signe d'une contraction encore plus forte, en 1969, Gabriel Granier vend pour près d'un quart de son vin dans l'Hérault. Ainsi, alors que son volume de transaction et son activité se réduisent massivement à cette période, la maison « C. Granier » tend à restreindre également son étalement géographique en amont et en aval (carte 17).



Ses clients sont toujours en grande majorité des maisons de demi-gros du Massif Central et de ses contreforts méridionaux. On y retrouve également quelques institutions comme le séminaire de Marvejols dans les années 1960. À la fin de la période toutefois, une partie non négligeable de ses ventes se font en direction de maisons de commerce héraultaises qui expédient directement le vin à des grandes sociétés parisiennes. Ainsi, en 1969, il vend près de 2.000 hl à des maisons de commerce héraultaises spécialisées dans la commission ou à des bureaux d'achat de maisons parisiennes : CAMAS, CGVMA, Société vinicole du Languedoc, « G. Cartayrade », « Beaumes Frères ». Mais indéniablement, le rayonnement géographique de la maison se réduit considérablement durant cette dernière décennie.

Par ailleurs, l'activité de la maison se transforme également. Ainsi, dans le cadre d'une transaction avec la maison « Beaumes Frères » il écrit dans le registre en novembre 1969 : « 6 Novembre – Beaumes Frères, Lodève (Vins des Rochers, Paris Bercy) - 148.05 hl ». Le vin acheté par Granier est donc à destination de la société qui commercialise les « Vins des Rochers » à Paris. On peut donc penser que Granier abandonne peu à peu ses activités de forfaitaire pour les remplacer par des ventes à la commission.

Il faut noter ici que l'activité de commission pratiquée dans les années 1950-1960 est différente de celle pratiquée dans la première partie du siècle. En effet, les commettants attendent désormais des commissionnaires qu'ils stockent et traitent pendant un certain laps de temps (généralement moins de trois mois) les vins qu'ils ont achetés pour eux. Ainsi, on ne parle plus de « commission pure » qui a en grande partie disparu du département, mais de « commission forfaitée » qui comprend une partie de manipulation. En réalité, le commissionnaire pur a disparu car depuis l'instauration de la taxe unique sur les vins (1930), il ne dispose plus des avantages fiscaux que l'activité proposait. Dans les faits, la pratique la plus courante est donc désormais la « commission forfaitée » qui reprend les usages de la commission en rajoutant une part aléatoire qui correspond à l'écart des cours entre l'achat et la facturation. Pour qualifier ce nouveau type de négoce, la BDF emploie le terme de « négoce évolué »[1], indiquant par la même à la fois la nouvelle nature de ce type de négoce et son adaptation à la conjoncture. Dorénavant, les coupages font donc la différence entre les forfaitaires et les commissionnaires. Or le forfait n'est plus pratiqué que chez les négociants en apéritifs, VDN ou vins de qualité (AOC puis VDQS puis Vins de pays), celui que l'on nomme « négoce éleveur ». Chez les Granier, cette nouvelle orientation s'explique par les bilans négatifs dans les années 1960[2]. Hormis quelques rares années de bénéfices[3], les pertes s'accumulent jusqu'en 1969[4] où la stratégie de réorientation commerciale permet à la maison de réaliser de substantiels bénéfices (près de 7.000 F).

L'étude des stratégies d'adaptation de la maison « C. Granier » est révélatrice à plusieurs points. En effet, une enquête des CI de 1948 indique que la maison de Magalas est une maison de commerce prospère pour une zone rurale[5]. Dès lors, il est significatif de noter

[1] ABDF : 1370199402, *op. cit*. p. 6.
[2] ADH : 106 J 225, *op. cit*., Comptes de la maison « C. Granier », 1960-1969.
[3] Trois années entre 1960 et 1969 : 1962, 1964, 1965 pour 13.516 F de bénéfices cumulés.
[4] De 1960 à 1969, les pertes cumulées s'élèvent à 70.000 F environ.
[5] Elle dispose de près de 2000 hl de stock et est dans le trio de tête des maisons rurales référencées.

qu'une maison en bonne santé commerciale choisit une tactique prudente afin de ne pas risquer de mettre en danger l'équilibre d'une structure commerciale qui date des années 1860. Il faut noter toutefois que cette prudence est l'une des caractéristiques de la maison « Granier ». En effet, déjà dans la première moitié du XXe siècle, les rapports de la BDF indiquent que la maison « travaille sagement »[1] et qu'elle fait preuve de sérieux dans ses engagements[2]. Gabriel Granier, qui est le dernier héritier de la maison, considère pour sa part que cette prudence est l'une des raisons qui explique la stabilité et la pérennité de la maison familiale[3]. Cette stratégie est d'autant plus possible que, dans le même temps, les Granier investissent en dehors du monde viti-vinicole, dans des sociétés anonymes diverses et variées[4].

Néanmoins, cette stratégie de prudence commerciale n'est pas la seule à être mise en application. En effet, à ce mouvement de contraction s'associe le désir de trouver de nouveaux clients et de nouveaux débouchés pour certaines maisons.

Ainsi, dans les années 1950 et surtout 1960, en raison de la persistance de la crise, de l'amenuisement des débouchés et de l'accroissement de la concurrence, certains négociants héraultais estiment que la meilleure stratégie de développement est celle de l'extension commerciale et donc l'inscription dans de nouveaux réseaux. Ce mouvement expansionniste est plus ou moins limité selon les maisons de négoce. Par exemple, la maison « C. Granier » s'inscrit en partie dans cette logique, notamment dans la seconde moitié des années 1960. En effet, alors qu'elle avait totalement abandonné le marché parisien après la Seconde Guerre mondiale et qu'elle avait enregistré une nette tendance à la contraction géographique, elle se tourne à nouveau vers celui-ci à partir du milieu de la décennie. Même limité en termes de transactions (10% environ), c'est un redéploiement significatif car il souligne la nécessité pour la maison de commerce de trouver de nouveaux clients sur des marchés plus porteurs alors qu'elle vient d'enregistrer plusieurs exercices difficiles. À la fin des années 1960, le marché parisien qui avait été totalement abandonné, devient, en termes de volume, l'un des plus gros (20%) et l'un des seuls – avec le marché héraultais – à connaître une évolution positive pendant la période[5].

Dans le même temps, certaines destinations non traditionnelles connaissent elles-aussi une nette croissance, passant de 7,5 % des transactions à plus de 12 % (avec toutefois un volume plus limité que le marché parisien). Ici aussi, dans une logique de multiplication des débouchés, la maison prospecte une clientèle plus élargie. Ainsi, bien qu'en forte contraction et en se concentrant sur sa clientèle traditionnelle dans les années 1949-1965, la fin de la période (1965-1970) s'accompagne, dans une part non négligeable des expéditions (environ 1/5e), de la recherche de clients non traditionnels (Aude, Dordogne, Saône-et-Loire, Nord, Var). Voici semble-t-il le dernier espoir d'une maison presque centenaire de poursuivre son activité dans un contexte difficile (concurrence accrue et compte d'exploitation déficitaire).

[1] ABDF : Béziers, 1903
[2] ABDF : Béziers, 1926 et 1935.
[3] Entretien avec G. Granier, nov. 2012.
[4] Cf. *infra*, p. 600.
[5] ADH : 106 J 202-203, *op. cit.*

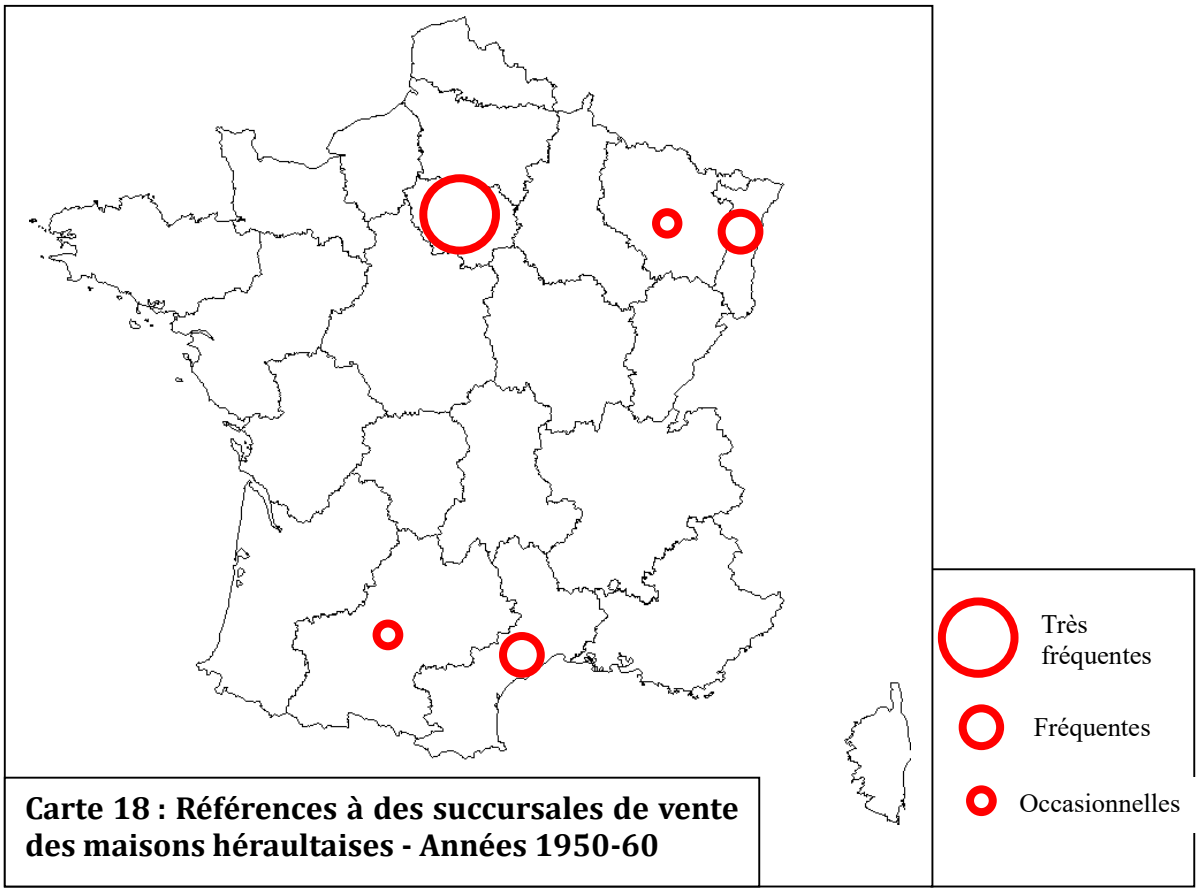
Si la stratégie de la maison « C. Granier » s'avère prudente et équilibrée dans son ouverture, d'autres maisons, durant la même période, concentrent leur stratégie sur ce désir d'extraversion. Dès lors, elles cherchent à trouver de nouveaux partenaires dans une logique d'extension de leur activité et de leur compétitivité : la maison « P. Jeanjean » multiplie par cinq son volume de vins entre 1945 et 1965[1] dans un contexte de concurrence accrue. Dès 1948, Paul Jeanjean ouvre deux magasins de vente au détail à Montpellier, « Les Vins sélectionnés », qui livrent cafés et restaurants de Montpellier des vins confectionnés par la maison « Jeanjean »[2]. C'est là la volonté de s'imposer sur le marché des VCC face aux nouvelles maisons parisiennes qui commencent à irriguer les tables des Français de vins dits « de marque ». Après la disparition de Paul en 1962 qui régnait sur la maison depuis près de 20 ans, les frères Hugues et Bernard décident d'orienter leur commerce de gros vers certains des marchés qu'ils avaient commencé à prospecter dans les années 1950 : l'Est de la France, la Somme, la Bourgogne, la Région parisienne. Quelques années plus tard, ils saisissent les opportunités offertes par l'étranger ou la grande distribution[3]. C'est là une phase marquée du développement de la maison, grâce à l'esprit d'entreprise des deux frères.

Dans la même logique, la maison « A. Méloux » de Montpellier dispose de cinq dépôts de demi-gros sur le territoire métropolitain qui lui permettent d'écouler environ 40 à 50.000 hl chaque année (Montpellier, Paris, Lyon, Montbéliard, Saint Amand-Montrond)[4]. Dans la région du Puy, la maison « Wacrenier », originaire de Castries, ouvre, dans les années 1960, douze succursales de vente des vins de la région montpelliéraine[5]. Depuis Béziers, « Les Fils de Louis Huc » œuvrent dans la même logique en prenant le contrôle d'une filiale en région parisienne dans les années 1950 : « La Compagnie des vins Orgéba »[6]. Celle-ci vient s'ajouter aux succursales ouvertes dans les années 1930, à Gaillac ou à Perpignan. Ces structures permettent d'écouler les 400.000 hl de vins provenant des vignobles environnants, de l'Hérault et d'Algérie[7]. Depuis Sète, les frères Tirat investissent pour leur part dans une société de vente directe à Paris, « Le Bon vin direct » en 1948[8]. De son côté, la maison Marcel Salasc ouvre des succursales dans les régions de consommation afin de toucher directement la clientèle : Alsace, Saint-Étienne, Lyon, Grenoble, Montluçon, Pontcharra[9]. À Frontignan, la maison « F. Mauran » est pour sa part propriétaire de deux succursales à Lyon et Nancy dans les années 1950[10].

L'objectif de ces stratégies d'expansion et de concentration entrepreneuriale vise à maîtriser l'ensemble de la chaîne de commercialisation depuis la confection des vins jusqu'à leur vente à la clientèle. Elles s'opèrent dans un climat de concurrence âpre, renforcée par l'irruption de la grande distribution dans les années 1960. Il est alors logique de retrouver ces

[1] Passant de 50.000 hl à 250.000 au milieu des années 1960 (cf. JEANJEAN M., *op. cit.*, p.75).
[2] JEANJEAN M., *op. cit.*, p.74.
[3] Entretien avec H. Jeanjean, avril 0211.
[4] DUGRAND R., *op. cit.*, p. 169.
[5] *Ibid.*, p. 170.
[6] ABDF : Montpellier, 1951.
[7] GALTIER G., *op. cit.*, p.449.
[8] ADH : 1645 W 137, Tribunal de commerce de Sète, Actes des sociétés, « Le Bon vin direct ».
[9] Entretien avec la famille Salasc, mars 2013.
[10] ADH : 1645 W 139, Tribunal de commerce de Sète, Faillites, « F. Mauran ».

succursales dans les régions traditionnelles de polarisation commerciale des VCC héraultais comme l'indique la carte ci-dessous qui est construite à partir des récurrences géographiques des succursales de distribution (demi-gros et détail) retrouvées dans les publicités ou les sources entrepreneuriales.



Carte 18 : Références à des succursales de vente des maisons héraultaises - Années 1950-60

Pour des maisons aux dimensions plus ou moins limitées, il s'agit de la possibilité de toucher une clientèle locale ou extra-méridionale de particuliers ou de demi-grossistes. Mais c'est une stratégie risquée car elle demande des investissements conséquents et nombreux[1]. C'est donc en partie dans cette diversification des débouchés que s'inscrivent certaines des maisons de commerce du département pour tenter de résister à la concurrence.

Mais, en règle générale, l'atrophie est bel et bien la règle comme le note l'inspecteur de la BDF en 1961 : « La situation paraît assez terne dans l'ensemble et les défaillances comme les développements spectaculaires demeurent l'exception. »[2]

D'ailleurs les comptes d'exploitation des maisons étudiées par le rapport vont dans ce sens. En 1961, il n'y a que 26 maisons de négoce qui bénéficient de crédit à la BDF pour la région de Montpellier, pour un total de 11,6 M de NF. Cela représente moins de 6 % des bénéficiaires de crédit et 7,5 % des concours bancaires. On est alors loin de la domination des concours bancaires au négoce qui était la règle 30 ans auparavant. En outre, les bilans

[1] Chaque succursale de la maison « C. Salasc » dispose d'un directeur commercial, d'une équipe commerciale et de manutentionnaires. À la fin des années 1960, ces sites sont les premiers à disposer de chaînes d'embouteillage, avant même la maison mère à Clermont-l'Hérault.
[2] ABDF : Montpellier, 1961.

d'exploitation des maisons révèlent cette atrophie : sur les 22 maisons recensées, 11 ont un bilan négatif avec des pertes atteignant parfois 14 M de F pour 1959 (Veuve Bonnet à Lunel). Enfin, la majorité dispose d'un chiffre d'affaires limité, en-dessous de 500 M de F, ce qui est un signe de la réduction de la surface transactionnelle de maisons dont le poids commercial est de moins en moins important dans le département. À titre de comparaison, à la même époque, l'URCAM réalise un CA de près de 3.200 M de F[1]. C'est largement insuffisant comme le considèrent les experts. Selon ces derniers, dans la nouvelle compétition commerciale des années 1960, pour faire face aux nouvelles structures (Trusts « SVF-SAPVIN » ou « CDC-Dubonnet ») et à l'ouverture européenne qui se profile, les entreprises disposant d'un chiffre d'affaires inférieur à 10 M de F ne seraient pas en mesure « de remplir les nouvelles conditions de la concurrence »[2]. Or, au début des années 1960, seules quatre maisons de commerce de la région montpelliéraine dépassent ce seuil : « P. Guibal et Cie (38 M), « Coste et Cie » (12 M), « La Vigneronne méridionale » (10,5 M), « P. Jeanjean et fils » (10 M). Dans les autres grands centres départementaux, ces chiffres doivent être sensiblement les mêmes. D'ailleurs, Jean-Marie Prats qui prend les rênes de la maison « Cazalis & Prats » au début des années 1960 estime que lors de son arrivée à la tête du négoce familial, le contexte commercial était particulièrement moribond dans le port sétois et que très rares étaient les maisons prospères[3].

Cette situation d'atrophie s'explique également en raison de la dégradation générale de l'appareil commercial local.

La dégradation de l'appareil commercial héraultais

Au-delà de la mise sous tutelle d'une partie du négoce par les grandes maisons parisiennes et des attaques de la part des représentants de la Propriété qui modifient les rapports de force sur le marché des vins héraultais, d'autres facteurs fragilisent les maisons de commerce héraultaises.

Tout d'abord, dans la continuité des années 1930, le bouleversement dans les transports accentue le déséquilibre entre les régions proches des bassins de consommation et le département. En effet, l'Hérault souffre de la distance qui le sépare des grands centres de consommation : Paris, Lyon, l'Est et le Nord de la France. En conséquence, alors que jusqu'aux années 1930 les vins du Midi étaient transportés directement depuis la région jusqu'aux places de consommation, il en va désormais différemment grâce aux évolutions des moyens de transport. Dorénavant, les vins du département sont largement expédiés par la route. En 1953, par exemple, Gaston Galtier estime que pour la ville de Montpellier, 60 % des vins sont expédiés par la route[4]. À la même période, il estime qu'en moyenne, 8,5 M hl sont expédiés par

[1] *Idem*.
[2] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc Viticole, la Méditerranée*…, *op. cit*., p. 260.
[3] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[4] GALTIER G., *op. cit*., p. 460.

route par an dans le Languedoc sur un total de 21 M hl. Or une grande partie de ces marchandises expédiées depuis le département vers Lyon (20 %) ou le Centre (40 %) ont pour destination finale Paris (dont les expéditions directes depuis la route ne représentent que 10 %)[1]. Après avoir été coupés avec des vins du cru ou des vins algériens, les vins héraultais sont en effet, depuis les maisons de gros ou de demi-gros du Lyonnais et du Centre, réexpédiés vers la région parisienne. En outre, après la fin des années 1940 où les vins algériens ont pendant un temps transité à nouveau par le département, dans les années 1950, le flux commercial Algérie-Rouen reprend le dessus. Au début des années 1960, les importations par le port normand sont alors deux fois supérieures au port sétois[2].

Cependant, comme l'explique Robert Tirat en 1954, cette situation est particulièrement dommageable pour le Midi en général et l'Hérault en particulier :

> « Si la viticulture méridionale est aujourd'hui menacée d'une crise mortelle, […] c'est au coût élevé des acheminements au départ du Midi qu'elle le doit, alors que les camions-citernes transportent à bons compte les vins du Centre sur les distances courtes ou moyennes et que les transports maritimes favorisent le vignoble algérien. »[3]

Dès lors, les maisons héraultaises sont rendues fragiles par une situation d'extrême concurrence qui réduit des marges déjà très faibles à cette période (entre 2 et 3 %). Il n'est alors pas étonnant de retrouver dans les rapports de la BDF entre 1951 et 1961 des comptes rendus le plus souvent négatifs sur les maisons de commerce locales. En 1951, on y apprend ainsi que la maison « J. Meyer », qui était durant l'entre-deux-guerres l'une des plus puissantes de la place biterroise, puis avait été cédée dans l'après-guerre à « l'Entraide Vinicole », a fait faillite[4]. En 1961, le rapport évoque le cas de la maison « Arnal L. » à Lodève. L'inspecteur met en exergue la situation financière de la maison lodévoise qui est « appelée à disparaître ». La signature est écartée (c'est-à-dire que la maison n'a plus le droit d'avoir des facilités bancaires) après un examen détaillé qui conclut ainsi : « Petite affaire qui vit péniblement. Pour limiter les recours abusifs au crédit nous avons écarté les tirages sur Arnal par d'autres négociants. » À Vendargues, la maison « Ranchet Frères » connaît également des difficultés. L'inspecteur recommande alors au directeur de la succursale de Montpellier de conseiller à son client de se désengager de ses participations à l'extérieur de sa société, comme dans la maison « Ranchet et fils » au Puy-en-Velay. À Fabrègues, la maison « Ets Combes Frères » a connu une année délicate en 1958. Alors que les cours du vin ont favorisé la hausse du CA général dans la profession, la maison a perdu près de 50 % du sien. L'inspecteur craint que le capital de la maison ne soit entamé, « l'activité déclinant rapidement ». À Lunel, la maison « Veuve Bonnet » est elle aussi à la peine. Après avoir été « prise » dans de nombreuses faillites, elle doit faire face depuis 1958-59 à des créances

[1] Les chiffres cités proviennent de GALTIER G., *op. cit.*, p. 460-470.
[2] DUGRAND R., *op. cit*., p. 270.
[3] ADH : 4 ETP 257, *op. cit*., « Rapport Tirat sur les transports », p. 2.
[4] ABDF : Montpellier, 1951

irrécouvrables. En outre, elle ne dispose d'aucun fond de roulement et connaît un endettement croissant auprès des banques. En 1959, ses pertes s'élèvent à 14 M de F[1].

Cet exemple est intéressant à double titre. Il prouve déjà que les maisons de commerce héraultaises ne sont pas les seules à connaître des défaillances. En 1958-59, trois des clients de Bonnet font faillite. Même les plus grandes structures peuvent connaître des problèmes comme VINOGEL qui livrait les armées et fait faillite en 1954[2]. En outre, l'exemple de la veuve Bonnet met en lumière les difficultés d'adaptation à la nouvelle rigueur du marché et des circuits de financement. En effet, à de multiples reprises, les inspecteurs soulignent les défaillances administratives des maisons de commerce dans la tenue de leur compte. Même les maisons les plus dynamiques sont critiquées comme par exemple de la maison « P. Jeanjean et Fils » en 1961 :

> « Il est à noter que sur les bilans récents n'apparaissent ni le poste "Propriétaires" à l'actif (acomptes à la propriété), ni le poste "Clients" au passif (acomptes des négociants des places de consommation). Il conviendrait d'obtenir du banquier (Sté Générale) des indications sur les procédés comptables retenus par l'entreprise. »[3]

Tout comme il critique la gestion de la maison « Veuve Bonnet » en grande difficulté, l'inspecteur remet ici en question l'administration de « P. Jeanjean et Fils ». Or il est frappant de relever que si la première est en grande difficulté, la seconde connaît au contraire une croissance marquée à cette période. La récurrence de ces lacunes gestionnaires relevées dans les rapports de l'époque démontre à quel point les maisons héraultaises souffrent d'un retard entrepreneurial à ce sujet. Cela explique que les inspecteurs évaluent la cote de crédit des maisons de commerce héraultaises avec la plus grande des circonspections, tels les « Ets Maury » à Béziers (« Crédit modéré à suivre ») ou « Bouvet & Barbaud » à Sète (« À voir marcher ») en 1951[4].

Réticentes à s'adapter à des pratiques modernes et rigoureuses, certaines maisons refusent même de livrer leur bilan comptable à leur banquier. Épris d'un culte du secret qui est l'une des composantes structurelles de la profession, les bilans ne sont délivrés qu'après de nombreuses démarches de la part des services de renseignements bancaires (c'est le cas de Louis Arnal à Lodève par exemple) voire ne sont jamais rendus public. Ainsi, l'inspecteur s'inquiète en 1961 de n'avoir eu aucun bilan de la maison « Ets Combes Frères » depuis 3 ans alors que le dernier bilan a été très mauvais. La même année, la maison montpelliéraine « Roudil Frères et Corbery », l'une des plus anciennes maisons de la place, refuse de transmettre ses bilans à la BDF et même à sa propre banque (la BNCI), en dépit des démarches effectuées par ces dernières. L'inspecteur relève même : « Le caractère difficile des dirigeants de l'affaire exclut la communication de toute documentation comptable. » Dès

[1] ABDF : 1961.
[2] *Idem*.
[3] ABDF : Montpellier, 1961.
[4] ABDF : Montpellier, 1951. Par ailleurs, depuis la fin des années 1930, toutes les maisons de commerce reçoivent une note. Si la pratique n'est pas généralisée dans les années 1930, c'est le cas dans les années 1950.

lors, lorsque la maison demande en 1961 qu'un effet de 7.000 NF soit réescompté, la BDF refuse, d'autant plus qu'aucun mouvement n'a été enregistré sur le compte depuis 1952[1]. Cette attitude est particulièrement néfaste à la réputation du commerce des vins local. Elle est révélatrice des comportements passéistes face à une mesure pourtant assez ancienne. En effet, les banques demandent depuis le milieu des années 1930 à leurs clients de transmettre leur bilan. C'est en partie en raison de tels comportements que Raymond Dugrand soutient en 1964 que la profession est « la juxtaposition de sociétés modernes et puissantes et de petites firmes rétrogrades »[2]. Ce constat s'explique principalement car les maisons sont encore, dans les années 1950, détenues par des négociants âgés, peu ouverts à la modernité. Ainsi, Paul Jeanjean a du mal à accepter les projets de modernisation proposés par son fils Hugues[3]. Jean-Marie Prats confirme ce conservatisme managérial par le désir de ces patrons de rester coûte que coûte à la tête de leur maison jusqu'à leur décès[4]. Dans son étude de la bourgeoisie française, Adeline Daumard souligne que c'est là un des traits spécifiques à cette profession : « Les négociants […] désiraient rester intégralement propriétaires de leurs affaires. […] Ils trouvaient dans leur travail leur raison de vivre et leur fierté […] et restaient généralement très longtemps à la tête de leur maison. »[5] Mais de cette conception de l'entrepreneuriat découle un certain immobilisme dans la gestion des maisons de commerce. C'est là l'un des facteurs des difficultés rencontrées par la profession durant cette période.

Dans ce contexte, il n'est dès lors pas étonnant que les contrats avec les administrations publiques soient toujours aussi importants. Ce sont là des marchés de niche et sécurisés. S'ils n'apportent que des bénéfices limités, ils évitent le stress des relations commerciales avec des clients soit douteux soit trop puissants. Dans les années 1950, Ulysse Vergnes se spécialise ainsi dans l'expédition de marchandises vers les troupes[6]. Et, au milieu des années 1950, Gaston Galtier indique que « l'intendance militaire est un bon client du vignoble de la région »[7].

Cette situation est également une conséquence des nouvelles conditions du marché des vins. En effet, contrairement aux années 1900-1930 où les « coups » motivaient les stratégies commerciales des négociants, la mise en œuvre d'un marché régulé par l'État entraîne une certaine stabilité qui rend difficilement possible la spéculation de ces derniers. La profession devient de moins en moins attractive. En outre, sur les marchés, le négociant local n'est plus en position de force. Lorsqu'il n'est pas soumis aux exigences des maisons de l'Extérieur, il doit composer avec des viticulteurs qui font preuve d'une « meilleure connaissance du marché » et qui sont « mieux informés que jadis par la presse, la radio, la télévision »[8]. Ces viticulteurs n'ont plus besoin des capitaux provenant du négoce, maintenant qu'ils peuvent faire appel massivement aux caisses régionales du Crédit Agricole : « Presque tous les

[1] ABDF : Montpellier, 1961.
[2] DUGRAND R., *op. cit*., p. 170.
[3] Entretien avec H. Jeanjean, avril 2011.
[4] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[5] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 191.
[6] Information transmise par H. Jeanjean, avril 2011.
[7] GALTIER G., *op. cit.*, p. 448.
[8] *MV*, 15/01/1965.

viticulteurs maintenant font warranter leurs vins en début de campagne, ce qui leur assure leur trésorerie et leur permet de ne pas le mettre immédiatement à la vente » écrit le *Midi Vinicole* en 1965[1]. Par ailleurs, désormais, « le Commerce est axé vers la distribution et sur la vente » et si quelques maisons cherchent à atteindre directement les clients[2], elles ne disposent pas des réseaux et des contacts des magasins à succursales multiples ou des grandes marques. Dépourvu de deux de ses principaux atouts (les réseaux/contacts et l'avance des fonds), le négoce perd définitivement la place privilégiée qui était la sienne jusqu'aux années 1930. On est ainsi sorti de cette « concurrence imparfaite » dont parlait Rémy Pech pour le début du XXe siècle :

> « Même si elle est capable de produire à meilleur compte, la petite entreprise [viticole] retrouve à ce stade le handicap de sa faiblesse financière, qui, joint à des obstacles techniques, économiques et même sociaux la place en défavorable position face au négoce. »[3]

Désormais, même les plus petits viticulteurs disposent des atouts (informations, coopération, crédit) pour leur permettre de rétablir une concurrence plus équitable.

De plus, le tissu commercial change rapidement et isole les maisons de commerce qui survivent. En amont, les courtiers, eux aussi, s'effacent du paysage commercial héraultais et l'affaiblissement du négoce local s'accompagne de la disparition de leurs précieux auxiliaires.

Tab. 54 : Quelques exemples de la disparition des courtiers dans l'Hérault (1929-1969)

	1929	***1947***	***1959***	***1969***
Béziers	146	42	26	22
Montpellier	72	20	20	7
Sète	71	34	23	10
Frontignan	14	6	5	4
Poussan	4	4	3	2
Cazouls-les-B.	5	9	7	4
Clermont-l'Hérault	11	5	5	5
Saint-Chinian	9	6	5	5

Source : Bottin du Commerce, 1929-1969

Entre 1949 et 1969[4], les effectifs des courtiers biterrois chutent de 50 % tandis que les courtiers montpelliérains perdent près des deux tiers des leurs. À Sète, la perte en effectif est du même ordre, tandis que Frontignan et Lunel ne connaissent qu'une chute modérée (33%) mais disposaient à l'origine d'un nombre de courtiers très limité. Dans les villages, les courtiers qui étaient les véritables représentants du commerce – assurant, là où les maisons de

[1] *Idem*.
[2] Cf. *supra*, p. 353-354, not., la carte 18.
[3] PECH R., *Entreprise viticole et capitalisme*…, *op. cit*., p. 463.
[4] *Bottin du commerce,* 1949-1969.

commerce n'existaient pas ou plus, la fonction d'intermédiaires – disparaissent également. À Poussan, il n'en subsiste plus que 2 en 1970 tandis que Saint-Pons-de-Monchiens voit son dernier courtier disparaître au tournant des années 1950. Sur la même période, Cazouls-lès-Béziers en perd 50 %. Seules certaines grosses bourgades viticoles où on commerce des vins de qualité connaissent finalement une stabilité de leurs effectifs : Saint-Chinian, Clermont-l'Hérault, Olonzac.

Cette disparition soudaine dans les années 1950 et 1960 s'explique en grande partie par le développement des contacts directs entre les clients et les fournisseurs. Quand les directeurs de caves coopératives ou les propriétaires de grands domaines ne s'adressent pas directement aux clients extrarégionaux, ils passent par les quelques maisons de commerce locales qui font office de représentants avec l'extérieur. Dans les années 1960, dans une logique de réduction des intermédiaires, les courtiers sont les victimes de la contraction des circuits de commercialisation, en dépit de leur rôle majeur dans la filière.

Cette disparition est également la conséquence de la diminution des transactions dans le département. Dans les années 1950 et 1960, dans le cadre de la réduction de son activité, Granier fait appel à de moins en moins de courtiers : 25 en 1949 ; 12 en 1962 ; 11 en 1969[1]. Tout comme dans les années 1920-30, il utilise les services de courtiers de confiance (Gelly, Bez, Brau, Lac, Maury) pendant toute la période et d'autres de manière plus ponctuelle. Preuve de l'importance de la fidélité dans les relations commerciales et de la nécessaire confiance entre partenaires commerciaux, près d'un tiers des courtiers de 1933 sont présents en 1949 et près de 50 % de ceux de 1955 le sont encore en 1969. En revanche, à de rares exceptions près, peu nombreux sont les courtiers que l'on retrouve à plus de 20 ans d'intervalle après 1945, contrairement à la première moitié du siècle (Cols, Guionnet ou Mas de 1903 à 1949). C'est là un symbole fort d'un délitement de l'armature commerciale héraultaise.

En aval, peu à peu, une partie des clients traditionnels disparaissent également. Les maisons de demi-gros dans le Massif Central, dans le Lyonnais ou dans l'Est de la France, face à la concurrence de la grande distribution, ne peuvent plus résister. Dès lors, de nombreuses maisons qui jusqu'aux années 1960 faisaient venir depuis le département des vins héraultais pour ensuite les revendre à une clientèle de petits commerçants, de cafetiers, de restaurateurs ou de particuliers est mise en rude concurrence par les supermarchés et les hypermarchés. Ainsi, en raison de l'ouverture d'un supermarché à proximité, la maison « Ricard » de Neuvéglise arrête le commerce des vins[2]. Client de Granier depuis les années 1930, la maison du Cantal ne peut assurer des prix aussi compétitifs que la grande surface voisine. Elle disparaît ainsi des registres de vente de la maison « C. Granier » dans les années 1960.

La profession perd donc de son rayonnement commercial et de son attractivité comme en témoigne Jean-Marie Prats. Alors qu'il doit reprendre la maison familiale « Cazalis & Prats » au début des années 1960, il s'exécute à contrecœur, estimant le métier « épuisant »,

[1] ADH : 106 J 26-28, *op. cit.*
[2] Entretien avec D. Ricard, oct. 2012.

notamment en raison du contexte difficile dans lequel se trouve la profession. Il rajoute qu'à Bordeaux, où la famille Prats avait des intérêts, la situation était plus aisée en raison de la bonne réputation des vins de Bordeaux et du type de marché qu'ils occupaient[1]. D'ailleurs, lorsque les investissements croisés entre « Cazalis & Prats » et « Saint-Raphaël » prennent fin dans les années 1950[2], Maurice Péridier, le beau-fils de Gaston Cazalis et gérant de la société, préfère rester chez « Saint-Raphaël » plutôt que continuer à travailler pour la maison familiale héraultaise. Dans ce contexte, il n'est dès lors pas surprenant que les enregistrements d'actes de sociétés chutent drastiquement après 1945. À Sète par exemple, le tribunal de commerce n'enregistre que cinq nouveaux actes de sociétés entre 1950 et 1970[3].

Les maisons qui cherchent à continuer leurs activités dans les années 1950 et à profiter des quelques opportunités qu'offre le marché des vins doivent alors s'inscrire dans une gestion de crise permanente.

Une gestion de crise permanente

Dans un contexte de compétition acharnée, les maisons de commerce sont forcées de s'adapter à un marché des vins où leur positionnement est de plus en plus réduit. Alors que les goûts des Français ont changé, que l'État ou les coopérateurs visent à limiter voire supprimer l'influence du négoce sur le marché et que de nouveaux grands groupes émergent, les maisons héraultaises doivent évoluer. C'est la seule alternative à une disparition à plus ou moins court terme. Or, si certaines refusent ce nouvel élan modernisateur, d'autres au contraire l'embrassent avec réussites. Leurs exemples permettent de rompre avec les schémas d'interprétation classiques faisant de l'entreprise familiale de l'après-guerre un objet historique déprécié. Ainsi, alors que « l'entrepreneur français était décrit comme irrémédiablement conservateur, routinier et sacrifiant la croissance au contrôle familial [et] l'entreprise familiale vue comme inexorablement condamnée à disparaître devant la grande entreprise moderne appartenant à un grand nombre d'actionnaires dispersés et gérée par des managers salariés compétent »[4], plusieurs maisons cherchent à rivaliser avec les grands groupes qui se forment à l'époque.

Pour ce faire, il faut poursuivre l'effort de modernisation tout en adoptant de nouvelles stratégies, le tout dans un contexte financier délicat.

Une nécessité : la poursuite du processus de modernisation

Cet effort de modernisation touche dans un premier lieu les pratiques de commercialisation. Il se caractérise par une nouvelle étape dans la sécurisation des transactions et la rationalisation rigoureuse de celles-ci. Les registres d'achat-vente, ainsi que la correspondance de la maison « C. Granier » permettent de relever cette nouvelle tendance.

[1] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[2] En 1957 semble-t-il. ADH : 3 Q 15410, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 37-323/1891.
[3] ADH : 1645 W 135-137, Tribunal de commerce de Sète, Actes des sociétés, 1945-1970.
[4] DAUMAS J.-C.,« Les dirigeants des entreprises familiales en France, 1970-2010 », *Vingtième Siècle,* ,n° 114, 2/2012, p. 33.

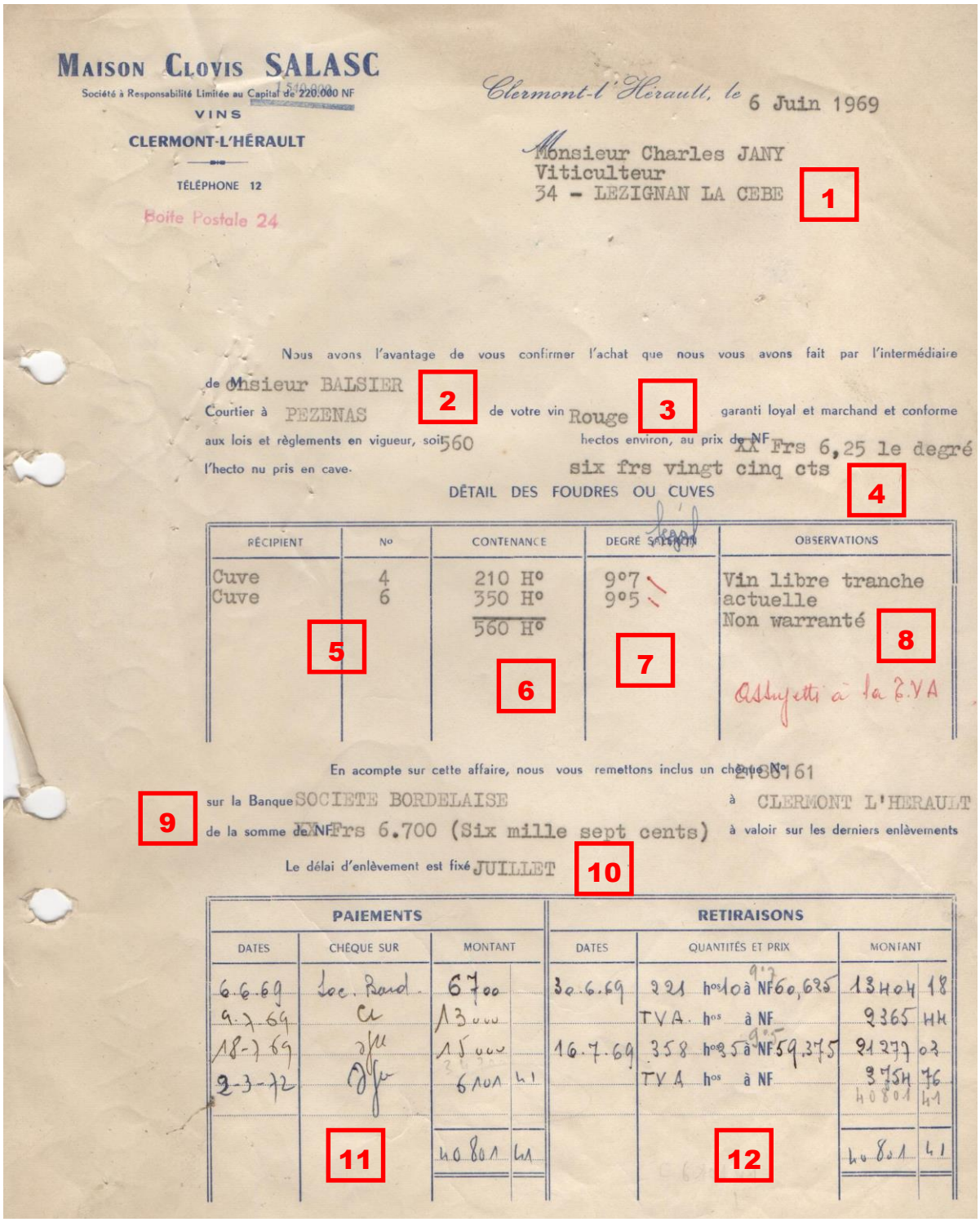
Ainsi, à partir des années 1950, Joseph Granier s'engage formellement et systématiquement, par écrit, sur les conditions de retiraison : « enlèvement immédiat » ou « enlèvement sous quinzaine » peut-on lire dans sa correspondance avec ses fournisseurs alors qu'auparavant, les engagements, notamment avec les propriétaires qu'il côtoie à Magalas ou qu'il rencontre sur le marché de Béziers sont passés oralement. Il précise la vente (au degré ou au degré-hl indifféremment), la quantité, ainsi que le nom du courtier. Le 15 janvier 1963, il écrit ainsi au président de la cave coopérative de Magalas : « Je vous confirme l'achat par l'intermédiaire de M. Maury, courtier, de 53 hl de vin à 10°5 et de 23 hl de vin à 10°, au prix de 5 F le degré-hecto, nu, pris en cave, enlèvement sous un mois. Ci-joint un chèque de 700 F à titre d'acompte. »[1] La transaction est ainsi particulièrement bien cadrée et elle comporte tous les éléments nécessaires à sa bonne réalisation. Jusqu'aux années 1940, les écrits de confirmation sont plus aléatoires et comportent de nombreux éléments flous, pouvant amener à dispute. Ainsi, il est régulièrement évoqué « les habitudes de la place » ou « notre accord », sans que l'on sache véritablement ce que ces termes recouvrent. À partir des années 1950, le nom du courtier est également systématiquement indiqué, ce qui engage sa responsabilité dans la transaction.

À la fin des années 1960, à Clermont-l'Hérault, la maison « C. Salasc » dispose de contrats-types sur lesquels l'ensemble des informations sont rassemblées (figure 30, page suivante). Il s'agit là de sécuriser au maximum les transactions par le biais du contrat qui fait foi devant la justice ou l'administration. On note donc que les entreprises qui survivent – avec réussite pour la maison « C. Salasc » qui présente un bilan nettement positif dans le rapport de la BDF en 1961 – sont celles qui adoptent des pratiques administratives les plus rigoureuses. C'est à la fois un signe de rigueur et d'efficacité pour les clients, les fournisseurs, mais également les banques ou les pouvoirs publics.

Afin de rationaliser les bilans d'exercice annuels, certaines pratiques sont également adoptées. Les courtiers sont ainsi désormais rémunérés en fin ou en début d'année civile à partir des années 1950. Auparavant, il l'était en fin de campagne, entre juillet et septembre, voire au moment de la transaction dans le cas de courtages exceptionnels. Désormais, les courtiers sont tous rétribués dans un laps de temps très court qui évite la multiplication des opérations bancaires. Cette rationalisation débute chez Granier dans les années 1950 et se généralise dans les années 1960. Les paiements en dehors de la période courant de la fin du mois de décembre au début du mois de janvier deviennent extrêmement rares comme l'attestent les registres d'achat de la maison « C. Granier »[2].

Cette exigence qui vise à éviter les conflits, les ruptures de contrat et une meilleure gestion des finances explique que les maisons de commerce adoptent des pratiques administrativo-commerciales des plus rigoureuses. Il en va ainsi de la gestion de la clientèle par la maison « P. Jeanjean et fils » : dans les années 1950, les deux fils Jeanjean, Hugues et Bernard, visitent les clients pour la maison familiale, parfois plus de 50 par semaine[3].

[1] ADH : 106 J 849, Fonds Granier, Correspondance, 1961-1963
[2] ADH : 106 J 26-28, Fonds Granier, Achats, 1941-1977.
[3] JEANJEAN M., *op. cit*., p. 75-77.



MAISON CLOVIS SALASC
Société à Responsabilité Limitée au Capital de 220.000 NF
VINS
CLERMONT-L'HÉRAULT
TÉLÉPHONE 12
Boite Postale 24

Clermont-l'Hérault, le 6 Juin 1969

Monsieur Charles JANY
Viticulteur
34 - LEZIGNAN LA CEBE

1

Nous avons l'avantage de vous confirmer l'achat que nous vous avons fait par l'intermédiaire de Monsieur BALSIER 2 Courtier à PEZENAS de votre vin Rouge 3 garanti loyal et marchand et conforme aux lois et règlements en vigueur, soit 560 hectos environ, au prix de NF XX Frs 6,25 le degré l'hecto nu pris en cave. six frs vingt cinq cts 4

DÉTAIL DES FOUDRES OU CUVES

RÉCIPIENT	No	CONTENANCE	DEGRÉ SALSON légal	OBSERVATIONS
Cuve	4	210 H°	9°7	Vin libre tranche actuelle
Cuve	6	350 H°	9°5	Non warranté 8
		560 H°		

5 6 7

Assujetti à la T.V.A

En acompte sur cette affaire, nous vous remettons inclus un chèque No 2180161 sur la Banque SOCIETE BORDELAISE à CLERMONT L'HERAULT de la somme de NF XX Frs 6.700 (Six mille sept cents) à valoir sur les derniers enlèvements 9

Le délai d'enlèvement est fixé JUILLET 10

PAIEMENTS				RETIRAISONS			
DATES	CHÈQUE SUR	MONTANT		DATES	QUANTITÉS ET PRIX	MONTANT	
6.6.69	Soc. Bord.	6700		30.6.69	221 hos 10 à NF 60,625 (9°7)	13404	18
9.7.69	Cl	13000			TVA hos à NF	2365	44
18-7-69	dfu	15000		16.7.69	358 hos 35 à NF 59.375 (9°5)	21277	03
2-3-72	dfu	6101	41		TVA hos à NF	3754	76
						40801	41
	11	40801	41		12	40801	41

Fig. 30 : Un contrat-type d'achat - Maison « C. Salasc », 1969

Source : Fonds privés familiaux

Légende : nom du fournisseur (1), nom du courtier (2), type de marchandise achetées (3), prix à l'hl (4), stockage dans les chais (5), quantité (6), degré (7), régime fiscal du vin (8), acompte (9), délai du contrat (10), date des retiraisons (11), paiements (ici échelonnés avec un solde) (12).

Si d'après les observateurs, les contacts personnels directs semblent s'amenuiser après la Seconde Guerre mondiale, ils gardent toutefois une importance primordiale dans l'optique de fidélisation de la clientèle. Ainsi, bien que ces contacts soient moins nombreux, ils sont quand même réels, au moins au départ de la relation commerciale pour évaluer la personnalité et les goûts du client. Voilà pourquoi Paul Jeanjean envoie régulièrement ses deux fils rencontrer la clientèle, par signe de fidélité et de respect, mais également pour connaître leur état d'esprit[1]. Dans cette logique de fidélisation et de rationalisation, les deux frères Jeanjean se partagent les clients en deux comme en témoigne Maurice Jeanjean pour les années 1950 :

> « Devant le développement des ventes, Hugues et Bernard partagent la France en deux secteurs, Hugues ayant en charge la clientèle située à l'Ouest d'une ligne Sévérac-Clermont-Ferrand ainsi que plusieurs régions plus lointaines, l'ile de France, la Bourgogne notamment, et Bernard s'occupant de la clientèle située à l'est de la ligne Sévérac-Clermont-Ferrand. »[2]

Cette rationalisation de la gestion de la clientèle dans la maison « P. Jeanjean et fils » est révélatrice car celle-ci est cataloguée comme une « maison familiale » par le rapport de la BDF en 1961[3] et elle est liée à l'implication des deux fils de famille : Hugues tient le magasin de demi-gros montpelliérain « Les vins sélectionnés » à la fin des années 1940 avant de revenir à Saint-Félix-de-Lodez pour travailler dans les chais puis de visiter les clients et les représentants. Il dispose également d'une carte de courtier qui lui permet d'assurer le courtage pour la maison (et également de réduire les frais des commissions)[4]. Bernard, de son côté, travaille également dans les chais puis, après avoir passé le permis poids-lourds, assure la livraison des clients par camion-citerne. Il est donc frappant de noter que même certaines maisons fonctionnant encore de manière traditionnelle, c'est-à-dire sur un schéma familial fort, adoptent des stratégies de fonctionnement rationnelles et modernes.

Cette rationalisation est également largement mise en œuvre dans les maisons les plus importantes. À Frontignan, une lettre d'Eugène Orsetti à l'Administrateur des CI nous apprend que la maison « V. Anthérieu » emploie un personnel administratif chargé de gérer les documents de régie. Ce travail est considérable car au début des années 1950, la maison frontignanaise établit environ 7.000 acquits-à-caution par an[5]. De nombreuses maisons investissent également dans les années 1960 dans un Télex afin d'accélérer les prises de décisions et les transactions[6].

Toutefois, après la Seconde Guerre mondiale, les effectifs sont, à de rares exceptions,

---

[1] Entrevue avec H. Jeanjean, avril 2011.
[2] JEANJEAN M., *op. cit*., p. 76.
[3] ABDF : Montpellier, 1961.
[4] ADH : 667 W 53, Fonds de la préfecture, Direction de l'administration générale et de la règlementation, Demande de carte de courtiers, Jeanjean Hugues. La demande est effectuée en 1954. Ceci n'est pas une pratique inhabituelle, de très nombreux parents de négociants sont en même temps courtiers dès le début du siècle.
[5] CAEF : 2 FI 195, Lettres à en-tête, Lettre du 27/04/1954.
[6] Maisons « Schenk SA » ou « Molinier et Cie » à Sète par exemple d'après leurs publicités.

en baisse[1]. Face aux difficultés et aux incertitudes économiques, les maisons de commerce rechignent à recruter une main-d'œuvre de plus en plus coûteuse en raison des charges et des taxes qui pèsent sur elles[2]. Ainsi, sur une photo du milieu des années 1960 regroupant les employés de la maison « V. Anthérieu », on dénombre moins de 40 employés[3] tandis que la maison « Granier » au début des années 1950 n'emploie plus qu'entre 4 et 5 personnes pour la maison de commerce[4]. Seules les rares maisons qui connaissent une forte expansion engagent de nouveaux employés. À Saint-Félix-de-Lodez, la maison « P. Jeanjean » voit ses effectifs passer de 8 salariés dans les années 1930 à 20 dans la seconde moitié des années 1960[5].

Cette chute des effectifs s'explique également par les nombreuses modernisations des infrastructures. En effet, si certains investissements et techniques nécessitent dans un premier temps une main-d'œuvre nouvelle (concentrateur, embouteillage), la mécanisation, l'électrification et l'automatisation entraînent une chute des effectifs dans les maisons de commerce. Ainsi, dans les années 1950, l'électricité entre massivement dans les chais des négociants. Elle permet de généraliser l'usage de tableaux *Daubron* plus petits qui permettent, grâce à des boutons et des interrupteurs, de contrôler une grande partie des opérations des chais[6], comme dans la maison « Salasc » au tournant des années 1950 (fig. 31).

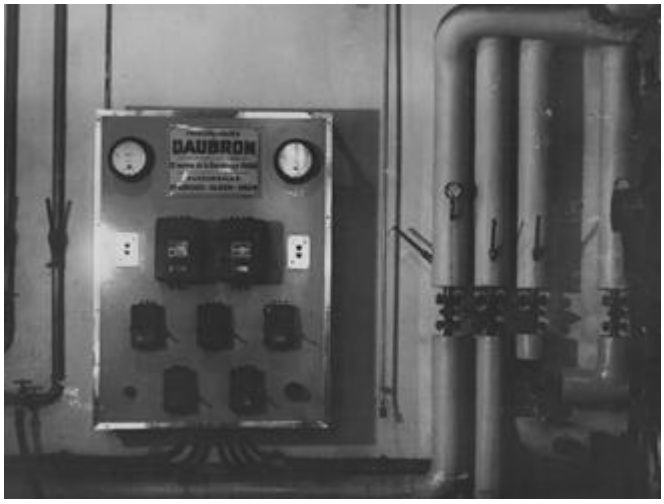


Fig. 31 : Tableau *Daubron*
Maison « C. Salasc »
Fin des années 1940-début des années 1950
Sources : Fonds privés familiaux

Dans le même temps, les charriots et les charriots-élévateurs font leur apparition dans

[1] Une étude du groupement d'importation et de répartition des vins de l'Hérault en 1945 évalue à environ 3 le nombre moyen d'employés dans les maisons de commerce de l'arrondissement de Montpellier. Si ce chiffre est à prendre avec prudence en raison de sa proximité avec le conflit, il est significatif. En effet, les maisons qui ont un volume d'activité sensiblement semblable entre 1939 et 1944 disposent en moyenne de 4 employés.
[2] C'est d'autant plus difficile que les rapports entre patrons et employés sont généralement très bons : J. Granier emploie pendant près de 30 ans les mêmes employés, leur versant une prime de fidélité, tandis que les repas annuels chez « V. Anthérieu » sont l'occasion de réunir tous les employés et leur famille. Dans les années 1960, l'ensemble de la maison « P. Jeanjean » assiste à la remise de la médaille du travail à cinq employés lors d'une réception et d'un banquet organisé par le patron. Enfin, J.-M. Prats nous a expliqué avoir repris la maison familiale essentiellement par engagement moral pour les employés. Au moment de la revente de la société au tournant des années 1980, il s'efforce de replacer ses employés les plus fidèles dans des maisons de la région.
[3] ODAC, *Le Muscat de Frontignan, un vignoble entre tradition et modernité*, Frontignan-La Peyrade, 2000, p. 38.
[4] ADH : 106 J 261, Fonds Granier, Salaire, 1951-1974.
[5] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 78
[6] Notamment les opérations de pompage, d'ouillage puis plus tard de concentration.

les chais. Ils remplacent les élévateurs et les grues apparus dans les années 1920 et permettent le transport plus rapide de la futaille ou des caisses[1]. L'automatisation, enfin, se développe avec l'embouteillage (fig. 32). En effet, certaines maisons, notamment celles spécialisées dans les vins doux ou les apéritifs se lancent dans l'embouteillage sur place des vins. Cela demande un investissement important, à la fois en main-d'œuvre et en machine qui permettent de mettre le vin en bouteille, les boucher, coller les étiquettes, les capsules.

Fig. 32 : Machine à embouteiller et personnel
Maison « C. Salasc » - Apéritif *SALS*
Fin des années 1940- début des années 1950
Sources : Fonds privés familiaux

Si au début des années 1950, ce travail est à la fois manuel et mécanique, il est grandement automatisé dans certains chais à la fin des années 1960. Certaines maisons peuvent alors embouteiller plus de 4.000 unités par heure[2]. Cette nouvelle activité est complétée par l'emballage (dans du carton moulé la plupart du temps ou dans du papier pour le Muscat de Frontignan) et la mise en casier (de 10 ou 12 bouteilles) pour l'expédition[3]. À Pézenas, en 1970, la maison « P. Jeanjean », dans le cadre d'un GIE[4] (formé avec un négociant de Paulhan, L. Coste) peut fabriquer ses propres bouteilles en plastique grâce à une extrudeuse, les remplir et les emballer dans des cartons, le long d'une chaîne dont la capacité atteint 3.600 bouteilles par heure[5].

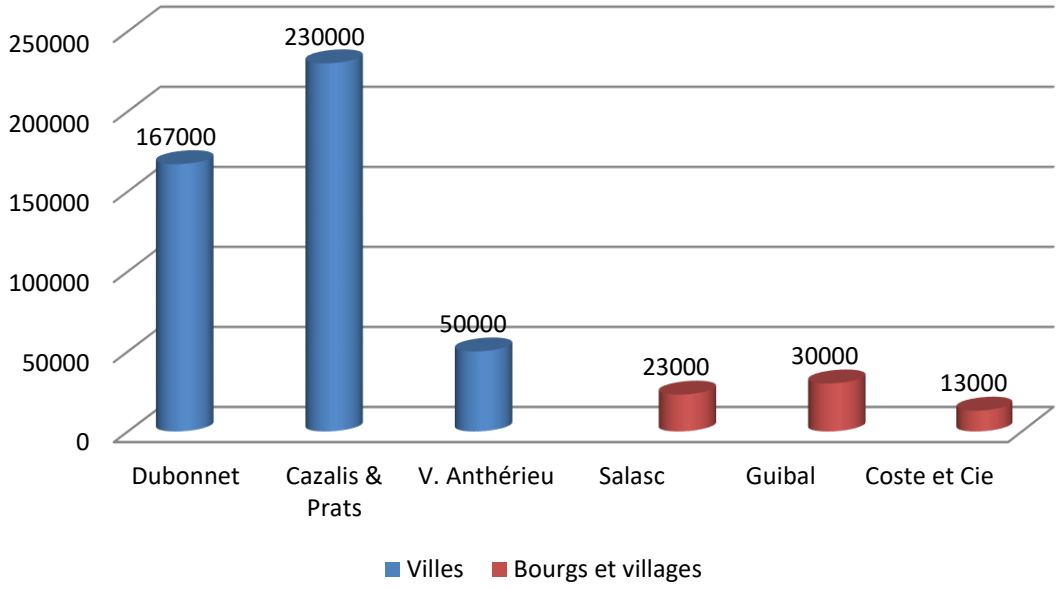
Durant ces deux décennies, deux innovations majeures viennent compléter la modernisation dans la conservation des vins. Les concentrateurs intéressent en premier chef une grande majorité de négociants forfaitaires. Avertis par la presse de l'utilité de la concentration par le froid[6], les négociants qui font encore transiter une partie de leurs

[1] « L'équipement moderne du Commerce des Vins », *MV*, 06/11/1954.
[2] Voir les CR du salon de l'embouteillage qui se tient tous les ans à Paris.
[3] *MV*, *op. cit.*
[4] GIE : Groupement d'intérêts économiques. C'est un groupement qui permet la mise en commun de certaines activités de sociétés, tout en conservant leur indépendance et individualité.
[5] JEANJEAN M., *op. cit.,* p. 114.
[6] *MV*, 06/11/1954.

marchandises par leurs chais, optent pour cette technique qui permet d'obtenir, grâce à la congélation, un degré d'alcool plus élevé tout en réduisant la quantité d'eau présente dans le vin. Investissement très couteux et incertain à ses débuts[1], seules les maisons qui disposent d'une surface financière étendue peuvent se permettre d'en acheter un. Ainsi, la maison « P. Jeanjean » qui cherche à s'adapter à un marché demandeur en haut degré, achète un concentrateur en 1962[2]. C'est une acquisition risquée et très élevée, mais la maison vient de réaliser des bénéfices[3] et, sous l'impulsion d'Hugues, elle vise à accroître ses parts de marché. L'irruption de la conservation par le froid est une innovation qui est un signe fort de modernité comme le prouve au début des années 1960 la publicité de la maison « Clarac frères et Clauzel » qui vante ses « cuves réfrigérées ».

La seconde innovation conserve les contenants eux-mêmes avec l'apparition dans les années 1960 des premières cuves en acier revêtu ou émaillé, qui permettent de passer un nouveau cap dans la meilleure conservation des vins et la lutte contre son altération. À la fin des années 1960, ces cuves sont réfrigérées pour améliorer la qualité de conservation encore une fois. Ainsi, alors que la taille moyenne des chais augmente (graph. 16), la qualité des infrastructures de conservation progresse également.

Graph. 16 : Quelques grands chais dans le département 1959 (en hl)



Source : ADH : 4 ETP 261, Fonds de la CCM, Stockage des vins, Enquête 1959

Pour accompagner cette modernisation et, pour certaines maisons, l'accroissement de leurs capacités de stockage et de confection de vins, les maisons se dotent d'infrastructures nouvelles. À Frontignan, la maison « V. Anthérieu » fait l'acquisition d'un terrain à la lisière

[1] *Idem*.
[2] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 77.
[3] 2 M de F selon le rapport de la BDF en 1961.

de la ville en 1954 pour y faire construire des chais modernes[1]. À Sète, la maison « Cazalis & Prats » agrandit les bâtiments qu'elle possède quai de Bosc par de nouveaux chais au début des années 1950 également[2], tout comme SETIMPORT au même moment. À la fin de cette décennie, les « Ets. Dubonnet » agrandissent eux aussi leurs chais quai Vauban. À Saint-Félix-de-Lodez, les Jeanjean augmentent également la capacité de leurs chais afin de pouvoir assumer la croissance des volumes commercialisés entre le milieu des années 1950 et des années 1960[3].

L'autre grand mouvement modernisateur concerne les transports. Dans les années 1950, le camion-réservoir se généralise et se spécialise. On voit ainsi apparaître des camions à quadruple compartiments, équipés de pompes mécanisés et électrifiés. Les pneus à bandes ou pleins sont remplacés dans les années 1950 par les pneus en caoutchouc qui permettent une meilleure adhérence et une plus grande souplesse dans la conduite, ce qui n'est pas négligeable, notamment lors des intempéries qui gênent les livraisons dans l'arrière-pays et dans le Massif central[4]. Cette avancée est importante car ces dernières représentent, selon le service des ponts et chaussées en 1951, 40 % des expéditions routières pour le département[5]. Dans les années qui suivent ce chiffre est en constante augmentation[6]. Il n'est ainsi pas surprenant que chez les Jeanjean, parmi les salariés de la maison, le gros des troupes soit représenté par les chauffeurs, prouvant ainsi l'importance de la gestion des transports.

En effet, après la Seconde Guerre mondiale, la question des transports est devenue vitale et les maisons se dotent en grande majorité, sous l'impulsion des syndicats patronaux[7], de service de transport[8]. Ainsi, la maison Jeanjean crée sa propre société de transport, la SARL « Transports lodéziens » en 1963 dont le parc passe en quatre ans de 4 à 12 véhicules[9]. Cette évolution se veut dans la logique d'un abaissement des coûts et d'une meilleure réponse aux besoins de la clientèle. En effet, le rapport Tirat sur l'évolution du transport du vin, démontre que le transport par route est le moyen meilleur marché sur courte distance (300-400 km) et que s'il reste encore légèrement plus élevé que les autres sur longues distances, il permet de répondre plus rapidement et plus efficacement à la clientèle (en supprimant les frais et les temps d'approche par exemple)[10]. Ainsi, dans le département, en 1954, il y a 444 camions destinés au transport du vin, 236 remorques et 79 semi-remorques. Si la majorité de ces unités (59 %) est encore locative en 1954, cela ne semble plus être le cas à la fin des années 1960[11]. Favorisant le porte-à-porte, pouvant transporter jusqu'à 180 hl (90 pour le camion, 90 pour la remorque), le transport par route se généralise[12], parfois en

[1] ADH : 3 Q 5304, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 13-142/1887.
[2] ADH : 3 Q 15410, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 37-323/1891.
[3] JEANJEAN M., *op. cit*., p. 75. En 10 ans, le volume des vins en vrac est multiplié par plus de 2.
[4] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, Rapport M. Tirat.
[5] ADH : 4 ETP 259, Fonds de la CCM, Transport des VCC : notes, correspondance, 1947-1956, Rapport Ponts et Chaussées, 1951.
[6] Au milieu des années 1950, il dépasse 50 %.
[7] ADH : 4 ETP 257, Fonds de la CCM, Rapport M. Tirat, 1954.
[8] Cela a pour conséquence la lente disparition des maisons de camionnage.
[9] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 77.
[10] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*
[11] Selon la comparaison des entreprises de transports 1953-1969 dans le *Bottin du Commerce*.
[12] Entre 8 et 9 M d'hl par an au début des années 1950 selon G. Galtier.

complémentarité du transport ferroviaire (ferroutage avec des containers de petites contenance toutefois – 40 hl maximum). Si le coût est plus élevé par la route[1], il offre de réelles avancées dans la meilleure desserte des clients, ce qui est un préalable nécessaire dans le cadre d'un marché ultra-compétitif. On ne peut alors qu'appuyer le constat de Gaston Galtier lorsqu'il indique au milieu des années 1950 que « la route joue un rôle sans cesse plus important dans le transport des vins »[2]. D'ailleurs, le bilan annuel de la maison « C. Salasc » révèle que les investissements dans les transports routiers sont plus importants que les transports ferroviaires et surtout qu'ils augmentent considérablement dans les années 1950[3] (tab. 55).

Tab. 55 : Amortissement du matériel de transport
Maison « C. Salasc »
1950-1955

Type de matériel	***1946***	***1950***	***1953***
Camion-auto	170.324 F	14,7 M de F	28,4 M de F
Wagons	112.939 F	2,6 M de F	4,4 M de F
Containers	91.730 F	2,5 M de F	4,4 M de F

Sources : Fonds privés familiaux

Si les lacunes des archives ne nous permettent pas d'aller plus loin, il y a fort à parier que ce déséquilibre dans les investissements se poursuit. En effet, la maison clermontaise décide dès 1944 de s'orienter vers des marchés plus porteurs et rémunérateurs. Elle commercialise son apéritif, le « SALS », dans l'immédiat après-guerre, puis son propre vin de marque en 1951 (« Les Vins du Clapion »). Pour assurer l'écoulement de ces marchandises, il faut des moyens de transports rapides et directs, c'est-à-dire des camions-réservoirs ou des camions de livraison. Les wagons-réservoirs et les containers servent, de leur côté, à expédier les vins vendus en gros, notamment les vins blancs vendus à la maison italienne « Martini-Rossi »[4].

Cependant, le transport ferroviaire se modernise également. En 1959, à Sète, 35 % des maisons de commerce disposent d'un raccordement direct au chemin de fer et dans les zones rurales ou semi-rurales, les négociants disposent également, jusqu'à la disparition des lignes à intérêt local, d'embranchements particuliers : les maisons « Bessière » à Mèze, « Bouillon » à Boisseron, « Salasc » et « Guibal » à Clermont-l'Hérault par exemple[5]. Les wagons-réservoirs se modernisent également, devenant des wagons-citernes métalliques plus hermétiques et plus hygiéniques, plus faciles à nettoyer également[6]. Les wagons à trois essieux font leur apparition, permettant de transporter jusqu'à 375 hl de vin. Mais dans les transports

[1] En 1953-54 : Paris-Béziers coûte 760 F/hl contre 615 F/hl par train.
[2] GALTIER G., *op. cit*., p. 468.
[3] Alors que la maison dispose de son propre embranchement privé.
[4] Entretien avec la famille Salasc, mars 2013. En 1950, Martini-Rossi représente 45 % des ventes en valeur de la maison « Salasc ».
[5] ADH : 4 ETP 261, *op. cit.*, Stockage des vins, Enquête 1959. Voir la liste plus précise en annexes, p. 1081.
[6] *MV*, 06/11/1954.

ferroviaires, la grande avancée est, en 1948, la modification du tarif 103 qui ouvre à l'ensemble des marchandises le régime des trains complets. Dorénavant, les envois groupés peuvent former un train complet et rejoignent Paris en 2 jours contre 4 précédemment, économisant « de nombreuses manœuvres de triage et [permettant] de réaliser des gains énormes »[1] en réduisant les coûts et les pertes de temps (ramassage et distribution notamment). C'est d'autant plus bénéfique pour les maisons de commerce qu'une bonification (de l'ordre de 25 F par hl en 1954 pour les propriétaires de wagons-réservoirs) leur est accordée. Dès 1950, 60 trains complets font le voyage de Sète à Paris et le succès de la mesure ne faiblit pas, en grande partie en raison du temps gagné et des meilleurs coûts[2]. Dans l'Hérault, ces trains partent de Béziers, Campagnan, Montpellier et Sète, favorisant les maisons ayant les moyens de les remplir et leur offrant un avantage considérable. Les négociants profitent de ces avancées en créant des sociétés de location de wagons-réservoirs pour train complet[3] ou en investissant dans des wagons-réservoirs.

À Sète, la conséquence de la généralisation du transport maritime par tankers marque une révolution dans l'acheminement des vins. Si les premiers « pinardiers » sont arrivés au milieu des années 1930, après la Seconde Guerre mondiale, ce mode de transport devient la norme[4]. Afin de permettre une accélération du transbordement des marchandises, les maisons de commerce sétoises se dotent massivement de pompes et de système d'écoulement souterrains. Dorénavant, l'entrée et la sortie des marchandises se fait de manière accélérée, surtout en ce qui concerne les entrées, les pipelines pouvant débiter jusqu'à 1.000 hl par heure pour les chais Dubonnet. La ville est alors célébrée comme « le plus grand port à vin du monde », pouvant accueillir dans les années 1950 près de 1.3 M d'hl dans les chais de la ville[5]. Au début des années 1950, chaque mois, les importations représentent entre 700.000 et 1 M d'hl et 28 postes de transbordement permettent d'écouler les marchandises depuis les cuves des tankers jusqu'aux chais. Les maisons sétoises investissent massivement dans ces nouvelles infrastructures. Alors qu'au début des années 1950, 43 % des maisons disposent de pipelines[6], à la fin de la décennie, 90 % des chais sont reliés aux quais par ce moyen d'écoulement[7]. Avec dans le même temps l'amélioration des raccordements de chais au réseau SNCF[8], les maisons de commerce disposent de capacités d'importation et d'expédition massives qui permettent à la ville de Sète de conserver ce statut de « port du vin » : à la fin des années 1950, 4 M d'hl sont importés en moyenne par l'île singulière, tandis qu'au début des années 1960, les exportations atteignent 1,2 M d'hl en 1962. Ce statut d'interface est valorisé lors d'un exposé sur le port de Sète devant le président de Gaulle en 1960[9]. Seul bémol, cette modernisation s'est faite au détriment des manutentionnaires qui disparaissent

[1] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, Rapport M. Tirat, p. 15.
[2] En 1954, le trajet Paris-Sète coûte: 615 F/hl si isolé contre 476 F/hl par train complet. Signe de ce succès, la *Journée Vinicole* célèbre le 1000e train complet depuis Sète en 1960 (Cf. *La Journée Vinicole*, 04/09/1960).
[3] C'est le cas de R. Tirat à Sète à la fin des années 1940 ou de M. Taillan à Montpellier en 1955.
[4] Le premier « pinardier » le Bacchus fait son arrivée à Sète en 1935. Au début des années 1950, 40 tankers font la rotation entre Sète et l'Afrique du nord principalement, soit près de 240.000 hl de cuverie.
[5] SPRECHER G., *Sète, le port du vin*, Sète, Chambre de commerce, 1952.
[6] *Ibid*., p. 12. Voir en annexes pour plus de précision, p. 1081.
[7] ADH : 4 ETP 261, *op. cit.*, Stockage des vins, Enquête 1959.
[8] Le taux de chais avec embranchement direct progresse de 17 à 36 % sur la même période.
[9] *MV*, 16/03/1960.

des chais et des quais. Désormais, seuls quelques ouvriers sont nécessaires pour assurer le transvasement des milliers d'hl qui transitent ou partent du port héraultais. Ainsi, au début du siècle, si à Sète, la moyenne d'employés par maisons s'élevait à 10-12 unités[1], elle chute de moitié au début des années 1950[2]. Dans la réalité, la chute des effectifs d'ouvriers est encore plus forte car au début du siècle, les employés administratifs étaient assez rares. Or les études des années 1950 n'évoquent que les « employés » ne faisant pas la différence entre ouvriers et administratifs.

Mais cet effort de modernisation[3], s'il est généralisé aux maisons qui cherchent à accroître leurs parts de marché, n'est pas le seul type de stratégies mise en œuvre. D'autres pratiques sont investies avec plus ou moins de réussite.

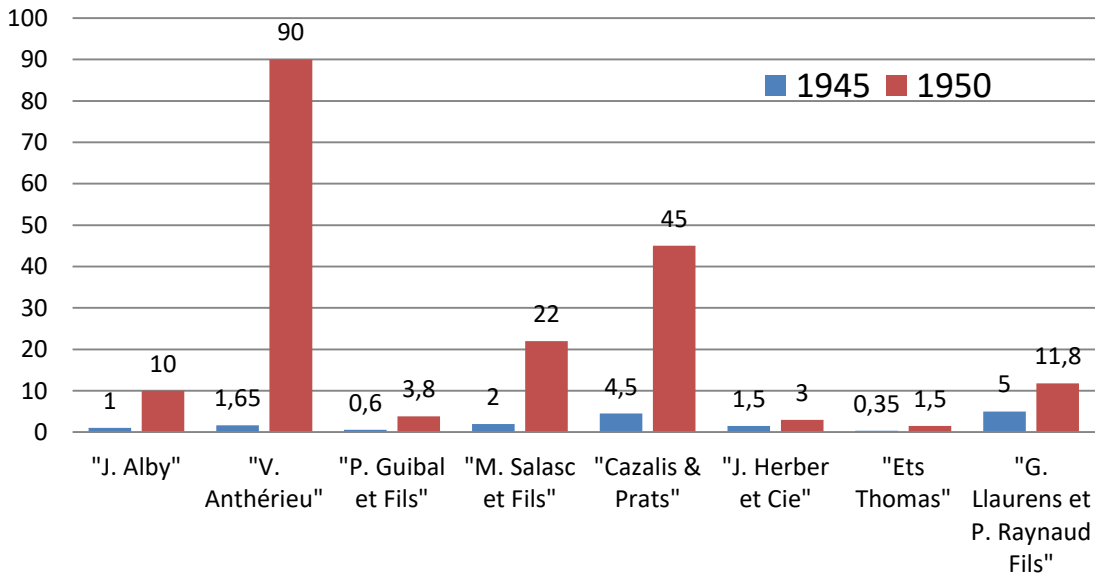
D'autres stratégies entrepreneuriales plus ou moins efficaces

Afin de pouvoir lutter contre la concurrence et de conserver leur rôle d'interface, les maisons de commerce héraultaises adoptent différentes stratégies.

Tout d'abord, la grande majorité des maisons assurent l'expansion de leurs structures entrepreneuriales par l'accroissement du capital de la société dès l'après-guerre. C'est là une orientation que l'on retrouve dans de nombreuses entreprises à cette période[4] (graph. 17).

Graph. 17 : L'augmentation de capital de quelques maisons de commerce héraultaises au tournant des années 1950

(En M de F)



[1] ADS : 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Enquête sur les métiers, 1910.
[2] SPRECHER G., *op. cit.,* p. 25.
[3] Voir en annexes quelques exemples de modernisation matérielle pour la période étudiée, p. 1157.
[4] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 319.

Sources : ABDF, ADH : 3Q et archives privées

Cette augmentation est fondamentale car elle permet aux maisons d'avoir des engagements conséquents et c'est, pour les banques mais également pour les clients, un signe de sérieux et de stabilité alors que le franc est à plusieurs reprises dévalué. C'est aussi l'une des conséquences de la loi du 5 juillet 1949 dont les dispositions fiscales permettent d'intégrer au capital les provisions pour le renouvellement des stocks. La loi précise que le taux des taxes additionnelles appliquées à ces opérations sera réduit de moitié si elles sont effectuées avant le 15 novembre 1949[1]. Cela explique que de nombreuses maisons en profitent pour augmenter leur capital avant cette date.

Ainsi, en 1949, la maison « J. Alby » à Sète, dans un contexte de reprise des affaires commerciales, adopte cette stratégie. Dans le cadre d'une augmentation du capital, les différents associés (ici les deux beaux-frères, Simon Gantet et Ernest Alby et la sœur de Gantet, Élisabeth Schwarz) injectent 10 M de F sous la forme de nouvelles parts[2]. Le capital est alors décuplé afin de faire face aux nouvelles exigences du marché, dans un contexte de libéralisation de ce dernier. C'est un préalable nécessaire pour une maison qui a souffert de la guerre (arrêt presque complet des ventes après 1942 ; bombardements) et qui exerce dans le domaine des vins fins (stocks importants et couteux). Alby finance cet apport par la vente de plusieurs de ses biens immobiliers, notamment deux propriétés à Sète d'une valeur de 3 M de F[3]. À Clermont-l'Hérault, dans la même logique, le capital de la maison « C. Salasc » passe de 2 M de F en 1947 à 22 M de F en 1950, soit un capital cinq fois supérieur en francs constants qui permet d'assumer les risques pris par la maison en termes d'investissements : création d'un apéritif, achat de matériel fixe (embouteilleur), roulant (camions) et d'emballage (caisses)[4]. Ici, l'investissement est une réussite. À la fin de la décennie, la maison familiale réalise un chiffre d'affaires qui dépasse les 9 M de F et un bénéfice qui avoisine 1M de F cette année-là[5].

Cette augmentation de capital se fait parfois dans le cadre de la transformation de la raison sociale. Ainsi, le principal concurrent des Salasc à Clermont, la SARL « P. Guibal et Cie » devient une SA et le capital passe de 600.000 F en 1945[6] à 1,6 M de F en 1966[7], soit un capital 30 fois supérieur. Cet exemple est particulièrement significatif à plusieurs titres. Tout d'abord, il fait état de l'obligation à s'adapter à la nouvelle situation concurrentielle et donc à adopter les mêmes stratégies que ses concurrents. C'est d'autant plus révélateur pour la maison « P. Guibal » que les rapports de la BDF dans les années 1930 soulignent les réticences du patron à faire évoluer son entreprise et à l'appuyer sur un capital suffisant, notamment en rapport à ses engagements très élevés[8]. Dans la période suivante, Guibal a

[1] Loi du 5 juill. 1949 relative à diverses dispositions d'ordre économique et financier, art. 9, JORF, 06/07/1949.
[2] ADH : 3 Q 15410, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 37-346/1891.
[3] ADH : 3 Q 15411, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 38-41/1892.
[4] Fonds privés familiaux.
[5] ABDF : Montpellier, 1961.
[6] ABDF : Sète, 1945.
[7] Publicité, *Midi Vinicole*.
[8] ABDF : Montpellier, 1933-38.

compris la nécessité d'offrir à ses interlocuteurs (fournisseurs, clients, banques) des gages de sérieux et de sécurité. Cette stratégie entrepreneuriale est renforcée par la transformation de la SARL en SA qui permet de mieux gérer les augmentations de capital, d'associer d'autres actionnaires et de limiter les risques. En outre, il ne faut pas oublier l'aspect psychologique de ce changement de statut : l'ensemble des grosses structures sur le marché des vins sont des SA et le statut de SARL est destiné à des sociétés plus artisanales et traditionnelles. Ainsi, le changement de raison sociale, au même titre que l'augmentation de capital, participe à la constitution d'une honorabilité commerciale. Cette mutation est primordiale dans cette période de concurrence intensifiée. Ensuite, l'exemple de Guibal est révélateur car il travaille essentiellement à la commission, notamment pour la société « Nicolas » dont il est le plus gros fournisseur dans le département. On peut ainsi tirer deux conclusions : contrairement à la période précédente, les maisons de commerce travaillant à la commission s'appuient sur des structures commerciales puissantes. Cela s'explique en grande partie par la nouvelle nature du travail à la commission qui demande des soins et des manipulations[1]. Ainsi, disposant de chais de taille importante (30.000 hl dans les années 1960) et avec des stocks à la propriété largement supérieurs à ceux en magasins (cinquante fois plus importants[2]), Guibal a besoin d'un capital suffisamment important pour pouvoir acheter les vins et les revendre à la « commission forfaitée ». La seconde conclusion est que pour pouvoir prospérer dans une période de forte compétitivité, il faut nécessairement adapter son capital à la hauteur de ses ambitions. Ainsi, en raison de cette orientation chez Guibal, la maison réalise des bénéfices importants en 1959 : plus de 26 M de F. Ce chiffre est considérable lorsque l'on sait que la vente à la commission ne rapporte que 0.5 % à l'hectolitre. Il faut donc brasser des quantités considérables pour pouvoir réaliser de gros bénéfices et pour ce faire, une structure commerciale viable et solide est primordiale.

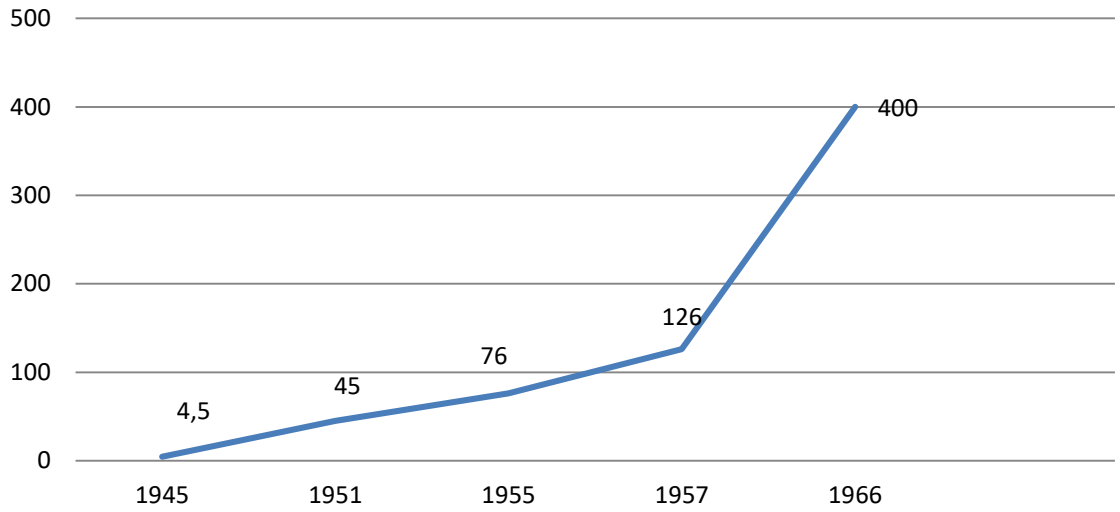
Dans cette optique de croissance et de gain de parts de marché, d'autres maisons de commerce augmentent leur capital : au milieu des années 1960, « Clarac Frères et Clauzel » dispose d'un capital de 3,9 M de F qui permet d'assurer la rentabilité d'une maison spécialisée dans la confection de vins couteux mais à forte valeur ajoutée (vins de liqueur, VDN, vins supérieurs) et qui dispose d'infrastructures performantes mais coûteuses (maison d'achat à Alger, maisons de vente à Sète, Paris, Dunkerque ; installations frigorifiques modernes ; entrepôts à Marseillan, Agde, Pézenas, Oran). À Frontignan, le capital de la maison « V. Anthérieu » augmente également au tournant des années 1950.

À Sète, les augmentations de capital de la maison « Cazalis & Prats » sont régulières, pour atteindre plus de 4 M de F en 1966 (graph. 18, page suivante). Ici l'importance du capital s'explique aussi par le type de production (vins vieux et vermouths qui réclament de nombreux soins), les investissements (cuves en chêne pour le vieillissement des vins, coûteuses à l'entretien ; chaîne d'embouteillage[3]) et le type de clientèle (clientèle nationale et

[1] Cf. *supra*, p. 352.
[2] ABDF : Montpellier, 1961: valeur des stocks en magasins : 6.2 M de F ; valeur des stocks à la propriété : 303 M de F.
[3] « Cazalis & Prats » est la seule maison à disposer de sa propre chaîne d'embouteillage à Sète à cette époque.

internationale).

Graph. 18 : La croissance du capital de la maison « Cazalis & Prats», 1945-1966
(en M d'anciens F)



Source : ADH : 3 Q 15410, 37-323, « Société anonyme C&P »

À Magalas, la maison « C. Granier » suit modestement ce schéma. Ainsi, alors que l'activité de la maison tend à progresser à nouveau au début des années 1950, le capital d'exploitation est lui aussi en augmentation[1]. Mais, face à la persistance des difficultés et à l'atrophie de l'activité de la maison dans les années 1960, ce capital décroit pour se stabiliser aux alentours de 125.000 F au milieu de la décennie[2]. À Saint-Félix-de-Lodez, la maison « P. Jeanjean et Fils » connaît également une dynamique ascensionnelle. En 1959, son chiffre d'affaires dépasse les 10 M de F et ses bénéfices avoisinent les 2 M de F[3]. En 1965, son capital s'élève à 400.000 F[4].

Mais ces augmentations de capital ne sont pas toujours synonymes de réussite. Ainsi, quelques mois après avoir augmenté considérablement son capital, la maison « G. Llaurens et P. Raynaud Fils » se met « en sommeil » en raison de perte s'élevant à près de 14 M de F pour l'année 1950[5]. Elle reprend son activité en 1954 mais devant les nouvelles pertes (423.000 F en 1954 et 6,4 M de F en 1955), la société est dissoute le 1er octobre 1955[6].

Dans le même esprit de reproduction des stratégies commerciales adoptées par les grandes entreprises de négoce extra-méridionales, les maisons héraultaises s'orientent vers deux types de logique : la concentration et la réorientation.

[1] De 5,4 M en 1950 à 17,3 M de F en 1959 soit un doublement en francs constants.
[2] ADH : 106 J 225, Fonds Granier, Inventaire, Compte d'exploitation, 1950-1970.
[3] ABDF : Montpellier, 1961.
[4] JEANJEAN M., *op.cit.,* p. 113.
[5] ADH : 1645 W 137, Tribunal de commerce de Sète, Actes de sociétés, Réunion extraordinaire des associés de « G. Llaurens et P. Raynaud Fils », 28/12/1950. L'acte précise qu'il ne s'agit pas d'une dissolution mais seulement d'une « mise en sommeil provisoire ».
[6] *Ibid*., Réunion du 25/10/1955.

La concentration est une démarche que nous avons déjà évoquée pour les années 1930. Ici, elle s'inscrit à nouveau dans un contexte de difficultés et de mise en péril des structures commerciales héraultaises, notamment sous la pression de nouveaux acteurs sur le marché des vins (grande distribution et grands groupes de confection-distribution). Ce mouvement de concentration consiste dans le rachat de firmes dont on conserve le nom et « qui ont dû cesser leurs affaires et fermer leurs fonds de commerce, sans trouver de successeurs »[1]. Ce phénomène est observé par tous, notamment dans la presse[2]. Ainsi, les Jeanjean rachètent de nombreux fonds de commerce de leurs anciens concurrents dans l'arrière-pays montpelliérains. Ils profitent ainsi de réseaux de commercialisation déjà existants et souvent anciens. Dans certains cas, le négociant vendeur reste quelques années au service de la maison « P. Jeanjean », la faisant bénéficier de son expertise et de ses contacts[3]. Ces rachats permettent également d'acquérir à moindre frais du matériel voire des ouvriers expérimentés. C'est le cas par exemple en 1955 lorsque la maison sétoise « J. Arnal-Salze » rachète sous forme de fusion-absorption la maison « G. Bénézech ». En contre-partie du fonds de commerce, du matériel, des chais et des marchandises dont la famille Bénézech était propriétaire, ces derniers reçoivent des parts dans la maison « J. Arnal-Salze ». En 1956, la maison « G. Bénézech » est dissoute[4].

Parfois ces acquisitions se font au niveau de grandes maisons locales : au début des années 1960, la maison « J. Alby », faute de successeurs[5], passe, tout en conservant son nom, sous le contrôle de la maison « Cazalis & Prats ». Ici, les intérêts sont multiples. En raison de l'assujettissement commercial vis-à-vis de l'extérieur, combiné aux nombreuses charges et nécessaires investissements qui pèsent sur la profession, ces sociétés cherchent à rassembler leurs forces. Ainsi associées, elles peuvent obtenir des crédits plus avantageux auprès des banques et disposent de ressources, humaines et matérielles, plus élargies. Cela leur permet de conserver une activité à la fois rentable et soutenue. Dans le cas de la maison « Cazalis & Prats », cela lui permet de récupérer à la fois un « nom » célèbre, des réseaux de distribution, un outil de production et de commercialisation ainsi que de nouveaux produits (notamment les vins vieux fins). Pour la maison « J. Alby », c'est l'assurance de pouvoir continuer à exister. Ainsi, fort de cette acquisition, la maison « Cazalis & Prats » qui s'est récemment séparée de « Saint-Raphaël », gagne en surface (chais Alby, quai Vauban), en quantité (le nombre d'employés grimpe à 55) et en qualité (vins vieux de la maison « J. Alby » préparés par un maître de chai réputé qui passe au service des Prats)[6].

Une nouvelle étape est franchie en 1966 quand les deux maisons fusionnent sous la direction de la famille Prats pour devenir les « Vermoutheries Prats » (fig. 33), avec un capital s'élevant à plus de 4 M de F[7]. D'autres maisons, implantées dans le port héraultais depuis

[1] *MV*, 23-26/12/1964
[2] *MV*, 16/01/1965.
[3] Entrevue avec H. Jeanjean, avril 2011.
[4] ADH : 1645 W 137, *op. cit.*, PV de la réunion des associés de la maison « G. Bénézech ».
[5] Les seules héritières potentielles sont les nièces d'E. Alby, les filles de son associé et beau-frère, S. Gantet. Mais ces dernières revendent leurs parts dans la maison de commerce en 1957, après la mort de leur père en 1951. E. Alby décède donc sans descendance ni successeur en 1961.
[6] Entretien avec J.-M. Prats, mars 2013.
[7] Assemblée générale des « Vermoutheries J. Prats », 23 mai 1967.

plusieurs générations, suivent la même trajectoire. Elles fusionnent entre elles ou s'associent à de nouveaux arrivants : dans les années 1960, on retrouve ainsi les maisons « Euzet-Prat » ou « Herber-Préau et Cie ». Mais ce sont là des exemples de concentration héraulto-héraultaise finalement assez isolés pour la période et qui répondent en fait à une menace de plus en plus pesante sur les maisons locales. En effet, la concentration concerne essentiellement des rachats extérieurs, notamment des grands groupes qui s'étendent sur le marché des vins (SVF ou CDC-Dubonnet par exemple[1]) durant cette décennie.

Cette concentration peut concerner également uniquement certaines branches de la maison de commerce. Ainsi, les maisons de commerce héraultaises, dans une logique de résistance à la pression extérieure, s'associent pour assurer une partie de leurs activités. Dès lors, des accords interentreprises voient le jour. En 1970, Hugues Jeanjean et Lucien Coste s'associent pour former un GIE : la Société de conditionnement et d'emballage plastique. Près de Pézenas, une usine de conditionnement en bouteille plastique est alors construite pour deux des plus grandes maisons de commerce rurales du département. Les bouteilles y sont fabriquées puis remplies et emballées, prêtes à l'expédition. Quelques mois plus tard, le GIE accueille de nouveaux associés et change de nom. Il devient la « Chaîne soleil » dont le siège est à Mèze. Cette association vise à partager le conditionnement entre les maisons les plus actives et entreprenantes de la période. Chacune profite de l'usine pour des raisons diverses : la maison « Jeanjean » pour ses VCC mis en bouteilles plastiques, la maison « D. Bessière » pour ses VCC mis en bouteilles de verre, la maison « Clarac Frères et Clauzel » pour ses VDN et la société « Marsa » pour ses mousseux[2]. Cette nouvelle étape d'adaptation aux nouveaux circuits de distribution est fondamentale. Elle s'opère de pair avec la réorientation commerciale.

En effet, ces deux exemples (« La Chaîne soleil » et « Vermoutheries Jean Prats ») indiquent qu'une partie des maisons de commerce locale a abandonné la stratégie commerciale tous azimuts qui était encore celle des maisons de commerce locales jusqu'aux années 1950. Ces réorientations se font souvent sous l'impulsion d'une nouvelle génération de dirigeants qui ont compris les exigences des nouveaux marchés et la nécessité de proposer un autre modèle de développement. Dans un contexte de crise, ils proposent de nouveaux types de stratégies commerciales, notamment la spécialisation dans un domaine bien précis. Ainsi, à Mèze, sous l'impulsion de Daniel Bessière qui a pris la suite de son père en 1963, la maison de commerce locale abandonne les circuits de distribution traditionnels pour se spécialiser dans l'approvisionnement de la grande distribution. D. Bessière a compris que ce nouveau type de réseau de distribution, par sa puissance commerciale, permettrait d'écouler des quantités considérables de marchandises. Il passe ainsi des accords avec de nombreuses centrales d'achat afin d'écouler les vins héraultais, notamment les VDQS et les vins de pays qui sont reconnus par une appellation officielle en 1968. À Sète, Jean-Marie Prats oriente la maison familiale vers la spécialisation dans les vermouths. C'était déjà le cas auparavant dans les faits, mais, désormais, le nom de la société est lui-même un identifiant fort de cette

[1] Cf. *supra*, p. 343.
[2] JEANJEAN M., *op.cit.,* p. 114.

orientation. On passe ainsi de la maison « Cazalis & Prats » à la société « Vermoutheries Jean Prats » afin de renforcer la spécialisation de la maison dans une production prestigieuse et de conserver la légitimité historique d'un des personnages les plus emblématiques du négoce languedocien. Ce raffinement conceptuel est étayé par le nouveau lettrage des publicités qui rehausse la distinction d'une maison de commerce centenaire (fig. 33). Il s'agit alors de s'inscrire dans une démarche de singularisation qualitative nette.

Fig. 33 : Publicité « Vermoutheries J. Prats »
Source : *MV*, 1967

D'autres maisons se lancent, dans les années 1960, dans la vente à la bouteille. Si cette pratique est courante dans les VDN, les apéritifs ou les vins fins depuis le début du siècle, c'est une nouveauté pour les VCC. Plusieurs maisons locales s'engagent dans cette tendance afin de concurrencer les vins de marque qui dominent le marché des VCC. Elles investissent alors dans des embouteilleurs afin de pouvoir embouteiller sur place les vins qu'elles confectionnent. La maison « P. Jeanjean » s'oriente alors vers cette nouvelle stratégie à la fin des années 1960 sous l'égide d'Hugues qui y voit un moyen de récupérer une partie des activités de distribution, mais également de confection[1]. Elle imite ainsi les maisons spécialisées dans les VDN (« V. Anthérieu » à Frontignan), les vins fins (« Marsa » à Marseillan) ou les apéritifs (« C. Salasc » à Clermont-l'Hérault) qui disposent de moyens d'embouteillage depuis le tournant des années 1950. Le négoce héraultais a ainsi en grande partie abandonné ses stratégies de diversification. Il n'y a plus de diversification dans le domaine agro-alimentaire[2] ni même dans le domaine commercial vinicole. Désormais, la spécialisation dans une branche du négoce est privilégiée. Ces stratégies sont toutefois plus ou moins florissantes : si les maisons « P. Jeanjean et fils » ou « C. Salasc » prospèrent, « L. Coste » disparaît dans les années 1970. À Sète, les « Ets. Skalli » qui s'installent dans le port après leur départ d'Algérie en 1962, se spécialisent dans les importations avec peu de réussite

[1] Entretien avec H. Jeanjean, avril 2011.
[2] Seules quelques vieilles maisons rurales continuent à coupler négoce des vins et fourrage comme la maison « Sabaté » à Cazouls-lès-Béziers (cf. *Bottin du Commerce*, 1959).

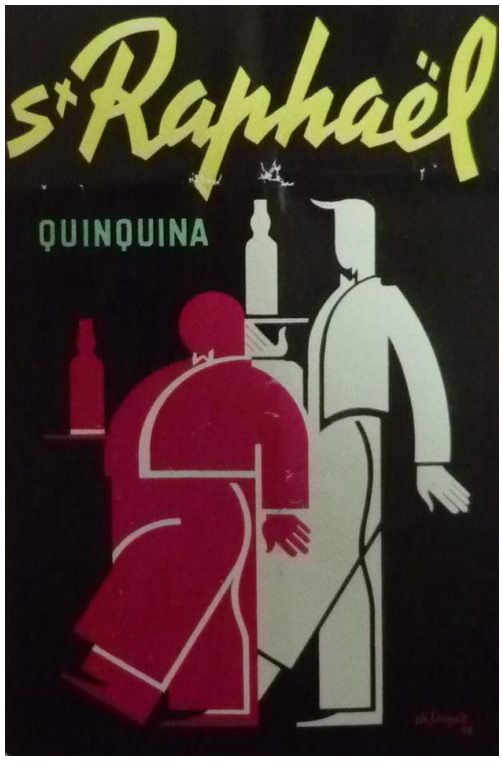
dans un premier temps[1].

Enfin, pour améliorer leur visibilité dans cette période de forte concurrence, les maisons de commerce poursuivent leurs stratégies publicitaires autour d'anciens et de nouveaux supports. Cet effort publicitaire se généralise à l'ensemble de la filière dans les années 1950. À Sète, la maison « Cazalis & Prats » propose des Prix-Courant colorés, où la bouteille de « Vermouth soleil » est mise en valeur par un soleil dominant des vallons de vignes et un coq stylisé pour rappeler l'origine française d'un produit destiné à l'exportation.

Fig. 34 : Prix-Courant « C & P », 1956
Source : Fonds privés familiaux

Un livret des années 1960 revient sur les activités de la maison et ses produits. Bien plus simple que celui paru dans les années 1910, il est très coloré et illustré de dessins à l'aquarelle qui symbolisent le raffinement de la marque[2]. L'affiche commerciale, support en plein développement[3], devient de plus en plus stylisée également, comme le prouvent les affiches de la maison « Saint-Raphaël » réalisée par Charles Loupot. « Nés des recherches du Bauhaus et du Stijl »[4], ces placards ou ces affiches se rapprochent de plus en plus du graphisme et de l'abstraction. Certaines maisons locales comme la maison « P. Bertouy » suivent cet effet de mode (fig. 35, page suivante). Cette orientation publicitaire est assez significative car la maison marseillanaise s'est spécialisée dans les vins fins et elle cherche à copier les modes publicitaires imprimées par les grandes maisons nationales.

[1] Information transmise par J.-M. Prats, oct. 2012.
[2] Voir annexes, p. 1147.
[3] Pour de plus amples détails à ce sujet, voir WEILL A., *L'affiche française*, Paris, PUF, 1982.
[4] Article publicitaire d'origine inconnu, Fonds privés Prats.



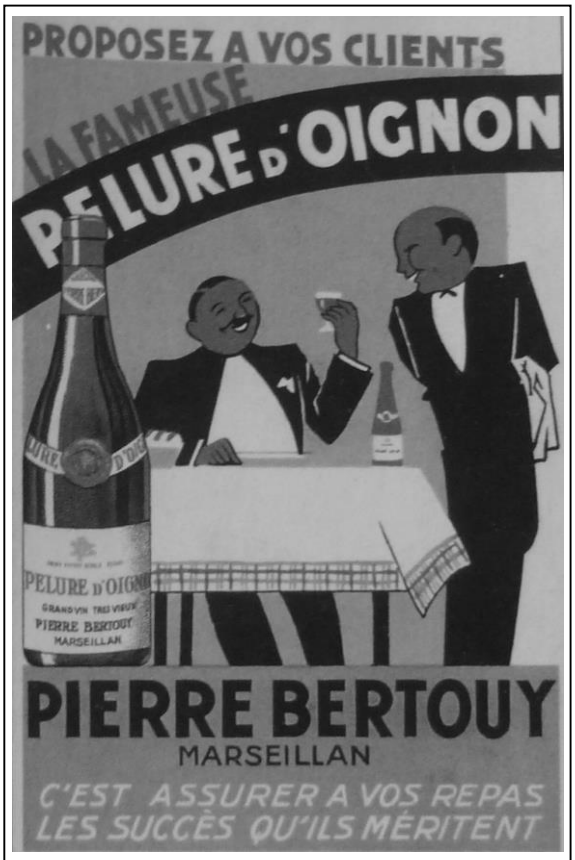


Fig. 35 : La stylisation des publicités
Les exemples de « Saint-Raphaël » et « P. Bertouy »
Source : Fonds privés familiaux et MOLINO J.-V., *op. cit.*

Les nouveaux médias sont également investis. La puissante firme « Saint-Raphaël » sponsorise dans les années 1950 des émissions de radio où se produisent les stars de l'époque comme Charles Trenet ou Annie Cordy[1]. Sur la TSF, la publicité de l'apéritif fabriqué par « Cazalis & Prats » déclame :

« Été comme hiver, je mets dans mon verre
Qu'il soit rouge ou blanc, Voici l'excellent
Saint Raphaël quinquina ! »

Mais à partir des années 1950, à la suite des grandes sociétés de distribution des vins de marque et avec la généralisation des ventes en bouteille, les étiquettes de bouteilles deviennent le support commercial par excellence car il permet de toucher directement le consommateur. Déjà dès les années 1910, les fabricants d'apéritifs et de vermouths puis dans les années 1920-30, les barricailleurs mettaient en exergue l'importance commerciale de l'étiquette. Avec la généralisation de l'embouteillement dans les années 1950, les maisons de négoce en VCC, comme celles spécialisées dans les vins spéciaux, s'orientent massivement vers ce support commercial[2]. À Marseillan, la maison « Baudassé et fils » soigne

[1] Entretien avec J.-M. Prats, mars 2013.
[2] *MV*, 29/08/1970.

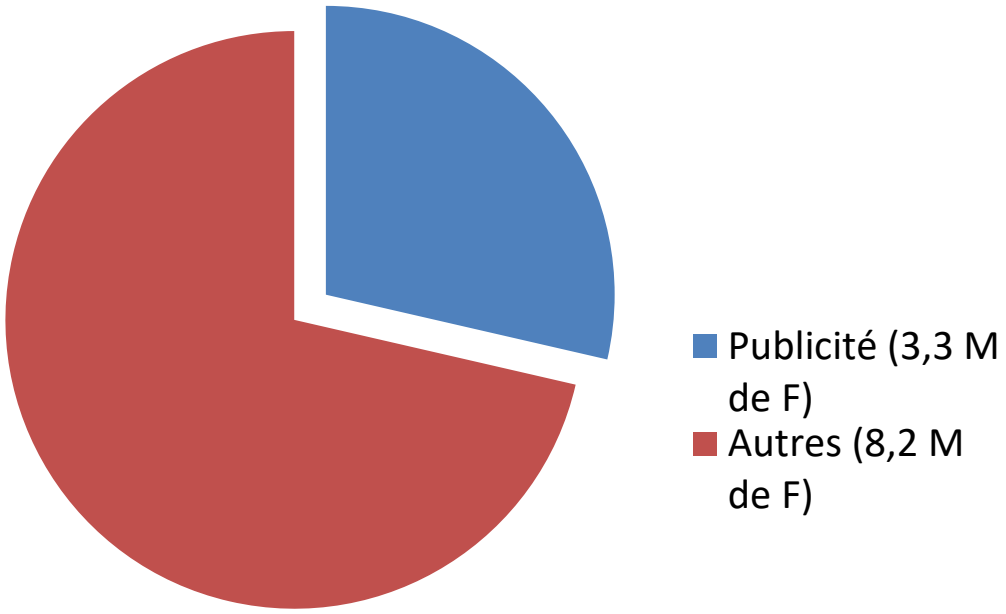
particulièrement ses étiquettes pour sa marque de vins fins « Conquérant », tout comme « A. Paloc » à Frontignan pour ses apéritifs (fig. 36).

Fig. 36 : Le soin apporté aux étiquettes dans les années 1950 : les exemples des maisons « A. Paloc » à Frontignan et « Baudassé et Fils » à Marseillan
Source : AMF et MOLINO J.-V., *op. cit.,* p. 118

À Clermont-l'Hérault, Marcel Salasc dépense plusieurs millions de francs chaque année à des fins publicitaires pour promouvoir ses apéritifs (« SALS ») ou son vin de marque (« Vins du Clapion »). En 1948, alors qu'il vient de lancer ses apéritifs, cela représente une

part importante de ses frais généraux (graph. 19). En 1953, il fait appel à un cabinet d'étude publicitaire biterrois pour concevoir ses étiquettes[1].

Graph. 19 : Part de la publicité dans les frais généraux
Maison « C. Salasc»
1948



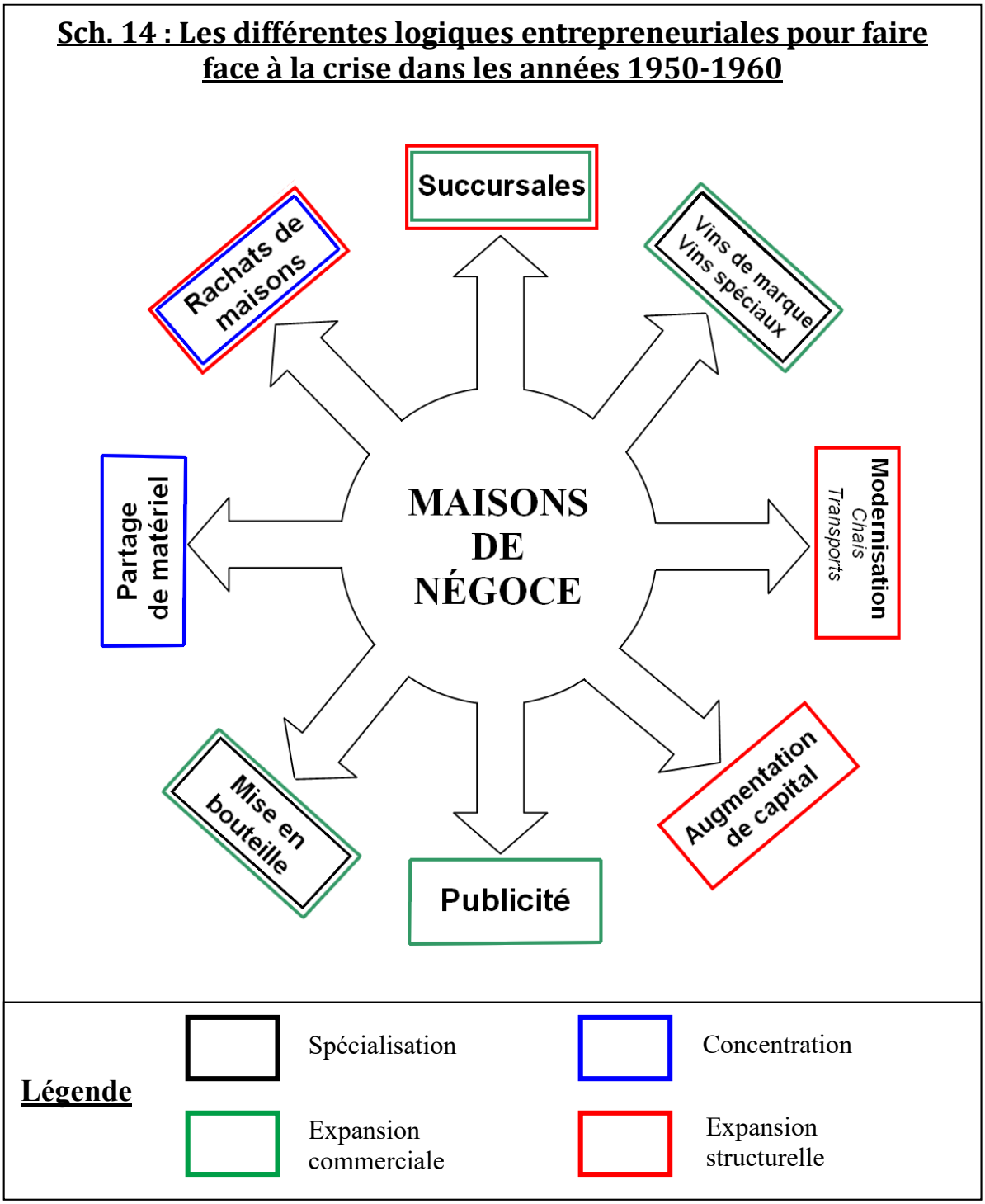
Source : Grands livres, Fonds privés familiaux

Avec la multiplication des appellations, l'effort publicitaire insiste désormais sur cet aspect. Dans les années 1950-1960, cette pratique identitaire se poursuit dès lors autour d'une double logique : marque commerciale pour les vins fins, les liqueurs, les mousseux (« Marsa », « Goudet-Rieux », « Porto Serra ») et appellations pour les VDQS ou les AOC (Picpoul, Clairette, Muscat, Faugères, Pomérols, Saint-Chinian, etc.). On promeut ainsi à la fois un produit et un territoire, nouvelle étape vers une singularisation commerciale des vins héraultais qui sont en retard dans ce domaine, par rapport aux vins bourguignons par exemple[2]. D'ailleurs, les maisons de commerce qui investissent dans la publicité (au-delà des papiers buvards et des en-têtes de lettres) sont plutôt rares et ne concernent que certains types de maisons : celles spécialisées dans les vins à valeur ajoutée (appellations, VDN, apéritifs). Ainsi, Granier ou Jeanjean n'ont aucune démarche publicitaire durant cette période. Assez logiquement, les maisons qui font figure de leaders dans ce domaine sont celles qui ont un rayonnement national, telles « Dubonnet », « Saint-Raphaël », « Cazalis & Prats » ou « Noilly-Prat ». Cela s'explique aussi car, à la fin de la période, les frais publicitaires restent élevés pour les maisons qui ont choisi cette orientation-là[3].

[1] Fonds privés familiaux, Lettres de Grimal à M. Salasc, 14/09/1953.
[2] LUCAND C., *Les Négociants en vins de Bourgogne. De la fin du XIXe à nos jours*, Bordeaux, Féret, 2011, p. 67 et sq.
[3] *MV*, 15/05/1968.

On observe donc une multiplicité des stratégies entrepreneuriales pour faire face à la crise comme le résume le schéma ci-dessous.

Sch. 14 : Les différentes logiques entrepreneuriales pour faire face à la crise dans les années 1950-1960



Mais ces stratégies restent limitées en partie par le rétrécissement des circuits de financement.

Le temps des difficultés et des restrictions de financement (années 1950-60)

Pour faire face aux investissements et assurer aux maisons de commerce un développement pérenne qui pourrait leur permettre d'assumer la concurrence de plus en plus forte sur le marché des vins, les négociants héraultais disposent de plusieurs moyens.

Le premier est l'autofinancement grâce aux prêts à des particuliers. Cette pratique, courante au début du siècle, se perpétue dans les années 1950. André Clauzel, par exemple, s'engage dans une obligation hypothéquée de 400.000F sur deux ans à 5 % en 1958[1]. À la tête de « Clarac frères et Clauzel » avec son fils Fernand, les intérêts sont probablement réinvestis dans la maison de commerce. Un autre moyen de financement classique est la vente de biens afin de pouvoir investir dans la maison de commerce. À Mèze, Léon Bessière vend, entre 1949 et 1953, pour plus de 500.000F de biens immobiliers. En 1953, il se sépare également de ses parts (27.000 F) dans la cave coopérative de la ville[2]. Cet argent est réinjecté dans la maison de commerce familiale sans doute pour faire face aux difficultés financières au sortir de la guerre[3] ou pour permettre l'accroissement de la société. Gustave Chauvain, pour sa part, cherche à relancer l'activité familiale dans le commerce des vins après avoir revendu ses parts dans « Clarac Frères et Chauvain » dans les années 1930. En 1942, il forme une SARL de négoce des vins, « G. Chauvain et Cie » qu'il finance dans les années 1950 par la vente d'une propriété en Camargue (1951-53) et de terrains aux Métairies à Sète[4].

Mais ces méthodes de financement ne suffisent pas et le recours aux crédits bancaires est nécessaire. Or cette période se marque par un net durcissement des conditions de prêts aux maisons de commerce.

En effet, un rapport établi dans les années 1960 pour le compte de la BDF, revient sur les conditions de financement du marché des vins depuis la fin de la Seconde Guerre mondiale. Son constat est accablant pour le négoce languedocien. Il est question d'une situation inquiétante en raison de « la faiblesse des fonds propres », de la « rentabilité médiocre » et de « l'étroitesse des trésoreries »[5]. En conséquence, les maisons de commerce connaissent un endettement accru, ce qui explique certaines inflexions dans les pratiques de financement.

La première, d'ordre purement commercial, est l'allongement des traites. Dorénavant, les traites sont élevées à 60 jours de manière générale et peuvent atteindre 90 jours. Cela ne semble pas avoir d'impact sur la rapidité de rotation des capitaux circulants[6] mais c'est, indubitablement, un facteur d'accroissement des risques. En effet, l'attente trop longue d'un paiement peut avoir des conséquences néfastes en cas de brusques variations des cours ou d'insolvabilité du client. Il est alors trop tard pour se retourner et seules les actions en justice, longues elles aussi, peuvent aboutir à la récupération d'une partie seulement des sommes

[1] ADH : 3 Q 15417, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 44-1003/1905.
[2] ADH : 3 Q 7868, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 30-2013/1898.
[3] ABDF : Sète, 1945.
[4] ADH : 3 Q 15406, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 33-269/1884.
[5] ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « Le négoce des vins », 1962, p. 23.
[6] *Idem.*

dues[1]. Ces créances sur la clientèle façonnent alors le plus souvent le point d'équilibre des maisons de commerce car elles assurent le remboursement de la dette.

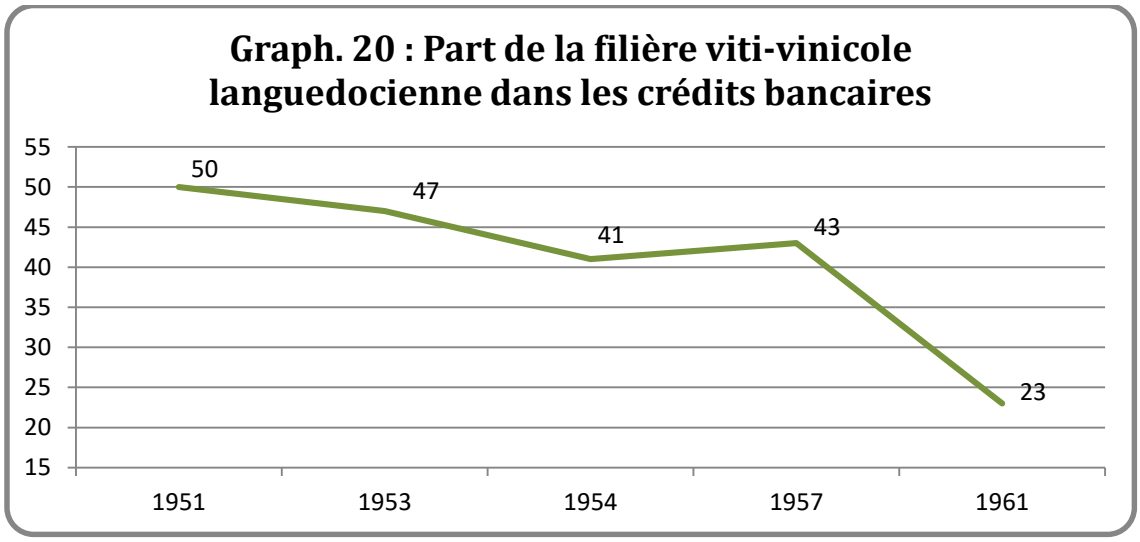
En raison de la structure même des maisons de commerce languedociennes (faibles investissements dans les actifs immobiliers, part prépondérante des achats dans les créances, très forte proportion des actifs de roulement, fonds propres limités), le rapport note que cette situation est peu satisfaisante au regard de l'endettement vis-à-vis des tiers (essentiellement des banques) dont « la dépendance semble s'accroître »[2]. Si la structure est différente dans le cas des vins fins, VDN ou des apéritifs (il y a une part des immobilisations plus importantes, une part du stockage et un investissement dans les outils de production plus développés), les risques financiers sont également très importants, notamment en raison de la dépendance cette fois-ci envers les créanciers et l'apport régulier de fonds propres qui doivent être injectés.

Ainsi, pour faire face à une situation qui se tend (irrégularité du marché et concurrence de plus en plus forte), le négoce héraultais fait de plus en plus appel à des crédits à court terme en raison de la prédominance de la préoccupation première qu'est le financement du fonds de roulement. Dans l'Hérault, ce financement est d'autant plus important que, dans les années 1950 et 1960, les vins vendus sont encore destinés à être consommés rapidement, entraînant une rotation des stocks assez rapide : un mois à un mois et demi en moyenne pour les VCC du Midi méditerranéen, 2 mois pour les VDQS[3]. Au début des années 1960, le crédit bancaire souscrit par les négociants représente entre 8 et 15 % du chiffre d'affaires annuels des banques dans l'Hérault[4]. Tout comme dans la période précédente, ces crédits bancaires sont assurés par le biais de créances à l'escompte, de crédits de campagne et de découverts bancaires. Preuve d'une faiblesse financière marquée du négoce expéditeur héraultais, le négoce distributeur, dont les assises financières sont plus solides ne représente que 4 % à 6 % des chiffres d'affaires annuels des banques[5]. Ainsi, en 1962, près de 30 M de F des crédits sont accordés pour les quatre départements gros producteurs du Midi[6]. Le constat est donc très clair : le négoce héraultais n'arrive plus à se financer lui-même et sa dépendance vis-à-vis des formes de crédits bancaires est importante, notamment en regard des autres branches de la filière.

Ces difficultés sont confirmées par les différents rapports d'inspection de la succursale de la BDF à Montpellier. Si dans les années 1950, les escomptes sont encore importants (environ 40 %)[7], les autres types de crédits connaissent une croissance plus ou moins marquée. Mais la filière viti-vinicole dans la répartition générale des crédits distribués dans la région[8] est en net recul (graph. 20, page suivante), même si les aléas et la tenue globale du marché

[1] Les concordats lors des faillites dépassent rarement 70 % et certains se négocient même en-dessous 50 %.
[2] *Ibid*., p. 26.
[3] *Ibid*., p. 33.
[4] *Ibid*., p. 34.
[5] *Ibid*., p. 38.
[6] Dont très certainement plus du tiers pour l'Hérault.
[7] ABDF : Montpellier, 1954.
[8] On ne connaît pas la répartition exacte par département mais, globalement, l'Hérault est le département qui fait le plus appel à des crédits bancaires (37 % de la région en 1954).

(hausse des cours) peuvent entrainer une hausse ponctuelle comme c'est le cas pour la campagne 1956-57.



Source : ABDF : rapports d'inspection, Montpellier, 1951-1961

Suivant la dynamique des années 1930, le papier d'escompte est de moins en moins utilisé comme le souligne le rapport de 1954, les négociants préfèrent les virements ou les chèques, accordant à leur clientèle des délais de crédit assez importants, en tout cas supérieurs aux autres commerçants de boissons[1]. Face à cette situation complexe et risquée, « pleine d'embuches pour le banquier qui n'est pas toujours en mesure d'apprécier le bien-fondé des demandes de crédit »[2], les rapports recommandent la prudence et la limitation des acceptations de crédits.

Ainsi, à la fin des années 1950 et au début des années 1960, la BDF décide, devant les nombreux risques que font encourir au système bancaire l'endettement généralisé des maisons de commerce languedociennes, de réduire les possibilités de crédits offertes au négoce local. Par exemple, la circulaire 9442 du 29 janvier 1962 (qui reprend diverses circulaires antérieures) demande aux banques d'écarter de leur portefeuille les maisons de commerce locales tirant sur d'autres maisons de commerces locales[3]. En outre, dans le but d'éviter les « abus de crédit », la plus grande surveillance est requise quant à l'obtention des crédits bancaires[4]. Des mesures rigoureuses sont également adoptées comme l'obligation de faire figurer sur les traites les numéros d'acquit, le bureau de départ, la date et le lieu tandis que dorénavant certaines traites trop longues seront refusées[5]. Enfin, les tirages sur particuliers sont désormais interdits[6]. L'institution bancaire semble chercher à engager les négociants dans un nouveau type de financement – le crédit à moyen et long termes – dans l'optique de pérenniser les mai-

[1] *Idem*.
[2] *Ibid.*, p. 11.
[3] Elles sont soupçonnées de se livrer à du « papier de circulation », c'est-à-dire un type de financement interne à la profession qui ne s'appuie sur aucune marchandise et qui est banni par les banques.
[4] ABDF : 1060200401¸ Crédit de campagne, Circulaires sur le financement de la campagne viticole et sur le commerce des vins et alcools : circulaires, notes, correspondance, 1950-1962, Circulaire 9442 du 29 janvier 1962.
[5] ABDF : 1060200401, *op. cit.*, Circulaire 9325, 13 juin 1961.
[6] ABDF : 1060200401, *op. cit.*, Annexe à la Circulaire 9325, 13 juin 1961.

sons qui auraient les moyens de le faire. Les autres sont alors réduites à disparaître faute du financement nécessaire, ce dont s'émeuvent les organisations syndicales patronales relayées par la presse spécialisée de l'époque. Ces dernières estiment que les nouvelles restrictions représentent une « menace » pour le commerce des vins qui ne peut plus « jouer, dans des conditions très difficiles, son rôle de régulateur » faute des moyens financiers adéquats[1]. Dans les années 1960, à plusieurs reprises, le *Midi Vinicole* se fait l'écho des inquiétudes dans les milieux commerciaux de ces restrictions de crédit.

Mais, le rapport de la BDF de 1961 qui revient sur le bilan comptable de plusieurs maisons de commerce locales permet de justifier ces restrictions de crédit : entre refus de communiquer les bilans d'exploitation, déséquilibre des comptes et pratiques spéculatives hasardeuses, le négoce héraultais traditionnel ne semble pas à même de donner tous les gages de sécurité nécessaires à un élargissement des crédits. En définitive, seules les grandes maisons les plus stables et les plus rigoureusement gérées peuvent bénéficier de crédits importants. En 1960, « P. Guibal et Cie » ou « La vigneronne méridionale » qui ont des chiffres d'affaires dépassant les 10 M de NF, se voient octroyer des crédits de l'ordre de 3 M et 1, 3 M de F[2]. Par ailleurs, sur les 17 comptes étudiés en détail par l'inspecteur, seuls 4 disposent d'une cote de crédit favorable. La grande majorité étant convenable (B) ou à surveiller (C) comme l'indique le tableau ci-dessous.

Tab. 56 : Cotes de crédit – BDF – 1960- Montpellier
Maisons de négoce des vins

Cote	*Nombre de maisons*	*Pourcentage*
A	4	23 %
B	7	41 %
C	5	30 %
D	1	6

Source : ABDF, Montpellier, 1961

Il est ainsi logique que les circuits de financement se réduisent, ce qui dans une période de gestion de crise est particulièrement préjudiciable au négoce des vins. C'est là l'une des explications de la disparition de certaines maisons dont les pratiques ne sont plus acceptées par les banques et qui se voient écartées des facilités bancaires (« L. Arnal », « Veuve Bonnet », « La clairette »).

Cette dernière période est caractérisée par une trajectoire duale. D'un côté, dans le département, l'activité ralentit et les circuits commerciaux tendent à se réduire. C'est la conséquence de la disparition des maisons de commerce locale sous l'effet de la concurrence extérieure et du phénomène de concentration qui, à nouveau, frappe la profession. Cependant,

[1] « Protestation contre les restrictions de crédit », *MV*, 18/12/1957.
[2] ABDF : Montpellier, 1961.

c'est également une période de progrès et de modernisation pour les maisons qui en ont les moyens ou l'envie.

Pour conserver leur position sur le marché, les maisons de commerce adoptent alors deux stratégies : la contraction (« C. Granier » par exemple) après une période continue de difficultés ou l'extension par une politique de concentration et de spécialisation.

Dès lors, les maisons héraultaises connaissent deux trajectoires opposées et asymétriques. Si quelques-unes développent des modèles de croissance performants, de très nombreuses maisons réduisent leurs activités avant de disparaître.

CONCLUSION DE LA SECTION 2

Pour conclure cette section, donnons la parole à l'un des témoins les plus prolixes de la période, Jean Valery, le directeur du *Midi Vinicole*. Voici ce qu'il écrit en 1965 :

> « Les méthodes commerciales se sont transformées [depuis le Statut viticole]. Jadis un plus grand nombre de commerçants achetait en espérant revendre plus cher ou vendait à découvert. Aujourd'hui, le nombre de commerçants en vins a diminué de plus de 50 %. […]
>
> Le Commerce en un mot est devenu une industrie. Les nouvelles installations du Commerce vues de l'extérieur ressemblent davantage à une usine qu'aux grands magasins du Commerce traditionnel où l'on voyait des barriques devant un hangar et quelques cuves en ciment à l'intérieur. Maintenant, tout est devenu automatique. C'est un immense tableau de bord qui commande l'ensemble des opérations d'arrivée du vin par camions-citernes, par wagons-réservoirs, par péniches ou par tankers. Ce même tableau de bord commande les coupages. Ensuite, automatiquement avec un minimum de personnel, les chaînes d'embouteillage mettent le vin en bouteilles, disposent automatiquement les bouteilles dans les casiers qui sont chargés automatiquement sur des chariots en bois qu'on appelle palette et que des chariots élévateurs soulèvent et mettent sur les camions de livraison dans un minimum de temps.
>
> Le commerce est axé vers la distribution et sur la vente qu'il entend réaliser. Les bénéfices lui permettront d'amortir les installations par une organisation de plus en plus rationnelle et mécanisée. […] La stabilité des prix est tout à a fait souhaitable, mais à condition qu'elle s'effectue à un niveau rémunérateur, ce qui n'est pas le cas depuis ces dernières années. »[1]

Le constat est implacable et amer sous la plume de l'éditorialiste viticole, qui en une trentaine d'années a assisté à la mutation radicale de la profession. On retrouve dans ce texte toutes les grandes évolutions qui ont frappé le monde du négoce héraultais entre 1930 et 1970 : modernisation, automatisation, réduction du personnel, chute des effectifs

[1] *MV*, 16/01/1965.

commerciaux, nécessité d'investissements de plus en plus lourds, rationalisation, immixtion de l'État, limitation des bénéfices. Tant d'éléments qui ont transformé le visage de la profession elle-même et de la structure commerciale dans le département.

Le basculement entre un négoce rayonnant et cette période de difficultés s'opère pendant les années 1930. Durant cette décennie, la conjoncture se renverse, notamment en raison de la persistance de la crise que l'interventionnisme étatique n'arrive que très sensiblement à limiter. En dépit de tentatives d'adaptation (première phase de concentration et de modernisation), les maisons de commerce héraultaises souffrent face à la concurrence des magasins à succursales multiples, d'autres négoces[1] et au détournement des flux algériens qui faisaient la richesse des commerçants locaux. En conséquence, la fin des années 1930 enregistre un premier effacement numérique et une modification de la structure commerciale. Au contraire des maisons de négoce bourguignonnes qui, appuyées sur la qualité de leurs vins fins, triomphent[2], les maisons héraultaises souffrent. Alors que le travail à la commission devient de plus en plus important sous la pression des maisons de l'extérieur qui installent des bureaux d'achat dans le département, les maisons héraultaises optent pour des stratégies antagonistes de maximisation des clients ou au contraire de contraction sur une clientèle fidèle et traditionnelle.

La Seconde Guerre mondiale vient rompre cette tendance déclinante en offrant aux maisons héraultaises la possibilité d'approvisionner à nouveau l'ensemble du territoire métropolitain. Mais ce nouveau rôle se fait dans le cadre d'un contrôle étatique nettement renforcé et rigide. Par ailleurs, l'intrusion de l'Occupant bouleverse les circuits commerciaux classiques. Officiellement ou officieusement, ce dernier cherche à se fournir auprès des négociants héraultais pour ravitailler les troupes et pourvoir à la consommation intérieure du Grand Reich. Dans ce contexte, les négociants font à nouveau figure d'interface incontournable pour gérer ses écoulements nationaux ou à destination de la force ennemie. Mais, sur un marché des vins atrophié par le manque de marchandises et les restrictions, les dérives spéculatives et le marché noir se multiplient, entraînant certaines maisons de commerce dans des pratiques qui les décrédibilisent et les fragilisent au sortir de la guerre.

Cette compromission et l'attitude individualiste des maisons de commerce héraultaise dans l'immédiat après-guerre expliquent en grande partie la poursuite d'un encadrement strict par l'État à partir de la fin des années 1940. En outre, à cette régulation rigoureuse du marché des vins s'ajoute la montée en puissance de grandes maisons de distribution extra-méridionales dans les années 1950 puis de la grande distribution dans les années 1960. Dans ce contexte d'hyper-concurrence et de mise sous tutelle, la profession est bouleversée. Les activités au forfait – les plus profitables – diminuent largement, pour devenir minoritaires, les maisons locales disparaissent peu à peu tandis que l'activité générale diminue, symbolisée par la lente disparition des marchés aux vins dans le département. La presse se fait l'écho de cette situation critique, rappelant le rôle primordial du négoce-expéditeur, « beau mais difficile

[1] Comme le négoce drômois en plein renouveau pendant l'entre-deux-guerres (Cf. BOUCHARDEAU Ph., *art. cit.*, p. 387).
[2] LUCAND C., *op. cit.*, p. 296-300.

métier »[1] (fig. 37).

Fig. 37 : La défense du commerce des vins dans la presse spécialisée
Source : *Moniteur Vinicole* en 1952

Alors que les réussites commerciales célèbrent les vignobles entendus comme plus nobles (bordelais, champenois ou bourguignon)[2], les maisons de commerce héraultaises sont devenues des cibles privilégiées pour un mouvement syndicaliste viticole à nouveau virulent, mais également pour les grands « trusts » qui voient le jour au tournant des années 1950. L'État joue aussi un rôle déstructurant, notamment par son ambition modernisatrice et la « mauvaise réputation » des entreprises familiales auprès des « technocrates modernisateurs de l'après-guerre »[3]. Si les maisons de négoce héraultaises ne sont pas les seules à entamer leur déclin après-guerre dans la filière viti-vinicole nationale[4], l'effacement relativement rapide de l'armature commercial départemental en deux décennies est frappant.

Les négociants doivent alors choisir comment assurer une gestion de crise. Si une grande majorité favorise la réduction des activités (« C. Granier ») ou la disparition (« J. Alby »), certaines maisons s'orientent vers une nouvelle phase de concentration et de modernisation (« C. Salasc » ou « V. Anthérieu »). En multipliant les investissements (dans le rachat d'autres maisons, dans de nouvelles infrastructures et l'équipement de stockage, dans des entrepôts et du matériel de distribution) et de pair avec la modernisation de l'appareil viticole à partir des années 1950[5] , une nouvelle génération de patrons cherche à adopter les mêmes stratégies que les grands groupes qui dominent le marché. En se spécialisant dans une branche précise (importations, vermouths, grande distribution, vins fins, etc.), elles visent le développement de leurs parts de marché sur des secteurs dont elles maîtrisent les procédés de fabrication et de commercialisation. Si leurs résultats sont inégaux, elles permettent la survie, tant bien que mal, d'une activité traditionnelle dans le département : celle de négociant en vins.

[1] *Moniteur Vinicole*, n° spécial, 1952. L'article « Les intérêts du vigneron et ceux du commerçant sont solidaires » est accompagné de la fig. 37 (Cf. ADH : 2 W 3227, *op. cit*.).
[2] Pour ce dernier, C. Lucand parle d'un « deuxième âge du négoce en Bourgogne » après 1945, « porté par des marchés exponentiels ». Cf. LUCAND C., op. cit., p. 354 et sq. La trajectoire des deux autres vignobles est semblable. Cf. GARRIER G., *op. cit.*, p. 410.
[3] DAUMAS J.-C., *art. cit*., p. 33.
[4] C'est le cas de « Lillet » en Gironde également. Cf. LONDEIX O., *op. cit*., p. 197 et sq. ou des maisons de commerce drômoises (cf. BOUCHARDEAU Ph., *art. cit*., p. 401).
[5] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée…, op. cit.*, p.184-188.

Conclusion de la première partie

Au terme de cette première partie, qui présentait les grands traits de la profession de négociant dans l'Hérault entre 1900 et 1970, on peut dresser un portrait en trois temps d'un métier dont la nature et la structure sont bouleversées au XXe siècle.

Le premier temps concerne l'évolution de la profession. Au rythme de grandes phases et de ruptures parfois brutales, celle-ci connaît deux périodes bien distinctes qui aboutissent à son effacement partiel à la fin des années 1960. Du début du siècle aux années 1920, le négoce héraultais est un négoce conquérant. Intermédiaires indispensables à la filière viti-vinicole, les maisons de commerce installées dans le département assurent l'écoulement d'une production sans cesse plus abondante. Même si les difficultés conjoncturelles (1907, 1914-1915, 1921) peuvent le fragiliser, le Commerce structure le département en offrant une structure commerciale solide et efficace, capable d'expédier les millions d'hectolitres produits chaque année par un vignoble entré dans une période de productivité à outrance. Inscrit dans des réseaux amont (propriétaires) et aval (clientèle) qu'il construit et fortifie année après année, le négociant collecte, stocke, soigne et confectionne les vins héraultais qui abreuvent la France ouvrière et rurale. « Banquier de la viticulture », il injecte, par ses achats, un argent frais utilisé à la bonne marche des propriétés locales. Signe de son attractivité, de nombreux intermédiaires, étrangers à la région ou au métier, ouvrent des maisons de commerce durant cette période.

Les années 1930 viennent rompre ce schéma. En raison des déséquilibres de plus en plus importants sur le marché des vins et des difficultés de la filière, l'État décide de prendre des mesures de rationalisation et de contrôle de la filière viti-vinicole nationale. Cette mise sous tutelle est néfaste pour un Commerce qui profitait de la grande altérabilité des cours pour réaliser des marges parfois conséquentes. Dans la continuité d'une Première Guerre mondiale qui l'a vu mettre la main sur certains des leviers économiques des marchés agricoles nationaux, l'État s'engage dans un encadrement marqué du marché par le biais du Statut Viticole d'É. Barthe. Le négoce est alors dépossédé de certains des atouts qui faisaient sa force par la limitation de la spéculation, devenue en partie illicite, l'encadrement strict des cours à la fin des années 1930 et surtout dans les années 1950 et l'aide financière aux petits et moyens propriétaires. Dans le même temps, les clients des maisons de commerce héraultaises cherchent à se passer de leurs services en installant des bureaux d'achat sur place ou en limitant leur intercession à la simple commission. De leur côté, les producteurs se réunissent massivement au sein de caves coopératives qui deviennent après la Seconde Guerre mondiale, sous l'impulsion d'un État qui cherche à réduire les circuits de distribution, des outils de vinification et de commercialisation. Sous la conjonction de ces forces contraires, le négoce héraultais enregistre, par phases successives, une dégradation de ses effectifs qui chutent de près de 70 % entre 1900 et 1970 pour les trois grands centres expéditeurs (Sète, Montpellier,

Béziers).

Le second temps porte sur la nature même du métier. Celui-ci se caractérise tout d'abord par sa grande complexité. Si l'on prend en considération les maisons étudiées dans cette recherche, on ne peut que constater la grande difficulté à gérer et mener une maison de commerce dans l'Hérault au siècle dernier. Ce constat est largement partagé par les acteurs de notre projet encore en vie et qui ont accepté de témoigner pour notre étude. La gestion d'une maison de commerce s'avère être une charge qui requiert une implication constante. Depuis la gestion des achats et des ventes jusqu'aux relations avec les administrations, en passant par la modernisation de l'entreprise, l'ensemble des activités afférentes aux maisons de négoce demandent une multiplicité des compétences qui expliquent bien souvent l'échec des nouveaux arrivants tels Jules Augé ou Denis Dourlan. Au contraire, l'implication rigoureuse, la recherche du développement entrepreneurial par le biais de stratégies efficaces et réfléchies ou l'intégrité commerciale, synonyme de respectabilité, permettent la bonne marche de maisons d'envergures différentes : « Cazalis & Prats » à l'échelle mondiale ; « C. Salasc » au niveau national ; « C. Granier » au rayonnement régional et péri-régional.

Cette complexité est symbolisée par les réseaux dans lesquels les négociants s'inscrivent. « Agent » bourdieusien par excellence, le négociant s'insère dans une multitude de réseaux aux contours et aux dimensions variés. Cette logique réticulaire est fondamentale pour le bon fonctionnement des maisons de commerce héraultaises. En effet, ces dernières s'articulent à la fois dans des réseaux de proximité, contenus dans les limites d'un bassin – un « terroir » dirait-on aujourd'hui – relativement restreint, celui du pays local ou d'une partie du département et dans des réseaux lointains qu'il tisse au-delà de la région, souvent même au-delà des frontières nationales. Pour lui permettre d'agir avec efficacité dans cette multitude de réseaux, le négociant peut s'appuyer sur une armée de courtiers et de représentants qui visitent les fournisseurs pour les uns, les clients pour les autres. Au-delà de ces réseaux commerciaux dont il est profondément dépendant, le négociant s'inscrit également dans des relations continues et permanentes avec d'autres acteurs périphériques de la filière : tonneliers, ouvriers, banquiers, chefs de gare, administration, agents d'assurance, etc. Les correspondances des maisons de commerce permettent ainsi de construire et de matérialiser la complexité structurelle de cette profession.

En dernier lieu, cette complexité réside également dans la structure même des maisons de commerce. Incontestablement, celles-ci se définissent par une nature particulièrement hybride. L'étude attentive des modes de fonctionnement et de la gestion des maisons de négoce met en perspective l'alternance incessante entre archaïsme et modernité. Ce constat, s'il est regretté par de nombreux observateurs dans les années 1960, peut en réalité être dressé dès les années 1900. Tout au long du siècle, la structure commerciale héraultaise se singularise par la cohabitation de maisons modernes aux stratégies novatrices, qui investissent dans des structures performantes de qualité et de maisons aux attitudes commerciales obsolètes et dépassées. Mais, ce qui est particulièrement remarquable dans le cas des maisons

de commerce du département, c'est que cette combinaison se retrouve également au sein même des maisons où l'on observe des comportements modernes et dépassés. Cela s'explique le plus souvent par les hommes à la tête de ces maisons qui, pour des raisons diverses (âges, moyens financiers, entêtement), acceptent certaines évolutions favorables à leur commerce (comme la publicité ou le téléphone) mais en refusent d'autres (automatisation ou modernisation des infrastructures).

Enfin, dans un dernier temps, il est nécessaire d'évoquer la dimension psychologique du métier de négociant. C'est là un ressort particulièrement important de la profession et l'analyse fine des sources permet de relever combien cette dimension est primordiale à la bonne marche des maisons de commerce. La réputation est l'élément-clé de la réussite d'une maison de commerce et il est remarquable de noter que dans un contexte contraire, les négociants héraultais veillent à défendre la qualité de leur marchandise par des stratégies variées et multiples (publicité, cartes postales, correspondance). Cette assise est fondamentale car elle permet d'assurer la crédibilité commerciale des maisons de commerce. Hors, contrairement à d'autres régions (Bourgogne, Bordeaux) ou à d'autres produits (Roquefort), les vins héraultais jouissent d'une image négative dans l'opinion publique. Les négociants doivent donc redoubler d'efforts pour assurer à la fois leur respectabilité commerciale et la respectabilité de leurs produits, les deux étant intimement liées. Ici, indéniablement, les maisons les plus pérennes sont celles qui s'appuient sur une réputation commerciale forte, le plus souvent associée à un rayonnement positif sur l'ensemble des réseaux dans lesquels elles s'inscrivent (fournisseurs, clients, banquiers, administration). À l'inverse, les maisons avec des réputations limitées (Denis Dourlan, Lucien Rassiguier) ou dégradées (Jules Augé) peinent à s'inscrire dans la durée et disparaissent aux premières difficultés.

Cette dimension psychologique est renforcée par l'importance des rapports humains qui conditionnent la profession. Ici aussi, ceux-ci sont ambigus. Synonymes de forte interdépendance entre les différents acteurs de la filière, ces relations sont très clairement établies sur un rapport de force. Tant avec le fournisseur qu'avec le client ou l'auxiliaire, le négociant s'inscrit dans une confrontation qui le lie à son interlocuteur[1]. Parfois à l'origine de ce rapport de force, notamment autour de la question vitale de la maîtrise de l'information, il ne peut que le subir lorsqu'il est en position de faiblesse commerciale, notamment en cas de dépendance d'un service. Dès lors, pour atténuer ces déséquilibres et cette dépendance, les négociants multiplient les contacts personnels afin de fidéliser leurs partenaires commerciaux et renforcer le lien humain qui existe entre la maison de commerce et ses interlocuteurs. Voilà ici aussi l'un des fondements mêmes de la crédibilité et de la bonne marche d'une maison de commerce. Tous les acteurs de la filière insistent dès lors sur la nécessité de ces contacts personnels qui s'engagent, très souvent, sur plusieurs années, voire plusieurs générations.

En définitive, cette profession, si elle est en mutation profonde tout au long de la

[1] Voir à ce sujet la sous-partie « Entre partenaires commerciaux, le règne de la menace », p. 812 et sq.

période, se caractérise également par des contours très inconstants et fluctuants. Si on distingue certains traits communs, ce négoce héraultais se singularise surtout par sa grande diversité et sa grande malléabilité, notamment face aux événements qui viennent troubler l'ordre commercial (crise de 1907, guerres mondiales, crises économiques) sans toutefois toujours marquer des ruptures dans la pratique d'un métier multidimensionnel.

C'est cette multiplicité (des réseaux, des rapports humains, des évolutions) que l'on retrouve également dans le domaine syndical et l'implication sociale des négociants héraultais.

INDEX DU VOLUME I

Index des principaux patronymes et noms de maisons

A

« J. Alby » (Sète), 101, 102, 182, 190, 212, 253, 305, 313, 372, 373, 376, 390

« V. Anthérieu » (Frontignan), 73, 92, 101, 132, 190, 191, 195, 211, 246, 266, 267, 269, 276, 279, 307, 308, 313, 365, 366, 368, 374, 378, 390

« Argelliès F.» (Frontignan), 230

« Argelliès Père et Fils » (Frontignan), 209, 216

« Arnal L. » (Lodève), 357, 358, 387

« Arnal-Salze » (Sète), 376

« Paulin Arnaud » puis « G. Arnaud » (Mèze), 195, 210, 211, 269, 270, 278

«Arnaud P. » (Balaruc), 110

« J. Augé » (Cessenon-sur-Orb), 75, 81, 95, 105, 116, 122, 125, 126, 133, 134, 148, 167, 168, 169, 170, 171, 172, 173, 176, 177, 180, 181, 186, 187, 188, 191, 192, 193, 195, 197, 199, 200, 201, 202, 203, 211, 217, 221, 253, 263, 283, 284, 287, 288, 392, 393

« E. Azam » (Capestang – Béziers), 195, 197, 270, 272, 283.

B

« E. Balmefrezol » (Magalas), 176, 204, 209, 274, 324

Barthe, Édouard, 108, 109, 224, 255, 292, 299, 307

« Bastide d'Izard » (Marseillan), 871

« Baudassé Frères (puis Fils)» (Marseillan), 20, 260, 281, 380

« Beaumes Frères » (Lodève), 345, 352

« Bècle-Combette » (Frontignan), 216, 224, 229, 266, 283

« P. Bertouy » (Marseillan), 224, 226, 343, 379, 380

« F. (puis L., puis D.) Bessière » (Mèze), 204, 267, 313, 370, 377, 384

Biscaye, Henry, 153

« P. Bisset » (Sète), 326

« Veuve Bonnet » (Lunel), 355, 357, 358, 387

« Bouillon Frères » (Boisseron), 206, 370

« Boyer et Cahuzac » (Puisserguier), 98

« J.-C. Bühler » (Béziers), 88, 152, 188, 204, 209, 235, 343

« Buridon Frères » (Béziers), 97, 141, 209

C

Famille Castelnau (Banquiers – Montpellier), 197, 198, 212, 255, 280

« Catalan Frères » (Montpellier), 204, 209

« L. Cattelat » (Montpellier), 102, 182, 205, 270, 283, 303

Cazalis Gaston, 190, 207, 212, 304, 312, 362

« Cazalis & Prats » (puis « Les Vermoutheries Jean Prats » Sète), 73, 74, 98, 102, 126, 141, 182, 183, 188, 190, 206, 212, 220, 222, 223, 225, 264, 266, 278, 279, 281, 325, 356, 361, 362, 369, 374, 376, 377, 378, 379, 380, 382, 392

« Cazalis et Delord » (Montpellier), 102, 141, 173, 179, 190, 212, 245, 246, 253, 258, 276, 281, 322

CDC (Paris), 343, 356, 377

CGVMA (Paris, Sète, Béziers), 102, 103, 173, 260, 274, 304, 343, 352

« D. Chauvain » puis « Chauvain et Cie » (Sète), 180, 188, 195, 205, 210, 266, 279

« G. Chauvain et Cie » (Sète), 308, 384

« Clarac Frères et Chauvain » (Sète), 95, 102, 126, 132, 183, 195, 223, 225, 264, 266, 308, 384
« Clarac Frères et Clauzel » (Sète), 325, 374, 377
« Coste et Cie » (Paulhan), 356, 367, 368, 377, 378
« Cousin Frères » (Montpellier), 263
« Paul Crozals et Fils » (Béziers), 100, 204, 274

D

Domerc, Georges, 105, 112, 204, 229, 264, 265
« Domergue » (Montpellier), 73, 87, 114, 115, 120, 125, 133, 145, 148, 192, 200, 201, 202, 203, 221, 237
Dourlan Denis (Montpellier – Florensac), 95, 96, 115, 116, 118, 125, 133, 134, 138, 180, 185, 188, 193, 201, 202, 204, 205, 206, 211, 217, 221, 224, 287, 392, 393
« Dubonnet SA » (Paris – Sète), 126, 224, 225, 266, 279, 343, 356, 368, 369, 382
« Dupuy et Coste » (Banque - Sète), 198, 280

E

« B. Euzet » (Sète), 228
« J. Euzet » (Sète), 134, 179, 206, 209, 224, 264, 278, 279, 377

G

Gantet, Simon, 373, 376
« Gévéor » (Paris), 342
« E. Granaud » (Béziers), 197, 218, 219, 229, 283
« C. Granier » (Magalas), 74, 115, 123, 128, 129, 130, 133, 176, 177, 210, 238, 239, 240, 272, 280, 285, 287, 289, 305, 318, 324, 329, 336, 339, 345, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 361, 362, 363, 375, 388, 390, 392
« Grassion-Frédot » (Lunel), 258, 304, 312
« P. Guibal » (Clermont-l'Hérault), 191, 373
« Célestin Guy » (Béziers), 306, 311
« Fr. Guy » (Béziers), 152, 182, 190, 206, 224, 274, 311

H

« A. Herber » (puis Herber-Conge », puis « Herber et Cie », puis « Herber, Préau et Cie » – Sète), 188, 212, 228, 229, 235, 279, 280, 281, 377
« P. Hubidos » (Sète), 118, 203, 205, 216, 281
« Louis Huc » puis « Les Fils de Louis Huc » (Béziers), 97, 141, 173, 190, 204, 206, 209, 211, 221, 271, 274, 354

J

« Ets J. Julien » (Sète), 103, 134, 173
« M. Jeanjean » (puis « P. Jeanjean » - Saint-Félix-de-Lodez), 75, 82, 141, 168, 172, 176, 177, 181, 188, 190, 191, 201, 210, 229, 231, 232, 234, 236, 237, 269, 272, 279, 339, 354, 356, 358, 359, 363, 365, 366, 367, 368, 369, 375, 376, 377, 378, 382

K

« Kiravi » (Paris), 342
« L. Koester et Cie » (Sète), 88, 216, 225, 230, 235

L

« E. Labarthe » (Frontignan), 229
« M. Lamailloux » (Sète), 304, 309
« Lavigne et Degeilh » (Puisserguier), 73, 172, 187, 191
« Leenhardt-Bazille » (Montpellier), 76, 81, 98, 141, 190, 198, 204, 212

M

« Mainguet et Philippon » puis « J. Philippon » (Sète), 98, 173, 183, 190, 313
Malet, Gustave, 109, 227, 334
« Margnat » (Marseille), 342
« O. Martel » (Béziers), 141
« A. Méloux » (Montpellier), 228, 303, 304, 307, 313, 354
Merle, Léon, 156, 229, 231
« J. Meyer » (Béziers), 88, 274, 304, 343, 357
Michel, Félix, 98, 100, 203, 228, 229,

N

« Nicolas » (Paris), 141, 205, 259, 325, 342, 345, 374
« Noilly-Prat » (Lyon – Sète – Marseiilan), 21, 73, 74, 126, 133, 188, 222, 266, 279, 325, 343, 382

O

« P. Olive » (Frontignan), 92, 211
Orsetti, Eugène, 190, 212, 365, 397, 191

P

« A. Paloc » (Frontignan), 226, 381
« Parlier & Krüger » (Montpellier), 133, 179, 184, 212, 258, 322, 343
Péridier, Maurice, 190, 212, 228, 307, 362
« Périer-Botta » (Frontignan), 91, 188, 189
« Pétrier Fils » puis « Pétrier François » (Béziers – Cazouls-lès-Béziers), 87, 110, 211
« Félix Potin » (Paris), 104, 141, 248, 259, 260
« Poujade Frères » (Mèze), 209
« A. Prat » (Sète), 112, 225, 271, 272, 377
Prats, Jean, 173, 190, 204
« Préfontaines» (Paris), 342

R

« L. Rassiguier » (Olonzac), 75, 113, 114, 116, 118, 124, 133, 134, 136, 172, 192, 193, 201, 216, 217, 221, 393
« Rieux » (Marseillan), 174, 312, 382
« P. Rouanet » (Béziers), 95, 212, 270, 332
« Roussel-Lacombe » (Montpellier), 133
« Frères Roux » (Sète), 179, 210, 228, 229

S

« Saint-Raphael » (Paris – Sète), 182, 183, 217, 220, 343, 362, 376, 379, 380, 382
« Clovis Salasc » (Clermont-l'Hérault), 180, 306, 323, 336, 350, 354, 355, 363, 364, 366, 367, 368, 370, 372, 373, 378, 381, 390, 392
SAPVIN (Paris), 343, 356
« Ets. Schenk » (Suisse – Sète), 104, 176, 343, 365
« A. Schick » (Sète), 112
Schwarz, Martin, 190, 212, 373
« A. Segond » (Le Bosc), 84
SETIMPORT (Sète), 305, 308, 313, 315, 369
« Steinmann », 88, 235

T

Taillan, Auguste, 76
« P. Taillan et Cie » (Sète), 76, 98, 173, 183, 188, 228, 371
« Louis Thau » (Sète), 216, 276
« M. Tirat » (Montpellier puis Sète), 354
Tirat, Robert, 173, 176, 319, 320, 322, 357, 369
« B. Tous » (Sète), 89, 97, 114, 118, 134, 216, 229, 281

V

« Veldor » (Paris), 342
Vergnes, Ulysse (CVC, Montpelier), 359
«Veyrac et Bessière » (Mèze), 269

« Ets P. Vidal » (Nissan-lez-Ensérunes), 170, 171, 176, 206
« E. Villars » (Sète), 112
« Vins du Postillon » (Paris), 260, 342
« Vivarès Jeune » (puis « Honoré Vivarès », Frontignan), 181, 210, 219, 225, 267
« J. Voisin » (puis « U. Voisin », Marseillan), 102, 172, 221, 225, 226, 245, 267

W

« Warnery et Cie» (Sète), 98, 190, 212, 229, 258, 278, 279

Index des principales localités héraultaises

A

Agde, 20, 102, 172, 173, 174, 226, 270, 304, 374

B

Balaruc-les-Bains, 110, 308, 309
Bédarieux, 128, 161, 211
Béziers, 7, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 22, 26, 38, 39, 40, 54, 55, 67, 68, 73, 76, 78, 80, 81, 82, 83, 86, 87, 88, 89, 91, 92, 93, 94, 95, 96, 97, 98, 100, 101, 102, 103, 104, 105, 108, 110, 116, 118, 120, 123, 128, 130, 133, 141, 145, 146, 148, 149, 150, 151, 152, 153, 154, 161, 168, 170, 172, 173, 176, 182, 185, 187, 188, 189, 190, 191, 192, 193, 195, 197, 198, 199, 201, 203, 204, 205, 206, 209, 211, 212, 218, 224, 227, 229, 231, 234, 237, 244, 245, 246, 253, 254, 255, 260, 261, 262, 263, 266, 267, 269, 270, 271, 273, 274, 276, 278, 281, 282, 283, 284, 287, 289, 296, 300, 304, 306, 308, 312, 313, 315, 316, 317, 322, 323, 324, 328, 329, 330, 331, 332, 333, 336, 339, 340, 353, 354, 358, 360, 361, 363, 370, 371, 378, 392
Boujan, 82, 276

C

Campagnan, 94, 371
Capestang, 195, 203, 283
Cazouls-lès-Béziers, 39, 82, 83, 87, 92, 93, 96, 231, 237, 273, 274, 322, 360, 361, 378
Cessenon-sur-Orb, 19, 54, 81, 125, 168, 169, 170, 171, 172, 181, 197, 203, 217, 231, 287, 349
Clermont-l'Hérault, 19, 22, 56, 67, 86, 87, 89, 92, 93, 96, 144, 167, 209, 263, 270, 273, 275, 277, 306, 308, 322, 324, 355, 360, 361, 363, 370, 373, 378, 381
Corneilhan, 82, 276, 277, 350
Cournonterral, 277

F

Fabrègues, 121, 209, 277, 357
Florensac, 54, 82, 83, 93, 96, 161
Frontignan, 3, 16, 20, 21, 22, 39, 67, 73, 86, 87, 90, 91, 92, 93, 96, 101, 109, 118, 121, 132, 141, 151, 181, 182, 188, 190, 191, 195, 209, 210, 211, 216, 219, 221, 224, 225, 226, 229, 230, 246, 257, 265, 266, 267, 269, 273, 275, 293, 294, 304, 308, 309, 311, 313, 322, 323, 324, 326, 328, 354, 360, 365, 366, 367, 368, 369, 374, 378, 381

G

Gigean, 94, 276, 277

H

Hérépian, 94, 122, 170, 176, 287

L

Lattes, 109, 121, 276, 277
Laurens, 94, 239, 349
Lavérune, 109, 276, 277, 306
Lodève, 84, 90, 161, 198, 352, 357, 358
Loupian, 94
Lunel, 21, 39, 86, 87, 93, 96, 109, 121, 128, 129, 144, 145, 151, 211, 244, 304, 312, 317, 356, 357, 360

M

Magalas, 17, 19, 22, 54, 57, 74, 78, 84, 94, 115, 116, 123, 128, 129, 130, 133, 136, 138, 145, 169, 170, 176, 189, 204, 208, 209, 239, 273, 274, 285, 305, 306, 322, 324, 348, 349, 350, 352, 363, 375
Maraussan, 19, 84, 170, 287, 328
Marseillan, 16, 20, 39, 73, 74, 91, 102, 134, 151, 152, 167, 172, 173, 188, 190, 199, 206, 221, 222, 225, 226, 239, 260, 265, 267, 281, 293, 304, 312, 325, 343, 374, 378, 380
Mauguio, 109, 312
Mèze, 84, 91, 97, 121, 134, 151, 188, 195, 204, 205, 209, 210, 211, 230, 267, 269, 270, 308, 313, 317, 325, 370, 377, 384
Mireval, 209, 266, 269, 308
Montagnac, 82, 83, 93, 96, 203
Montpellier, 1, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 26, 27, 28, 29, 30, 34, 35, 38, 39, 42, 54, 55, 67, 68, 71, 73, 74, 76, 77, 79, 81, 86, 87, 88, 89, 91, 92, 93, 95, 96, 97, 98, 99, 101, 102, 104, 105, 109, 110, 111, 115, 116, 118, 121, 122, 123, 126, 129, 133, 134, 141, 144, 145, 146, 148, 149, 150, 151, 153, 154, 161, 162, 167, 168, 170, 178, 179, 180, 182, 185, 186, 189, 190, 191, 192, 195, 197, 198, 204, 205, 209, 210, 211, 212, 227, 228, 229, 230, 233, 235, 244, 245, 246, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 257, 258, 260, 261, 262, 263, 266, 267, 269, 270, 271, 273, 276, 278, 279, 280, 281, 282, 283, 288, 292, 296, 297, 299, 300, 301, 303, 307, 308, 313, 314, 315, 317, 320, 321, 322, 323, 324, 325, 328, 330, 331, 332, 333, 336, 340, 341, 342, 345, 347, 354, 355, 356, 357, 358, 359, 360, 365, 366, 371, 373, 374, 375, 385, 386, 387, 392
Murviel-lès-Béziers, 123, 129, 130, 133, 285, 287, 349

N

Neffiès, 82, 128, 129, 209
Nissan-lez-Ensérune, 176, 206, 317

O

Olonzac, 19, 54, 75, 116, 124, 145, 154, 155, 156, 172, 231, 273, 274, 277, 322, 324, 329, 332, 361

P

Paulhan, 84, 133, 206, 367
Pézenas, 20, 67, 90, 92, 93, 96, 145, 147, 151, 156, 191, 197, 199, 206, 210, 279, 303, 322, 324, 332, 367, 374, 377
Pignan, 94, 99
Poussan, 16, 82, 84, 94, 121, 134, 204, 205, 209, 276, 277, 322, 324, 360, 361
Puisserguier, 82, 83, 93, 96, 98, 172, 187, 191, 197, 206, 229

R

Roquebrun, 123, 128, 129, 208, 287, 349

S

Saint-Chinian, 93, 96, 116, 123, 128, 145, 147, 169, 231, 273, 275, 277, 280, 322, 324, 329, 360, 361, 382
Saint-Félix-de-Lodez, 181, 188, 229, 272, 279, 365, 366, 369, 375
Saint-Georges-d'Orques, 39, 75, 109, 263, 276, 277
Saint-Gervais-sur-Mare , 239
Saint-Jean-de-Védas, 54, 87, 148
Saint-Mathieu-de-Tréviers, 20
Saussan, 94, 209
Servian, 208, 349
Sète, 3, 10, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21, 22, 26, 38, 39, 55, 67, 68, 73, 74, 76, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92, 93, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101,

102, 103, 104, 105, 109, 110, 111, 112, 114,
118, 121, 132, 133, 134, 141, 144, 146, 150,
161, 167, 170, 173, 174, 176, 179, 182, 183,
186, 187, 188, 190, 191, 192, 195, 197, 198,
203, 204, 205, 206, 207, 209, 210, 211, 212,
216, 220, 222, 225, 226, 228, 229, 230, 235,
237, 244, 245, 246, 253, 254, 257, 258, 260,
261, 263, 264, 265, 266, 267, 269, 270, 271,
272, 273, 274, 275, 277, 278, 279, 280, 281,
282, 288, 293, 296, 300, 303, 304, 305, 306,
307, 308, 311, 312, 313, 314, 315, 317, 318,
322, 323, 324, 325, 326, 330, 332, 337, 339,
343, 354, 358, 360, 362, 365, 369, 370, 371,
373, 374, 375, 377, 378, 379, 384, 392

V

Villeveyrac, 206, 339

SOMMAIRE

VOLUME I

REMERCIEMENTS ..... p. 3
RÉSUMÉ ..... p. 5
TABLE DES MATIÈRES ..... p. 7
SIGLES ET ABRÉVIATIONS ..... p. 13
LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES, SCHÉMAS, CARTES ET FIGURES ..... p. 15
ORIENTATIONS BIOGRAPHIQUES ..... p. 22
CITATION ..... p. 23
INTRODUCTION GÉNÉRALE ..... p. 25

PREMIÈRE PARTIE : Le commerce des vins en gros dans l'Hérault : pratiques, circuits commerciaux et dynamiques d'une activité capitale en mutation ..... p. 63

SECTION 1 : 1900-1930 : un négoce florissant et rayonnant ..... p. 67

Chapitre 1 : Être négociant dans l'Hérault au début du siècle ..... p. 71
Une hétérogénéité marquée ..... p. 71
Des structures commerciales protéiformes ..... p. 97

Chapitre 2 : Une position pivotale : le négoce héraultais entre le Midi et l'« Extérieur » ..... p. 107
Permettre l'écoulement de la plus grande production française ..... p. 107
Relais et circuits de commercialisation ..... p. 120
Le marché aux vins, baromètre de la filière ..... p. 144

Chapitre 3 : Le négociant, un patron soucieux de rigueur, d'efficacité et de modernité ..... p. 159
Devenir négociant : plus qu'une simple formalité ..... p. 159
La problématique question des transports ..... p. 166
La modernisation des infrastructures commerciales ..... p. 178
Des stratégies commerciales entre tradition et modernité ..... p. 199

Chapitre 4 : La Première Guerre mondiale, un conflit perturbateur mais profitable ..... p. 227
Loin du front, un secteur pourtant troublé ..... p. 227
Une activité qui subsiste ..... p. 236

Conclusion de la section 1 ..... p. 247

Section 2 : 1930-1970 : le temps des inquiétudes et des difficultés ..... p. 249

Chapitre 1 : Le basculement des années 1930 ..... p. 251
Le renversement de conjoncture sur le marché des vins héraultais ..... p. 251
Les nécessaires tentatives d'adaptation ..... p. 260
La transformation du tissu commercial ..... p. 273

Chapitre 2 : Entre restrictions et tentations : les vins héraultais dans la Seconde Guerre mondiale ..... p. 291
Révolution nationale et Occupation : la régulation rigide du marché des vins ..... p. 291
Le négoce héraultais face aux dérèglements et aux bouleversements ..... p. 303

Chapitre 3 : Vers la disparition du négoce local (1945-1970) ..... p. 319
L'effacement progressif ..... p. 319
La fin de l'indépendance ..... p. 334

Chapitre 4 : Après 1950, un modèle de développement en crise ..... p. 347
L'atrophie de l'activité commerciale dans le département ..... p. 347

Une gestion de crise permanente ..... p. 362
Conclusion de la section 2 ..... p. 388
Conclusion de la première partie ..... p. 391

VOLUME II

DEUXIÈME PARTIE : La « tentation hégémonique ». Enjeux et stratégies autour d'un négoce conquérant ..... p. 395
SECTION 3 : La puissance syndicale en action ..... p. 399
Chapitre 1 : Un mouvement syndical en quête d'unité et d'efficacité (1900-1920) ..... p. 401
Un nouveau regroupement : le Syndicat régional du Midi ..... p. 401
Un discours ambitieux ..... p. 409
Un mouvement qui cherche à s'affirmer ..... p. 416
Un tournant décisif : la Première Guerre mondiale et l'immédiat après-guerre ..... p. 425
Chapitre 2 : L'âge d'or de la puissance syndicale (1920-1944) ..... p. 435
Le raffermissement syndical : la Fédération méridionale du commerce en gros des vins et spiritueux ..... p. 435
La mutation du discours qualitatif ..... p. 444
Le rayonnement manifeste ..... p. 449
Chapitre 3 : L'indiscutable affaiblissement (1945-1970) ..... p. 463
La difficile fin des années 1940 ..... p. 463
La question de la représentativité ..... p. 469
Les derniers combats ..... p. 481
Conclusion de la section 3 ..... p. 490
SECTION 4 : Un objectif : le contrôle de la filière viti-vinicole héraultaise . p. 491
Chapitre 1 : Un premier effort désordonné (1900-1920) ..... p. 493
Orienter la filière ..... p. 493
Devenir l'interlocuteur numéro un de la filière héraultaise ..... p. 501
L' « Office du vin, office central de renseignements, d'étude et d'action », un instrument efficace ? ..... p. 509
Chapitre 2 : La domination comme ambition (1920-1939) ..... p. 517
Une politique de lobbying efficace ..... p. 517
La rationalisation de la filière viti-vinicole héraultaise ..... p. 525
Propriété et Commerce, des relations en clair-obscur ..... p. 534
Chapitre 3 : L'échec d'une tentative hégémonique (1950-1970) ..... p. 543
Le rayonnement contrarié ..... p. 543
Un acteur parmi les autres ..... p. 558
Conclusion de la section 4 ..... p. 566
Section 5 : Le négociant : un notable au cœur de la société viti-vinicole héraultaise ..... p. 569
Chapitre 1 : Trajectoire (s) d'une élite en recomposition ..... p. 571
1900-1920 : le règne des grandes familles ..... p. 571
Années 1920-années 1960 : L'émergence d'une nouvelle bourgeoisie ..... p. 584
Chapitre 2 : Modes et styles de vie : Une notabilité affirmée ..... p. 609
L'habitat comme marqueur social fort ..... p. 609
Un style de vie distinctif ..... p. 621
Chapitre 3 : L'implication sociale d'un notable reconnu ..... p. 637
L'engagement associatif comme outil de valorisation et de promotion ..... p. 637
Une question de prestige(s) ..... p. 646

Chapitre 4 : L'ambiguïté du jeu politique ..... p. 661
Un investissement limité ..... p. 661
1900-1939 : la proximité avec les milieux républicains ..... p. 671
1950-1970 : le virage à droite ..... p. 680
Conclusion de la section 5 ..... p. 687
Conclusion de la deuxième partie ..... p. 689

TROISIÈME PARTIE : Le négoce héraultais sous tension(s) : dérives, répression, perturbations et déboires dans le commerce des vins ..... p. 691
Section 6 : Responsabilités, déviances et justice dans le négoce héraultais ..... p. 695
Chapitre 1 : Les vins héraultais : la mauvaise réputation ..... p. 697
« Soigner les vins » : négoce et vinification ..... p. 697
Le mythe du « vin naturel » ..... p. 706
Des stratégies commerciales douteuses ..... p. 716
Chapitre 2 : L'impact fondamental de la justice sur le marché des vins héraultais : contrôle et normalisation ..... p. 731
Les tribunaux méridionaux, source d'une régulation adaptative ..... p. 731
Deux acteurs incontournables, partenaires et antagonistes sur le marché des vins : Service de répression des fraudes et Syndicats ..... p. 743
Chapitre 3 : Le Commerce du Midi en marge de la loi ..... p. 755
Gestion des stocks, circulation et responsabilités légales ..... p. 755
Une activité risquée ..... p. 763
Fraudes et fraudeurs ..... p. 776
Conclusion de la section 6 ..... p. 791
Section 7 : Une position fragile : menaces et revers sur le marché des vins héraultais ..... p. 795
Chapitre 1 : Une activité génératrice de conflits dans un contexte tumultueux ..... p. 797
Au cœur des conflits sociaux (1900-1939) ..... p. 797
Une profession entre conflictualité et individualisme ..... p. 812
Chapitre 2 : Le rendez-vous raté des vins héraultais avec l'international : l'échec des exportations ..... p. 823
Une détermination syndicale affirmée ..... p. 823
Causes et facteurs d'un échec au long cours ..... p. 830
Les maisons héraultaises à l'export : paradoxe(s) d'une union manquée ..... p. 838
Chapitre 3 : Quand la menace vient de l'extérieur ..... p. 851
Midi-Algérie : les liaisons dangereuses ..... p. 851
Le négoce héraultais face à la CEE : le mélange des sentiments ..... p. 866
Conclusion de la section 7 ..... p. 877
Conclusion de la troisième partie ..... p. 879
CONCLUSION GÉNÉRALE ..... p. 883

VOLUME III

ÉTAT DES SOURCES ..... p. 899
BIBLIOGRAPHIE ..... p. 945
ANNEXES ..... p. 1007
INDEX GÉNÉRAL ..... p. 1279

Collège Doctoral du Languedoc-Roussillon

THÈSE
Pour obtenir le grade de Docteur

Délivré par l'**Université de Montpellier III – Paul-Valéry**

Préparée au sein de l'école doctorale **LANGUES, LITTÉRATURES, CULTURES, CIVILISATIONS**
et de l'unité de recherche **CRISES – EA 4424**
(CENTRE DE RECHERCHES INTERDISCIPLINAIRES EN SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES)

Spécialité : **Histoire contemporaine (Section 22 du CNU)**

Présentée par **Stéphane LE BRAS**

Négoce et négociants en vins dans l'Hérault : pratiques, influences, trajectoires (1900-1970)

Volume II

Soutenue le 28 novembre 2013 devant le jury composé de

M. Jean-Marc OLIVIER, Professeur d'Histoire économique contemporaine, Université de Toulouse-Le-Mirail, Rapporteur.

M. Serge WOLIKOW, Professeur émérite de l'Université de Bourgogne, Rapporteur.

Mme Jocelyne PÉRARD, Professeur émérite de l'Université de Bourgogne, Responsable de la Chaire UNESCO « Cultures et Traditions du Vin », Examinateur.

M. Laurent JALABERT, Professeur d'Histoire contemporaine, Université de Pau et des pays de l'Adour, Examinateur.

Mme Geneviève GAVIGNAUD-FONTAINE, Professeur d'Histoire contemporaine, Université de Montpellier III, Directrice de thèse.

ARTS, LETTRES, LANGUES, SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
UNIVERSITÉ PAUL-VALÉRY MONTPELLIER 3

Avertissement :

Ce texte correspond au manuscrit de thèse tel qu'il a été autorisé à publication par mon jury de soutenance en novembre 2013.

Il contient donc nécessairement, sur près de 1 300 pages, des coquilles, des imperfections, voire des interprétations sur lesquelles je suis revenues depuis.

Ce travail de recherche a été remanié, repensé et étendu dans un ouvrage, plus récent et dont il est tiré : Le Bras Stéphane, *Le négoce des vins en Languedoc. L'emprise du marché (1900-1970)*, Tours, PUFR, 2019.

Il peut être complété par d'autres publications dont vous trouverez la liste ici : http://chec.uca.fr/article400.html

Vous pouvez également me contacter si besoin : stephane.lebras[at]uca.fr

(remplacer le [at] par un @)

Collège Doctoral du Languedoc-Roussillon

THÈSE

Pour obtenir le grade de

Docteur

Délivré par l'**Université de Montpellier III – Paul-Valéry**

Préparée au sein de l'école doctorale **LANGUES, LITTÉRATURES, CULTURES, CIVILISATIONS**
et de l'unité de recherche **CRISES – EA 4424**
(CENTRE DE RECHERCHES INTERDISCIPLINAIRES EN SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES)

Spécialité : **Histoire contemporaine (Section 22 du CNU)**

Présentée par **Stéphane LE BRAS**

Négoce et négociants en vins dans l'Hérault : pratiques, influences, trajectoires (1900-1970)

Volume II

Soutenue le 28 novembre 2013 devant le jury composé de

M. Jean-Marc OLIVIER, Professeur d'Histoire économique contemporaine, Université de Toulouse-Le-Mirail, Rapporteur.

M. Serge WOLIKOW, Professeur émérite de l'Université de Bourgogne, Rapporteur.

Mme Jocelyne PÉRARD, Professeur émérite de l'Université de Bourgogne, Responsable de la Chaire UNESCO « Cultures et Traditions du Vin », Examinateur.

M. Laurent JALABERT, Professeur d'Histoire contemporaine, Université de Pau et des pays de l'Adour, Examinateur.

Mme Geneviève GAVIGNAUD-FONTAINE, Professeur d'Histoire contemporaine, Université de Montpellier III, Directrice de thèse.

ARTS, LETTRES, LANGUES, SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
UNIVERSITÉ PAUL-VALÉRY MONTPELLIER 3

DEUXIÈME PARTIE

La « tentation hégémonique ». Enjeux et stratégies autour d'un négoce conquérant

INTRODUCTION DE LA DEUXIÈME PARTIE

Lorsqu'en 1923, le négociant sétois Joseph Euzet constitue son dossier de promotion au grade de chevalier de la Légion d'honneur, il indique qu'il est le président du « Cercle républicain de l'Avenir ». Entre parenthèses, il précise qu'il s'agit là de la « Réunion de l'élite du Commerce et de l'Industrie » de la ville et ses alentours[1].

Le concept d'élites est une thématique particulièrement bien étudiée en sciences sociales[2]. Ce dernier a suscité des débats féconds et participé à un profond renouvellement des recherches en histoire sociale, politique et économique ces dernières décennies, notamment autour de la problématique de l'étude d'un groupe social dominant en tant qu'objet historique[3].

Au croisement des influences de la sociologie politique, de la prosopographie et de la sociologie, les élites apparaissent comme un groupe plus ou moins homogène, disposant d'une position sociale forte et agissant à différentes échelles (politique, économique, sociale), avec un rayonnement plus ou moins vaste (local, régional, national) et avec des fluctuations temporelles plus ou moins marquées. Les élites visent donc à étendre, sur un espace et dans un temps donnés, leur monopole sur des champs divers et variés : orientation économique, milieux politiques, société. Elles adoptent alors des stratégies réputationnelle[4] et décisionnelle[5] qui leur assurent une domination dans des domaines bien ciblés, dans une logique d'intermédiation « entre la société locale et les différentes strates du pouvoir »[6].

C'est cette démarche d' « appropriation territoriale »[7] du négoce en tant qu'élite locale que cette seconde partie se propose d'étudier. Par une analyse diachronique de ce que nous avons appelé la « tentation hégémonique », c'est-à-dire cette aspiration d'une large frange des négociants à s'imposer dans la société viti-vinicole languedocienne, nous chercherons à mon-

[1] ANF : 19800035/264/35307, Fonds de la Légion d'honneur, J. Euzet.

[2] À ce sujet, les travaux fondateurs sont ceux de ELIAS N. , *La civilisation des mœurs*, Paris, Calmann-Lévy, 2002 (1973) et *La société de cour*, Paris, Calmann-Lévy, 2009 (1974) et de BOURDIEU P., *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris, Ed. de Minuit, 1979 et *La noblesse d'État. Grandes écoles et esprit de corps*, Paris, Ed. de Minuit, 1989, notamment.

[3] LEFERME-FALGUIÈRES F. et VAN RENTERGHEM V., « Le concept d'élites. Approches historiographiques et méthodologiques », *Hypothèses*, 2000/1 p. 60. En histoire, plusieurs travaux font figures de références : TUDESQ A.-J., *Les grands notables en France (1840-1849), étude historique d'une psychologie sociale*, Bordeaux, Impr. Delmas, 1964, CHAUSSINAND-NOGARET G., *Une histoire des élites (1700-1848)*, Paris, Mouton, 1975 et, plus près de nous, CHARLE C., *Les élites de la Républiques (1880-1900)*, Paris, Fayard, 1987.

[4] C'est la stratégie mise en place par un groupe pour s'imposer par le biais de son honorabilité. Cf. HUNTER F., *Community Power Structure : A Study of Decision Makers*, Chapel Hill, UNC Press, 1953.

[5] Il s'agit là d'une stratégie d'influence mise en œuvre par un groupe dans les prises de décision. Cf. DAHL R.A., *Who Governs? Democracy and Power in an American City*, New Haven (Conn.), Yale University Press, 1961.

[6] LAMBERT D., *Notables des colonies. Une élite de circonstance en Tunisie et au Maroc (1881-1939)*, Rennes, PUR, 2009, p. 23.

[7] LYON-CAEN N., « L'appropriation du territoire par les communautés », *Hypothèses*1/2005, p. 15-24. Ici le « territoire » est bien entendu le territoire spatial mais également économique et social.

trer les différents acteurs de ce vaste mouvement, les stratégies mises en œuvre, leur réussite ou leur échec et les grandes dynamiques de ce mouvement.

Cette hégémonie économique et sociale, pour reprendre une déclinaison du concept d' « hégémonie culturelle » développé par Antonio Gramsci[1], peut alors être étudiée selon trois grands axes, dont les deux premiers, complémentaires car traitant de l'action collective patronale[2], peuvent se lire de manière synoptique[3].

Tout d'abord, dans une première section, nous nous pencherons sur les différentes organisations syndicales qui cherchent à unifier le patronat commercial méridional : les syndicats locaux, bien évidemment, mais également le syndicat régional qui naît en 1900. Il s'agira alors de déterminer les modes de fonctionnement, les outils, le rayon d'action et les grandes évolutions d'un mouvement patronal qui cherche à s'imposer sur un marché des vins qui, dans ce domaine aussi, est concurrentiel.

Dans un second temps, nous nous intéresserons aux effets de cette politique de lobbying. En analysant l'implication syndicale et ses inflexions, mais également l'accaparement des postes à responsabilités qui président à la destinée économique du département, il s'agira de comprendre les différentes formes d'appropriation du territoire économique héraultais. C'est ainsi que nous chercherons à interroger le négoce en tant qu'acteur institutionnel, corps intermédiaire représentatif de la filière. Ici aussi, nous veillerons à évaluer les différentes formes d'intervention dans la sphère publique viti-vinicole héraultaise, leurs réussites, leurs limites et les obstacles rencontrés. Il s'agira alors de déceler les évolutions majeures de cette démarche corporatiste.

Enfin, dans un troisième moment, nous étudierons plus particulièrement le positionnement social des négociants héraultais. Grâce à l'étude du patrimoine, des modes de vie et de l'investissement associatif, nous chercherons à montrer que les négociants forment un groupe social dominant dont on peut dégager certaines caractéristiques communes. Cela met alors en évidence plusieurs séquences, tout comme une soif de reconnaissance dont il faudra interroger les avantages et les limites.

En résumé, nous chercherons ici à montrer comment, par le biais de logiques reposant sur l'exclusivité, la différenciation et le déploiement de stratégies réticulaires, les négociants, véritables acteurs multipositionels[4], veulent s'imposer comme une élite conquérante et respectée économiquement, socialement et politiquement.

---

[1] GRAMSCI A., *Cahiers de prison*, Paris, Gallimard, 1996, Cahiers 6 et 13 essentiellement.

[2] Ce qui a été une question particulièrement controversée comme le fait remarquer Michel Offerlé, notamment en raison des antagonismes que de tels mouvements suscitent (intérêts individuels/collectifs ; secrets des affaires/extériorisation des démarches collectives ; idéologie libérale/corporatiste). En réalité, souligne l'auteur, ni la concurrence ni les intérêts individuels n'ont jamais empêché les patrons d'agir ensemble ni de former des organisations collectives comme le prouvent les recherches récentes sur les groupes d'intérêts. (cf. OFFERLÉ M., « L'action collective patronale en France, 19e-21e siècles », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire* 2/2012 (N° 114), p. 82-97).

[3] On retrouvera ainsi des éléments dans la première section qui seront par la suite développés dans la seconde.

[4] C'est-à-dire proposant plusieurs facettes qui sont autant d'interfaces avec les milieux dans lesquels ils s'inscrivent. Cf. BOLTANSKI L., « L'espace positionnel : multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe », *Revue française de sociologie*, 1973, 14-1. p. 3-26.

SECTION 3

La puissance syndicale en action

Dans son étude des élites de la République, Christophe Charle remarque que la fin du « temps des notables » avec l'avènement de la république n'est pas synonyme de leur disparition mais de leur investissement dans d'autres champs d'intervention publique[1]. De son côté, Pierre Barral indique que cette évolution résulte dans l'implication dans de nouvelles sphères démocratiques, tels les syndicats[2]. C'est cette interface que les négociants vont investir afin de défendre les intérêts de la profession et tenter d'imposer leur conception du marché des vins dans le département, la région, voire le pays. Levier particulièrement efficace, le mouvement syndical se décompose en plusieurs syndicats locaux, dont un grand nombre émergent au début de cette période, et un Syndicat régional, fondé en 1900. Articulé, dans un « jeu conflictuel de réseaux »[3], autour d'un vaste programme de défense et d'acquisition d'avantages et de bénéfices commerciaux, fiscaux ou législatifs, ce mouvement connaît, sur l'ensemble de la période, une dynamique en trois temps.

Il s'agit, tout d'abord, d'un premier temps de gestation et de maturation, autour du Syndicat régional qui cherche à se positionner face au Syndicat national et aux autres syndicats de la filière. Son objectif principal – faire entendre les revendications du négoce – passe par une légitimation de son action et la diffusion ciblée de son implication pour la sauvegarde des intérêts du Commerce en particulier et de la filière viti-vinicole en général.

C'est ensuite, dans un second temps, une période de raffermissement et de domination sur la filière, s'appuyant sur un discours ambitieux et novateur, centré autour de la question qualitative et les divers moyens de pression sur l'État. Doté d'un outil de propagande de premier ordre, *l'Action Méridionale*, le mouvement syndical y gagne une influence nationale, avec des personnages de premier plan, comme le sétois Jean Prats.

Enfin, dans un dernier temps, dans une logique qui suit la trajectoire de la filière et de la profession, on assiste à l'inéluctable affaiblissement, à la fois dans les organes représentatifs professionnels nationaux et dans la filière elle-même, où émergent de nouveaux groupes corporatistes antagonistes, plus vindicatifs et mieux armés. C'est le temps des derniers combats et de la nécessaire adaptation à une économie (locale et nationale) en pleine mutation.

Ainsi, par l'activité syndicale locale et régionale se décrypte l'implication, les revendications et l'efficacité d'un mouvement patronal à la trajectoire sinusoïdale où les Héraultais jouent toujours un rôle prépondérant.

---

[1] CHARLE C., *op. cit.*, chapitre I.
[2] BARRAL P., *Le département de l'Isère sous la IIIe République (1870-1940)*, Paris, Armand Colin, 1962.
[3] JACQUET O., « De la Bourgogne à l'international : construction et promotion des normes d'appellation d'origine ou l'influence des syndicats professionnels locaux », *Anthropology of food* [Online], 3, Déc. 2004.

CHAPITRE 1 : UN MOUVEMENT SYNDICAL EN QUÊTE D'UNITÉ ET D'EFFICACITÉ (1900-1920)

Lorsqu'il se présente au siège du Syndicat de commerce en gros des vins et spiritueux de l'arrondissement de Montpellier en janvier 1900, Antoine Domergue y retrouve dix de ses collègues adhérents qui viennent, tout comme lui, voter pour le renouvellement de la chambre syndicale, organe exécutif du syndicat patronal[1]. Quelques jours plus tard, seuls une vingtaine de membres sont présents pour assister à l'Assemblée générale du syndicat qui doit décider des orientations et de l'organisation future du groupement corporatiste[2].

Cet épisode traduit la faible importance et le faible impact d'un syndicat comptant pourtant près de 100 membres et qui est le syndicat, à ce moment-là, le plus important du département. Créés dans la seconde moitié du XIXe siècle, les syndicats locaux semblent, au tournant du siècle, avoir du mal à véritablement pouvoir infléchir l'avenir d'une filière en pleine évolution. Acteurs passifs des mutations en cours, les négociants syndiqués s'impliquent peu dans un mouvement qui semble peu ou mal armé face à l'État, aux négociants extérieurs, aux fraudeurs.

Dans ce contexte émergent de nouveaux syndicalistes dans le département. Charismatiques et pionniers, ils tentent de poser les bases d'un mouvement corporatiste efficace, organisé à différentes échelles, autour d'un discours engagé, visant à faire du groupement syndical un corps intermédiaire influent.

Un nouveau regroupement : le Syndicat régional du Midi

À l'orée du siècle nouveau, le désordre qui règne sur le marché des vins pousse une partie des négociants à tenter d'unir des syndicats locaux particulièrement isolés. Cette démarche est singulière dans un monde viti-vinicole – et plus particulièrement son secteur commercial – marqué par l'individualisme. Mais la ténacité de plusieurs hommes engagés dans la région permet la mise en œuvre de cette union, nécessaire aux intérêts commerciaux méridionaux.

Le besoin d'union des syndicats locaux

Jusqu'en 1900, les syndicats locaux sont des syndicats désunis, parfois même sur certains points antagonistes[3]. Il existe, dans le département, au début du siècle, trois syndicats, autour des bassins de production-expédition : Montpellier, Béziers, Sète.

Devant la rareté des sources, il est difficile de retracer la trajectoire et la genèse de ces syndicats, d'autant plus qu'une grande diversité caractérise leur naissance. Jusqu'à la réforme de 1884, les syndicats patronaux sont aussi illégaux que ceux des ouvriers, bien que « mieux

[1] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue, PV de séance, Syndicat de Montpellier, 6/01/1900.
[2] *Ibid*., PV de séance, 09/01/1900.
[3] Essentiellement car ils défendent des intérêts divergents. Schématiquement, selon les témoignages de l'époque, à Montpellier, on valorise la pratique de la barricaille, à Béziers, les vins en vrac, à Sète, les vins fins, apéritifs, liqueurs et vins doux.

tolérés par les pouvoir publics »[1]. Dans l'Hérault, les premières coalitions patronales dans le négoce des vins font leur apparition avec la IIIe République. À Béziers, le « Syndicat du commerce en gros des vins et spiritueux de l'arrondissement de Béziers » est créé, semble-t-il, dès 1871, avant d'être réorganisé dans les années 1880, très certainement à la suite de la réforme de 1884[2]. À Sète, une « Chambre syndicale des commerçants » est également fondée en 1871. Nombre de négociants y siègent : le premier bureau est composé de Jules Comolet (président) et Gustave Bencker (secrétaire) tous deux négociants en vins. À la fin des années 1880, cette Chambre syndicale se scinde en deux entités : la « Chambre syndicale du commerce en gros » où règnent les négociants[3] et le « Syndicat du commerce et de l'industrie », plus divers[4]. En 1904, la Chambre syndicale prend le nom de « Syndicat du commerce en gros des vins et spiritueux » et adopte de nouveaux statuts qui lui donnent sa couleur exclusivement vinicole[5]. À Montpellier, Élie-Émile Cousin, futur député, fonde le syndicat des vins en juillet 1886[6]. Ces syndicats sont actifs comme en témoigne la correspondance du ministère de la justice à la fin du XIXe siècle au moment des premières grandes lois encadrant le marché[7].

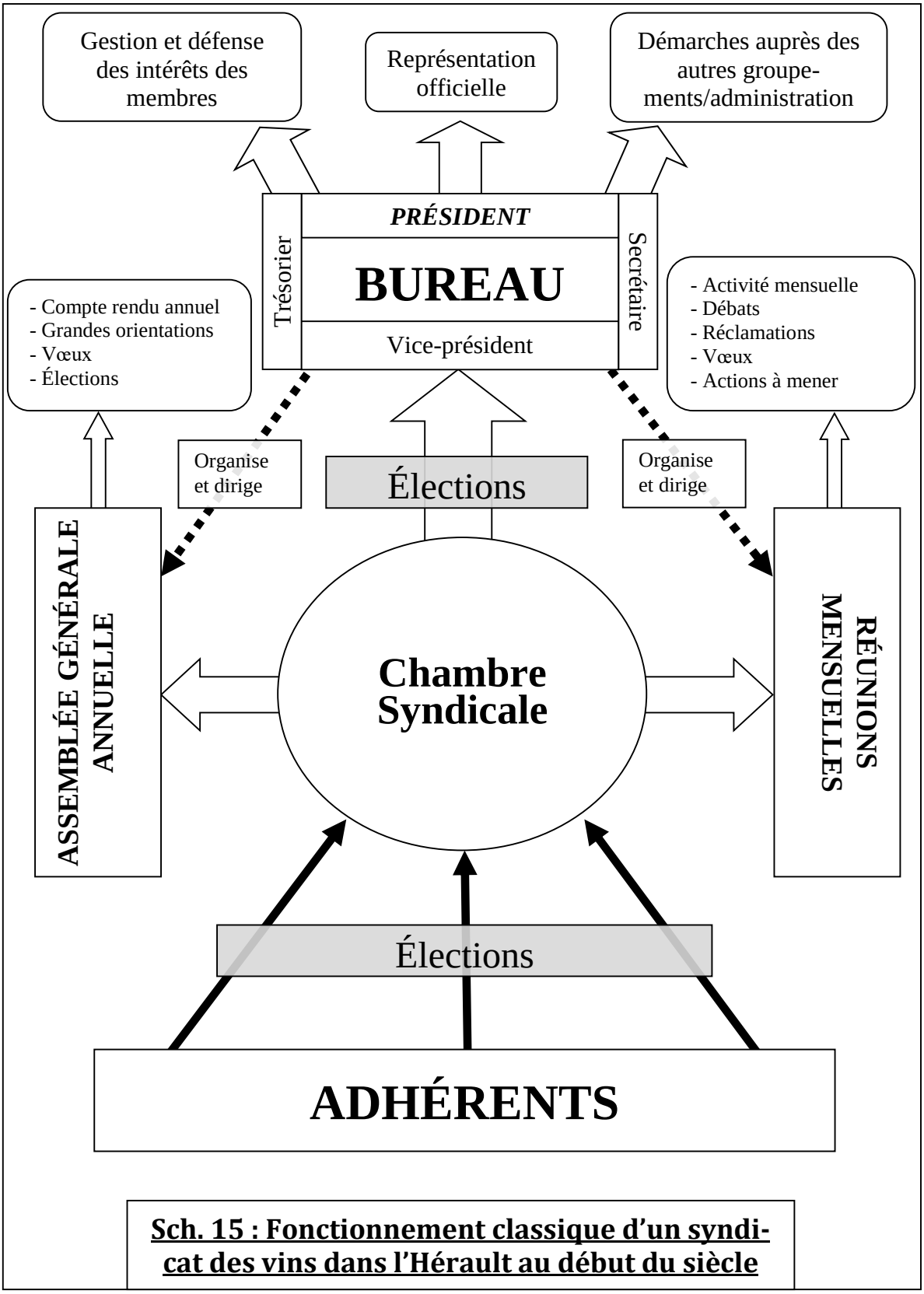
Dans le sillage de ces trois syndicats majeurs dans le département émergent d'autres syndicats locaux, parfois concurrents comme le Syndicat des Commissionnaires en vins de l'arrondissement de Béziers qui apparaît à la fin des années 1900 ou le syndicat des barricailleurs à Montpellier en 1911 qui visent à défendre des intérêts spécifiques. D'autres syndicats locaux cherchent une certaine indépendance comme le syndicat de Lunel qui s'émancipe de la tutelle montpelliéraine en 1907 ou les syndicats de Frontignan, Mèze et Marseillan qui prennent leur indépendance du puissant syndicat sétois entre 1913 et 1914. Quant au syndicat de Pézenas, il est fondé pendant la guerre, en 1917[8]. Au tournant des années 1920, il existe ainsi une dizaine de syndicats dans le département (tab. 57), faisant de l'Hérault, le département méridional le plus représenté en syndicats patronaux vinicoles.

Tab. 57 : Les syndicats des vins héraultais dans le premier XXe siècle

Syndicat	***Fondation***	***Syndicat***	***Fondation***
Béziers	1871	Frontignan	1913
Sète	1871	Marseillan	1913
Montpellier	1886	Mèze	1914
Béziers - Commissionnaires	Fin années 1900	Pézenas	1917
Lunel	1907	Béziers-Rural	1919
Montpellier - Barricaille	1913	Source : *Annuaire de l'Hérault* et sources syndicales	

[1] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 233.
[2] *Annuaire de l'Hérault*, années 1870-1880.
[3] Le premier bureau en 1888 est composé de F. Fondère, président (négociant) ; S. Michel, vice-président (négociant) ; Roustan, secrétaire (négociant), A. Klehe, trésorier (négociant).
[4] AMS : 7 F 30, Syndicats professionnels non-adhérents à la bourse du travail, Statuts des syndicats patronaux, 1911.
[5] AMS : 7 F 37, Statuts, Syndicats, Statuts du Syndicat du Commerce en Gros de Cette, 1904.
[6] *Annuaire de l'Hérault*, 1914.
[7] AN : BB/18/6022-6025, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles. C'est le cas par exemple en 1886, 1889 ou 1894 lors des débats parlementaires portant sur les projets de lois définissant la nature des vins.
[8] ADH : 515 W 16, Fonds de la préfecture, Direction de l'administration générale et de la règlementation, Correspondance, statuts, composition bureau, Syndicats, 1944-1958.

Ces syndicats sont créés dans le but de « représenter les intérêts généraux du Commerce, partout où besoin sera et d'agir en son nom pour le soin de ses intérêts collectifs »[1]. Fondés pour la plupart sur le même modèle après 1884, ils s'organisent de la manière suivante (sch. 15).



Sch. 15 : Fonctionnement classique d'un syndicat des vins dans l'Hérault au début du siècle

[1] AMS : 7 F 37, *op. cit.*, Statuts du Syndicat du Commerce en Gros de Cette, 1904, Art. 1.

À Sète par exemple, au début du siècle, la Chambre syndicale est composée de douze membres élus[1], rééligibles par deux tiers tous les trois ans. Cette Chambre syndicale est le gouvernement du syndicat et elle prend les décisions en son nom, après consultation de ses membres, lors des réunions mensuelles. Enfin, chaque année se tient une Assemblée générale (en mars à Sète) qui rassemble l'ensemble des adhérents. À la tête du syndicat, on retrouve le Bureau, composé à Sète d'un président élu, de deux vice-présidents, d'un secrétaire et d'un trésorier. Enfin, à l'initiative de la Chambre ou d'un minimum de douze membres du syndicat, peuvent se tenir des assemblées extraordinaires[2].

Le rôle du syndicat est très clair : défendre ses membres mais également les intérêts du Commerce. Il est alors investi de « tous pouvoirs pour défendre par tous les moyens licites les intérêts du Commerce devant ou contre toute autorité compétente, administratives telles que douane, contributions, chemins de fer, etc. »[3]. Ainsi, lorsqu'une action judiciaire est engagée au nom d'un adhérent, elle s'effectue dans l'intérêt commun et au nom du syndicat qui contribue aux frais de représentation mais également aux peines. En cas d'attribution de dommages et intérêts, le syndicat conserve une partie des dommages et intérêts (20 % à Sète). Dès lors, pour défendre le syndicat et ses adhérents, le groupement dispose d'un avocat-conseil qui donne son avis en amont des démarches juridiques et défend la cause des adhérents lors des procédures. Enfin, le syndicat fait office d'intermédiaire lors des conflits avec des ouvriers ou avec des prestataires de services comme c'est le cas à Sète en novembre 1911 lors de la grève des ouvriers soutireurs[4] ou tout au long de la période avec les courtiers ou les camionneurs.

Mais devant la désorganisation du marché et le rayonnement – réel[5] mais limité – de leurs moyens d'action, les principaux syndicats locaux décident de s'unir. Cette décision est prise dans un double contexte. Nationalement, « des syndicats régionaux couvrant tout un secteur industriel prennent une grande importance »[6] et les négociants en vins ne font pas exception dans une période prolifique durant laquelle le patronat s'organise dans diverses branches de l'économie nationale[7]. Localement, les intérêts du négoce sont mis en danger par des projets de syndicats d'expéditions aux mains des producteurs qui cherchent à enrayer la mainmise des négociants sur le marché[8]. Ainsi, le 23 octobre 1900, Paul Bret, le président du Syndicat de Montpellier reçoit dans le prestigieux Hôtel de la Métropole, les délégués des syndicats du Gard, de Perpignan, de Béziers et de Narbonne ainsi que de nombreux membres du syndicats de Montpellier[9]. Gabriel Caffarel du Syndicat de Sète est lui présent, mais à titre informatif uniquement[10]. Jules Génie de Carcassonne s'est excusé mais assure Bret, par télé-

[1] Treize dans les années 1920.
[2] *Ibid*., Art. 5 à 31 pour l'ensemble des informations ci-dessus.
[3] *Ibid*., Art 16.
[4] ADH : 10 M 235, Travail, Conflits, Grève des ouvriers soutireurs, Sète, nov. 1911.
[5] Ce qui va à l'encontre de l'historiographie classique sur les syndicats patronaux locaux souvent sous-estimés, comme le fait remarquer P. Fridenson. Cf. FRIDENSON P., « De la production au patronat » in PIGENET M. et TARTAKOWSKY D. (dir.), *Histoire des mouvements sociaux*, Paris, La Découverte, 2012, p. 357.
[6] LEFRANC G., *Les organisations patronales en France*, Paris, Payot, 1976, p. 36.
[7] Voir à ce sujet dans un autre secteur FRABOULET D., *Quand les patrons s'organisent : stratégies et pratiques de l'UIMM, 1901-1950*, Presses universitaires du Septentrion, Villeneuve-d'Ascq, 2007.
[8] DEGRULLY P., *op. cit*., p. 255.
[9] AMM : 2 F NC, PV de la Réunion de formation du Syndicat régional à Montpellier, 23/10/1900.
[10] Il demande à ne pas figurer sur le PV.

gramme, de son soutien. Tous les plus grands syndicats de la région sont ainsi, directement ou indirectement, représentés.

Dans un contexte de crise rappelé par le président Bret dans son discours inaugural, l'objectif du syndicat est clairement énoncé : « Combattre ensemble les difficultés et les empiètements des administrations. »[1] Pour Bret, il est évident que si chaque syndicat doit garder son autonomie et sa liberté d'initiative, il est fondamental de se regrouper pour défendre des valeurs et des intérêts communs au sujet de problématiques souvent identiques sur les marchés méridionaux. Il faut « tenter de grouper nos forces et donner une direction favorable à nos intérêts communs ». Le but est donc de construire une organisation solide, unifiée et puissante, capable de porter la voix du Commerce pour défendre ses intérêts et assurer la tranquillité de son entreprise, auprès « des pouvoirs publics, de nos députés et sénateurs » [2]. C'est donc dans une logique de fluidification des activités et de défense des intérêts corporatistes régionaux du Commerce que nait cette nouvelle organisation. Pour réussir, il n'est pas seulement nécessaire, selon Bret, de protester ou de parler comme le font trop souvent, de manière isolée, les syndicats locaux, mais il faut agir collectivement. Il revendique ainsi ce besoin urgent d'union et la mise en place d'une action de lobbying auprès des pouvoirs publics locaux et nationaux. Pour bien insister sur la nécessité de se regrouper, Bret termine son discours par une lettre qu'il a envoyé à Millerand, alors ministre du Commerce, et restée sans réponse. Il conclut alors sur sa conviction d'une plus grande efficacité et ainsi, d'un plus grand respect pour les intérêts du Commerce si le groupement voit le jour.

Ce regroupement régional est d'autant plus important qu'il représenterait un échelon intermédiaire entre des syndicats locaux au rayon d'action limité et un Syndicat national qui se démarque par sa distance et son peu d'intérêt pour la viticulture méridionale, comme en témoignent les débats qui suivent l'intervention de Bret. D'ailleurs, ce dernier insiste sur cette nécessaire union en reprenant, dans son discours d'ouverture, à plusieurs reprises le mot « ensemble » qui symbolise, d'après lui, la future action du Syndicat régional. Quelques minutes plus tard, le montpelliérain Messine, président honoraire du syndicat local, défend la même thèse : « Le Syndicat régional doit être la réunion de forces disséminées qui, ne pouvant rien faire par elles-mêmes, auront beaucoup plus de puissance en étant groupées » avant de proposer de « marcher la main dans la main »[3].

Il reste maintenant à adopter des statuts qui permettront d'assurer la stabilité d'une structure syndicale forcément composite, mais également la concrétisation des vœux syndicaux.

Objectifs, organisation et fonctionnement du Syndicat régional

Les objectifs idéologiques ont été présentés par le président du syndicat montpelliérain lors de son allocution d'introduction à la séance de réunion des délégués des syndicats du Midi : lutte contre les privilèges, libéralisation du commerce, limitation des charges. Une fois cet

[1] AMM : 2 F NC, *op. cit.*, discours d'ouverture de la séance.
[2] *Idem*.
[3] AMM : 2 F NC, *op. cit.*, Débats, p. 4.

exposé effectué, les membres de la réunion discutent plus concrètement des objectifs programmatiques du Syndicat.

La principale question est la question de la représentativité du Syndicat régional. Tout d'abord, il est question de l'extension du syndicat afin de lui donner plus de poids. J. Cauvet, l'un des représentants du syndicat de Narbonne, propose d'élargir le syndicat en ouvrant son adhésion aux syndicats de Toulouse, du Lot-et-Garonne, du Tarn, du Var, voire de Bordeaux. Bret lui répond qu'il a lui-même pensé à inviter le syndicat de Lyon et que des contacts ont été noués dans ce sens. Si cette démarche est quelque peu utopique[1], tant les intérêts des régions citées – notamment lyonnaise et bordelaise – sont différents du Midi[2], cet argument révèle le désir d'être le plus représentatif possible, ce qui est loin d'être le cas en 1900.

En effet, c'est le second point qui est abordé lors des discussions : le Midi est peu représenté dans les instances nationales. Or la question du rapport au Syndicat national semble être problématique. Gabriel Caffarel, de Sète, s'inquiète de la contradiction d'être affilié à la fois au Syndicat régional et au Syndicat national. Bret le rassure sur la totale compatibilité des deux affiliations, mais lui indique qu'il souhaiterait tout de même que les Sétois ne rejoignent que le Syndicat régional. Ce dernier représenterait alors les Sétois au niveau national. C'est là un élément important car il fait état de la volonté des méridionaux de ne pas être, individuellement, isolés dans un mouvement patronal national dont ils se sentent exclus alors même qu'ils représentent un poids, en terme de production, des plus importants. C'est également l'affirmation de la volonté de s'ériger comme un contre-pouvoir au Syndicat national. La raison de ce malaise vis-à-vis du syndicat national est assez simple et rappelée par les représentants nîmois : « Le syndicat national est aux mains des distillateurs et du négoce des alcools dont les intérêts sont diamétralement opposés à ceux du commerce des vins. »[3]

Il est donc primordial de recourir à un autre instrument de pression qui court-circuiterait le rayon d'action du Syndicat national. Il est néanmoins important, pour le Syndicat régional, de rester dans le Syndicat national afin de défendre les intérêts méridionaux, « d'y faire entendre nos voix », de protester « lorsque nos intérêts seront lésés »[4]. Mais c'est également la possibilité de profiter des dossiers généraux que défend, fort de ses 74 groupements affiliés, le Syndicat national : loi sur les patentes, sur les faillites, sur le régime des boissons. Finalement, la décision est prise de laisser l'initiative aux syndicats locaux d'adhérer au Syndicat régional et au Syndicat national ou seulement au Syndicat régional qui lui, adhèrera au Syndicat national, en dépit des réserves des uns et des autres vis-à-vis de ce dernier, alors dominé par des groupements aux intérêts opposés à ceux des méridionaux (distillateurs au début du siècle puis Bordelais et Parisiens s'y partagent les postes les plus importants[5]). D'ailleurs, pour prendre ses décisions, le Syndicat national est divisé en groupes qui,

[1] Il n'y a aucune preuve de ces contacts et aucun des groupements cités n'adhère au Syndicat régional par la suite.
[2] Ce sont des régions qui achètent les vins du Midi ou qui produisent des vins concurrents des vins méridionaux.
[3] AMM : 2 F NC, Débats, « Revendications du Syndicat de Nîmes », p. 3.
[4] *Ibid*., p. 4.
[5] Au moment de la crise de 1907, le président est un négociant bordelais, Paul Forsans, et la cheville ouvrière du groupement est Émile Goulet, secrétaire général du syndicat national et président du syndicat des vins parisien.

découpés géographiquement, minorent l'influence réelle des méridionaux, pourtant majoritaires en termes de production.

Enfin, dans le même temps sont établis les premiers dossiers auxquels devra s'atteler le syndicat : privilège des bouilleurs de cru[1], suppression du sucrage des vins à la vendange, révision des tarifs des chemins de fer, responsabilisation des compagnies de chemin de fer, suppression du droit d'octroi. Ce sont là des revendications affirmées depuis plusieurs années par l'ensemble des syndicats locaux mais dont la portée a été limitée par le peu d'envergure de leur groupement. Dorénavant, les négociants languedociens disposent d'un « Syndicat régional très vivant » et dont l'objectif prioritaire est énoncé par Paul Bret au terme des débats : « S'entretenir fréquemment avec les députés, les sénateurs, visiter les ministres, en un mot agir ! »[2] Un nouveau groupe de pression, comme il en existe dans de nombreux autres secteurs déjà à l'époque[3], est bel et bien en train de voir le jour.

Une fois le bureau provisoire élu[4], les statuts sont débattus et votés. Les douze articles[5] dessinent les contours de l'action syndicale et le fonctionnement du syndicat (sch. 16, page suivante).

Le Syndicat régional regroupe dans un premier temps cinq syndicats locaux : Béziers, Gard, Montpellier, Narbonne, Perpignan[6]. La question de son nom est débattue, notamment en raison de la présence ou non du commerce de spiritueux. Au terme du débat, les délégués considérant que les alcools et les eaux-de-vie tenaient une place importante dans le Commerce méridional, décident de ne pas les abandonner. Le Syndicat prend donc le nom de « Syndicat Régional du commerce des Vins et Spiritueux du Midi »[7]. Le siège est fixé dans un premier temps au domicile du président mais, rapidement et par mesure de commodité, il est fixé à Montpellier, au siège du syndicat local, 12, rue Clos-René, à proximité du marché aux vins et de la gare. Les ressources du syndicat proviennent des adhésions : 500 F par syndicat et 5 F par membre, avec possibilité d'augmentation future de cette cotisation.

Le syndicat est dirigé et géré par un bureau avec à sa tête un président, secondé par deux vice-présidents, un secrétaire général[8] et un trésorier, auxquels s'ajoutent deux membres pour les syndicats non-représentés dans les postes ci-dessus. Ce bureau est élu tous les deux ans et le président doit être choisi, tous les deux ans également, dans un syndicat différent. S'y ajoutent par la suite les présidents honoraires.

---

[1] Possibilité pour les récoltants de produire, à partir de leurs récoltes, une certaine quantité d'alcool qu'ils peuvent ensuite revendre. Ils entrent ainsi en concurrence directe avec les négociants en alcool mais également en vins car ces derniers considèrent que les quantités distillées pour fabriquer de l'alcool limitent les livraisons de vendanges aux maisons de commerce.

[2] *Ibid*., p. 5.

[3] GARRIGUES J. (dir.), *Les Groupes de pression dans la vie politique contemporaine en France et aux États-Unis de 1820 à nos jours*, Rennes, PUR, 2002

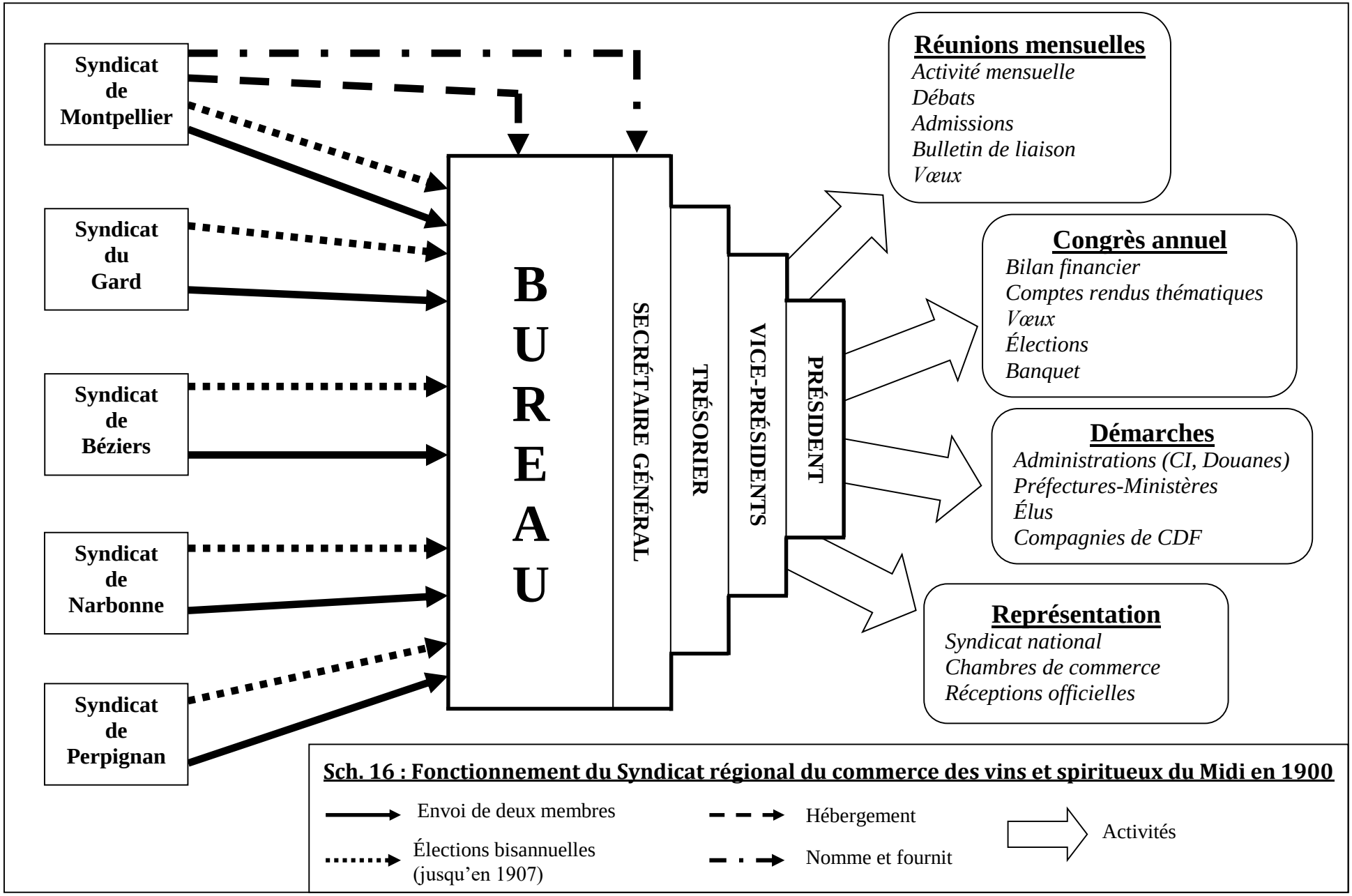
[4] Uniquement des négociants montpelliérains à cet instant.

[5] Voir en annexes, p. 1115.

[6] En 1904, le syndicat de Sète le rejoint puis à la fin des années 1900, celui de Lunel. Les années 1910 voient l'arrivée des autres syndicats qui adhèrent dès leur création.

[7] AMM : 2 F NC, *op. cit.*, Statuts du Syndicat régional pour l'ensemble des informations ci-après.

[8] Véritable cheville ouvrière du groupement, il s'agit toujours d'un montpelliérain pour des raisons de commodité (il réside au siège du Syndicat régional). Cela entérine également l'ascendant du syndicat local sur les autres.



Sch. 16 : Fonctionnement du Syndicat régional du commerce des vins et spiritueux du Midi en 1900

En 1907, afin d'apaiser les tensions –toujours vives – qui y surgissent, il est décidé de supprimer les élections et de recourir à une présidence tournante[1]. Lors des débats, chaque syndicat dispose de deux voix et les votes, qui se font par syndicat, sont à la majorité absolue, avec la voix du président qui est prépondérante en cas d'égalité. La question de la représentativité est primordiale car elle conditionne le poids effectif du syndicat dans son action de lobbying. Pour cette raison, un quorum des deux tiers est nécessaire afin de valider un vote et « il importe que [les vœux] parviennent aux législateurs avec l'appui d'une majorité indiscutable »[2]. De fait, pour s'appuyer sur une forte majorité, source de légitimité, les votes sont toujours précédés de longs débats où chaque syndicat cherche à faire entendre sa voix et où le président ou le rapporteur sondent les uns et les autres afin de s'assurer un large consensus. Les membres honoraires disposent quant à eux d'une voix consultative uniquement, mais leur avis fait souvent pencher la balance d'un côté ou de l'autre, lors des périodes de tension ou lors de vifs débats[3].

Chaque année a lieu une assemblée générale (qui prend plus tard le nom de « Congrès ») qui réunit l'ensemble des membres du Syndicat afin de discuter des différents dossiers traités dans l'année et de présenter, lors de motions, les vœux qui sont relayés auprès des pouvoirs publics. Il peut y avoir des sessions extraordinaires sur des sujets bien précis, ce qui est le cas régulièrement[4]. C'est également le moment des bilans comptables, financiers et des nominations de commissions (sur les fraudes, sur la crise, sur les tarifs de chemins de fer, etc.). Ces statuts, en dépit de quelques modifications, prévues par l'article 12 qui requiert un minimum de deux tiers des adhérents, restent sensiblement les mêmes tout au long de la période.

Tous les rouages sont donc en place pour faire du Syndicat régional un instrument de lutte corporatiste, en ce 23 octobre 1900, célébré comme « le commencement d'une étape bienfaisante à nos intérêts »[5]. Dans cette logique est alors élaboré et abondamment repris un discours ambitieux qui veille à défendre les intérêts de la profession

Un discours ambitieux

Dans les comptes rendus de réunions, les PV des différentes assemblées, la presse spécialisée ou les bulletins syndicaux, un discours syndical se met en place à l'échelle locale et régionale. Vindicatif et revendicatif, il défend la libre-entreprise et prend pour cibles tous les obstacles qui se trouvent sur son chemin. Il vise, sans cesse, à défendre les intérêts particuliers de la profession dans l'optique d'une défense générale de la filière viti-vinicole.

---

[11] *BMS*, avril 1911, p. 391. Le président choisi ensuite ses VP et le trésorier.
[2] AMM : 2 F NC, *op. cit.*, Statuts du Syndicat régional, Art. 9.
[3] Bret, par exemple, est souvent consulté dans cette optique entre la fin des années 1900 et le début des années 1910.
[4] C'est 8 fois le cas entre 1900 et 1910.
[5] AMM : 2 F NC, *op. cit.*, Discours de clôture, p. 7.

Défense du Commerce et de la libre-entreprise : les deux axes majeurs

La rhétorique syndicale dans le négoce tend, dans cette première partie du siècle, à valoriser l'action nécessaire du Commerce dans la filière et à lutter contre toutes les formes d'entraves à la liberté d'entreprendre.

Sur un marché profondément désorganisé en ce début de siècle et marqué par les difficultés liées à la crise post-phylloxérique, le négoce se trouve alors dans une situation délicate. C'est en effet une « crise douloureuse »[1] où le Commerce doit subir les contrecoups d'une période de surproduction conjuguée à l'engorgement des marchés par des vins frauduleux. Paul Degrully, dans ce contexte, propose la suppression pure et simple des intermédiaires :

> « Il y aurait donc en principe, intérêt à se passer du Commerce et la vente qui nous apparaît comme la plus simple, la plus pratique, la plus rémunératrice pour le producteur, la moins onéreuse pour le consommateur et aussi celle qui présente le plus de garantie contre les fraudes parce qu'elle supprime tout intermédiaire et par là, de multiples falsification, c'est bien la livraison directe de la propriété à la consommation. »[2]

Degrully reprend ici, sous sa plume, les arguments qui parcourent depuis des années le monde viti-vinicole : le négociant est un profiteur-fraudeur. Voilà pourquoi l'une des premières tâches des syndicats héraultais et du Syndicat régional est de réhabiliter l'image du Commerce.

Cela passe tout d'abord par la réaffirmation de ce qu'est avant tout le Commerce languedocien : le promoteur des vins naturels. Ainsi, lors de la séance inaugurale du Syndicat régional, Paul Bret souligne que l'une des grandes satisfactions du futur syndicat sera lorsque « nous serons arrivés à faire aimer davantage le vrai vin de France ». Le président honoraire Messine demande, quelque temps plus tard, de faire prévaloir cette idée : « Défendons le vin, la base de notre commerce ! »[3] D'emblée, le Syndicat régional met en avant sa légitimité à faire apprécier ce qu'il appelle le « vrai vin », c'est-à-dire le vin naturel, par opposition aux vins trafiqués qui pullulent sur le marché des vins national. Il se présente ainsi comme le garant de la bonne tenue qualitative du marché, ce qui est confirmé quelques années plus tard par un communiqué du Syndicat des vins de Montpellier. On y présente le rôle du négociant de la manière suivante : « Donc pour avoir un vin de bonne qualité, franchement naturel, il faut le prendre chez le négociant » alors que sont rappelées toutes les garanties qui assurent la régularité et la rigueur des maisons de commerce[4].

[1] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 9.
[2] DEGRULLY P., *op. cit*., p. 255.
[3] AMM : 2 F NC, *op. cit*, p. 1 et 4.
[4] *BMS*, nov. 1907, p. 12 et 13.

D'ailleurs, lorsqu'en 1904, les « Héritiers Chauvain » se plaignent de l'obligation d'épalement des foudres[1], constatant le coût, trop onéreux, et la perte de temps de cette pratique, le syndicat sétois répond que c'est là une obligation législative et que c'est une pratique positive, bien que complexe et parfois vexatoire, dans le cadre de la lutte contre la fraude[2]. En 1909, Jean Prats, le président sétois, justifie devant le Syndicat régional les coupages, « commandés par le souci de conserver la bonne réputation des produits, d'assurer la continuité de la qualité »[3]. Enfin, lors du Xe congrès du Syndicat régional en 1911, Roussel-Lacombe, secrétaire général, lorsqu'il revient sur les dix années d'existence du groupement régional, insiste sur le rôle de promotion des vins – notamment la lutte contre la fraude – qu'a joué le syndicat durant ces dix premières années[4].

Il y a donc une démarche bien identifiée de se présenter, pour le mouvement patronal, comme le défenseur de la rigueur qualitative sur le marché des vins.

En second lieu, les syndicalistes locaux, porteurs d'un discours libéral particulièrement répandu dans les milieux patronaux de l'époque[5], visent à réduire les injustices dont ils se disent victimes, notamment les privilèges dont jouissent certains de leurs concurrents. Le privilège des bouilleurs du cru est tout d'abord une cible récurrente du discours syndical. Ce privilège, héréditaire, exempte ainsi certains producteurs d'une taxe que doivent payer les distillateurs et les négociants en alcools. En outre, avec cette pratique, une partie de la récolte échappe au contrôle des négociants et de l'administration. Ainsi, le privilège des bouilleurs du cru est l'une des premières revendications du Syndicat régional. Il s'agit d'abroger « un privilège que le commerce des vins et des spiritueux considère comme la source principale de la fraude dans tous les pays »[6]. En 1911, Roussel-Lacombe évoque ce privilège dont le syndicat n'a pas encore pu obtenir la suppression. Mais il est optimiste car la disparition de ce privilège « semble devoir être obtenue devant les nécessités budgétaires et la campagne menée de front par le Syndicat national[7] et le Comité républicain du commerce, de l'industrie et de l'agriculture[8] »[9]. Ce combat contre ce qui est perçu comme une injustice, jalonne la période et, régulièrement, les membres se plaignent de la survie d'une pratique discriminatoire et inique, notamment lors des congrès ou lors de l'interpellation des pouvoirs publics[10].

Le second privilège que souhaitent voir disparaître les négociants est celui des caves coopératives. Ces dernières qui ont vu le jour dans les années 1900 visent à la mise en commun des moyens de production et de vinification. Néanmoins, certaines tentent la vente directe comme les vignerons de Maraussan qui, le 23 décembre 1901, fondent la première cave

[1] L'épalement consiste dans la vérification, par les autorités publiques, de la contenance des foudres
[2] AMS : 2 F 14, *op. cit.*, PV, Séance du 01/06/1904.
[3] *BMS*, août-sept. 1909, p. 20-21.
[4] *BMS*, avril 1910, « Compte rendu des travaux », p. 388 et sq.
[5] DENORD F., « Patronat et libéralisme », *in* DAUMAS J.-C., CHATRIOT A., FRABOULET D., FRIDENSON P. et JOLY H. (dir.), *Dictionnaire historique des patrons français*, Paris, Flammarion, 2010, p. 1022-1027.
[6] AMM : 2 F NC, op cit., p. 3.
[7] Sous l'impulsion du Syndicat régional.
[8] Dont le président est P. Bret.
[9] CR, Congrès annuel, 1911, *BMS*, avril 1911, p. 390.
[10] *BMS*, juil. 1913, Lettre de J. Prats au ministre du Commerce, juillet 1913, p. 320.

vinicole de vente. Leur but est de limiter l'interaction des intermédiaires dans les circuits commerciaux en « cherchant les moyens nécessaires pour constituer un réseau de vente indépendant des négociants »[1]. Le succès de Maraussan est certain : construction d'une cave en 1905, achat d'un entrepôt de 2.000 hl à Charenton, construction d'une voie ferrée reliant directement la gare à la cave coopérative, expédition de plus de 50.000 hl par an. À cela s'ajoute une politique commerciale active (article de presse, prospectus, buvards, cartes postales) qui démarche de nombreux clients, notamment parisiens (80% en 1906). Cette concurrence est nouvelle et dangereuse pour le négoce, d'autant plus que les coopérateurs bénéficient de nombreuses exemptions fiscales, notamment le non-paiement de la licence et de la patente, ainsi que des prêts à long terme à faibles taux. Les coopératives, en dépit de leur réussite commerciale limitée[2], deviennent alors une des premières cibles du discours syndical patronal. On dénonce les privilèges dont elles bénéficient et les inégalités fiscales dont elles sont à l'origine suscitent toujours un grand émoi[3]. De fait, c'est tant la peur de disparaître sous les coups d'un « concurrent prêt à le supplanter […] et qui n'admet pas qu'un commerçant puisse réaliser un bénéfice, si petit soit-il »[4] que la « concurrence déloyale »[5] que dénoncent très régulièrement et avec virulence les syndicats de négociants. Cette opposition, à la fois commerciale et idéologique[6], entre négociants et petits propriétaires recoupe certaines des autres formes de luttes entre patronat et ouvriers que l'on retrouve dans la filière[7].

Enfin, dès 1900, l'ambition est déclarée de « se liguer contre tout ce qui arrête le progrès et la facilité de nos transactions »[8]. Par le biais de cette rhétorique libérale qui « consonne avec les intérêts d'une très large partie du patronat »[9], les négociants en vins visent l'action des pouvoirs publics, notamment la Régie dont les inspections et les contrôles, souvent brutaux, sont vécus comme des vexations et des entraves à la bonne marche des maisons de commerce. Lors de la séance introductive du Syndicat régional, nombreuses sont les critiques envers l'administration dont on condamne les « empiètements », la Régie dont on déplore les abus : amendes trop lourdes, tracasseries, déconsidération. Bret souhaite ainsi « amener [les administrations] à un jugement plus libéral, à une appréciation plus juste de [leurs] droits et [leurs] devoirs »[10]. Dans la même logique, quelques années plus tard, le Syndicat de Sète souligne le rôle du syndicat : servir d'intermédiaire entre la Régie et les assujettis, « de tampon

[1] LES VIGNERONS LIBRES DE MARAUSSAN, *Naissance de la coopérative vinicole, Maraussan, Les vignerons du pays d'Ensérune*, 1996, p. 8.
[2] Dès 1909, les coopérateurs de Maraussan vendent à nouveau directement aux négociants car les prix sont à la hausse et les statuts de la cave prévoient des prix fixes à l'année, protégeant lors des baisses mais défavorables lors des hausses des cours.
[3] *BMS*, août-sept. 1913, p. 336.
[4] *Ibid*., p. 337.
[5] *BMS*, août-sept.1912, p. 167.
[6] Les caves coopératives sont alors défendues par les syndicats ouvriers qui dénoncent la propriété privée et prônent la collectivisation des outils de production. Voir à ce sujet ANDOLFATTO D., LABBÉ D., *Histoire des syndicats, (1906-2006)*, Paris, Éditions du Seuil, 2006.
[7] Cf. *infra*, « Aux cœur des conflits sociaux (1900-1939) », p. 797-811.
[8] AMM : 2 F NC, *op. cit.*, p. 1.
[9] DENORD F., « Les idéologies économiques du patronat français au 20e siècle », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2012/2 N° 114, p. 172.
[10] *Ibid.*, p. 2.

pour ainsi dire »[1]. Propos confirmés une dizaine d'années plus tard par le nombre d'articles consacrés aux rapports avec les CI : trente-trois, chiffre qui dépasse largement les autres thèmes entre 1912 et 1913. Cet investissement syndical dans la fluidification des transactions vise également les compagnies de chemin de fer qui sont, par leur manque de rigueur, leurs pratiques arbitraires ou leurs tarifs trop élevés et inégaux, également une cible régulière des syndicats tout au long de la période.

Le dernier obstacle aux transactions concerne la fiscalité qui est ici aussi perçue comme un frein à la bonne marche du Commerce. « Supportant de lourds impôts » selon Bret en 1900, les maisons de commerce voient la fiscalité s'accroître et se complexifier, source d'alourdissement des charges et de possibles sanctions. Les droits de détail, les droits d'octroi pèsent sur la commercialisation, la patente et la licence alourdissent les charges incompressibles. Elles sont pour le négoce objet de nombreuses plaintes et vœux afin de les modifier dans un objectif d'allégement. Et lorsqu'en 1914, il est question d'une taxe sur les bénéfices commerciaux qui viendrait grever les profits, le négoce s'élève contre une mesure qui risque d'entraîner des procédés vexatoires ou arbitraires et peut s'avérer nuisible aux affaires[2].

Le syndicat se fait dès lors le porte-parole des revendications d'inspiration libérale qui structurent son discours patronal. L'ensemble de ces vœux et de ces doléances sont alors reprises dans un outil qui se veut novateur et efficace : le *Bulletin mensuel*.

Un outil de liaison nouveau : le *Bulletin mensuel*

Pour permettre la diffusion de leur message au début du siècle, les syndicats disposent des comptes rendus de séance des réunions qui sont, sous forme de procès-verbaux[3], envoyés aux adhérents. Ainsi, Antoine Domergue reçoit-il, à plusieurs reprises au début des années 1900, le compte rendu des réunions syndicales montpelliéraines par la poste[4]. Si au tournant du siècle, ces comptes rendus sont uniquement envoyés aux adhérents après les séances, dans un mouvement de relais et d'information de l'effort syndical, les années 1900 voient apparaître de nouvelles dispositions. La première semble être le regroupement de plusieurs comptes rendus dans des fascicules qui sont envoyés ensuite aux adhérents mais également aux élus locaux. Ainsi, la mairie de Sète reçoit-elle en janvier 1905, un livret regroupant les séances du Syndicat en gros de la ville qui se sont tenues de mai à septembre 1904. Ces PV reprennent séance par séance, les membres du bureau présents, la teneur des débats et des questions, les réponses apportées, les élections, les vœux émis, les démarches entreprises. À Montpellier, les PV sont agrémentés de titres de chapitre qui permettent de connaître les thèmes abordés lors de telle ou telle discussion.

Une nouvelle étape est franchie à l'automne 1907. À la suite des mouvements du printemps, qui semblent avoir joué le rôle de catalyseur, le Syndicat régional décide d'éditer son

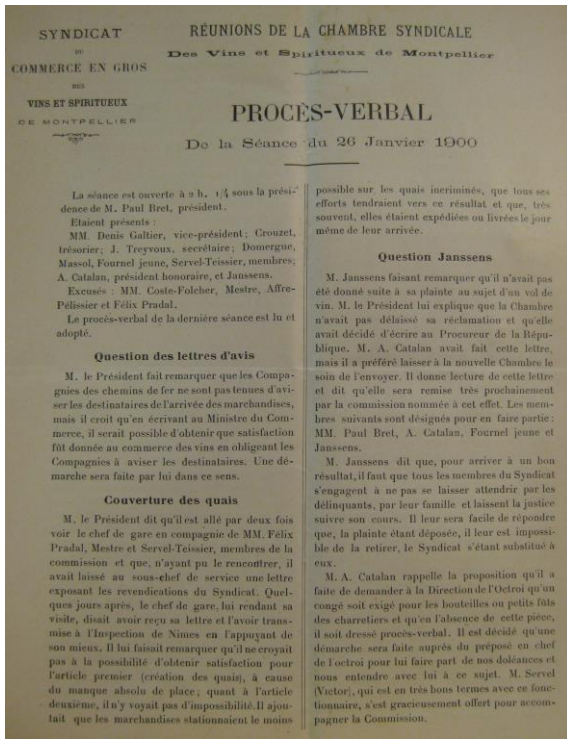
[1] AMS : 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Syndicat de Commerce en gros des vins et spiritueux, PV de la séance du 10 mai 1904, p. 3.
[2] « Rapport sur l'impôt sur le revenu », *BMS*, mars-avril 1914, p.55-56.
[3] Voir une reproduction en annexes, p. 1113.
[4] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, 1900.

propre *Bulletin*. En raison de la structure même du Syndicat, dont les locaux et une partie des membres du Bureau se trouvent à Montpellier, ce bulletin régional est associé aux PV du syndicat montpelliérain qui avait déjà mensualisé ses comptes rendus. Ainsi, en octobre 1907 paraît le premier *Bulletin mensuel du syndicat du commerce en gros des vins et spiritueux de Montpellier et des syndicats affiliés au Syndicat régional du Midi*. Outre la précocité de cette nouvelle formule collective[1], la nouveauté réside tout d'abord dans la forme. Aux quelques feuilles *in-folio* envoyées jusque-là par le syndicat montpelliérain succède un fascicule, avec agrafes, couleurs (verte pour la couverture, rose pour les publicités), iconographie. Au début et en fin de bulletin se trouvent des espaces publicitaires, louables à l'année et qui concernent bien évidemment le monde viti-vinicole : transports de vins, succursales de vins d'autres régions (comme le Champagne « Coste-Folcher » d'Épernay), fournitures pour les chais, services de groupages, assurances, banques, services de pesage ou d'analyse des vins. La seconde nouveauté réside dans le format (*in-quarto*) et le nombre de pages du bulletin qui dépasse bien souvent les 20 pages (publicités non comprises), ce qui est une augmentation notable par rapport à la période précédente. Tous les deux ans, une table des matières, reprenant les grands thèmes traités, est présente à la fin du numéro de décembre. Enfin, le bulletin paraît tous les mois sauf à de rares exceptions[2] et est envoyé gratuitement à tous ses membres.

L'objectif affiché par le syndicat régional est de concentrer, dans un seul périodique, les évolutions, pratiques et démarches des syndicats languedociens. Véritable « organe spécial du Commerce », le bulletin est un outil au service de l'harmonisation des revendications qui « prendraient plus de force et se défendraient d'autant mieux »[3] en étant présentées uniformément. Cet outil de propagande et de rationalisation de l'effort corporatiste traduit ici les nouvelles ambitions du Commerce tant par sa forme que son contenu (fig. 38, page suivante). Il peut également permettre aux syndicats locaux de gagner auprès de leurs adhérents plus de crédibilité, permettant d'accroître le nombre de syndiqués[4]. Il permet également de diffuser des informations, d'ordre législatif, fiscal ou technique. Il relaie enfin des offres ou des demandes d'emplois. C'est pourquoi le nouveau président en 1908, le perpignanais Henri Parès, demande à tous les syndicats de faire parvenir une copie de leurs PV afin de pouvoir faire du *Bulletin* « l'organe rêvé du Commerce »[5]. Malgré cela, rarement les PV d'autres syndicats apparaissent dans le *Bulletin* : Carcassonne à plusieurs reprises ; Sète, Perpignan et Nîmes, à deux ou trois reprises ; Béziers, Lunel, Pézenas, Marseillan ou Narbonne, jamais ou presque. En dépit de la demande expresse de Bret auprès de chaque délégué qui « insistera auprès du conseil de son syndicat pour obtenir sa collaboration assidue au *Bulletin* », seul le syndicat de Montpellier, qui partage les moyens de diffusion du Syndicat régional, participe activement à l'organe.

[1] À titre de comparaison, dans la Drôme, le syndicat des vins ne se dote d'un Bulletin qu'en 1922 (Cf. BOUCHARDEAU P., *op. cit.*, p. 393). En Bourgogne, le premier *Bulletin des Syndicats des négociants en vins de Bourgogne* paraît en 1941 seulement (cf. LUCAND C., *op. cit.*, p. 70)..
[2] Tous les deux mois parfois (notamment août-septembre) et de manière plus épisodique après juillet 1914.
[3] « Réunion générale annuelle, 30 mai 1908 », *BMS*, juin 1908, p. 124.
[4] *BMS*, avril 1910, p. 95.
[5] « Réunion générale annuelle, 30 mai 1908 », *BMS*, *op. cit.*

Fig. 38 : L'évolution des publications syndicales au début du siècle



SYNDICAT DU COMMERCE EN GROS DES VINS ET SPIRITUEUX DE MONTPELLIER

RÉUNIONS DE LA CHAMBRE SYNDICALE
Des Vins et Spiritueux de Montpellier

PROCÈS-VERBAL
De la Séance du 26 Janvier 1900

La séance est ouverte à 9 h. 1/4 sous la présidence de M. Paul Bret, président.

Etaient présents :

MM. Denis Galtier, vice-président ; Crouzet, trésorier ; J. Treyvoux, secrétaire ; Domergue, Massol, Fournel jeune, Servel-Teissier, membres ; A. Catalan, président honoraire, et Janssens.

Excusés : MM. Coste-Folcher, Mestre, Affre-Pélissier et Félix Pradal.

Le procès-verbal de la dernière séance est lu et adopté.

Question des lettres d'avis

M. le Président fait remarquer que les Compagnies des chemins de fer ne sont pas tenues d'aviser les destinataires de l'arrivée des marchandises, mais il croit qu'en écrivant au Ministre du Commerce, il serait possible d'obtenir que satisfaction fût donnée au commerce des vins en obligeant les Compagnies à aviser les destinataires. Une démarche sera faite par lui dans ce sens.

Couverture des quais

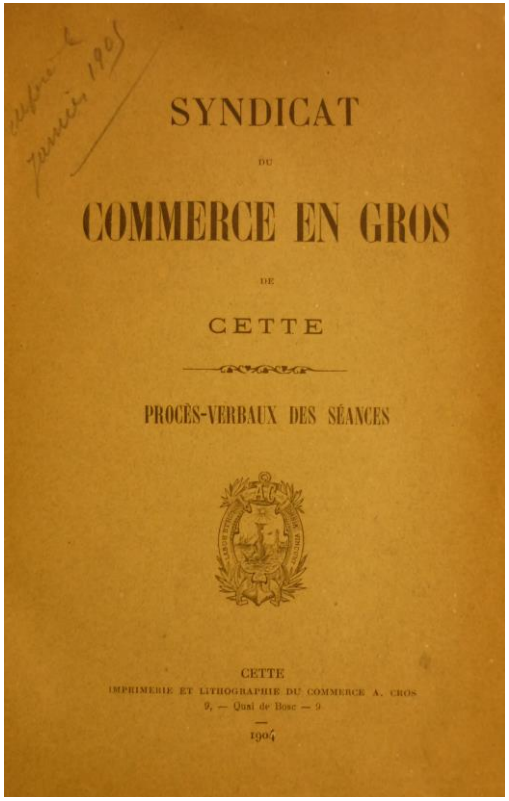
M. le Président dit qu'il est allé par deux fois voir le chef de gare en compagnie de MM. Félix Pradal, Mestre et Servel-Teissier, membres de la commission et que, n'ayant pu le rencontrer, il avait laissé au sous-chef de service une lettre exposant les revendications du Syndicat. Quelques jours après, le chef de gare, lui rendant sa visite, disait avoir reçu sa lettre et l'avoir transmise à l'Inspection de Nimes en l'appuyant de son mieux. Il lui faisait remarquer qu'il ne croyait pas à la possibilité d'obtenir satisfaction pour l'article premier (création des quais), à cause du manque absolu de place ; quant à l'article deuxième, il n'y voyait pas d'impossibilité. Il ajoutait que les marchandises stationnaient le moins possible sur les quais incriminés, que tous ses efforts tendraient vers ce résultat et que, très souvent, elles étaient expédiées ou livrées le jour même de leur arrivée.

Question Janssens

M. Janssens faisant remarquer qu'il n'avait pas été donné suite à sa plainte au sujet d'un vol de vin. M. le Président lui explique que la Chambre n'avait pas délaissé sa réclamation et qu'elle avait décidé d'écrire au Procureur de la République. M. A. Catalan avait fait cette lettre, mais il a préféré laisser à la nouvelle Chambre le soin de l'envoyer. Il donne lecture de cette lettre et dit qu'elle sera remise très prochainement par la commission nommée à cet effet. Les membres suivants sont désignés pour en faire partie : MM. Paul Bret, A. Catalan, Fournel jeune et Janssens.

M. Janssens dit que, pour arriver à un bon résultat, il faut que tous les membres du Syndicat s'engagent à ne pas se laisser attendrir par les délinquants, par leur famille et laissent la justice suivre son cours. Il leur sera facile de répondre que, la plainte étant déposée, il leur est impossible de la retirer, le Syndicat s'étant substitué à eux.

M. A. Catalan rappelle la proposition qu'il a faite de demander à la Direction de l'Octroi qu'un congé soit exigé pour les bouteilles ou petits fûts des charretiers et qu'en l'absence de cette pièce, il soit dressé procès-verbal. Il est décidé qu'une démarche sera faite auprès du préposé en chef de l'octroi pour lui faire part de nos doléances et nous entendre avec lui à ce sujet. M. Servel (Victor), qui est en très bons termes avec ce fonctionnaire, s'est gracieusement offert pour accompagner la Commission.



SYNDICAT
DU
COMMERCE EN GROS
DE
CETTE

PROCÈS-VERBAUX DES SÉANCES

CETTE
IMPRIMERIE ET LITHOGRAPHIE DU COMMERCE A. CROS
9, — Quai de Bosc — 9
1904

OCTOBRE 1907

BULLETIN MENSUEL
DU
SYNDICAT DU COMMERCE EN GROS DES VINS & SPIRITUEUX
DE MONTPELLIER
Et des Syndicats affiliés au
SYNDICAT RÉGIONAL DU MIDI
(Béziers — Cette — Narbonne — Nimes — Perpignan)

TRANSPORTS DES VINS A PRIX RÉDUITS
Economie de 20 à 40 %
MITJAVILE
CAMIONNAGE ACCÉLÉRÉ DANS PARIS ET LA BANLIEUE
Forfaits avantageux par fer et par eau
FRANCE | COLONIES | ÉTRANGER
Montpellier — Cette — Béziers — Narbonne — Perpignan — Lézignan — Carcassonne — Lunel — Pézenas — Frontignan — Clermont-l'Hérault — Aigues-Vives — Sommières — Aubais — Vergèze, etc., etc. — Paris — Bordeaux — Marseille — Lyon — Toulouse — Rouen — Alger — Oran.
TRANSPORTS EN WAGONS-FOUDRES-MITJAVILE
Location au voyage, au mois ou à l'année

MONTPELLIER. — SOCIÉTÉ ANONYME DE L'IMPRIMERIE GÉNÉRALE DU MIDI

Date : 1900
Format : Feuilles A3 *in-folio* (parfois doublées)
Nbre de pages : 4 à 8
Contenu : PV des séances, liste des membres

Date : 1904
Format : Fascicule avec agrafes, format A5 *in-quarto*
Nbre de pages : 24
Contenu : PV des séances

Date : 1907
Format : Fascicule avec agrafes, format A5 *in-quarto*
Nbre de pages : 20 pages min.
Contenu : PV séances, publicités, couleur, iconographie, historique de la présidence, liste des membres, petites annonces

L'ambition du bulletin est pourtant propice au mouvement syndical : il vise à renseigner les adhérents, de manière efficace et économique, des travaux de leurs délégués. Mais le coût de la publication est un premier frein. L'adhésion, de 10 F par syndicat et par mois, donne droit à une page d'insertion dans le Bulletin et chaque page supplémentaire coûte 5 F. Devant la difficulté de donner des informations mensuelles en moins de 3 ou 4 pages, il faut alors prévoir sur un budget entre 300 et 400 F, ce qui pour la plupart des syndicats semble être une dépense superflue. Il ne faut pas négliger non plus les discordes et les rivalités qui existent entre les syndicats. On peut ainsi probablement voir dans le refus des autres syndicats de publier dans le *Bulletin mensuel* la volonté de garder une certaine indépendance, notamment dans le contrôle des informations. C'est également la volonté de ne pas se placer sous la tutelle du syndicat montpelliérain, qui, dans les faits, dirige les publications. D'ailleurs, en mai 1909, le président Henri Parès recommande, une nouvelle fois, aux syndicats locaux de s'abonner[1]. Le vœu est à nouveau répété lors du dixième anniversaire du Syndicat en 1911 par le secrétaire général qui se félicite de la popularité dans les milieux commerciaux du *Bulletin*, « trait d'union […] très lu partout et par tous »[2]. Cela souligne à la fois la prise de conscience des responsables patronaux de l'utilité d'un tel outil de liaison, mais également les difficultés à faire adhérer l'ensemble des membres à ce projet collectif.

Ainsi doté de structures bien établies, d'un message bien rodé et d'un outil de propagande plutôt efficace[3], le mouvement syndical peut s'affirmer sur le terrain. Mais en dépit de ses ambitions, son rayonnement est, durant cette période, inégal.

Un mouvement qui cherche à s'affirmer

L'abondante littérature syndicale nous permet de retracer les grandes tendances des combats dans lequel le mouvement syndical s'implique. Certains exemples significatifs par leur portée et leur récurrence permettent de jauger à la fois des méthodes et de l'influence du mouvement syndical mais également de ses limites, encore importantes en ce début de XXe siècle.

Poids et modes d'action du mouvement syndical

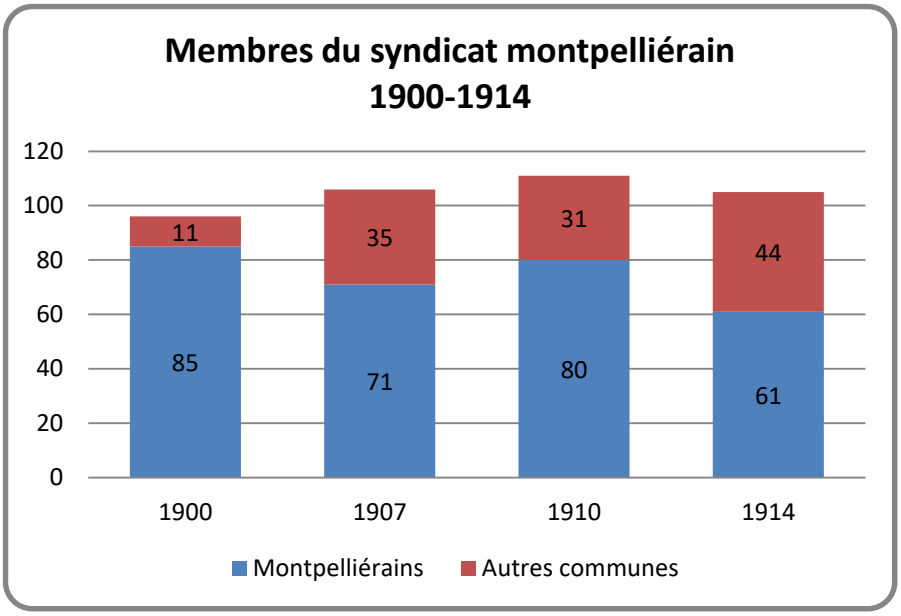
La représentativité d'un syndicat est un élément primordial pour son pouvoir de rayonnement. Si ce n'est pas le seul, cet indice est significatif du poids, numérique et symbolique, que pèse un syndicat dans la filière et de l'implication d'une profession, ici les négociants, dans le tissu syndical de son champ d'action. Dans le département, les tendances et les influences sont très contrastées.

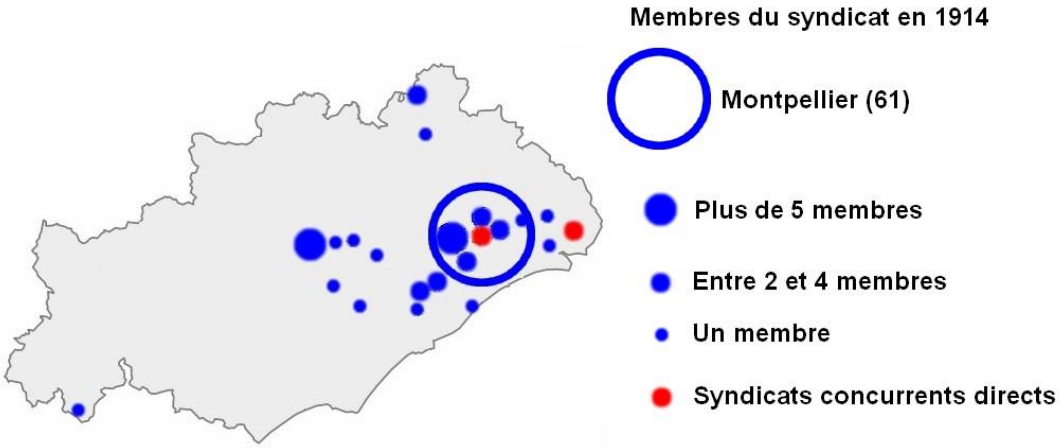
À Montpellier, au début du siècle, le syndicat est composé de 96 membres. Il regroupe des négociants montpelliérains mais également des communes voisines de Pignan, Mauguio,

[1] *BMS*, juin 1909, p. 352.
[2] « Compte rendu des travaux », *BMS*, avril 1911, p. 390.
[3] En 1910, le préfet demande à ce qu'on lui envoie le bulletin tous les mois.

Cournonterral, Celleneuve, Grabels ou Lunel[1]. Au total, il comprend 85 Montpelliérains et 11 extérieurs (le plus lointain venant de Marsillargues, soit une trentaine de km)[2]. Dans la ville de Montpellier même, il représente donc au début du siècle, un négociant sur deux environ, surement nettement moins à l'extérieur dans l'ensemble de l'arrondissement. À la veille de la Première Guerre mondiale, ce chiffre s'élève à 105 dont 61 Montpelliérains[3] (fig. 39).

Fig. 39 : L'attractivité du Syndicat des vins montpelliérain au début du siècle





Le rayonnement spatial du Syndicat des vins de Montpellier en 1914

[1] La liste des négociants est reportée en annexes, p. 1100-1101.
[2] ADH : 5 J 35, *op. cit.*, PV Syndicat montpelliérain, 31/08/1900.
[3] *BMS*, janv. 1914.

C'est une évolution assez remarquable et qui tend à prouver l'adaptabilité du syndicat local. En effet, dans l'intervalle, le syndicat a dû faire face à trois éléments contraires : la chute des effectifs commerciaux dans la capitale régionale, la concurrence de syndicats nouveaux (Frontignan, Lunel), l'indépendance des barricailleurs qui forment leur propre syndicat en 1913. En conséquence, si les effectifs montpelliérains se réduisent, le syndicat recrute plus et plus loin à l'extérieur. Certaines communes prennent même une importance significative : Saint-Georges-d'Orques ou Clermont-l'Hérault par exemple alors que le négociant le plus lointain réside à Olonzac (près de 100 km), pourtant dans la sphère d'influence de Béziers. Après, 1915, les sources ne nous permettent plus d'avoir une approche aussi fine, mais à la fin des années 1910, le chiffre semble se maintenir à ce niveau[1]. On peut conclure avec prudence sur le rayonnement certain du syndicat montpelliérain qui parvient à faire croître et à stabiliser sa base syndicale tandis que les syndicats concurrents de Lunel ou des barricailleurs lui retirent plus de 70 membres dans les années 1910 (37 adhérents pour le syndicat lunellois et 36 pour le Syndicat des expéditeurs-directs[2]). C'est la là preuve d'une certaine attractivité du mouvement syndical, dans une période qui se tend en raison de la complexification législative et de la concurrence (figure 39).

Dans les autres syndicats, il est difficile de connaître les chiffres avec exactitude mais il est possible de retracer une tendance. Pour la période, le syndicat de Sète comprend environ 90 membres, ce qui est très élevé en rapport au nombre de négociant sétois (entre 109 et 136 pendant la période), preuve d'un syndicalisme puissant dans l'île singulière[3]. À Béziers, au contraire, le nombre d'adhérents oscille autour de 50-55, ce qui est relativement faible par rapport au syndicat montpelliérain et surtout à l'aire de polarisation de la capitale biterroise. Est-ce là la preuve d'une faible influence du syndicat local ? La rareté des sources semble accréditer cette thèse, tout comme le constat fait par Paul Granaud, alors secrétaire général du syndicat biterrois, lors du compte rendu du congrès régional en avril 1910 : « Il est ridicule que le syndicat de la région la plus vinicole du Midi[4] soit celui qui compte presque le plus petit nombre d'adhérents. »[5] Mais il faut souligner que les négociants biterrois semblent préférer le noyautage des institutions qui gouvernent au devenir de la filière viti-vinicole, notamment les organes de décision tels la chambre ou le tribunal de commerce. En revanche, ni Sète, ni Béziers ne semblent souffrir de la naissance d'un puissant syndicat à Marseillan qui regroupe plus de trente membres dès sa création en 1913[6]. À Béziers, la création d'un syndicat de commissionnaires, en 1910, ne semble pas non plus faire fléchir le nombre de délégués.

[1] L'annuaire départemental annonce 120 adhérents pour 1920.
[2] *Annuaire de l'Hérault*, 1914.
[3] C'est également le cas dans les autres professions et on peut penser que ce poids est à la fois dû à ce particularisme local mais également à la nécessité des négociants sétois de se syndiquer pour faire face à des revendications ouvrières de plus en plus pressantes dans la ville.
[4] C'est-à-dire Béziers.
[5] *BMS*, juin-juill. 1910, PV Syndicat de Béziers, séance du 17/05/1910.
[6] *Annuaire de l'Hérault*, 1914.

Quant au Syndicat régional, diverses sources semblent placer ses effectifs aux alentours de 600 membres à sa création et 650 au début des années 1920, preuve là aussi d'une certaine croissance et de la réussite de l'objectif de se présenter comme un bouclier pour les intérêts commerciaux et les maisons de commerce.

Fort de ce poids d'adhésion, les syndicats engagent donc des démarches pour satisfaire les attentes de leurs adhérents mais également pour défendre les intérêts généraux de la profession. Ces démarches sont de trois ordres.

Tout d'abord, il s'agit de la diffusion des informations. Le contrôle des informations, nous l'avons vu, est capital dans la dimension transactionnelle des maisons de commerce. Mais il est également important dans la gestion de ces maisons de commerce, notamment vis-à-vis de la loi et des techniques. Ainsi, les syndicats locaux et le Syndicat régional s'évertuent à transmettre le plus rapidement possible les différentes modifications législatives, les évolutions de la fiscalité et de la jurisprudence ou les innovations techniques. Ces informations cruciales évitent aux négociants de tomber sous le coup de la loi et de commettre, à leur insu, des infractions. Ainsi, en 1900, le syndicat de Montpellier avertit ses adhérents d'une évolution de la jurisprudence à propos des accidents du travail[1]. Quelques années plus tard, le syndicat de Sète revient sur la nouvelle loi sur les patentes votée par le Parlement début juin et qui modifie le tarif de cette dernière[2]. En ce qui concerne la vinification, certaines années, le *Bulletin* se fait l'écho des conférences données à la Faculté par le spécialiste en œnologie de la région, Lucien Roos. On organise également, chaque année des cours d'œnologie durant lesquels des ouvriers des maisons adhérentes sont récompensés[3].

La seconde démarche consiste en des rencontres directes et personnelles avec les interlocuteurs privilégiés de la filière : chef de gare, directeur de compagnie de chemin de fer, directeur des CI, élus. En mai 1904, il est ainsi question d'une tolérance[4] qui était de vigueur à Sète mais désormais refusée par le nouvel inspecteur de la Régie. Le président du syndicat indique qu'il va se rendre personnellement auprès du nouvel inspecteur pour lui faire part des us et coutumes de la place et essayer d'obtenir de sa part la reconduction de la tolérance accordée précédemment[5]. En juin 1913, Eugène Leenhardt, le président du syndicat montpelliérain, se rend auprès du chef de la gare Rondelet pour se plaindre des vols qui ont lieu la nuit sur les quais ainsi que de l'encombrement de ces derniers[6]. Lorsque c'est nécessaire, c'est par l'entremise du préfet ou des parlementaires que les syndicats font remonter leurs revendications. C'est le cas en 1913, toujours au sujet des expéditions ou des nouveaux impôts, par l'intermédiaire des députés héraultais qui sont largement sollicités[7].

Le dernier type de démarches concerne les différentes sortes de protestations. En mars 1911, le Syndicat de Montpellier revient, dans une session, sur le calcul complexe des déduc-

[1] ADH : 5 J 35, *op. cit.*, PV Syndicat montpelliérain, Séance du 31/08/1900.
[2] AMS : 2 F 14, *op. cit.*, PV Syndicat de Sète, Séance du 15/06/1904.
[3] *BMS*, mars 1911, p. 366.
[4] Cela concerne les déchets autorisés dans les alcools.
[5] AMS : 2 F 14, *op. cit.*, PV Syndicat de Sète, Séance du 10/05/1904.
[6] *BMS*, juil. 1913, p. 317.
[7] CR, AG Syndicat de Montpellier, 1914, *BMS*, janv. 1914, p. 1-12.

tions. Or l'administration a décidé de faire appliquer une circulaire que le Syndicat de Montpellier considère comme « nulle, contraire à l'essence de la loi [et]… arbitraire »[1]. Il est alors décidé de protester, par le biais du Syndicat régional, contre cette initiative et, sur pas moins de sept pages, sont exposés les motifs de mécontentement qui sont ensuite transmis au ministère des Finances[2]. Le syndicat peut également décider de protester par le biais de meetings et de manifestations qui sont organisées sous son égide. Fin 1909 par exemple, le Syndicat de Sète réunit à la Chambre de commerce de Sète les syndicats des limonadiers, des liquoristes, des distillateurs ainsi que les syndicats des vins de Montpellier et de Béziers dans le but d'organiser, à Montpellier, un meeting de protestation unitaire contre les taxes qui touchent le commerce des boissons[3].

Ces différentes actions permettent ainsi aux syndicats d'obtenir certaines satisfactions.

Réussites et limites de l'action syndicale

Le poids de l'unité syndicale permet alors aux négociants d'imposer certaines de leurs revendications. Les succès locaux sont nombreux. À Sète, en 1904, le nouvel inspecteur des CI accepte de proroger la tolérance admise par son prédécesseur. À Montpellier, la manifestation de 1909 dépasse les espoirs des organisations syndicales et réunit autour du Pavillon populaire, trop petit pour accueillir toute la foule, des centaines de personnes et des élus venus apporter leur soutien aux participants qui sont ensuite reçus par le préfet. Quelques mois plus tard, le projet de loi de finance est abandonné. Les gares de Montpelier et de Béziers notamment, sous l'impulsion des négociants voient de nombreux aménagements : nouvelle rampe pour accéder aux quais, désencombrement de ces derniers, surveillance accrue des vols à Montpellier, agrandissement de la gare à Béziers et à Montpellier, fluidification des services sur l'ensemble du réseau local.

En outre, entre 1900 et 1911, d'autres succès, portés en partie par le Syndicat régional, ont une dimension nationale : suppression des droits d'octroi pour les vins, détaxe sur les vins expédiés entre Sète et Perpignan, règlementation du sucrage des vendanges, adoption de la déclaration de récolte, droit de circulation sur les vendanges fraîches, échec de la proposition des compagnies de chemin de fer pour augmenter les tarifs des vins en fût, par exemple. Ces succès sont notamment rendus possibles par la modification des statuts du Syndicat national qui permet alors aux syndicats méridionaux d'y jouer un plus grand rôle et de faire du Syndicat national un relais de leurs revendications[4]. C'est dans cette optique qu'en 1909 le Syndicat régional avait décidé d'avancer son assemblée générale au mois de mars, soit quelques semaines avant celle du Syndicat national afin d'y faire entendre les vœux qui y seraient adoptés. Après 1911, d'autres succès viennent également couronner l'action du syndicat comme de

[1] *BMS*, mars 1911, p. 379 et sq.
[2] *BMS*, avril 1911, p. 401.
[3] *BMS*, nov. 1909, p. 444 et 448.
[4] Depuis 1910, les revendications sont présentées par les groupements régionaux eux-mêmes. Cette réforme fait suite à une première réforme des délimitations régionales qui permet aux quatre départements d'être unis dans le même groupement à la suite de la demande expresse du Syndicat régional méridional (1909). C'est donc la fin de l'isolement et un poids accru qui lui permettent de faire entendre sa voix auprès du SN.

nouveaux agrandissements de la gare de Montpellier, la lutte contre la spéculation illicite ou le rejet des propositions gouvernementales d'augmentation et de création d'impôts spéciaux au Commerce des boissons. Ce poids nouveau est d'ailleurs reconnu dans d'autres vignobles comme nous l'apprend Christophe Lucand : en 1911, lors des débats sur les délimitations, un négociant bourguignon estime « qu'un autre puissant levier à mettre en œuvre serait d'obtenir des syndicats du commerce des vins et de la propriété […] du Midi de protester contre la ''délimitation de la Bourgogne'' qui porterait une perturbation considérable dans leurs affaires et ventes »[1].

Enfin, lorsque le Commerce est attaqué, notamment par voie de presse, les syndicats n'hésitent pas à saisir la justice et à remporter de nombreux procès. Soucieux de leur image, il s'agit d'une action importante dans le cadre de la sauvegarde de leurs intérêts. Ainsi, en janvier 1911 par exemple, le Syndicat de Montpellier remporte un procès en diffamation contre une Société coopérative de la région[2]. Dans tous les cas, les syndicats, stimulés par une idéologie libérale, cherchent à promouvoir leur profession et à permettre la meilleure marche possible de leurs maisons.

Dans cette logique, tout au long de la période, l'un des grands combats est la question des vols de vin[3]. Ces vols ont lieu le plus souvent lors des transports et lors des transvasements en gare. Ainsi, à Montpellier, les vols se multiplient sur les quais d'expédition. On vole le vin bien évidemment, mais également la futaille ou les accessoires d'entonnage. En 1911, avec l'accord de la Compagnie PLM qui met alors à sa disposition un employé spécial pour garder les quais, le Syndicat de Montpellier oblige toute personne présente sur ceux-ci à être détentrice d'une carte professionnelle. Cette dernière est délivrée par le syndicat lui-même[4]. En 1912, le syndicat met en œuvre un service de gardiennage[5] pour surveiller les autres gares et les convois. Ce service porte rapidement ses fruits et les poursuites se multiplient, comme par exemple contre un employé de la gare de Lodève[6]. C'est là une reconnaissance manifeste du pouvoir d'action du mouvement syndical.

Néanmoins, au-delà de ces succès indéniables se dessinent les contours de limites flagrantes. Elles s'expliquent avant tout par l'esprit de compétition qui peut régner au sein même du Syndicat régional ou entre les syndicats locaux. Ainsi entre 1910 et 1911, alors que le syndicat montpelliérain met en œuvre une politique de lobbying afin de voir aménager la gare de Montpellier, elle fait part de son vif mécontentement auprès des pouvoirs publics car le syndicat biterrois, qui a entamé les mêmes négociations, a déjà obtenu gain de cause[7].

La domination du syndicat montpelliérain dans le Syndicat régional attise également les craintes des autres syndicats. En effet, il est décidé à la fin des années 1900 qu'en raison

[1] LUCAND C., *op. cit.*, p. 616.
[2] *BMS*, janv. 1911. Cette action en justice est menée contre la coopérative de Saint-Georges-d'Orques qui avait fait paraître un fascicule dénigrant l'activité des négociants de la localité.
[3] 41 occurrences durant la période 1910-1911, de loin le sujet le plus traité dans le *Bulletin*.
[4] *BMS*, fév. 1911, p. 341.
[5] Deux gardes-champêtres, affectés par la Mairie mais rémunérés par le syndicat et la CGV.
[6] *BMS*, juin-juil. 1914, p. 116.
[7] *BMS*, déc. 1910, p. 235 et sq.

de la domiciliation montpelliéraine du Syndicat régional, le syndicat montpelliérain disposerait d'un poste de vice-président, du poste de trésorier et de secrétaire-général. Cette mainmise officieuse sur le Syndicat régional est à même d'inquiéter les autres syndicats, qui d'après Roussel-Lacombe, le secrétaire général, ne transmettent pas tous leurs dossiers au Syndicat régional de peur de se voir « dessaisis d'une affaire ». Ces rivalités sont perceptibles dans le contenu même du *Bulletin mensuel* qui ne reprend que très minoritairement les comptes rendus des syndicats autres que celui de Montpellier. Pour atténuer ces inquiétudes, Roussel-Lacombe propose de nommer tous les présidents de syndicats membres du bureau de droit[1]. Par ailleurs, les tensions entre des opinions parfois divergentes sont également de mise lors de certains débats, comme par exemple au sujet des différents types de cotation[2]. D'ailleurs, en 1909, Roussel-Lacombe souligne « l'esprit systématiquement contradictoire de quelques-uns »[3].

Ainsi, faute de cohésion ou d'un poids limité, certains dossiers restent en suspens. Le privilège des bouilleurs du cru est toujours, en 1920, un sujet d'actualité. Ne faisant pas partie des priorités du gouvernement, il n'offre que peu de prises aux revendications syndicales. Idem pour l'avis d'arrivage qui est la cause d'une perte de temps importante pour les maisons de commerce qui sont forcées de dépêcher un employé dans les gares pour savoir quand arrivent leurs marchandises. De nombreux projets de sociétés d'achats collectifs[4] ou de camionnage sont également rapidement oubliés. En réalité, les négociants ne veulent pas se retrouver obligés de souscrire à des services qui risquent d'être plus onéreux que s'ils faisaient jouer la libre-concurrence. Au demeurant, ces projets, trop coûteux et risqués, ne peuvent pas voir le jour, faute de moyens financiers suffisants. Une des revendications syndicales majeures, la signature de l'acquit par les propriétaires, qui permettrait de reconnaître la responsabilité de ce dernier dans la transaction, est également un échec, comme le reconnaît le nouveau président du Syndicat régional lors du XIIe congrès en 1913[5]. Enfin, en dépit de l'orientation mutualiste que prennent les syndicats au tournant des années 1910, l' « Etoile commerciale », organisme para-syndical qui assure le cautionnement collectif, est encore mal connue. C'est une déception sensible au sein des membres du bureau car ce projet a été porté par le Syndicat régional. En 1913, seulement un tiers des membres du syndicat montpelliérain y souscrivent, les autres préférant d'autres formes de cautionnement, souvent plus souples[6].

Avec ces échecs, on voit poindre l'une des principales limites du mouvement syndical patronal qui est la primauté donnée aux intérêts particuliers et individuels plutôt qu'aux intérêts généraux. Pourtant, l'action syndicale, dans bien des domaines, s'est révélée être une ré-

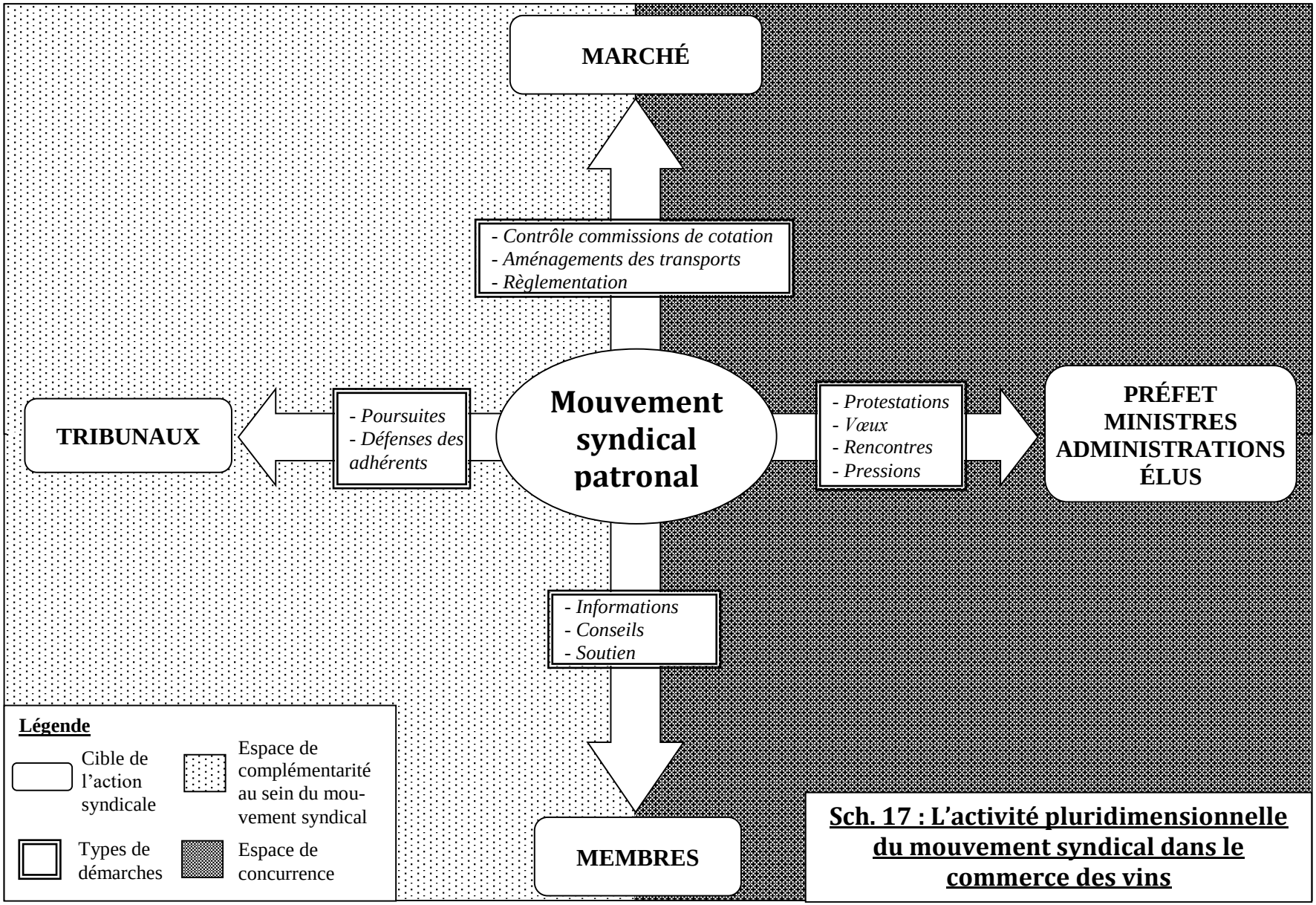
[1] *BMS*, avril 1910, p. 94.
[2] Au degré, à l'année, au type de terroir.
[3] AG du Syndicat de Montpellier, 23/12/1909, *BMS*, déc. 1909, PV, p. 469.
[4] De produits chimiques ou de futaille par exemple.
[5] CR Congrès SR, 1913, *BMS*, avril 1913, p. 101-104.
[6] *BMS*, janv. 1913, p. 214.

ussite et a permis la concrétisation de nombreuses revendications commerciales grâce à une activité pluridimensionnelle (sch. 17, page suivante).

En définitive, on assiste néanmoins à l'émergence d'un groupement régional, qui, même s'il reste soumis à des tensions internes, s'affirme de plus en plus comme le garant des intérêts du négoce méridional. Fort d'un poids humain conséquent, il cherche à s'affirmer sur la scène locale puis nationale comme un groupement intermédiaire de premier plan. C'est une ambition d'autant plus nécessaire qu'au même moment, la CGV occupe une place grandissante dans la filière[1] et que la concurrence commerciale extra-méridionale s'affirme chaque jour de plus en plus.

La Grande Guerre fait alors son irruption, ce qui va avoir comme conséquence d'accélérer le rôle prépondérant du mouvement syndical.

[1] GAVIGNAUD-FONTAINE G., « Aux origines de la CGV dans le Midi : combats pour la défense du vin naturel et la maîtrise des marchés des vins », *Études héraultaises*, 2007-2008, n° 37-38, p. 141-154.



Sch. 17 : L'activité pluridimensionnelle du mouvement syndical dans le commerce des vins

Un tournant décisif : la Première Guerre mondiale et l'immédiat après-guerre

Les effets perturbateurs de la Grande Guerre et leurs conséquences dans l'immédiat après-guerre permettent au mouvement syndical de s'affirmer comme un régulateur du marché des vins. Son action prend des formes variées mais vise toujours le même objectif : la continuité de l'écoulement de la production locale.

Solidarité et volontarisme syndicaux

L'action syndicale est primordiale pendant la guerre et elle est particulièrement efficace. Dès août 1914, le président Marius Leroy d'Audéric, lorsqu'il prend la parole devant le Syndicat régional exprime le sens du mouvement patronal en ce début de conflit :

> « Pendant qu'ils accomplissent leur devoir à la frontière [ndlr : les commerçants engagés sous les drapeaux], le nôtre est tout tracé. Nos efforts doivent tendre à assurer la reprise de la vie commerciale, nous devons apporter notre concours le plus absolu à l'œuvre commune et c'est dans un large esprit de solidarité que nous devons envisager la solution du problème économique qui se pose devant nous. »[1]

Ainsi, tout en gardant à l'esprit l'impératif d'Union sacrée née le 4 août au Parlement[2], le syndicat promet de faire tout son possible pour réinstaurer une certaine continuité dans les rapports commerciaux.

Cela passe, en 1914, par la gestion des affaires en cours qui sont en souffrance en raison à la fois des événements et des décisions prises par les différents acteurs institutionnels du monde du vin. Pour régler une situation particulièrement défavorable au commerce, les syndicats locaux et le Syndicat régional se lancent dans une action de lobbying intense. Cela s'explique en grande partie par la situation délicate à laquelle doit faire face le commerce des vins héraultais. En effet, une grande partie des transactions effectuées peu de temps avant le 31 juillet et expédiés quelques jours avant n'ont pas atteint leurs destinataires, soit en raison de l'absence de ces derniers, soit en raison de l'interruption des transports. Se pose alors la question du devenir de ces vins. Légalement, ces derniers sont la propriété des acheteurs mais, dans la réalité de 1914, ces vins semblent perdus à la fois pour l'acheteur et pour le vendeur. De fait, les négociants héraultais sont devant l'alternative suivante : soit faire revenir leurs vins dans le département et reconnaître leurs responsabilités, soit vendre à l'endroit où se trouvent leurs vins. Dans les deux cas, la solution ne peut être favorable au négoce local :

[1] *BMS*, août-sept. 1914, p. 121-122.
[2] BECKER J.-J., « L'Union sacrée, l'exception qui confirme la règle ? », *Vingtième Siècle, Revue d'histoire*, n° 5, janv.-mars 1985, p. 111-122.

dans le premier, les négociants se trouveraient à devoir payer les frais de transport et de manutention ; dans le second, les ventes aux enchères telles qu'elles sont réalisées dans les gares sont toujours des ventes au moins offrant et sont synonymes de pertes, parfois considérables. Surtout, les cours se sont effondrées au début du conflit et dans les deux cas, la marchandise ne vaut plus ce qu'elle valait quelques semaines auparavant. Reste la solution d'abandonner la marchandise, mais si cette dernière n'a pas été payée, c'est également une perte sèche pour les négociants. En conséquence, le Syndicat de Montpellier recommande alors à ses adhérents de « s'inspirer des circonstances, provoquer des arrangements autant du côté des acheteurs que des transporteurs et se montrer le plus conciliant possible »[1]. Pour cette raison, lors de la première réunion syndicale régionale tenue en août 1914, la première question abordée consiste dans l'examen de l'exécution des contrats en cours et notamment en cas de force majeure. Légalement, dans ce type de situation, si l'acheteur n'est pas en mesure d'honorer son contrat en cas de conflit, le contrat est caduc. Ainsi dans le cas de transactions entre négociants, le syndicat recommande de livrer si possible, sinon, en raison du moratoire, de ne tenir compte que des quantités déjà expédiées à des maisons en mesure de les recevoir. Pour le cas des achats à la propriété, dans une logique de solidarité, mais également afin de ne pas déséquilibrer le marché à l'approche des vendanges, le syndicat conseille de se conformer aux usages habituels et d'acheter de manière normale afin de ne pas perdre une partie de la récolte future, faute de stockage chez les propriétaires[2]. Le mouvement syndical s'efforce donc d'assurer une action de coordination et d'orientation dans l'objectif de sécuriser au maximum le marché.

Dans le même ordre d'idées, il se lance dans une vaste action de lobbying, notamment au sujet des transports et du crédit. Dans ces deux domaines, qui sont particulièrement visés par les mesures prises par le gouvernement, l'effort syndical se dirige essentiellement vers les ministres des Travaux publics et des Finances. Si nous ne connaissons pas la portée de son action vers les finances et notamment les réductions de crédit, l'impact de ce mouvement au sujet des transports est très positif. En effet, dès août 1914, les syndicats locaux, par le biais de leurs députés, se plaignent des conditions d'interprétation de la loi sur les cas de force majeure par les compagnies de chemin de fer. Face à la pression syndicale, relayée par les parlementaires du Midi[3], les compagnies de chemin de fer assouplissent les dispositions prises début août[4]. Surtout, alors que les compagnies faisaient valoir l'état de guerre et leur passage sous la coupe de l'État pour se dédouaner de leur responsabilité dans le cadre des pertes et avaries, le ministre de la Guerre refuse d'exonérer de responsabilité les compagnies de chemin de fer en novembre[5]. En conséquence, les syndicats appuient ceux de leurs adhérents qui attaquent les compagnies de chemins de fer en vertu des arrêtés ministériels du 1er novembre et du 1er décembre 1914 qui reconnaissent aux compagnies de chemins de fer la dualité de

[1] *BMS*, déc.-janv. 1915, p. 144.
[2] *BMS*, août-sept. 1914, p. 124.
[3] Mais aussi par A. Sarraut, élu languedocien, qui est alors ministre de l'Instruction publique.
[4] C'est-à-dire l'arrêt total des expéditions.
[5] Lettre du ministre de la Guerre à l'Office des Transports le 13 novembre 1914, relayée par *BMS*, fév.-mars, 1915, p. 160 et sq.

leurs activités, civiles et militaires. Elles sont ainsi responsables devant les tribunaux, ce que confirment deux décisions à la fin de 1914 émanant des tribunaux de commerce de Sète et de Montpellier. Les négociants qui craignaient de devoir plaider contre l'État sont donc en mesure de défendre, de manière classique, leurs droits[1].

La seconde action proprement lobbyiste que mènent les syndicats consiste dans la reconnaissance par le gouvernement du vin comme « indispensable à l'alimentation » et « classé dans la catégorie des marchandises pouvant bénéficier des avantages accordés aux produits de première nécessité »[2] dès 1914. Il faut ici attendre trois ans avant que les négociants – certainement appuyés par les organisations syndicales de la viticulture – voient leurs doléances aboutir, ce qui améliore grandement la situation[3], notamment en permettant un plus grand nombre d'expéditions depuis le département.

Par ailleurs, le mouvement syndical est également le cadre d'un vaste effort de solidarité. Cela se traduit par la volonté, en 1914, d'instaurer une caisse corporative d'escompte et de crédit. L'objectif serait de permettre de compenser les restrictions de crédit par un organisme indépendant, directement rattaché au mouvement syndical, pour aider les négociants frappés par les combats. Si cette démarche démontre, en creux, l'échec des pressions auprès de l'État pour amoindrir les effets du moratoire en matière financière, il fait preuve à la fois d'un élan de solidarité et d'inventivité indéniable. Le projet, qui s'inscrit dans le cadre national, est particulièrement soutenu dans le département et le Syndicat régional se félicite de la naissance de ce nouveau groupement. Sans rentrer dans des détails trop techniques, cette caisse corporative permettrait de « favoriser le rétablissement et le développement du Crédit commercial nécessaire aux négociants [des régions envahies] » de trois manières complémentaires : en faisant des avances par voie d'escompte ou de réescompte ; en allouant des prêts sur garanties ; en endossant lettres de change et effets de commerce. En se substituant à l'État et au système bancaire, le mouvement syndical trouve ici une certaine indépendance et une forte légitimité. Jean Prats, alors président du Syndicat de commerce de Sète, conclut la présentation de ce projet de la manière suivante : « Chacun de nous, en souscrivant, fera, non seulement une bonne action, mais une bonne affaire[4] et une excellente politique […] Une autre raison nous oblige tous : c'est le souci de marquer notre solidarité nationale. » L'ensemble des présidents des syndicats s'engage à faire des démarches pour que leurs adhérents souscrivent à cette caisse[5].

Enfin, lors des réunions syndicales et dans le bulletin, de nombreuses offres de services sont proposées, notamment de négociants ou représentants ne pouvant plus exercer dans les régions occupées comme ce représentant « visitant Belgique, Hollande, Allemagne, ne pouvant plus effectuer ces tournées, [et qui] accepterait place d'employé de commerce »[6].

---

[1] *BMS*, fév-mars 1915, p.160 et sq.
[2] Lettres syndicales aux différents élus, sept.1914, reprises par *BMS*, août-sept. 1914, p. 127 et sq.
[3] GERVAIS P., *op. cit.*, p. 7.
[4] Le placement rapporte 5 %.
[5] *BMS* fév.-mars 1915, p. 160.
[6] *BMS*, déc.1914-janv.1915, p.149.

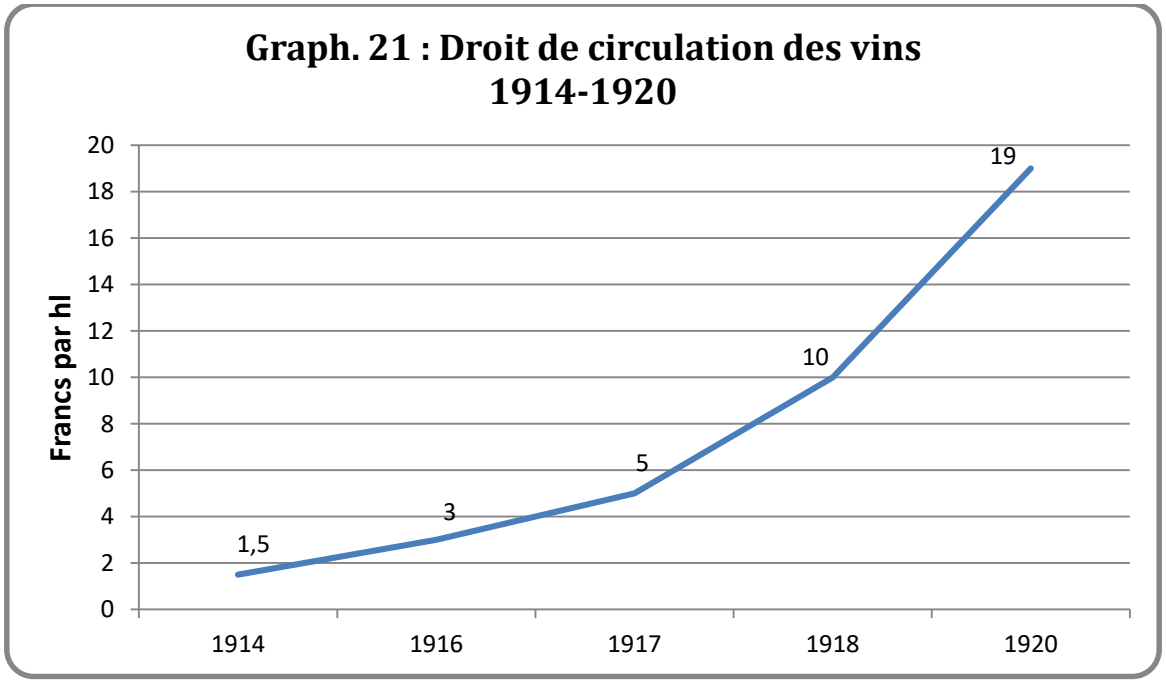
Ces demandes affluent dans le Midi car, dans la grande majorité des cas, les maisons de commerce continuent de fonctionner, d'autant plus que la demande se maintient en partie, comme nous l'avons vu plus haut.

Cette implication du mouvement patronal se poursuit avec efficacité dans l'immédiat après-guerre, notamment au sujet de la question des transports.

Une question brûlante : la normalisation des transports (1919-1920)

Dans *14-18, retrouver la guerre*, Stéphane Audoin-Rouzeau et Annette Becker mettent en exergue les enjeux du retour à la vie normale pour les soldats après quatre longues années de conflit[1]. Dans le domaine économique, le retour à la normale est également délicat. Ainsi, Prosper Gervais évoque lorsqu'il traite de l'après-guerre, « le trouble durable »[2] dans les transports. Cette situation est la conjonction de plusieurs facteurs.

Le premier est l'augmentation des frais liés aux transports[3]. Les droits de circulation augmentent de près de 1.200 % comme l'indique le document ci-dessous.



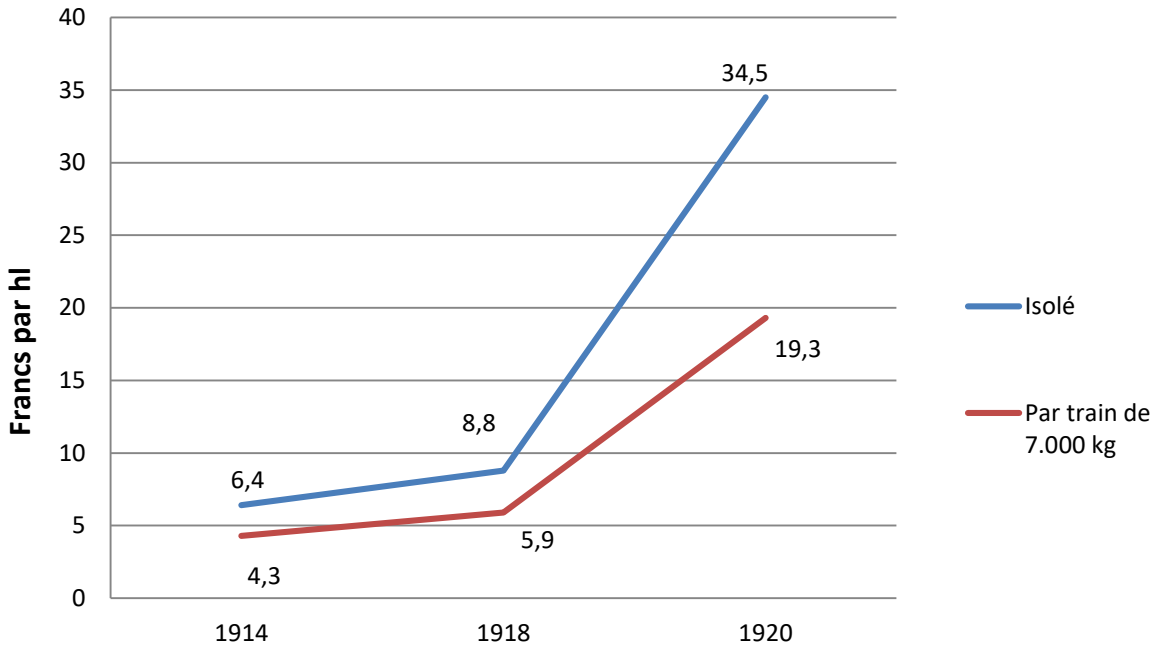
Source : BERGÉ P., *op. cit.*, p. 7-8

Il s'agit d'un facteur déstabilisant pour un Commerce qui est touché de plein fouet par un droit qu'il doit obligatoirement acquitter. Dans le même temps, les tarifs de transport augmentent, pour leur part, de 390 % entre 1914 et 1919 tandis qu'entre 1919 et 1921, les compagnies de chemin de fer s'engagent dans des politiques d'unification des tarifs. Ainsi, les prix fermes sont supprimés et les tarifs spéciaux pour les envois isolés réformés. De fait, au relèvement général de 115 % sur toutes les marchandises vient s'ajouter un ensemble de taxes

[1] AUDOIN-ROUZEAU S.et BECKER A., *14-18, retrouver la guerre*, Paris, Gallimard, 2000, p. 223-225.
[2] GERVAIS P., op. cit, p. 7.
[3] L'ensemble des chiffres suivants, sauf notification, proviennent de GERVAIS P., *op. cit.*, p. 7 et 8.

qui grèvent le prix des vins[1]. Désormais, en 1920, un hl de vin entre Béziers et Paris coûte entre 4,5 fois et 5,5 fois le prix de 1914 pour les vins envoyés isolés ou non (graph. 22).

Graph. 22 : L'accroissement des tarifs de transport par fer, 1914-1920



Source : BERGÉ P., *op. cit.*, p. 8

Ce sérieux coup porté au Commerce héraultais pénalise surtout le commerce de barricaille. Dorénavant, l'unité de base est le tonnage de 7.000 kg et l'envoi de vins fins ou de crus par futaille devient de plus en plus onéreux. Ce bouleversement dans les tarifs est d'autant plus préjudiciable à la barricaille que la profession est frappée par des soucis d'approvisionnement en futaille, créant ainsi un malaise sur le marché des vins où de nombreux forfaitaires travaillent, en partie, à la barricaille.

Ce malaise est renforcé par le désordre qui règne dans les transports. En effet, les expéditions sont rendues très difficiles par les conséquences directes des réquisitions et la gestion peu précautionneuse des wagons-réservoirs. Ainsi, en octobre 1922, la cour d'appel de Montpellier rend son jugement dans une affaire dont la livraison de 650 fûts était prévue en janvier-février 1918. Or en mars 1919, devant les retards dans l'exécution du contrat, l'acheteur résilie le contrat, au grand dam du négociant héraultais qui argue des difficultés de transport des marchandises, surtout pour de la futaille[2]. En effet, à Montpellier, depuis mars

[1] Comme par exemple la fin de la gratuité du retour des fûts vides.
[2] *MJM*, octobre 1922.

1919, les expéditions sont très difficiles en raison notamment de l'attitude du PLM. La presse s'inquiète de cette situation, accablante pour les affaires et l'économie locale (fig. 40).

Marchés des Vins

BOURSE DE MONTPELLIER

Marché du 25 mars 1919

Vins. — La crise des transporst continuant les affaires sont complètement arrêtées. La Commission croit, dans ces conditions, suspendre toutes cotes jusqu'à la reprise des transports.

Esprit 3/6 de vin à 86 degrés, 700 fr. ; de Marc à 86 degrés, 510 fr. le tout à l'hectolitre.

Eau-de-vie de Montpellier à 52 degrés, 470 fr. ; de Marc à 52 degrés 290 fr. le tout à l'hectolitre.

Crème de Tartre, Tartre brut, Lie de vin, Verdet, pas d'affaires.

Blés, Grains grossiers, Farines, Taxe officielle.

Fig. 40 : Compte rendu hebdomadaire évoquant la « crise des transports »

Source : *L'Éclair*, 26/03/1919

Édouard Barthe lui-même reconnaît que « la crise des transports est préjudiciable aux intérêts méridionaux », notamment en raison de « la désorganisation et l'ignorance des milieux officiels pour ce qui intéresse les questions viticoles »[1]. Cette situation atteint son paroxysme à l'approche des vendanges. La plupart des gares sont fermées aux vins et les expéditions extrêmement limitées. Si le réseau PLM accepte le 13 septembre de reprendre les expéditions régulières de wagons-réservoirs, il refuse les wagons plate-forme[2]. C'est pour les négociants un réel souci car, outre les barricailleurs qui ne peuvent plus expédier, la grande majorité des maisons de commerce de la place ne disposent pas de wagons-réservoirs et sont donc obligés de les louer, ce qui représente « de graves conséquences » pour eux (hausse des frais) mais également pour le consommateur (hausse des prix du vin). En outre, ils ne peuvent pas éviter le réseau PLM car ce dernier dispose d'un monopole : les vins en provenance de Béziers et à destination du nord doivent obligatoirement passer par le réseau PLM, ce qui bloque l'ensemble des expéditions depuis le département[3]. Les responsables patronaux s'interrogent sur les raisons de cette restriction et s'ils comprennent que certaines priorités soient données à « des raisons supérieures » (c'est-à-dire la reconstruction), ils demandent que les wagons plate-forme soient traités de la même manière que les wagons-réservoirs. Pour sa défense, le PLM admet les difficultés rencontrées par les maisons de commerce mais se dédouane en jetant la responsabilité de la situation sur la pénurie de charbon, la nouvelle loi des

[1] *L'Éclair*, 16/02/1919.

[2] ADH : 1 M 1135, Fonds du préfet, Administration générale des départements, Difficultés du Commerce en 1919, Lettre du 27/08/1919 au président du conseil.

[3] Alors que le réseau du Paris-Orléans lui n'est pas bloqué et que le Négoce demande à passer par celui-ci.

8 heures et le matériel endommagé par le conflit[1]. Le sous-préfet reconnaît dans une lettre du 24 septembre : « On comprend facilement quelle perturbation est ainsi jetée dans les affaires, tant à la Propriété que dans le Commerce. »[2] Il estime qu'une action auprès des compagnies est nécessaire pour leur faire accepter de prendre les petites marchandises, ce qu'accepte finalement le PLM le 25 septembre.

En 1920, deux nouveaux incidents viennent compliquer les expéditions. En juin, la Compagnie du Midi refuse de prendre en considération les expéditions de vins provenant d'une autre circonscription que celle de la chambre de commerce d'où a été émis le bon d'expédition[3]. Ainsi, la CCB se plaint-elle de cette situation, notamment pour les communes limitrophes de l'Aude qui dépendent de Béziers mais expédient depuis le département voisin : par exemple, les négociants d'Olonzac expédient depuis La Redorte ou Quarante, ce que refuse la CM, avant l'intervention de la CCB auprès du ministre des Travaux publics[4]. En outre, de février à mai 1920, les compagnies de chemin de fer sont frappées par plusieurs mouvements de grève qui paralysent et ralentissent le trafic, ce dont s'inquiètent les chambres de commerce du département[5]. Ces deux événements ne font que renforcer la colère des négociants face à des compagnies qui semblent mettre de la mauvaise volonté dans la gestion des expéditions[6] ou à accélérer les retours de fûts vides. Cette colère cible également l'inaction de l'État[7].

En réalité, depuis octobre 1919, l'État a délégué une partie de ses prérogatives en matières de transport aux chambres de commerce qui doivent gérer les expéditions par le biais de bons de transports qu'elles délivrent à la demande[8]. Mais cette gestion est source de problèmes pour plusieurs raisons. Tout d'abord, les réseaux de chemin de fer et notamment le réseau PLM ne mettent pas à disposition des chambres de commerce suffisamment de wagons-réservoirs comme en témoignent les services préfectoraux[9]. De plus, cela créé également des tensions entre les négociants. Ainsi, en janvier 1920, la maison « F. Bet et fils » à Marseillan écrit à la CCB pour l'avertir qu'une plainte vient d'être déposée auprès du Procureur de la République à Béziers car le chef de Gare de Marseillan a utilisé des plates-formes qui étaient destinées à Bet, au profit d'autres négociants. L'attitude du chef de gare de Béziers semble coutumière comme le fait remarquer Bet : « Vous serez ainsi au courant de ce qui se passe à la gare de Marseillan ». Ainsi, il dépose une plainte qui vise le chef de gare et les négociants qui

[1] *Le Petit Méridional*, 25/09/1919.
[2] ADH : 1 M 1135, *op. cit.*, Lettre du sous-préfet de Béziers au préfet, 24/08/1919.
[3] ADH : 8 M 309, *op. cit.*, Lettre de la CCM à la CCB, 09/06/1920.
[4] *Ibid*., Lettre de la CCB au ministre, 16/06/1920.
[5] *Ibid*., Télégramme du 11/05/1920.
[6] Les bons d'octobre 1919 ne sont exécutés qu'en juin 1920 puis subitement l'ensemble des bons en retard d'octobre à décembre sont exécutés mettant le Commerce dans l'embarras car les négociants ne peuvent, dans leur grande majorité assurer l'exécution de l'ensemble des bons.
[7] ADH : 8 M 309, *op. cit.*,, Lettre de l'Association rurale des commerçants en vins de l'Hérault, 08/06/1920.
[8] Décret ministériel du 15/10/1919. Mais déjà avant, depuis au moins le mois d'août, un système semblable a été mis en place (sous forme d'essai ?) dans certaines circonscriptions (Montpellier par exemple).
[9] ADH : 1 M 1135, *op. cit.*, Lettre préfet 04/09/1919.

ont utilisé ses plates-formes car pour ce faire, il a fallu imiter sa signature et soupçonne-t-il, certainement corrompre le chef de gare[1].

En outre, les bons étant affectés par licence, des récriminations émergent contre les maisons qui possèdent plusieurs licences. En mars 1920, Joseph Sénégas, commissionnaire marseillanais se plaint du nombre de bons alloués aux maisons « Rieux-Baïsse » et « Bastide-d'Izard » qui disposent de quatre licences différentes chacune ou de la maison « Filliol-Jouve » qui en dispose de trois[2]. Dans la même lettre, il dénonce des maisons qui ont fait prendre des licences à leurs employés pour pouvoir bénéficier de plus d'expéditions. On le voit ici, le problème des transports cristallise très clairement les tensions et exacerbe les logiques concurrentielles sur le marché des vins, dans une période où chacun veut profiter de la prospérité retrouvée.

Ces discordes et ces ressentiments sont d'autant plus forts lorsqu'ils impliquent les anciens combattants. En effet, ces derniers bénéficient par décision gouvernementale de bons de priorité[3] car, dès le début de l'année 1919, les démobilisés ont demandé aux compagnies de chemin de fer, pour services rendus et en raison des difficultés qu'ont connues leurs maisons pendant la guerre, de pouvoir bénéficier de bons préférentiels, les bons « hors tours ». Les compagnies se retournent alors vers les chambres de commerce qui sont responsables de l'émission des bons[4]. À la suite d'une enquête réalisée auprès des syndicats de commerce, les chambres de commerce accordent des bons de priorités aux démobilisés : à Montpellier à partir d'avril 1920, la Chambre de commerce accorde 50 bons de priorité par mois à des maisons dont un membre a été mobilisé, après examen par une commission[5]. Elle est rapidement suivie par la chambre de Béziers[6]. Mais cette décision crée des tensions tant pour certains négociants non-mobilisés qui se sentent lésés, que, surtout, pour les mobilisés dont la priorité n'est pas respectée. Ainsi, en 1920, plusieurs négociants de Pomérols se plaignent de l'accaparement de la gare par un « étranger à la localité, non mobilisé » qui monopolise les bons d'expédition des trois ou quatre trains hebdomadaires, ainsi que de ceux d'autres villages voisins (Pinet, Marseillan)[7].

Cette situation est vécue comme une injustice pour des négociants qui ont été tenus à l'écart de leur commerce et de leur foyer pendant plusieurs années. Devant l'insuffisance de réaction des pouvoirs publics, les négociants lésés se tournent alors vers les syndicats.

La forte implication corporatiste

Dans cette période transitoire, les syndicats de négociants jouent un rôle primordial. Afin de pallier les lacunes d'un État qui peine face à la désorganisation économique, les res-

[1] ADH : 8 M 230, Fonds de la CCB, Commission des vins et des alcools de la CCB, Lettre du 07/01/1920 à la CCB.
[2] ADH : 8 M 309, *op. cit.*, Lettre du 13/03/1920 à la CCB.
[3] Circulaire ministérielle du 26/12/1919.
[4] ADH : 8 M 309, *op. cit.*, Lettre de la CCM à la CCB, 18/03/1919.
[5] *Ibid*., Lettre du Groupement des négociants, commissionnaires et courtiers démobilisés de l'Hérault, 07/04/1920.
[6] *Ibid.*, Lettre de la CCB au président du Groupement des négociants démobilisés, s.d., avril 1920.
[7] ADH : 8 M 230, *op. cit.*, Lettre de six négociants de Pomérols à la CCB, s.d., fév. ou mars 1920.

ponsables patronaux interviennent à plusieurs titres, notamment grâce à leur présence dans les organismes intermédiaires.

En premier chef, la pénurie et le chaos dans les transports concentrent leur attention. Dès mars 1919, Production et Commerce prévoient un meeting au théâtre de Béziers pour protester contre l'arrêt des expéditions sur le réseau PLM. Le député Lafferre, qui rencontre les représentants syndicaux le 6 mars, leur promet des avancées et se montre optimiste. Mais devant le blocage persistant de la situation, de nouvelles réunions s'organisent. Dans un premier temps à Sète, près de 350 personnes se réunissent pour protester contre l'arrêt des expéditions, évoquant une situation encore plus compliquée que pendant la guerre[1]. Pourtant, Jean Prats (alors président de la Chambre de commerce de Sète, du syndicat des vins de Sète et du Syndicat régional, vice-président de l'Office des transports du Sud-Ouest) et Eugène Leenhardt, président du syndicat montpelliérain, ont rencontré Clemenceau à Paris, mi-mars. Ce dernier a même promis 28 trains par jour. Mais la situation évolue peu, les expéditions se font encore au goutte-à-goutte. En août 1919, alors que la désorganisation est à son comble, les négociants, par le biais de leurs organisations syndicales font entendre leur voix. Fin août, le syndicat de Béziers écrit au président du Conseil pour obtenir son appui auprès des compagnies de chemin de fer pour que les plates-formes soient acceptées au moins à hauteur de 50 % des expéditions[2]. Dans le même temps, le Syndicat de Montpellier évoque la « situation critique à la veille des vendanges » dans une lettre au préfet[3]. Ce dernier relaie le message au ministre des Transports qui répond alors que le nécessaire va être fait, en envoyant une injonction à la compagnie PLM[4]. Mais l'enlisement se poursuit. Quelques jours plus tard, le ton monte lors d'une entrevue entre le sous-préfet et le syndicat biterrois. Ce dernier menace à l'approche de la nouvelle récolte de fermer les maisons le 1er septembre et de mettre l'ensemble des ouvriers au chômage[5]. Cet ultimatum remonte jusqu'au député Lafferre qui assure que, le 3 septembre, le PLM va à nouveau ouvrir son réseau[6]. Mais devant l'immobilisme de la compagnie, le gouvernement dépêche à Béziers un représentant du ministère des Transports pour rencontrer le Commerce le 5 septembre. Le Capitaine Lecointe entend alors les revendications du négoce biterrois : réouverture du PLM pour les wagons-réservoirs ; acceptation des plates-formes au départ de Béziers pour Paris par le réseau PO ; création de trains complets depuis Béziers jusqu'à Sète[7]. Le 12, une nouvelle réunion réunit le préfet, la CGV et les représentants locaux du Commerce. Le lendemain, face à la pression, le réseau PLM est à nouveau ouvert aux vins[8].

Pourtant, la situation évolue peu et elle est surtout précaire. Le trafic est presque nul alors qu'il faut reprendre un trafic normal pour éviter de perdre la nouvelle récolte qui com-

[1] ADH : 1 M 1135, *op. cit.*, Note du commissariat spécial de l'Hérault et du commissariat de Sète, 27/03/1919.
[2] *Ibid*., Lettre du Syndicat de Béziers au PC, 27/08/1919.
[3] *Ibid*., Lettre du Syndicat de Montpellier au préfet, 25/08/1919.
[4] *Ibid*., Lettre du préfet au ministre des Transports, 29/08/1919.
[5] *Ibid*., Minute, Services préfectoraux, 30/08/1919.
[6] Le ministre des Transports lui assure que des mesures immédiates vont être prises.
[7] *Ibid*., Minute, Sous-préfecture de Béziers, 06/09/1919.
[8] *Ibid.*, Minute, Services préfectoraux, 13/09/1919.

mence à remplir les chais[1]. Une nouvelle réunion publique d'envergure a alors lieu, à Béziers, le 19 septembre, cette fois sous l'égide du Syndicat régional. C'est là l'occasion pour le syndicat de s'affirmer véritablement en haut lieu et de ne pas être juste une « fiction »[2]. Trois cents syndicalistes se réunissent au siège du syndicat pour « ne plus être les victimes résignées de l'arbitraire administratif » et dénoncer la crise des transports, « preuve de l'incohérence gouvernementale et de l'état anarchique des services publics ». À nouveau la menace de la fermeture des maisons est lancée, ce qui aurait un impact nuisible, surtout dans une telle période, sur l'économie de la région tout entière. Le malaise est d'autant plus fort que les quelques trains qui quittent le département sont ceux de commissionnaires aux ordres des places de consommation, qui semblent avoir, dans l'esprit des négociants locaux, les faveurs de la compagnie PLM. Devant de telles tensions, le gouvernement décide par décret, d'autoriser les chambres de commerce à émettre des bons de transports que les compagnies sont obligées d'accepter.

C'est une victoire pour le mouvement syndical mais elle suscite quelques appréhensions. C'est une réussite car le négoce a réussi à atteindre, par des contacts directs et des relais, à la force d'un activisme syndical soutenu, son but qui était la reconnaissance par l'État de la désorganisation. C'est également une réussite car le gouvernement a mis en place un système qu'il veut efficace et qui va encadrer l'activité des compagnies de chemin de fer grâce à l'intercession des chambres de commerce où dominent les syndicalistes patronaux. Mais cette solution ne fait pas l'unanimité parmi ceux qui regrettent une décision dangereuse pour le futur du commerce des vins car limitant une liberté commerciale qu'ils souhaitent totale[3].

La conclusion de cette crise marque l'aboutissement de la genèse d'un mouvement syndical actif, bâti autour d'un discours revendicatif et d'outils de propagande efficaces. Articulé autour d'un Syndicat régional dont les Montpelliérains sont à l'origine et qui, en dépit des rivalités internes, veille à assurer la défense des intérêts généraux du Commerce méridional, le mouvement patronal émerge peu à peu. Dépassant les limites de syndicats locaux trop isolés ou trop amorphes à la fin du XIXe siècle, un nouveau mouvement voit le jour, décidé à faire entendre ses revendications aux pouvoirs publics. Dans ce cadre, les Héraultais, Paul Bret, Jean Prats ou Étienne Roussel-Lacombe font figure de moteurs dans un groupement syndical méridional qui s'affirme peu à peu.

Ainsi, bien que lors de cette première période les résultats soient encore inégaux, la période suivante symbolise véritablement l'âge d'or du mouvement patronal.

[1] *Ibid*., Vœu du Syndicat de Montpellier, 16/09/1919.
[2] *Le Petit Méridional*, 25/09/1919, Compte rendu de la réunion.
[3] La question est déjà évoquée lors de la réunion du 25/09, avant le décret.

CHAPITRE 2 : L'ÂGE D'OR DE LA PUISSANCE SYNDICALE (1920-1944)

Après les années de perturbation dues au conflit, années pendant lesquelles ils ont joué un rôle majeur, les syndicats de commerce en gros des vins et spiritueux reprennent leur action en faveur de l'amélioration des conditions d'exercice des maisons de commerce méridionales.

Cette action se traduit par des changements structurels quant à l'organisation corporatiste, la redéfinition du discours syndical et l'émergence d'une nouvelle génération héraultaise de syndicalistes engagés. Elle s'opère dans un cadre commercial et économique nouveau : les concurrents venus de l'extérieur sont de plus en plus puissants tandis que la nature du métier de négociants se transforme petit à petit. Surtout, alors que les années 1920 sont une période de prospérité, la seconde partie des années 1930 marque le début du véritable déclin du négoce local.

Face à cet ensemble de mutations sur le marché viti-vinicole, les syndicats locaux et le syndicat régional cherchent à s'imposer comme une force de proposition et un relais indispensables.

Le raffermissement syndical : la Fédération méridionale du commerce en gros des vins et spiritueux

Alors que le marché des vins prend une nouvelle dimension et une nouvelle configuration au tournant des années 1920, le Syndicat régional, dans une quête de plus grande efficacité se réorganise, avec dans son sillage les syndicats locaux. Au-delà d'une nouvelle organisation, de nouveaux objectifs sont redéfinis, l'ensemble étant porté par une nouvelle génération d'hommes engagés où les Héraultais prédominent.

Une nouvelle organisation

Le début des années 1920 s'ouvre sur un constat inégal. L'action syndicale a été abondante et les intentions, proclamées dès 1900 à la naissance du Syndicat régional, ont bel et bien servi de ligne conductrice aux actions du Syndicat régional qui cherchait à regrouper les revendications des syndicats locaux. Pourtant, le bilan est amer. Tandis que le Syndicat régional peinait à unifier derrière lui toutes les volontés locales, la CGV, pourtant plus récente, apparaît comme le sauveur de la viticulture : forte de ses 100.000 membres, elle jouit d'une grosse influence auprès des pouvoirs publics[1]. Dotée d'une large base humaine, d'organes de propagande efficaces et menée par des hommes d'exception, son rôle sur le marché est consi-

[1] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 64.

dérable[1]. Pourtant souvent alliés objectifs[2], CGV et syndicats de négoce éprouvent de profonds antagonisme, notamment à propos du mouvement coopératif, perçu comme une injustice par le négoce[3]. Les tensions sont également très fortes en ce qui concerne les conditions de vente. À ce sujet, le négoce, dans une logique spéculative, cherche à contrôler au maximum les cours, à la hausse ou à la baisse[4]. Au contraire, la CVG cherche avant tout à assurer une fermeté dans les cours, qu'elle souhaite les plus hauts possibles. Face à cette discordance de stratégies, la lutte est farouche et, bousculés par la force de frappe de la CVG qui ne cesse de progresser dans les années 1910, les syndicats en vins se doivent de réagir par une union plus ferme.

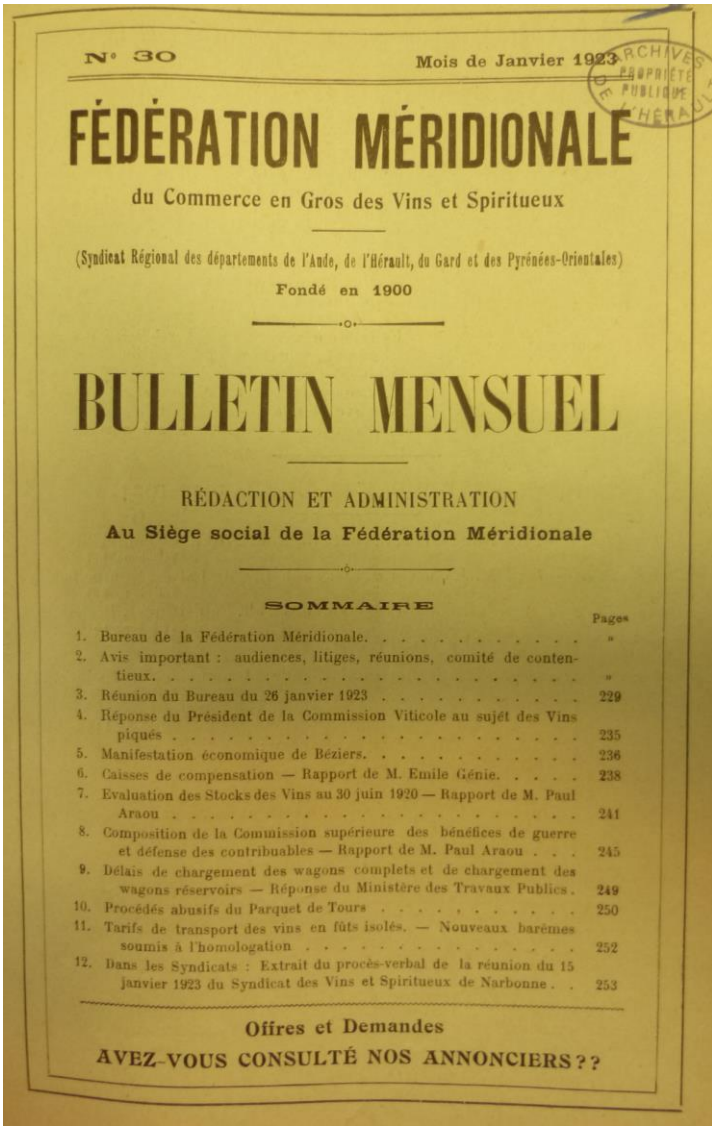
De fait, d'un point de vue organisationnel, il est primordial de changer de cap. Le Syndicat régional n'a pas atteint ses objectifs, faute principalement aux divisions qui le traversent comme le souligne Pierre Bergé : « [Le Syndicat régional] n'a toujours eu que des programmes, mais au moment de les réaliser, l'esprit d'indépendance et de concurrence qui anime la plupart des commerçants a toujours été nuisible à leur réalisation. On conçoit facilement que, dans ces conditions, [le syndicat] ait été complètement impuissant à enrayer l'ascension remarquable de la CGV qui n'a plus eu de contre-partie à sa puissance. »[5] Pour cette raison, lors du congrès qui se tient à Béziers en décembre 1920, le Syndicat change de forme et de structure.

Tout d'abord, le syndicat change de nom. Afin de mieux prendre en compte la diversité des syndicats affiliés et de respecter leur indépendance, le groupement régional ne sera plus un syndicat mais une fédération. Placé au-dessus des syndicats qu'il fédère, le groupement régional prend alors le nom de « Fédération méridionale du commerce en gros des vins et spiritueux ». Dorénavant, elle a donc un rôle d'impulsion, de relais et de rassemblement. Il ne s'agit donc plus d'une fusion des intérêts au sein d'un syndicat mais d'une association de ceux-ci au sein d'un groupement fédéral. C'est une nuance importante car, dorénavant, le respect de l'indépendance des uns et des autres devra être assuré. C'est pour cette raison que le premier obstacle à une parfaite entente entre 1900 et 1920, c'est-à-dire la tutelle montpelliéraine, est supprimée. Ainsi, lorsque paraît en 1920 le premier numéro de la nouvelle mouture du *Bulletin mensuel*, il devient le *Bulletin mensuel de la Fédération méridionale du commerce en gros des vins et spiritueux* (fig. 41, page suivante). Toute référence au syndicat montpelliérain a disparu.

Si l'objectif est « de lui infuser une vitalité nouvelle » comme le rappelle le président montpelliérain Gustave Malet en 1924[6], il s'agit également de rompre avec la domination *de*

[1] AZIBERT R., *La Confédération générale des vignerons*, Thèse de Droit, Toulouse, 1925.
[2] Comme en 1919 au sujet des perturbations dans les transports (cf. *supra,* p. 428-434).
[3] Les attaques du Commerce dans la presse envers le mouvement coopératif et inversement sont très nombreuses. En 1924, le Bureau de la FM se fait l'écho des attaques dont il est victime dans la presse à ce sujet, ses propos étant « dénaturés ». En effet, le négoce réclame une égalité fiscale qui se manifesterait par l'obtention des mêmes avantages que les caves coopératives (prêts avantageux, fiscalité réduite) et non pas que ces dernières soient soumises à la même pression fiscale et financière que les maisons de commerce. (*BMS*, mars 1924, p. 200 et juin 1924, p. 235 et sq.).
[4] Cf. *supra*, p. 76.
[5] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 73-74.
[6] *BMS*, sept. 1924, p. 295.

facto du syndicat montpelliérain qui avaient agacé et provoqué des dissensions internes au sein du syndicat.



N° 30 Mois de Janvier 1923

FÉDÉRATION MÉRIDIONALE

du Commerce en Gros des Vins et Spiritueux

(Syndicat Régional des départements de l'Aude, de l'Hérault, du Gard et des Pyrénées-Orientales)

Fondé en 1900

BULLETIN MENSUEL

RÉDACTION ET ADMINISTRATION

Au Siège social de la Fédération Méridionale

SOMMAIRE

		Pages
1.	Bureau de la Fédération Méridionale.	»
2.	Avis important : audiences, litiges, réunions, comité de contentieux.	»
3.	Réunion du Bureau du 26 janvier 1923	229
4.	Réponse du Président de la Commission Viticole au sujet des Vins piqués	235
5.	Manifestation économique de Béziers.	236
6.	Caisses de compensation — Rapport de M. Emile Génie.	238
7.	Evaluation des Stocks des Vins au 30 juin 1920 — Rapport de M. Paul Araou	241
8.	Composition de la Commission supérieure des bénéfices de guerre et défense des contribuables — Rapport de M. Paul Araou	245
9.	Délais de chargement des wagons complets et de chargement des wagons réservoirs — Réponse du Ministère des Travaux Publics.	249
10.	Procédés abusifs du Parquet de Tours	250
11.	Tarifs de transport des vins en fûts isolés. — Nouveaux barèmes soumis à l'homologation	252
12.	Dans les Syndicats : Extrait du procès-verbal de la réunion du 15 janvier 1923 du Syndicat des Vins et Spiritueux de Narbonne.	253

Offres et Demandes

AVEZ-VOUS CONSULTÉ NOS ANNONCIERS ??

Fig. 41 : Le nouveau *Bulletin de liaison*
Source : ADH : *BMS*, janv. 1923

La refonte des statuts permet d'entrevoir également le renforcement de l'action solidaire et collective[1]. Là où les statuts de 1900 conditionnaient l'action du Syndicat régional à la défense des intérêts du commerce des vins et spiritueux du Midi, la Fédération méridionale prend une dimension à la fois plus large et plus précise. En effet, à partir de 1920, le but de la Fédération est de « défendre les intérêts du commerce des vins et spiritueux du Midi et notamment les intérêts des syndicats adhérents ». Il s'agit ici de renforcer la cohésion du groupement autour des intérêts syndicaux de tous les adhérents, non plus uniquement dans une dimension corporatiste mais également syndicale. La nuance est là aussi importante car elle

[1] L'ensemble des éléments suivants sont tirés des statuts de la Fédération qui sont votés une première fois en décembre 1920 avant d'être, de manière mineure, amendés en 1922 et en 1925. Ces statuts définitifs sont disponibles dans le numéro du 28 février 1926 de *l'AM*.

sous-entend une action plus engagée et plus volontaire, plutôt qu'une simple défense passive des intérêts acquis. La question de la nécessaire solidarité entre les intérêts de tous les syndicats adhérents est affirmée dès l'article 2 des statuts : « représenter [les adhérents] dans toutes les circonstances où une action commune est jugée nécessaire ». Ici encore, cette précision a son importance. Désormais, les intérêts communs seront privilégiés et non plus seulement les intérêts particuliers qui bénéficiaient, grâce au Syndicat régional, d'une caisse de résonance à une échelle plus vaste. Ainsi, au sein de la Fédération, l'intérêt collectif prime et non plus la somme des intérêts particuliers. Ce basculement conceptuel est fondamental car il change la nature même du groupement régional. Dorénavant, ce dernier n'est plus un simple intermédiaire, dont le poids quantitatif servirait de légitimité, mais il devient un acteur à part entière qui centralise les forces syndicales locales autour d'un projet commun.

Ainsi, alors qu'en 1900, la perspective de solidarité était uniquement appréhendée par le biais de la collaboration – plus ou moins active – des syndicats adhérents, c'est maintenant dans la cohésion de leur démarche et de leurs objectifs que se dessinent les contours de la nouvelle Fédération. C'est ce que souligne Eugène Leenhardt, l'ancien président du syndicat montpelliérain, en 1924, lorsqu'il évoque la nécessaire union des intérêts méridionaux pour arriver à satisfaire les ambitions collectives[1].

Dans le même temps, afin d'éviter toutes les tensions apparues dès 1900 au sujet de la dépendance du groupement régional dont les rênes étaient – jalousement – tenues par le syndicat montpelliérain, l'article 3 réforme le choix du siège de la Fédération. Dorénavant, le siège social est fixé au domicile de son président et le siège administratif est fixé à Béziers. En 1920, le choix de Béziers apparaît comme évident. La ville est déjà la « capitale du vin », célébrée par l'ensemble de la littérature viticole, et l'article 3 lui-même fait référence à sa vocation de « centre vinicole ». C'est également un compromis géographique, Béziers se trouvant à mi-chemin entre le Gard et les Pyrénées-Orientales. C'est également une décision politique car de tous les syndicats majeurs présents dans l'association (Lézignan, Béziers, Sète, Montpellier, Perpignan, Nîmes, Carcassonne), Béziers dispose des syndicats les moins puissants et donc les moins à même de faire main-basse sur la Fédération.

De plus, dans un combat qui se veut de plus en plus âpre, la question des fonds est vitale. Il faut de l'argent pour permettre les réunions, les déplacements, les Congrès. Tout autant que dans le Commerce, la surface financière est essentielle pour s'affirmer et se montrer. Or, sans moyens, la puissance syndicale est aphone. La cotisation est, en conséquence, réévaluée et est portée à 300 F par syndicat et 30 F par adhérents (article 5).

La question du bureau est également importante, car il s'agit de l'organe exécutif de la Fédération. L'article 7 le redéfinit : le bureau est dorénavant constitué pour trois ans, à tour de rôle à tous les syndicats par ancienneté d'inscription. Il est composé d'un président (qui est celui du syndicat nommé), trois vice-présidents (un dans le syndicat nommé, un – pour s'occuper des tâches courantes – à Béziers, un dans un des syndicats qui a abandonné la pré-

[1] *BMS*, mars 1924, p. 163.

sidence (les plus petits syndicats généralement). Le secrétaire général reste lui montpelliérain mais il est choisi dans l'un des deux syndicats montpelliérains et non plus uniquement dans celui du commerce en gros[1]. En 1928 néanmoins, une réforme rattache le secrétaire général au siège social. Le trésorier, quant à lui, est choisi dans l'un des syndicats biterrois. Ce bureau se réunit tous les mois, à Béziers sauf exception (art. 8). En raison de la nouvelle dimension de la Fédération (16 syndicats en 1923), le quorum est réduit à la moitié des adhérents (contre les deux tiers auparavant). Lors des votes, les syndicats disposent de 3 voix et les membres du bureau, d'une voix chacun.

Cette nouvelle Fédération est donc créée dans un grand souci d'équilibre afin d'éviter les tensions et les difficultés qui avaient émaillés les débuts du Syndicat régional (sch. 18, page suivante). Ce nouvel équilibre vise à lui assurer une plus grande légitimité et une plus large capacité d'action.

Dans le même temps sont redéfinis les objectifs.

Reformulation des objectifs, nouvelles perspectives

Au même titre qu'une refonte des statuts, les objectifs sont reformulés. Ils restent dans la lignée de ceux énoncés dès 1900, mais, cette fois-ci, ils le sont avec plus de vivacité, de virulence pourrait-on dire et surtout, ils participent de ce qui semble être une réflexion globale sur une ligne de défense et d'attaque propagandiste.

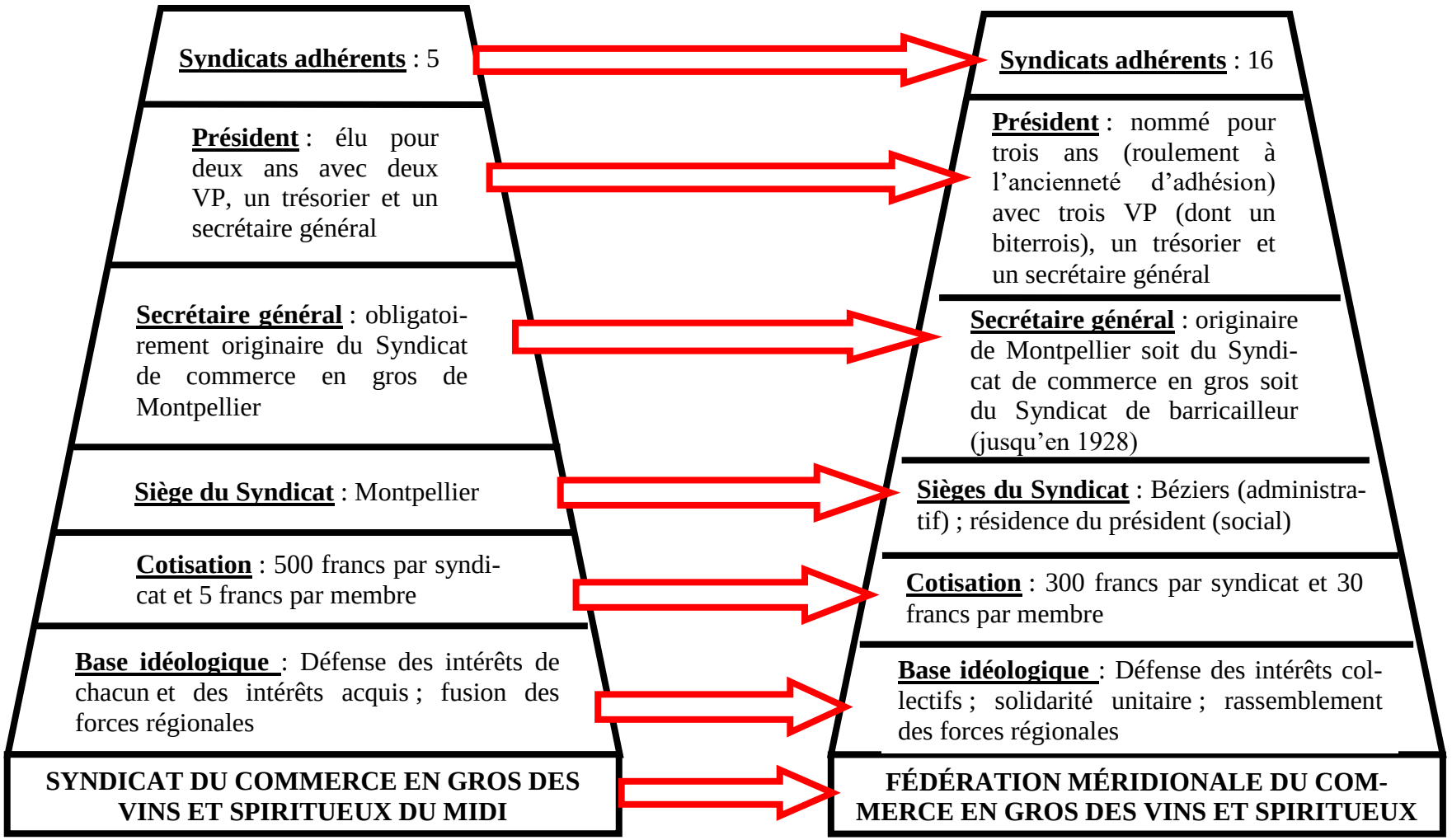
Tout cela est assez bien résumé lors du discours prononcé par Gustave Malet en 1923. Au moment d'entamer le banquet de clôture du IIIe Congrès de la Fédération, Malet, l'homme fort du négoce montpelliérain et régional à l'époque, revient sur les principaux objectifs qui ont participé au renouveau du syndicat régional[2]. Pour lui, la raison du succès du mouvement syndical (quatre fois plus de syndicats, deux fois plus d'adhérents[3]) vient du fait que ce dernier se bat avant tout pour la constitution d'une politique cohérente.

Au-delà des intérêts des uns et des intérêts des autres, Malet, avec des accents saint-simoniens, soutient que le syndicat défend les intérêts de l'économie viti-vinicole régionale, mais également de l'économie nationale dans son ensemble. D'ailleurs, souligne-t-il, une grande partie du fardeau de la région et de la nation repose sur les épaules du Commerce, selon lui. Ceci explique « [la] résolution très ferme de poursuivre sans arrêt la réalisation de nos légitimes revendications »[4]. Pour cela, le premier levier est le levier lobbyiste.

Malet réaffirme combien l'objectif d'être entendus par les élus est le plus important et que ces derniers doivent à la Fédération « toute leur attention à l'étude raisonnée de nos doléances »[5].

[1] L'autre syndicat étant celui de la Barricaille, appelé alors « expéditeurs directs ».
[2] *BMS*, mai 1923, p. 367-368.
[3] Il y a alors près de 1250 adhérents selon certaines sources, 1.500 selon G. Malet.
[4] *Ibid*., p. 367.
[5] *Idem.*

Sch. 18 : Mutations et rééquilibrage du mouvement patronal syndical



Il considère qu'il s'agit là de l'action principale car elle permet de définir, à l'échelon national, « une politique vraiment économique […] qui s'inspire de données essentiellement réalistes, […] connues dans le cadre professionnel et dans le cadre régional ». En conséquence, le législateur doit consentir « à écouter les voix qui s'élèvent des organisations professionnelles, […] en contact permanent avec la réalité ». De fait, le premier objectif du groupement régional est selon Malet de servir d'auxiliaire et de relais aux pouvoirs publics dans la constitution d'une politique nationale adaptée à la réalité économique. Ainsi, contrairement aux années 1900-1920 où la relation avec les pouvoirs publics était verticale, il est ici question de relation horizontale, basée sur la collaboration entre l'État ou les administrations et les syndicats qui font alors figure d'experts[1]. C'est d'autant plus important, que fautes de représentants du Commerce, le Parlement, comme le souligne un article relayé par le *BMS* en 1924, est très mal documenté sur les questions commerciales[2]. Quelques années plus tard, en 1929, Henri Campanaud, alors président de la Fédération, réinvestit cet argumentaire autour de la nécessité d'une écoute pleine d'attention des élus régionaux[3].

Le second objectif, lié au premier, est la notion de justice qui est fermement rappelée tout au long de la période. Malet, dans le discours d'ouverture du Congrès de 1923, rappelle les injustices qu'ont à subir les maisons de commerce : charges élevées, lourde fiscalité, exemptions fiscales d'autres structures commerciales[4]. Le Commerce en général et le Commerce en gros en particulier disent subir « les pires inquisitions, l'injustice perpétuelle, le mépris général »[5]. Dans ce contexte, un des objectifs majeurs et répétés par la Fédération jusqu'à la Seconde Guerre mondiale est l'égalité fiscale, réclamée en 1924[6], célébrée par 1930[7], défendue en 1934[8]. Ainsi, la Fédération réclame constamment l'égalité fiscale, notamment vis-à-vis des coopératives (d'achat ou de vente) et des sociétés anonymes à succursales multiples, rappelant que « tous les revenus, de quelque source qu'ils proviennent, soient traités également au point de vue de l'impôt »[9]. Par ailleurs, dans le discours syndical, cette question de l'égalité fiscale est intrinsèquement liée à celle de la liberté commerciale. Tout comme dans la période précédente, le libéralisme, mâtiné de saint-simonisme, est, en effet, le fondement même de la rhétorique syndicale dans le monde du négoce.

Mais c'est désormais un discours mieux étayé et plus offensif. Dès lors, c'est une constante discursive pendant la période étudiée, particulièrement bien définie lors des travaux préparatoires du Congrès de 1924 :

---

[1] Il s'agit là d'une conception particulièrement répandue dans les années 1920. Cf. DAVY G., « Le Problème de l'industrialisation de l'État », *Revue de métaphysique et de morale*, 4, octobre-décembre 1924, p. 599-641 ; PINON R., « Les nouvelles conceptions de l'État », *Revue économique internationale*, 4, octobre 1929, p. 8-30.
[2] « Le Commerce dans les choux », extrait d'un article du journal *Le Combat*, cité dans *BMS*, mai 1924, p. 192.
[3] *AM*, 31/05/1929.
[4] *BMS*, mai 1923, p. 311-312.
[5] « Le Commerce dans les choux », *op. cit.*, p. 193.
[6] « Egalite fiscale – Mise au point », *BMS*, juin 1924, p. 235-241.
[7] « Réforme de la taxe sur le chiffre d'affaires », *AM*, 18/04/1930.
[8] « Compte rendu du Congrès fédéral », *AM*, 15/05/1934.
[9] *BMS*, juin 1924, *op. cit.*

> « Dans la crise que nous subissons, toute mesure tendant à la règlementation des prix, à la détermination d'un taux maximum au-dessus duquel les bénéfices seraient considérés comme illicites ou aboutissant à assujettir les transactions commerciales à un contrôle, ne pourrait avoir que de déplorables conséquences économiques. »[1]

Très clairement, pour le négoce, le libéralisme économique est la clé de la bonne tenue économique de la nation et la Fédération, dans une démarche particulièrement ambitieuse et volontaire, s'en fait le porte-parole de l'un et le garant de l'autre.

Le dernier objectif concerne la défense elle-même du Commerce. Dans un article sur le Commerce et son utilité sur le marché des vins en 1929, Gustave Malet revient sur le rôle des syndicats et de la Fédération qui s'efforcent de « faciliter la tâche quotidienne d'un Commerce devenu maintenant bien difficile »[2]. Au-delà des difficultés liées à l'activité elle-même dans un contexte de crises cycliques, Malet souligne, ici, les obstacles qui embarrassent le négoce des vins. C'est tout d'abord l'image des négociants qu'il faut défendre, notamment face à la Régie, en réclamant la respectabilité par le biais d'une loi qui reconnaîtrait en cas de tort, la bonne foi des négociants. C'est là une question qui revient continuellement dans la période car, depuis 1916, en cas d'infraction, le négociant est, par anticipation, tenu pour responsable. C'est ensuite à lui de prouver sa bonne foi. C'est, pour les autorités syndicales, jeter le discrédit *a priori* sur une profession qui, à cette période, est toujours en quête de légitimité[3]. En outre, alors que le commerce au forfait tend à se réduire dans les années 1920, le mouvement syndical se fait le défenseur de ce régulateur des marchés, « qui contribue à leur stabilisation et amortit les mouvements de hausse et de baisse »[4]. À la même période, Gustave Malet rappelle la nécessité de se syndiquer pour défendre les intérêts du Commerce dans un article qui résonne alors comme un appel de masse[5].

Il définit, dans cet article, les contours d'un service de défense professionnelle qui soutiendrait les intérêts du Commerce grâce à la propagande et un bureau d'étude. Cette propagande est assurée par *l'Action Méridionale*, l'organe de presse du syndicat régional qui voit le jour en 1924. À la différence du *BMS*, il s'agit maintenant d'un vrai journal, paraissant tous les 15 jours, qui est diffusé aux adhérents du syndicat, aux élus, aux autres groupements commerciaux mais également disponible dans les cafés et les kiosques. Ouvert au plus grand nombre, il a pour objectif de proposer les comptes rendus des réunions syndicales mais également des articles généralistes, techniques, polémiques ainsi que des services (petites annonces, cours hebdomadaires, publicité)[6]. L'esprit du *Bulletin,* trop confidentiel, est dépassé

[1] *BMS*, fév. 1924, p. 135.
[2] « Le Commerce des vins du Midi », *AM*, 03/12/1929.
[3] « Réunion préparatoire au Congrès d'avril 1923 », *BMS*, mars 1923, p.257.
[4] « L'évolution du Commerce des vins », *AM*, 01/05/1925.
[5] « Défendons-nous », *AM*, 01/03/1925.
[6] *BMS*, sept. 1924, p. 295-296.

par un journal mieux diffusé et surtout plus engagé dans la lutte pour le Commerce. *L'Action Méridionale* prend la forme et le ton qui étaient jusque-là l'apanage du seul *Midi Vinicole* dans lequel s'exprimaient les intérêts du Commerce. Désormais, ceux-ci sont directement défendus par le mouvement syndical lui-même dans un journal dont il est l'émetteur. L'évolution est ainsi notable (fig. 42).

Fig. 42 : Les différences entre le *BMS* et l'*AM*

Dates extrêmes	1907- 1924	1924-1939
Périodicité	Mensuelle	Bimensuelle
Format	Fascicule d'une vingtaine de page, In-Quarto (23.5 x 15.5 cm), agrafes	Journal, Grand folio (55.5 x 38 cm), 4 à 8 pages
Public	Adhérents, élus	Adhérents, élus, kiosque, cafés
Contenu	Comptes rendus de séance, petites annonces, informations pratiques, publicités	Comptes rendus de séance, petites annonces, informations pratiques, éditorial, articles polémiques, activités des marchés, cours hebdomadaires, publicités
Ton	Neutre	Offensif, polémique

Le bureau d'étude, pour sa part, serait un organisme de diffusion des évolutions législatives et des projets qui sont soumis au Parlement. Il permettrait d'avertir la Fédération et ses adhérents des dangers qui pourraient poindre et qu'il faudrait combattre. Malet propose, enfin, la création d'un service de contentieux, pierre angulaire de cet édifice de défense. Il assurerait la protection des adhérents et les renseigneraient dans la défense de leurs droits. Si le service en tant que tel ne voit pas le jour[1], c'est là une démarche déterminée et prosélyte qui est nouvelle dans l'idéologie syndicale.

Autour d'une nouvelle structure et de nouveaux objectifs, le mouvement syndical régional se raffermit et cherche à gagner en efficacité et en portée. Cette mutation est d'autant plus notable qu'elle se double d'une mutation du discours syndical visant à mieux promouvoir et valoriser les vins méridionaux.

[1] Mais le syndicat régional offrira tous ces services, de manière informelle.

La mutation du discours qualitatif

La question du discours est une thématique centrale dans le fonctionnement d'un syndicat. Vecteur d'un message militant, ce dernier imprime auprès de ses adhérents une orientation idéologique déjà fortement marquée lors de la période précédente. Néanmoins, après 1920, il prend une nouvelle dimension avec la redéfinition conceptuelle de la problématique de la défense des vins du Midi.

Le syndicat sétois, précurseur et déclencheur

Déjà en 1900, Paul Bret affirmait la nécessité de lutter pour « faire aimer davantage le vrai vin de France »[1]. Derrière ce message se cachait essentiellement la lutte contre les vins trafiqués, de sucre ou artificiels. En résumé, le syndicat luttait pour la défense des vins naturels. Après 1920, la question de la qualité prend une autre dimension, celle de la défense des vins languedociens en général et héraultais en particulier.

Dans ce domaine, le syndicat sétois est précurseur. En effet, il fait figure d'avant-gardiste dans ce combat pour la qualité en insistant très tôt sur l'importance de la qualité gustative des vins et sur l'originalité des vins locaux. De ce fait, déjà en août 1904, le syndicat local répond au syndicat biterrois qui souhaiterait que l'ensemble des syndicats adhérant au Syndicat régional adoptent le principe des achats au degré. Invité à formuler son avis, le syndicat sétois estime « qu'il est difficile d'établir comme règle fixe et uniforme l'achat des vins, en ne prenant pour unique critérium de leur valeur que le degré alcoolique », insistant sur l'aspect qualitatif de la vente, notamment « quand il s'agit de vins de coteaux ayant des qualités particulières de goût et de couleur »[2]. Ainsi, le Commerce sétois semble être en avance sur son voisin biterrois dans l'appréciation du critère gustatif et de son incidence sur les transactions. Cet argument est fondamental car il conditionne une hiérarchisation des vins selon un autre critère que le seul degré, mais également car il introduit un élément qualitatif (mais hautement subjectif, d'où les réticences à cette époque des Biterrois) dans les négociations commerciales. C'est là une étape essentielle dans la construction mentale d'un vin de qualité et dans la défense de cette qualité. Ce discours en provenance de l'Île singulière n'est pas surprenant. En effet, le Commerce sétois est celui qui est le plus représenté à l'international où la maison « Cazalis & Prats », par exemple, défend par le biais de sa participation à des expositions (exposition de Saint-Louis aux États-Unis en 1904 ; exposition de Liège en 1905) ou par des comptoirs dans les colonies, la présence des vins sétois sur les marchés internationaux. Ces vins sont reconnus pour leur qualité comme en 1900 à l'exposition de Paris où la maison

[1] Voir le discours de P. Bret lors de la naissance du Syndicat régional. Cf. *supra*, p. 410.
[2] AMS : 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Syndicat de Commerce en gros des vins et spiritueux, PV de séance, 31/08/1904, p. 19.

« Cazalis & Prats » reçoit de « nombreuses récompenses »[1]. Il n'est donc pas étonnant que l'un des patrons de la maison, Jean Prats, devenu président du syndicat sétois en 1908, place cette question de la qualité au cœur des revendications du syndicat local, qui cherche avant tout à défendre la spécificité de ses vins fins et de ses apéritifs. Très vraisemblablement, cet élément explique, à Sète (mais également à Frontignan qui suit au début du siècle, la même trajectoire que le port héraultais), la précocité d'une stratégie de défense de la qualité des vins locaux et non pas juste le respect de l'origine naturelle des vins comme le font les autres syndicats à cette époque.

Ainsi, jusqu'en 1914, la plupart des débats tournent autour de la qualité naturelle du vin et défendent l'engagement d'une qualité irréprochable correspondant à la loi. Les réunions du Bureau du Syndicat visent, à ce sujet, essentiellement à soulever les problèmes liés aux vins plâtrés[2], aux vins piqués ou cassés[3], les limites de la définition d'un « vin marchand et loyal »[4] ou la nécessité de classer les vins selon leur campagne[5]. Les interventions dans les syndicats locaux soulignent ainsi l'importance des caractères qualitatifs génériques du vin, sans qu'il y ait encore à cette époque de volonté de démarquer qualitativement les vins méridionaux des autres vins. Ainsi, selon une idée répandue à l'époque dans les milieux commerçants, le vin a uniquement besoin d'être « soigné et élevé ». Cette conception assez restrictive et impersonnelle du vin s'explique par la manière dont les négociants languedociens appréhendent leur métier en ce début du siècle et qui est parfaitement résumée dans une circulaire syndicale intitulée *La question des Vins* : « tous les vins sont des coupages, la seule chose à demander, c'est que le coupage soit bien fait »[6]. C'est donc bel et bien le technique qui prime sur le gustatif. D'ailleurs, cette suprématie de la technicité de l'assemblage des vins est confirmée par la présence récurrente d'articles ou de comptes rendus de conférences pratiques d'œnologie qui renseignent sur les nombreuses techniques de vinification[7].

Hors des interventions singulières du syndicat sétois visant à défendre non pas la qualité du vin mais un vin de qualité[8], il faut attendre la veille de la guerre pour que les syndicats participent réellement à la promotion des vins du Midi, en cherchant à singulariser leurs produits non plus par la dichotomie vins naturels-vins fraudés, mais autour d'une politique gustative. C'est le cas notamment avec la participation du syndicat montpelliérain à l'Exposition de Gand qui se tient d'avril à octobre 1913. Encore faut-il noter que l'impulsion ne vient pas du

[1] AMS : 2 F 14, *op. cit.*, Lettre du maire de Sète au préfet de l'Hérault, 22/03/1904.
[2] *BMS*, déc. 1907.
[3] *BMS*, janv. 1909.
[4] *BMS*, mai 1909.
[5] *Idem.*
[6] « Tract Syndicat national repris et adopté par Syndicat régional », *BMS*, oct. 1907, p. 11-14.
[7] *BMS* janv. 1910, mai 1910, nov. 1912, janv. 1913, avril 1914 par exemple.
[8] J. Prats souligne l'importance de « *conserver la bonne réputation des produits, la qualité préférée des consommateurs et l'extension de la renommée des crus* » dans le cadre de pratiques commerciales qui viseraient à valoriser l'alliance entre un produit et un nom (*BMS*, août-sept. 1909, p. 427-428). C'est là une démarche entrepreneuriale et corporatiste particulièrement innovante et ambitieuse pour la région (Prats dit s'inspirer de ce qui se fait dans le Cognac et la Champagne) pour l'époque et qui explique par ailleurs la réussite de sa maison de commerce « Cazalis & Prats ».

syndicat lui-même mais du Syndicat d'initiative de Montpellier[1]. Mais c'est réellement après la guerre, sous l'influence de Jean Prats à la tête du Syndicat régional à partir de 1915 (il est président jusqu'en 1920 et reste très influent par la suite), que s'opère un tournant dans le discours du mouvement syndical.

L'effort de valorisation des vins méridionaux durant l'entre-deux-guerres

Dorénavant, il s'agit avant tout de singulariser les vins méridionaux sur un marché national de plus en plus incertain. Ce basculement conceptuel se traduit par l'importance accordée dans la littérature syndicale à la promotion des vins méridionaux.

Ainsi, alors qu'en 1913 la participation à l'exposition de Gand avait été poussée par les autorités municipales montpelliéraines et que le prix obtenu n'avait été que rapidement abordé dans le bulletin (une seule ligne en décembre 1913), une décennie plus tard, la situation est tout autre. Le compte rendu de la participation du Syndicat régional à la Foire de Bruxelles en 1924 occupe treize pages, louant l'attitude des négociants locaux[2] qui ont su défendre, à l'initiative de la Fédération méridionale, « toute la gamme ignorée des vins de la région méridionale » dont le « stand […] offrait aux yeux l'agréable spectacle de ses vins rouges et blancs, de ses muscats, de ses Banyuls, de ses Frontignan et de ses vins de liqueurs »[3]. Un long résumé de la foire et des interventions des membres de la Fédération en faveur des vins du Midi est ensuite reproduit, revenant notamment sur les positions prises par la Fédération pour la défense de ses vins dans le cadre des accords internationaux. Lors du déjeuner franco-belge, « regroupant les 165 convives » et où « toutes les notabilités commerciales belges étaient représentées […], la Fédération a saisi avec empressement l'occasion qui lui était offerte de faire connaître les diverses variétés de notre production méridionale »[4].

La prise de conscience d'une défense de la qualité est donc réelle dans les milieux dirigeants du Commerce régional. Elle se traduit également – et cette fois-ci parallèlement – par la défense active des vins locaux, et non plus juste des intérêts du Commerce comme c'était le cas dans la période précédente.

En 1925, un article illustre bien cette orientation du discours militant en faveur de vins méridionaux de qualité. Intitulé « Nos bons vins », il revient sur la visite des Sommeliers de Paris dans le Midi. Cette visite qui « a mis en relief la qualité de nos vins », a surtout permis de déconstruire la mauvaise réputation dont souffraient les vins du Midi. En effet, selon l'article – et en cela ils sont représentatifs de l'opinion publique française – « beaucoup de

[1] *BMS*, fév.-mars 1913, p. 235-236.
[2] Parmi les 14 négociants qui se rendent à Bruxelles, neuf sont héraultais : Bècle, Bisou, Labarthe de Frontignan ; Baille de Marseillan ; A. Prat, Warnery de Sète ; Ramel, Roudil de Montpellier ; Guy de Béziers. On y retrouve donc à la fois des maisons spécialisées dans les vins doux (Bècle, Bisou), la barricaille (Roudil), les vins d'imitations (A. Prat) ou les VCC (J. Guy). Ce sont également des maisons de premier plan (Warnery, Guy, Roudil) ou non (Ramel, Bisou, Baille) et des maisons déjà bien installées sur place (Bècle, J. Guy, Warnery) et d'autres ambitieuses (A. Prat).
[3] *BMS*, avril 1924, p. 175.
[4] *Ibid.*, p. 183-184.

membres de la délégation partageaient cette croyance trop répandue que le Midi ne produit que des vins très ordinaires ». Or selon le journal, « l'étonnement des Sommeliers doit être une leçon pour nous » car ces derniers ont découvert lors de leur visite des vins de qualité en grand nombre. On assiste donc là à un basculement dans la prise de conscience de la nécessité d'une défense qualitative des vins méridionaux et le journal joue un rôle majeur dans la propagation de ce reconditionnement intellectuel. L'article revient d'ailleurs sur le peu d'attention portée dans le passé à la promotion des vins méridionaux (ce que souligne le président des Sommeliers de Paris) et sur la nécessité d' « établir et d'étendre leur renommée », de « l'effort à tenter (…) par le Commerce des vins (…) dans une nouvelle orientation » qui serait qualitative. L'article énumère alors les différents moyens pour promouvoir les vins du Midi : toucher directement la clientèle bourgeoise et les restaurants comme l'ont fait les maisons d'apéritifs de la région (c'est-à-dire principalement les maisons sétoises encore une fois) ; lancer leurs propres marques avec leurs propres étiquettes ; contrecarrer les logiques commerciales des commerçants de l'extérieur qui masquent les qualités des vins du Midi ; mieux soigner les vins du Midi pour en faire des vins de qualité supérieure ; préférer la qualité à la quantité. Cette étape est importante car elle propose un redimensionnement de la filière viti-vinicole régionale afin de l'inscrire dans une nouvelle dynamique, beaucoup plus porteuse et fructueuse, permettant de sauver le Commerce et la viticulture régionale de leur « ruine »[1]. C'est là un discours novateur et précurseur qui marque l'idéologie syndicale des années 1920 et 1930.

En effet, dans la lignée de cet article, l'*Action Méridionale* veille alors jusqu'à la fin de sa parution en 1939 à pousser les négociants régionaux à une commercialisation de produits de qualité et à la promotion de ces produits. La promotion des vins régionaux passe également par des articles engagés comme fin 1929 où le journal revient sur le rôle du Commerce dans le Midi. Il y est décrit comme un acteur « de premier plan » dont une des responsabilités est de faire connaître « la qualité des vins ordinaires dont il est souhaitable de faire redresser une erreur de jugement qui les a fait trop souvent mépriser à tort » tandis que « certains de nos vins commencent à se faire rendre justice, les corbières, les minervois, les saint-georges, les pézenas ou les pinet »[2]. En 1930, les responsables syndicaux évoquent à nouveau dans l'*Action Méridionale* la nécessité de prendre un nouveau tournant décisif, celui du « risque de la qualité »[3]. Sous ce titre évocateur et provocateur, il est question d'une nouvelle organisation de l'armature commerciale méridionale, autour de vins aux qualités bien définies et surtout identifiables.

Dans cette optique, dès le début des années 1920, le mouvement patronal encourage ses adhérents à participer à des expositions et autres foires. En 1923, le Commerce participe activement ainsi à l'Exposition des Vins et Spiritueux organisée par la Xe Région économique à Montpellier. La Fédération y dispose d'un pavillon à la façade imposante et richement déco-

[1] *AM*, 15/08/1925.
[2] « Le Commerce des Vins dans le Midi », *AM*, 31/12/29.
[3] *AM*, 01/03/1930

rée (fig. 43, page suivante). Pour valoriser son influence sur le marché des vins et sa démarche qualitative, la Fédération mobilise les négociants susceptibles d'y participer[1].

Fig. 43 : Entrée du pavillon de la Fédération méridionale
Exposition régionale, Montpellier, 1923
Source : MOLINO J.-V., *op. cit.*, p 64..

En février 1926, le journal encourage ses lecteurs à participer à la 13e Foire de Lyon, forte de 500.000 visiteurs chaque année, parmi lesquels « les plus grands chefs d'achat de tous les grands magasins de France et de l'Étranger, des Sociétés d'Alimentation, des Coopératives de consommation, etc. ». Pour le journal, la participation à cet événement s'impose dans le but de « faire connaître nos produits » et d'« obtenir d'excellents résultats pour le commerce des vins du Midi »[2]. Enfin, quelques mois plus tard, la Fédération participe activement à l'accueil des missions belges et canadiennes qui viennent visiter les terroirs de la région[3].

Le Commerce est, par conséquent, placé au cœur de la problématique qualitative par la Fédération. D'ailleurs, les grandes personnalités qui président aux destinées du négoce régional l'ont bien compris et leur action en faveur d'une défense entreprenante de la qualité est sans cesse soulignée dans le journal, par le compte rendu de leurs discours lors des Congrès annuels de la Fédération ou lors des remises de décorations[4], de manifestations syndicales en l'honneur d'un membre[5] ou des décès[6]. Dorénavant cette question de la propagande en faveur des vins régionaux est telle qu'en 1932, l'*Action Méridionale* se fait le relais de l'émoi suscité

[1] *BMS*, fév. 1923, p. 258-259.
[2] *AM*, 15/02/1926.
[3] *BMS*, sept.-oct. 1923. Ce sera à nouveau le cas pour les journalistes belges en 1929 (*AM*, 31/08/1929). Cet effort vis-à-vis de la Belgique est primordial car le pays est l'un des partenaires commerciaux privilégiés du négoce méridional (cf. le chapitre sur les exportations, p. 823 et sq.) et qu'en Belgique la majorité des exportations de vins sont des VCC provenant du Midi principalement (cf. BITSCH M.-T., *La Belgique entre France et Allemagne (1905-1914)*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1995). C'est donc un marché essentiel.
[4] E. Génie, président honoraire du Syndicat des vins de Carcassonne, *AM*, 01/10/1932.
[5] J. Prats, président honoraire du Syndicat des vins de Sète, *AM*, 01/07/1931.
[6] P. Cassan, président honoraire du Syndicat des vins de Lézignan, *AM*, mars 1935 ».

dans les milieux commerçants par l'absence d'un représentant de la Fédération méridionale dans la « Commission de propagande pour le vin » qui vient d'être créée[1]. La question de la qualité est également pour la Fédération un rouage essentiel de la résorption, dans les années 1930, de la crise de surproduction qui frappe le pays[2]. À tout point de vue, il s'agit donc là d'un élément fondamental et structurel de la Fédération.

Un nouveau discours qualitatif, combatif et volontaire s'affirme donc dès le début des années 1920. Largement supporté à ses débuts par le syndicat le plus puissant à l'époque, le syndicat sétois, fort au début des années 1920 de 200 membres, et son président emblématique, Jean Prats, il est ensuite repris par les autres syndicats et la Fédération méridionale. En outre, ce discours, dans les faits, participe également pleinement à l'affirmation d'un mouvement syndical solide, puissant et rayonnant.

Le rayonnement manifeste

Avec la réorganisation des statuts de la Fédération méridionale, le redéploiement d'objectifs plus offensifs et un discours ambitieux, le mouvement syndical prend, après 1920, une dimension qu'il n'avait pas connue jusque-là. Il bénéficie d'un rayonnement manifeste, au moins jusqu'au milieu des années 1930, et se rassemble lors des Congrès qui célèbrent l'action syndicale, ses hommes forts et sa nouvelle dimension nationale.

Le Congrès, expression de la puissance syndicale

Dans les années 1900 et 1910, l'assemblée générale qui prend rapidement le nom de « Congrès annuel » est essentiellement le moment de rassemblement des délégués du Syndicat régional. Il a un caractère singulier car il fait le bilan de l'année écoulé et consiste principalement dans le compte rendu des travaux annuels et du rapport moral et financier du Syndicat. On y procède également, si nécessaire, à l'élection du Bureau et à la présentation de divers rapports par les délégués présents. Le rassemblement dure une demi-journée environ et se termine par un banquet. Ainsi, en 1911, pour la célébration du Xe Congrès annuel à Béziers, la séance est ouverte à 14h15, dans une des salles annexes de la Chambre de commerce. Il se clôt à 19 h, immédiatement suivi par le banquet auquel participent 120 invités, parmi lesquels quelques rares édiles locaux[3]. Au cours des débats de l'après-midi, dix-huit sujets sont abordés devant une quarantaine de délégués tandis que le syndicat de Pézenas brille par son absence, en raison du marché local[4], preuve des priorités de certains syndicats locaux.

Une dizaine d'années plus tard, marché local ou non, il est hors de question de rater le Congrès annuel. Dès le mois de mars 1923, le *BMS* appelle les adhérents à venir en nombre et

[1] *AM*, 01/02/1932.
[2] *AM*, 15/05/1934.
[3] Seul le député Lafferre est une personnalité de premier plan. Les autres sont des édiles de second plan : sous-préfet, adjoint au maire, un délégué de la Chambre de commerce.
[4] CR Congrès annuel SR, 1911, *BMS*, avril 1911, p. 387 et sq.

à prouver aux autres groupements[1] que la Fédération méridionale « est un organisme puissant aussi bien par le nombre et la cohésion de ses adhérents que par l'importance des intérêts qu'il représente »[2]. Très nettement, le Congrès participe d'un large mouvement de propagande et il est l'expression visible de la puissance du syndicat (fig. 44). D'ailleurs, le Bureau conclut son appel en insistant « pour que le plus grand nombre d'adhérents répondent à cet appel en se rendant à notre Congrès »[3].

Fig. 44 : Lecture d'un rapport devant l'Assemblée générale de la FM Chambre de commerce de Béziers, 1933
Source : *AM*, mai 1933

La durée, plus longue, le cadre, plus prestigieux, et les participants ont également changé. Ainsi, lorsqu'il ouvre le congrès, dès 10 h[4], par son discours dans l'imposante salle de la Rotonde[5] de la Chambre de commerce de Montpellier le 17 avril, Gustave Malet commence par saluer les invités du Congrès : le sénateur Roustan, les députés Barthe, Guilhaumon, Guibal, de Rodez-Bénavent, Magne, le président du Syndicat national venu avec son secrétaire général, le président de la Chambre de commerce Paul Arnavielhe[6] et le président du tribunal de commerce, Eugène Leenhardt. À la suite du discours du président Malet et de Marius Roustan, les débats débutent avec la présentation du rapport moral du secrétaire général. Suivent ensuite les différents rapports qui sont ici au nombre de onze. Bien plus consistants, documentés et précis que les rapports de 1911, ils sont l'objet de débats, parfois avec les députés présents[7]. En outre, ils concernent des sujets plus généraux que ceux de 1911 : « Ta-

[1] Notamment la CGV ou le Syndicat national qui sont les principaux concurrents de la FM.
[2] *BMS*, mars 1923, p. 280.
[3] *Idem.*
[4] L'ensemble des éléments qui suivent concernant le congrès de 1923 sont tirés de *BMS*, avril-mai 1923, p. 310-373.
[5] C'est une salle des fêtes qui a été rénovée spécialement pour le Congrès. On est bien loin des salles annexes de la CCM des années 1910.
[6] Qui est en même temps le président de la toute récente Xe Région économique.
[7] Barthe intervient notamment lorsqu'il est question des vins avariés, sujet sensible sur lequel la Commission des boissons dont il est le président vient d'enquêter.

rifs des transports », « Inquisition fiscale », « Cession d'un fonds de commerce », « Achats de vin à la propriété » par exemple. Ainsi, là où le Congrès des années 1910 était une réunion de bureau plus fréquentée que les autre et qui s'ouvrait et se terminait pas un discours et un banquet, dans les années 1920, le Congrès prend une nouvelle dimension, celle du point d'orgue de l'année syndicale.

Ce point d'orgue se symbolise par le banquet, qui réunit plus de cent quatre-vingt personnes et ne se tient plus à la Chambre de commerce comme en 1911, mais dans le prestigieux Hôtel de la Métropole. De nouveaux invités rejoignent ceux déjà présents pour les débats : le secrétaire général de la préfecture, le maire de Montpellier, le bâtonnier de l'Ordre des avocats montpelliérains, les directeurs du PLM et du Midi à Montpellier, les directeurs des CI et des Douanes, le vice-président de la CGV et le président de la Fédération des courtiers. L'ensemble des acteurs et partenaires du Commerce sont invités à participer à cette soirée qui prend des allures prestigieuses, ce que n'omet pas de souligner le président Malet dans son allocution de clôture, au moment des toasts. Ainsi, la nouvelle dimension de la Fédération est symbolisée par la nouvelle forme du Congrès qui consacre le pouvoir du mouvement syndical. C'est d'autant plus important en 1923 pour Malet que ce Congrès, qui marque une étape nouvelle dans l'affirmation syndicale, se déroule à Montpellier, berceau du Syndicat régional[1]. C'est enfin l'occasion, au détour de déclarations d'intention et de remerciements, de dessiner les contours de partenariats fructueux dans l'objectif de favoriser – car c'est le but qu'il ne faut jamais perdre de vue, même à l'occasion d'un toast – l'essor du Commerce. Ainsi, de manière emphatique[2], le banquet clos le Congrès, souvent dans des lieux prestigieux, et les mets sont accompagnés de vins de la région (fig. 45).

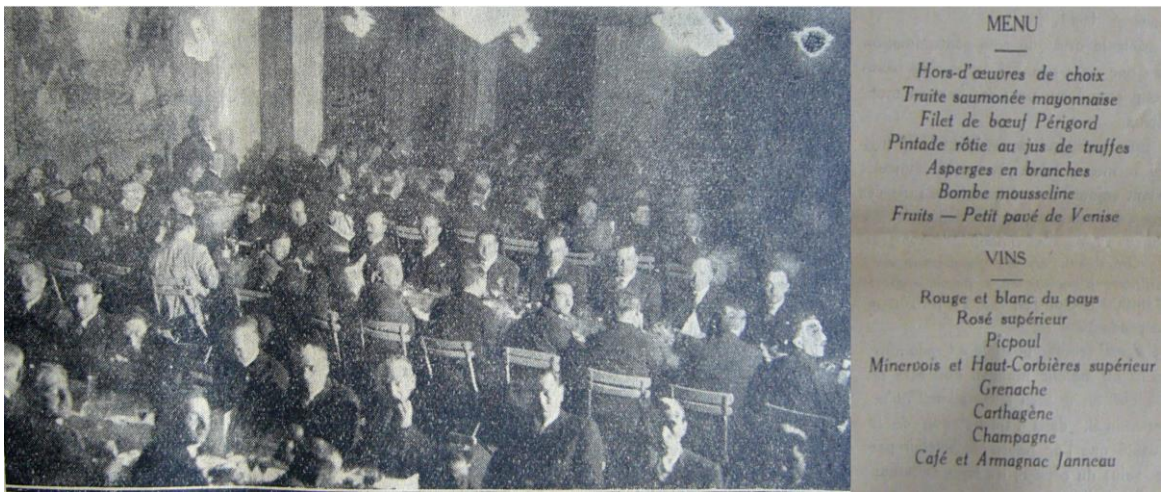


Fig. 45 : Banquet et menu du XXXIVe Congrès de la FM Lézignan-Corbières, 1934
Source : *AM*, 15/05/1934

[1] Malet déclare ainsi : « C'est un grand honneur pour nous, honneur doublé d'un sentiment d'affection toute particulière. Montpellier est, en effet, le berceau du Syndicat régional. Une mère est toujours heureuse de revoir son enfant ; elle est d'autant plus fière, sa joie est d'autant plus grande qu'elle le revoit beau, plein de santé et plein d'espérance. » (*BMS*, avril-mai, 1923, p. 360).
[2] C'est le cas également lors du Congrès du Syndicat national ou dans d'autres régions (Cf. BOUCHARDEAU P. *op. cit.*, p. 395 pour la Drôme).

Dans la décennie suivante, le Congrès est à nouveau l'occasion de célébrer la puissance syndicale. Si ce n'est pas le cas chaque année[1], certains Congrès marquent le faste et la puissance du syndicat. Le plus caractéristique est celui de 1934, à la fois car il s'agit du plus important de la période, mais également car il s'agit du dernier grand rassemblement de ce type dont nous connaissons l'existence. Il se tient cette fois-ci à Lézignan-Corbières[2], près de Narbonne et est ouvert par le président Pradal qui cèdera sa place lors de ce Congrès à François Pétrier, nouveau président du tout récent Syndicat des vins de Béziers et qui vient d'assurer la fusion en 1934 des trois Syndicats biterrois de Commerce en gros (Commissionnaires, Association syndicale[3] et Syndicat des vins). Encore une fois, les invités prestigieux sont nombreux et les adhérents venus en masse. Il a d'ailleurs fallu louer le théâtre des Variétés qui est la salle la plus vaste de la ville. Contrairement à 1923, aucun parlementaire ne participe aux débats mais Léon Douarche, le directeur de l'Office international du Vin est présent et fait une conférence (fig. 46). Tout comme pour les congrès précédents, le Secrétaire Général retrace l'action durant l'année écoulée et les succès de la Fédération. C'est également le moment de se féliciter de l'aménagement du marché des vins par le Statut viticole qui va, espère-t-on, rationaliser et stabiliser le marché, après avoir repris en partie les arguments de la Fédération (degré minimum, coupages encadrés, etc.).

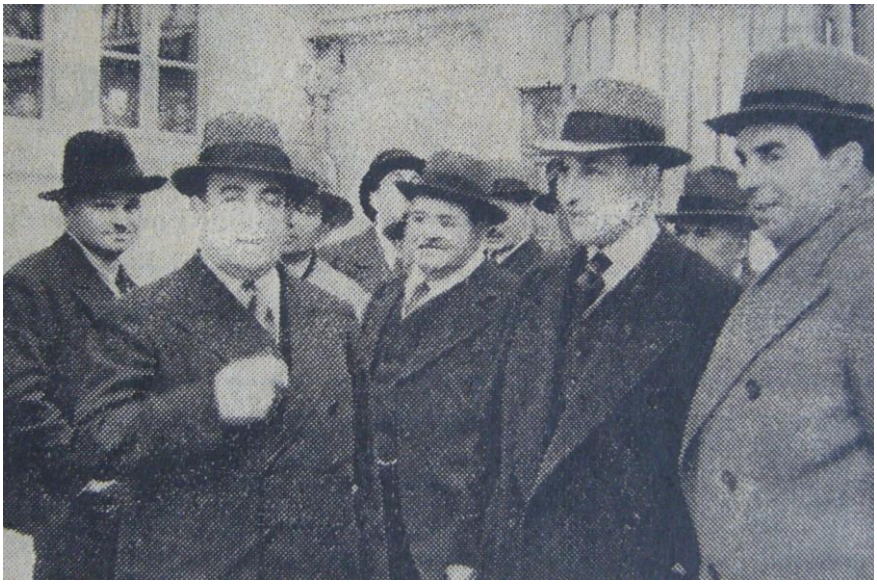


Fig. 46 : Antoine Pradal (à g.), président de la FM, reçoit avant le Congrès de 1934, Léon Douarche (second à d.) et Léon Castel (à d.)
Source : *AM*, 15/05/1934

Dans la poursuite de son ambition qualitative, le Congrès est également l'occasion de valoriser les vins méridionaux : en 1934, il coïncide avec une exposition des Vins des Corbières et du Minervois qui est organisée dans le jardin public de Lézignan pendant la même

[1] Le congrès de 1933 tenu à Béziers est par exemple de taille réduite.
[2] Toutes les informations ci-après proviennent de l'*AM*, 15/05/1934 qui, preuve de la dimension exceptionnelle du Congrès sort une édition spéciale de huit pages (contre quatre habituellement).
[3] Créée en 1919.

semaine. Elle est abondamment visitée sur la route du banquet qui se tient à 13h cette fois-ci et qui regroupe plus de 220 convives parmi lesquels le député Castel, le préfet de l'Aude, le président de la CGV du Sud-est, ainsi que d'autres édiles et responsables locaux. Tout comme en 1923 et pour parachever la dimension propagandiste de ce type de manifestation, la presse est également invitée au banquet.

Au-delà des Congrès qui célèbrent la puissance du mouvement syndical, l'action propagandiste et lobbyiste de la Fédération et des syndicats locaux est rendue possible par l'obtention de postes de premier plan au niveau national.

Une influence nationale

Si à l'origine, comme en témoignent les débats lors de sa création, le syndicat régional voit le jour pour jouer un rôle de poids dans le concert des groupements patronaux vinicoles nationaux, il faut véritablement attendre l'après-guerre pour que cette influence nationale se fasse véritablement remarquer. Elle se traduit de plusieurs manières.

La première est l'attention que le Syndicat régional cherche à attirer sur lui au niveau national. Par exemple, en 1919, alors que le Commerce est gêné par les perturbations dans les transports, le jeune député Édouard Barthe, originaire du département, souligne dans un article de *l'Éclair* que cette « situation préjudiciable aux intérêts méridionaux [prouve] l'ignorance des milieux officiels pour ce qui intéresse les questions viticoles »[1]. Ce constat, repris dans les milieux commerciaux, incite ses responsables à accroître leurs pressions auprès des pouvoirs publics. Jusqu'ici, ces pressions si elles existaient, étaient relativement peu efficaces. Ainsi, en 1910 quand le président du syndicat montpelliérain rencontre, furtivement, le ministre des Travaux publics, il ne peut que lui remettre une lettre de doléances à laquelle le ministre – ou plutôt ses services – répond onze mois plus tard. Après la guerre, la situation est totalement différente : en 1919, Jean Prats, fort de son mandat de président du Syndicat régional et de son action en faveur du Commerce pendant la guerre, est reçu, en un mois, par le député Lafferre à Béziers, par le président du Conseil Clemenceau, puis par le ministre du Ravitaillement à Paris. Inquiet que les intérêts viticoles et commerciaux soient sous-estimés, Prats met en place une « politique du contact », multipliant les rencontres avec les élus nationaux.

Ainsi, lors de la réunion publique qui réunit près de 300 participants à Béziers en septembre, il réaffirme cette nécessité de s'imposer comme un outil de proposition et d'action, de « ne pas être une fiction mais une réalité tangible, une force agissante, capable d'imposer ses vues en haut lieu. […] Ministères et administrations doivent puiser dans les milieux compétents »[2]. L'objectif est donc clairement établi : il faut dépasser le cadre régional pour s'imposer à l'échelon supérieur, au niveau national. Il faut souligner ici que cette écoute

[1] *L'Éclair*, 16/03/1919
[2] *Le Petit Méridional*, 25/09/1919.

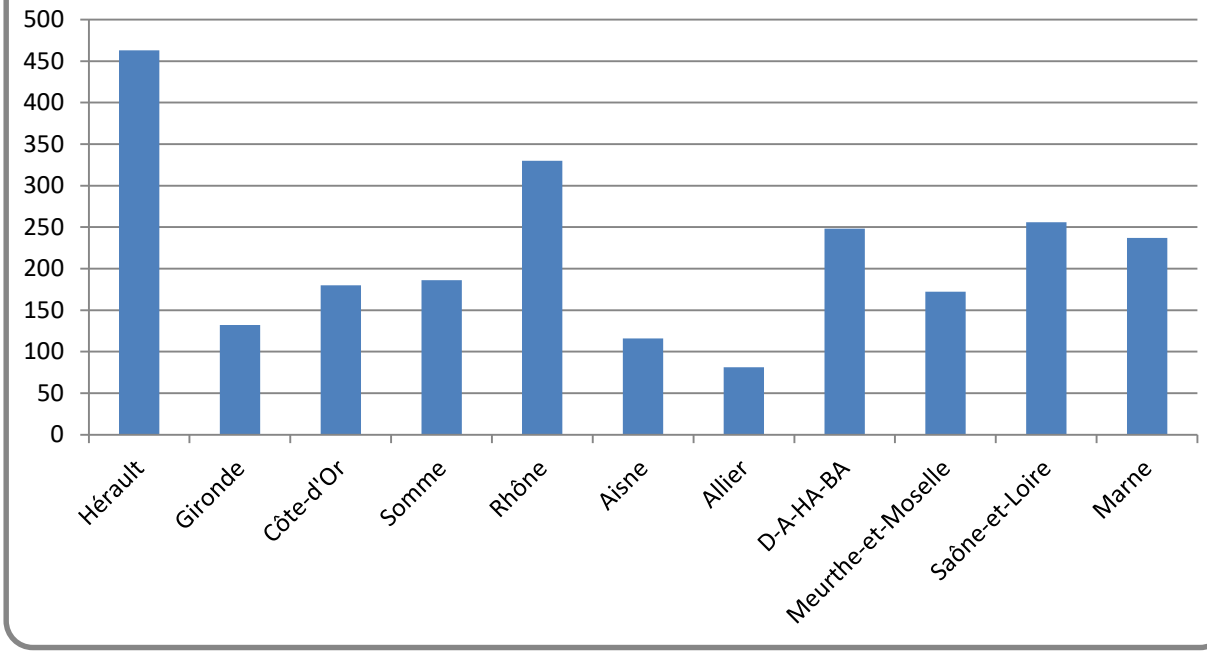
s'explique également par le poids du mouvement syndical dans le département et dans la région (tab. 58, page suivante).

Tab. 58 : Adhérents aux Syndicats des vins dans l'Hérault 1925			
Montpellier	154	Mèze	8
Clermont-l'Hérault	40	Béziers	93
Sète	13[1]	Marseillan	27
Frontignan	57	Pézenas	44
Lunel	27		
Total Hérault	**463[2]**	**Fédération méridionale**	**1250[3]**

Source : *Annuaire Général du Midi*, 1925

Comparé à certaines des autres grandes régions de production ou de consommation de la métropole, ce poids est très net (graph. 23).

Graph. 23 : Poids des syndiqués dans quelques départements métropolitains 1925



Source : *Annuaire général du Midi*, 1925[4]

[1] Nous donnons ici, pour une question de cohérence, le chiffre fourni par l'Annuaire général du Midi en 1925. Néanmoins ce chiffre est improbable et l'Annuaire de l'Hérault donne pour sa part le chiffre de 90, ce qui semble plus près de la réalité.
[2] 540 si on prend le chiffre de 90 pour Sète.
[3] Selon différents témoignages.
[4] « D-A-HA-BA » correspond au Syndicat des vins de la Drôme et de l'Ardèche qui regroupe ces deux départements ainsi que ceux des Hautes et Basses-Alpes. Le chiffre assez faible des syndiqués girondins peut, en partie,

Au tournant des années 1920 et fort de ce poids, sous l'impulsion de l'actif Jean Prats, le syndicat régional prend une nouvelle envergure en ne se contentant plus de faire pression uniquement sur les élus locaux et les représentants des pouvoirs publics dans la région ou de passage. Désormais, le syndicat régional, qui devient Fédération quelque mois plus tard, est une force de proposition au niveau national. Cela se matérialise par la poursuite des contacts en haut lieu. Gustave Malet[1], se rend directement et en personne à Paris au début de l'année 1923 pour rencontrer le directeur général de la compagnie PLM[2] et évoquer avec lui la question des transports. Quelques mois plus tard, lorsque le ministre du Commerce vient à Montpellier pour l'Exposition des vins de la ville, le président de la Fédération, suite aux démarches personnelles de Malet, a la charge de le recevoir officiellement à la Chambre de commerce[3]. Alors que jusque-là, les pressions s'exerçaient au niveau local ou par l'entremise des élus locaux, dorénavant, c'est par des contacts directs au niveau national que le mouvement syndical cherche à défendre ses intérêts. C'est là encore une démonstration de la nouvelle dimension prise par le mouvement syndical régional. C'est également une preuve de son intense activisme.

Ce poids nouveau est confirmé lors de la venue dans le département de la « Commission Barthe » qui enquête, en 1930, sur les causes de la crise viticole et les solutions à y apporter. À la différence de 1907[4] et de 1924[5], où les précédentes commissions d'enquête sur la crise viticole n'avaient reçu les doléances des syndicats que trop rapidement (1907) ou par écrit (1924), celle de 1930 fait de ces derniers des partenaires privilégiés lors de son passage dans la région. Il s'agit là d'une marque de reconnaissance mais également de crédibilité pour le mouvement syndical languedocien et plus particulièrement pour les syndicalistes héraultais comme Gustave Malet, Jean Prats ou Ernest Alby qui sont entendus avec attention. Ainsi, les syndicats locaux et le syndicat régional sont particulièrement associés aux débats[6] et une partie de leurs revendications adoptées dans le cadre du Statut viticole[7].

En effet, entre 1930 et 1935, le gouvernement français prend toute une série de mesures qui visent à encadrer le marché des vins. Impulsées par le député héraultais Édouard Barthe, elles recoupent plusieurs objectifs :

- réduire la production, notamment par l'arrachage des vignes, la régulation des nouvelles plantations, la distillation obligatoire, la taxation des hauts rendements ;
- garantir un prix minimum pour les cours, par un système de blocage des récoltes et d'échelonnement des sorties de cave ;

---

s'expliquer par des lacunes dans le recensement effectué par l'Annuaire général du Midi (à l'image du syndicat sétois)

[1] Il a pris la tête de la Fédération méridionale en 1922.

[2] *BMS*, fév. 1923.

[3] *BMS*, fév. 1923, p. 259.

[4] AN : BB 30-1698/16, Archives parlementaires, Proposition de loi tendant à réprimer les fraudes sur les vins, Débats et rapports, 1906-1907.

[5] *BMS*, sept. 1924.

[66] *AM*, 01/03/1930. C'est également le cas en amont de la visite parlementaire avec l'action du Sous-secrétaire d'État R.-V. Manaut chargé de la liaison avec la Fédération méridionale.

[7] *AM*, 01/08/1931.

- assurer la qualité des vins, notamment en définissant les normes de confection comme le degré minimum de coupage[1].

Synthétisée dans ce que l'on appelle le *Statut viticole*, elles sont bien accueillies par le mouvement syndical méridional qui y voit là l'arsenal efficace pour juguler les irrégularités des cours et l'hyper-spéculation[2]. Si les prix planchers et les prix plafonds qui entraînent blocage et libération sont des entraves aux conceptions libérales des milieux négociants, ils permettent d'assurer une lisibilité plus grande sur le marché des vins, l'un des tous premiers vœux des syndicalistes patronaux. Ainsi, dès 1930, l'instauration de ce statut est perçue par les négociants comme une reconnaissance de leurs revendications.

Cette reconnaissance se double de la domination dans la commission consultative interministérielle de la viticulture créée en 1921 des négociants méridionaux. Alors que le Commerce y est représenté par dix membres, on dénombre au tournant des années 1930, trois négociants méridionaux : Nougarède-Bermond de Nîmes, Génie de Carcassonne et Prats de Sète en 1928[3] puis Pradal de Lézignan-Corbières, Génie et Prats en 1932[4]. C'est la délégation régionale la plus représentée dans un organe qui préside à la destinée de la filière viti-vinicole française, prouvant ainsi son poids incontestable à l'échelle nationale. C'est là une reconnaissance particulièrement remarquable quand on sait qu'au début des années 1920, le négoce méridional se plaint de ne pas y être représenté[5].

Enfin, l'influence grandissante de la Fédération se fait ressentir dans les instances nationales du Commerce. Jusqu'aux années 1920, l'influence méridionale est indirecte. Ainsi, en 1910, le Syndicat se félicite de l'élection du Lyonnais Achille Lignon à la tête du Syndicat national. Ce dernier, proche du Syndicat régional auquel il participe lors de certains Congrès, était le candidat soutenu par le Syndicat régional. Son élection marque, partiellement, la reconnaissance du Syndicat régional et un tournant dans les relations avec le Syndicat national, « enfin des mieux disposé à écouter nos revendications »[6]. Si, après la guerre, les Méridionaux sont de plus en plus appelés pour présenter des rapports au Syndicat national (notamment les rapports sur l'état annuel du marché des VCC), une nouvelle étape est franchie avec la nomination à la tête du Syndicat national de Jean Prats en 1928[7]. Jusqu'en 1931, il défend activement, dans un climat de tension extrême dans les milieux commerciaux, les intérêts méridionaux dont il se fait le champion. Surtout, il accroit à la fois sa propre notoriété mais également celle de la Fédération dont il a été un des fers de lance.

---

[1] Pour de plus amples précisions sur ce sujet, voir BAGNOL J.-M., *Le Midi viticole au Parlement. Édouard Barthe et les députés du vin de l'Hérault (années 1920-1930)*, Montpellier, Presses Universitaires de la Méditerranée, 2011.
[2] « L'aménagement du marché des vins par l'arbitrage », *AM*, janv. 1935.
[3] *AM*, 01/03/1928.
[4] *JORF*, Commission consultative interministérielle de la viticulture, Nominations, 20/06/1932. Voir en annexes, p. 1118 pour la liste de ses membres.
[5] *AM*, 01/04/1925.
[6] *BMS*, juin-juil. 1910, p. 188.
[7] « Manifestation syndicale en l'honneur de J. Prats », *AM*, 01/07/1931.

Cette nomination est importante car elle intervient après de nombreuses années de « divergences de vue » comme le souligne, par ailleurs, le représentant du Syndicat national, le VP Soualle, lors de sa venue au Congrès de la Fédération en 1927[1]. D'ailleurs, les tensions sont nombreuses entre un Syndicat centralisateur et une Fédération qui veut peser de tout son poids dans les décisions nationales, notamment sur les questions d'importations, de cotations ou de la qualité des vins. Après avoir privilégié son indépendance et son rôle de contrepoids dans les instances nationales, la Fédération par l'intermédiaire de Prats prend une nouvelle dimension syndicale, incarnée par les avancées du Statut viticole.

L'entre-deux-guerres marque véritablement pour le mouvement syndical méridional une période de réussites et de succès. Reconnu à l'échelon national, puissant à l'échelon régional, il véhicule, grâce à des outils de propagande efficace et des personnalités emblématiques, un discours actif et ambitieux. Grâce à une nouvelle organisation structurelle et des objectifs réaffirmés et réaménagés, les valeurs libérales et l'ambition qualitative atteignent par le biais de l'*Action Méridionale* ou des Congrès, de nouveaux interlocuteurs. Cela assure au mouvement syndical un poids nouveau dans les organes représentatifs de la filière ou dans le groupement national et lui permet d'entrevoir les possibilités de nouveaux champs d'action, comme l'encadrement du marché.

Cela explique en partie son rôle prépondérant lors de la Seconde Guerre mondiale.

Vichy et les syndicats des vins : un rôle actif dans la Révolution nationale

Les syndicats ont une double dimension durant la guerre. S'ils servent de relais aux instances nationales dans le département, ils veillent également à s'ériger en force de proposition et de critiques, forts d'une légitimité que leur confère la place d'intermédiaire privilégié conquise durant l'entre-deux-guerres.

Les lois de 1941, dans une logique corporative portée par la Révolution nationale[2], organisent le ravitaillement en officialisant tout d'abord la position de force des syndicats de négoce. En effet, la nouvelle armature législative reconnaît leur importance en leur donnant une place de choix dans les commissions nouvellement créées[3]. Dans l'Hérault, trois commissions mixtes sont formées « aux sièges des syndicats pour les département ayant récolté plus de 5 M d'hl »[4], alors qu'une commission de répartition pour le département est également créée[5].

Composée de trois membres issus de la Propriété, deux du Commerce et un du Courtage, la commission mixte a pour but de centraliser tous les renseignements relatifs au marché afin d'assurer l'application de la loi et donc, souhait récurrent des négociants, la stabilité et la lisibilité du marché. Fort logiquement, des syndicalistes de premier plan sont désignés pour le

[1] *AM*, 18/05/1927.
[2] Voir à ce sujet BOUSSARD I., *Vichy et la corporation paysanne*, Paris, Presses de la FNSP, 1980.
[3] Loi du 24/05/1941, article 14.
[4] Loi du 13/09/1941, art. X. Voir la composition de ces commissions en annexes, p. 1126-1127.
[5] Loi du 13/09/1941, art. IV. Son but est de répartir les bons à l'intérieur du département.

commerce des vins héraultais : Malet, Castel, Alby, Baysse, Sprecher, Pétrier pour ne citer que les plus connus. En mai 1942, devant les difficultés à réunir de manière régulière l'ensemble des membres des commissions[1], le préfet régional décide d'établir des commissions restreintes où seuls deux membres siègent : un pour le Commerce, un pour la Propriété[2], modifiant ainsi le rapport de force et le rééquilibrant en faveur du Commerce. C'est là une reconnaissance certaine de l'importance des syndicats de commerce grâce à une activité régulatrice que promeuvent depuis plusieurs années les responsables patronaux. C'est d'autant plus gratifiant que c'est en s'appuyant sur les syndicats que la loi est bâtie. D'ailleurs, dès novembre 1941, le Syndicat de Béziers, devant les difficultés faites au Commerce pour s'approvisionner auprès des propriétaires et devant les irrégularités constatées[3], demande aux pouvoirs publics le respect de la stricte application de la loi[4].

Cette loi ne fait qu'officialiser le rôle des représentants des négociants pour un État qui cherche à s'assurer le soutien des syndicats. Ces derniers sont pour lui des intermédiaires garantissant collectivement, par « leur sens social et leur conscience active de leurs responsabilités », la stabilité et la sécurité[5], ici dans le cadre du ravitaillement. Déjà dès 1940, les syndicats avaient été largement consultés au sujet de l'établissement des marges bénéficiaires[6] et de la taxation des prix[7], confirmant alors leur positionnement en tant que corps intermédiaire reconnu. En outre, lors de l'enquête préliminaire sur les stocks disponibles prévue par la loi de 1941, un exemplaire doit être envoyé aux syndicats, preuve là encore de leur légitimité et de leur rôle d'intercesseur. Enfin, les syndicats sont chargés de gérer les bons d'achats exceptionnels alloués aux négociants pour le ravitaillement dans le département[8].

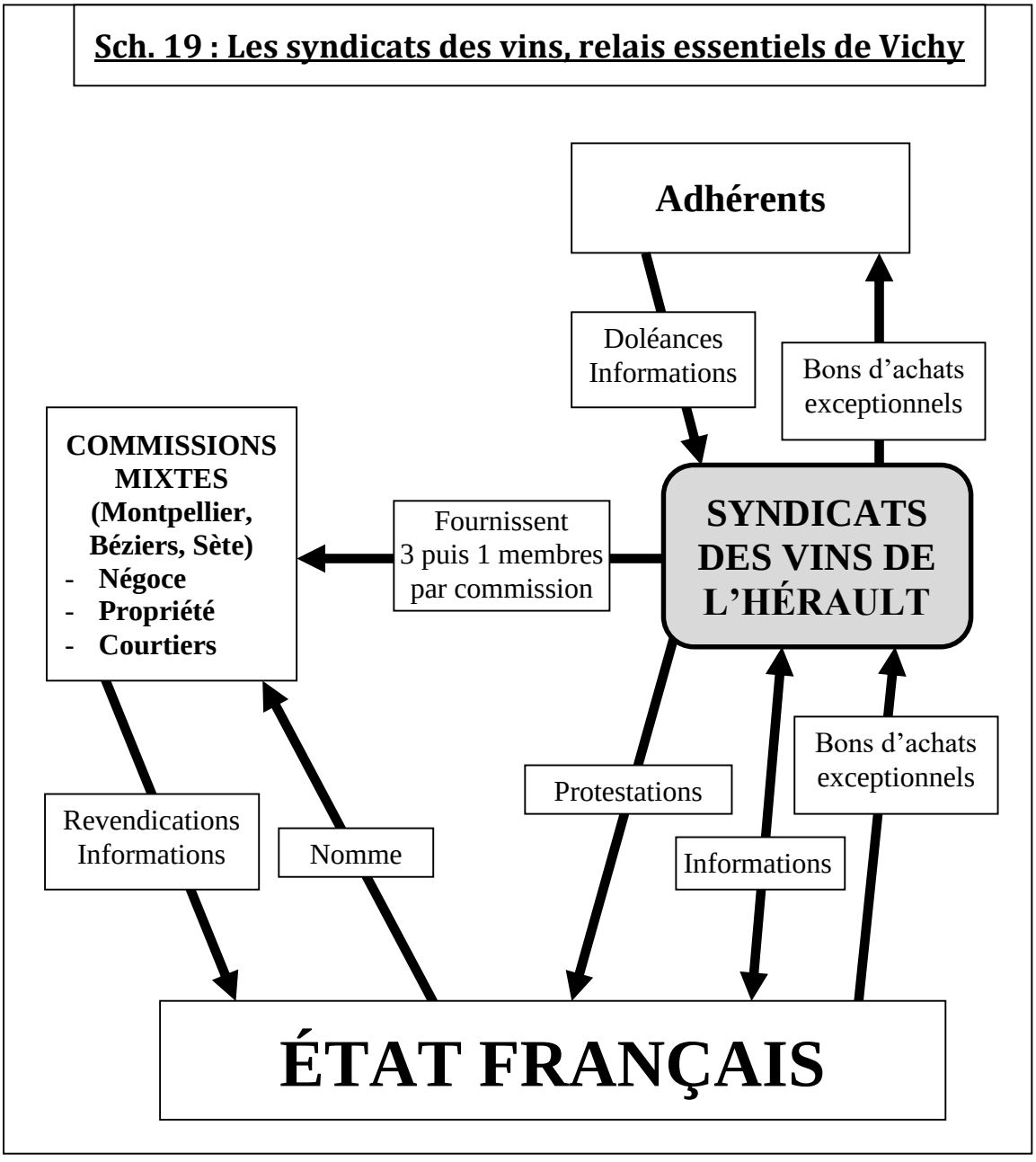
Cette reconnaissance offre aux syndicats l'opportunité de faire entendre leurs doléances. Dès août 1940, lors de la réunion tenue à Montpellier par Édouard Barthe, les négociants font part de leurs revendications, notamment en ce qui concerne les transports. François Pétrier réclame ainsi « un minimum de deux trains par jour » pour assurer les expéditions et les retours des fûts ou des wagons-réservoirs. Gustave Malet, pour sa part, réclame que figure « en tête des vœux […] la reprise de meilleures relations ferroviaires entre la zone occupée et la zone libre ». En 1940, la question est encore celle de l'écoulement d'une récolte assez importante et c'est cela qui occupe, avant tout, l'esprit des négociants comme le souligne Malet : « Nous avons des ordres plein le portefeuille mais nous sommes gênés parce que le trafic ferroviaire n'est pas assuré de façon continue. »[9] À partir de l'année suivante, les revendications des syndicats se font entendre dans le cadre des commissions mixtes. Ils se servent des commissions comme de tribunes pour diffuser, à une plus large échelle que leurs réunions syndi-

[1] Il nous est difficile de savoir si les raisons de ces difficultés sont d'ordre pratique ou politique. Est-ce pour certains des négociants une manière de montrer leur désapprobation vis-à-vis du régime et de la collaboration économique ?
[2] Arrêté préfectoral régional du 30/05/1942, article IX.
[3] Notamment les demandes de prix au-delà de la taxe.
[4] ADH : 82 W 26, *op. cit.*, Lettre de F. Pétrier au préfet, 21/11/1941.
[5] COINTET M., N*ouvelle histoire de Vichy*, Paris, Fayard, 2011, p. 331.
[6] Voir les correspondances entre les syndicats et les services de l'État, not. ADH : 2 W 1155, *op. cit.*
[7] Bastide d'Izard propose une taxation à la propriété en juillet 1941 (ADH : 2 W 1155, *op. cit.*).
[8] ADH : 82 W 26, *op. cit.*, Lettres de Lamailloux au préfet, juin 1941.
[9] ADH : 2 W 1164, *op. cit.*, CR Réunion des associations viticoles 10/08/1940, p. 26 et sq.

cales, leurs messages revendicatifs. Les négociants y sont soucieux des intermédiaires qui évitent le négoce local, comme dans le cas des expéditions directes en petite quantité depuis la propriété qu'ils cherchent à limiter car elles freinent la barricaille. Ils veillent également à ce que l'approvisionnement en provenance de la Production soit régulier et ne soit pas ralenti par l'inertie des producteurs, peu enclins à vendre à la taxe. Ils défendent enfin les intérêts des négociants lorsque des conflits surgissent avec la Propriété, notamment dans le cas de refus de vente. Ainsi, en 1942, Malet demande que, « pour éviter toute friction entre production et commerce, […] le premier négociant remplissant toutes les conditions requises par la dernière circulaire, ait la priorité »[1].

On le voit, les syndicats sont alors un relais primordial de l'État français (sch. 18).

Sch. 19 : Les syndicats des vins, relais essentiels de Vichy



[1] ADH : 2 W 3230, *op. cit.*, PV 12 juin 1942. Il demande cela afin d'éviter les pratiques de favoritisme qui ont cours à cette époque et qui, dans certains cas, aboutissent à un renchérissement – illégal – des prix.

Les syndicats savent enfin se montrer entreprenants pour limiter les effets négatifs de la législation sur le marché des vins et notamment les réquisitions. Les désapprobations à l'encontre des réquisitions sont nombreuses dans la correspondance entre les syndicats, les négociants et la préfecture[1]. À Mèze, le Syndicat des vins écrit au préfet pour se plaindre des conditions dans lesquelles se déroulent les réquisitions. Ainsi, en novembre 1942, la cave coopérative mézoise reçoit l'ordre d'expédier 14.000 hl, réquisitionnés par les services du Ravitaillement, soit la totalité des vins disponibles dans ses caves à cette date. Le syndicat intervient alors pour limiter cet ordre de réquisition et le réduire de moitié[2]. Ici, le syndicat cherche à ménager les « petits producteurs » de la cité mais également les intérêts du Commerce local qui s'approvisionne largement à la cave coopérative et qui est d'ailleurs lésé par les réquisitions qui ont la priorité.

Les négociants se plaignent également régulièrement des marges bénéficiaires, trop limités à leur sens. Ainsi, en février 1942, le Syndicat de Sète demande une revalorisation des marges arguant qu'avec la mise en application future de la « Charte du travail », des marges trop faibles empêcheront de recruter et feront planer, sur le Commerce sétois, « le spectre du chômage »[3].

En outre, en juillet 1941, à l'instigation des syndicats de commerce du département, un accord est signé avec les syndicats de détaillants, d'épiciers et la chambre départementale de l'Industrie Hôtelière de l'Hérault[4]. Par cet accord, les débitants, épiciers et hôteliers s'interdisent d'acheter directement à la propriété les vins dont ils ont besoin tandis que les syndicats en vins s'engagent à faire des débitants, épiciers et hôteliers la priorité de leurs livraisons dans le département (au détriment de la clientèle bourgeoise). C'est là une victoire pour les négociants au même titre que la décision ministérielle de 1942 qui interdit les achats directs à la propriété par des négociants extra-méridionaux, ce que réclament pourtant les syndicats de l'Extérieur.

Néanmoins, les tensions avec les représentants de l'État sont parfois palpables comme en 1942, quand le préfet se montre mécontent d'une initiative prise par François Pétrier. Ce dernier, voulant obtenir de nouveaux bons d'expéditions, demande à ce que les recettes-buralistes publient les quantités encore disponibles dans l'arrondissement de Béziers. Le préfet s'oppose à la délivrance de ces bons, mettant ici un frein à l'action volontaire, mais indépendante, du président du syndicat biterrois[5].

Incontestablement, pendant la guerre, l'action des syndicats est primordiale pour assurer une certaine continuité sur le marché des vins. Par ailleurs, leur rôle d'intermédiaire auprès d'un État qui se montre interventionniste sur le marché des vins est renforcé et légitimé pen-

[1] ADH : 82 W 26, *op. cit.* Le négociant E. Boyer, par exemple, se plaint des prix très bas pratiqués dans le cadre des réquisitions : 100 F au lieu de 250 F à Pouzolles (lettre du 14 février 1942).
[2] ADH : 2 W 3230, *op. cit.*, Lettre au préfet de l'Hérault, 27/11/1942.
[3] ADH : 2 W 1164, *op. cit.*,, Lettre au préfet 17/02/1942.
[4] ADH : 363 W 133, Fonds de la préfecture, Sous-préfecture de Béziers, Seconde Guerre mondiale, PV de la réunion, 01/07/1941.
[5] ADH : 2 W 3230, *op. cit.*, Minute préfet, 30/06/1942.

dant la période. Cette légitimité est le résultat d'une crédibilité acquise pendant l'entre-deux-guerres.

En effet, durant cette période des années 1920-1930, grâce à un discours offensif novateur, des outils de propagande nouveaux et une redéfinition des démarches corporatistes, le mouvement syndical obtient de la part des pouvoirs publics une reconnaissance et une écoute recherchée depuis le début du siècle.

Ainsi, grâce à l'action efficace de syndicalistes héraultais de premier plan (Jean Prats ou Gustave Malet) qui multiplient les contacts directs avec les pouvoirs publics, le mouvement syndical gagne en rayon d'action et en légitimité. Ce rayonnement est symbolisé par la place éminente qui est réservée aux négociants héraultais lors de la venue de la Commission Barthe en 1930 dans le département puis par son influence auprès des pouvoirs publics lors du conflit mondial.

Mais cet âge d'or ne survit pas à la Libération et aux profondes mutations qui frappent l'économie nationale en général et viti-vinicole en particulier dans la période suivante.

CHAPITRE 3 : L'INDISCUTABLE AFFAIBLISSEMENT (1945-1970)

Au même titre que le déclin enregistré dans la profession elle-même, le mouvement syndical connaît, après 1945, un net affaiblissement. Les deux phénomènes sont indubitablement liés. Le net recul des effectifs des maisons de commerce, dans la région méridionale en général et dans le département héraultais en particulier, limite le poids symbolique et effectif des syndicats locaux. Dépourvus d'une base humaine suffisamment solide, stable et impliquée, les syndicats héraultais et la Fédération méridionale perdent, dans la continuité d'un mouvement qui s'était enclenché dès les années 1930, ce qui faisait leur principale force, leur représentativité.

Le mouvement syndical doit, en outre, faire face à trois dynamiques qui lui sont contraires et qui limitent largement son rayon d'action. Tout d'abord, le mouvement patronal souffre de son implication forte auprès des instances nationales et de l'occupant pendant la Seconde Guerre mondiale. Cette perte de légitimité et ce déficit d'image s'accompagne d'une volonté étatique de réduire les intermédiaires dans la profession mais également dans le dialogue syndical. Cela renforce le poids des instances nationales face auxquelles les délégations régionales n'ont plus aucun pouvoir. Dans le même temps, le groupement régional se retrouve noyé dans un Syndicat national protéiforme où n'émergent que les syndicats les plus puissants : vins fins, Champagne, négoce distributeur.

Il est donc nécessaire pour les syndicats locaux et la Fédération méridionale de s'adapter afin de continuer à défendre, tant bien que mal, les intérêts d'une profession en péril.

La difficile fin des années 1940

Contrairement à la période qui suit le premier conflit mondial, la seconde moitié des années 1940 est une période particulièrement difficile pour le négoce héraultais. Ces difficultés, que n'arrivent pas à masquer les quelques rares succès obtenus par les représentants syndicaux, touchent à la fois à la pratique du commerce mais également à l'image d'une profession marquée par les années noires.

Un mouvement patronal compromis

Nous avons évoqué plus haut comment la Seconde Guerre mondiale avait dégradé l'image des négociants, principalement en raison des ambiguïtés de leur implication dans l'approvisionnement en vins héraultais pendant le conflit. Néanmoins, la recherche de profits, le marché noir, la préférence pour certains marchés plutôt que d'autres n'expliquent pas, à eux seuls, la détérioration réputationnelle du négoce héraultais. En effet, pendant la Première Guerre mondiale déjà, ces dérives avaient été stigmatisées, sans que le mouvement syndical

n'ait à en subir de trop lourdes conséquences. En réalité, ici, c'est essentiellement la compromission auprès de l'administration vichyste et de l'Occupant qui pèse sur l'honorabilité de certains des principaux syndicalistes.

L'implication du négoce auprès de l'administration de l'État français et les bénéfices réalisés auprès de l'ennemi dégradent véritablement la réputation du négoce, d'autant plus que certaines personnalités de premier plan sont impliquées. En effet, les « chefs de file »[1] dans le département (et au-delà, dans la région), chargés de relayer les demandes allemandes auprès de l'ensemble des négociants locaux et d'assurer les expéditions, étaient d'importants dirigeants syndicalistes. S'ils ne sont pas les seuls à s'être engagés dans cette collaboration économique viticole[2], leur implication les sanctionne à titre individuel, mais également collectif.

Ainsi, en mars 1945, la Commission nationale de reconstitution des organisations syndicales d'employeurs reçoit une plainte contre certains dirigeants du Syndicat national des vins. L'une d'entre elle vise un négociant biterrois dont une enquête de police menée en avril démontre la culpabilité. Ce représentant syndical de premier ordre, loué pour « sa compétence, son activité, son intelligence » est forcé par le Comité local de Libération de donner sa démission en août 1944 de l'ensemble de ses mandats syndicaux et administratifs. On lui reproche, en tant que délégué départemental du Comité central de répartition des boissons (CCRB), d'avoir obtenu des marchés importants pour le compte de Boemers, le négociant allemand chargé de l'exportation vers le Reich. Comme il n'a pas les moyens d'assurer l'expédition des 200.000 hl pour lesquels il s'est engagé en 1942, il fait pression auprès d'autres négociants par le biais des Allemands et de l'Intendance pour réquisitionner wagons-réservoirs et marchandises. Le rapport de police se conclut de la manière suivante : « Il est incontestable que les transactions ainsi effectuées avec les Allemands ont procuré de gros bénéfices à M. X. »[3] C'est ce que confirme le rapport de la BDF de Béziers en 1943 estimant qu'avant la guerre, « il était très éprouvé », mais qu'il a depuis « réussi à rétablir complètement sa situation [après avoir] traité avec les autorités d'occupation »[4]. Son attitude est d'ailleurs, sans équivoque : en 1941, il porte plainte devant la commission mixte de Béziers contre les caves coopératives qui refusent de livrer les vins destinés à l'exportation vers l'Allemagne[5]. Plus que son rôle de grand ordonnateur de l'approvisionnement en vins dans le département[6], on lui reproche surtout d'avoir profité de cette situation pour se livrer à des transactions à titre personnel avec les Allemands, réalisant au passage de substantiels bénéfices[7]. Ainsi, sur les 920.000 hl dont il a permis l'écoulement entre 1940 et 1944, près de

[1] Cf. *supra*, sch. 12, p. 302.
[2] D'autres syndicalistes dans d'autres régions (Bordelais, Paris) ainsi que le président du Syndicat national sont condamnés après-guerre.
[3] ADH : 670 W 14, Fonds de la préfecture, Syndicats (1944-1958), Enquête sur les syndicats professionnels, Lettre RG, 20/04/1945.
[4] ABDF : Béziers, 1943.
[5] ADH : 2 W 1202, Fonds de la préfecture, Réunion des commissions mixtes et de répartition (1941-1942, CR commission mixte de Béziers, 13/09/1941.
[6] Les différents rapports dans la seconde moitié des années 1940 et au début des années 1950 estiment que cette activité de « chef de file » a été effectuée sous la contrainte.
[7] AN : BB/18/3848, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vin sous l'Occupation, Dossiers individuels (réf : 59.A.48.F.41)

97.000 ont été livrés à son nom, « soit une part nettement plus importante qu'aucun autre sous-traitant »[1]. On lui reproche ainsi une « attitude significative » et, par ailleurs, des « relations trop cordiales avec Boemers »[2].

Devant cet amoncellement de preuves contre lui, le CLL le condamne à une amende de « plusieurs millions de F » tandis que la Chambre civique de Béziers proclame en avril 1945, pour sa part, sa dégradation civique à vie et une confiscation de la moitié de ses biens[3]. *Midi Libre*, le 11 avril 1945, indique que ce négociant est également condamné pour avoir signalé aux Allemands des stocks détenus à Sète. Hasard de la typographie ou preuve du malaise que suscite dans la filière une telle condamnation, une lettre du nom de famille de ce négociant est modifiée dans le compte rendu qu'en fait le journal (fig. 47).

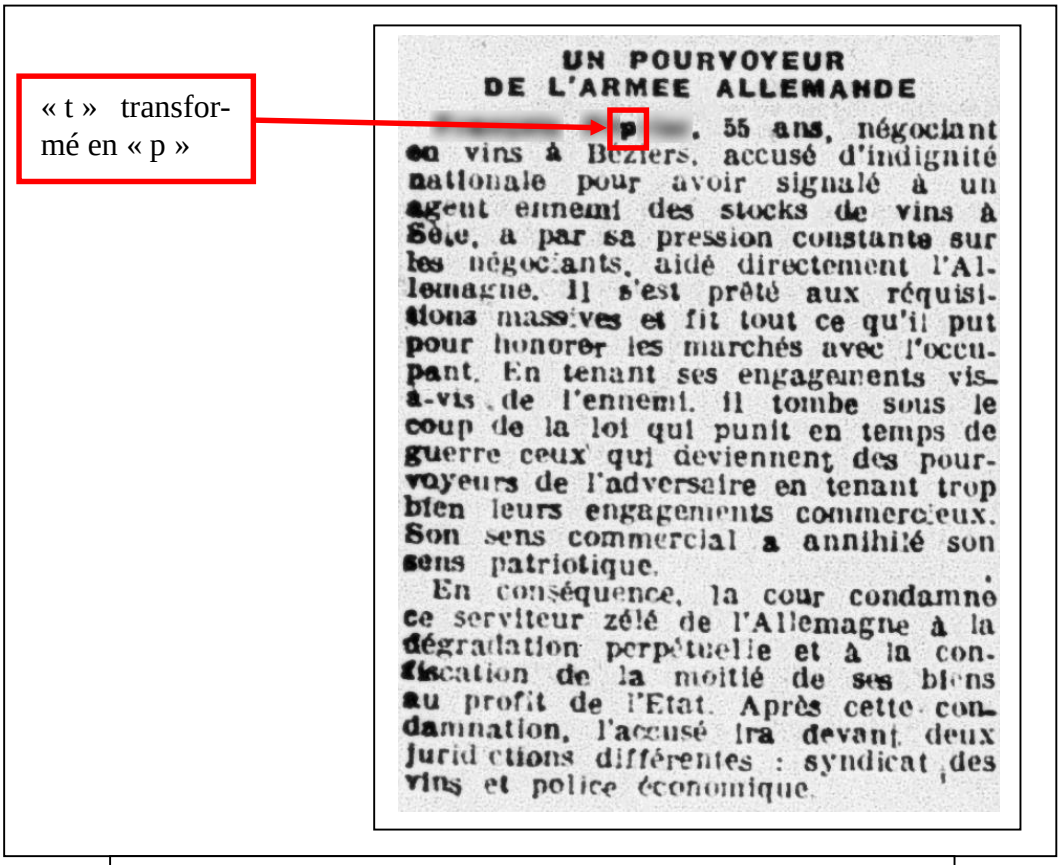


Fig. 47 : Compte rendu du *Midi Libre* et sa faute de frappe
ML, 11/04/1945

Sa condamnation est d'autant plus préoccupante pour les autres responsables patronaux qu'il y a un risque de sanction pour l'ensemble des syndicats auxquels il a participé[4], c'est-à-dire le Syndicat national, la Fédération méridionale et le Syndicat des vins de Béziers.

[1] AN : BB/18/3847 : Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vin sous l'Occupation, Note pour le Garde des sceaux, 29/07/1950.
[2] *Idem*.
[3] ADH : 670 W 14, *op. cit.*, lettre RG, 20/04/1945.
[4] *Ibid*., Lettre CNROSE, 10/05/1945.

Finalement, en mai 1952, une note du cabinet du ministère de la Justice nous apprend que le montant total des confiscations dont a été frappé ce négociant s'élève à 14 M de F[1].

Cet exemple n'est pas un cas isolé. À Béziers, un de syndicalistes les plus en vue de la ville est lui aussi condamné pour avoir facilité et assuré une grande partie de l'écoulement des vins algériens transitant par le département[2]. Sur les 200.000 hl dont il aurait permis l'écoulement, près de 40.000 hl seraient pour son compte personnel, ce qui lui vaudra une condamnation et une amende après la Libération. Toujours à Béziers, un membre influent de la Chambre de commerce, syndicaliste marseillanais par ailleurs, est évincé en 1945 des nouvelles listes électives en raison de « son activité privée au cours des dernières années [qui] semble devoir justifier l'application de l'art. 3 de l'ordonnance du 8 juillet 1944 »[3], c'est-à-dire la révocation de leurs fonctions des membres ayant « directement favorisé l'ennemi ou l'usurpateur »[4]. À Mèze, une famille de négociants, dont le chef de famille est un membre éminent du syndicat local, est condamnée par le CLL de Béziers à plus de 170 M de F d'amende pour avoir directement traité avec les Allemands. Au moment de la Libération, les chais d'une des maisons de commerce de cette famille sont dégradés par les résistants locaux (cambriolages, sabotages de foudres)[5].

Enfin, le Commissaire de la République dans la région établit, en septembre 1944, la liste des négociants ayant passé des contrats avec les Allemands. De grandes maisons héraultaises sont présentes dans cette liste, certaines ayant une renommée nationale et on y apprend que ces derniers vendaient leurs vins à la taxe mais avec une majoration de 25 F par hl, soit un bénéfice de 65 F par hl qui est jugé excessif par le rapport. Ce dernier souligne que ces négociants ont bénéficié d'avantages car ils pouvaient acheter hors-tranche, avec des bons prioritaires, profitant de « l'autorité de la puissance ennemie pour conserver ces bénéfices ». Le rapport conclut alors à une opération commerciale « pour le moins immorale »[6]. Ce point de vue est partagé, au début des années 1950, par le « rapport Filloux » qui retrace les mécanismes et les responsabilités dans les livraisons de vins à l'ennemi pendant la guerre. Si la contrainte est évoquée pour l'activité en tant que « chef de file », le rapport indique que certains des négociants en ont profité pour réaliser de gros bénéfices[7]. Cette dimension immorale est surtout renforcée par le fait que l'ensemble des négociants en question dans les deux rapports bénéficiaient de positions de force en raison de leurs mandats syndicaux. D'ailleurs, le dernier rapport sur la question, en 1952, met en exergue leur part personnelle dans les quantités livrées aux Allemands : toujours au-dessus à 10 %, ce qui est supérieur aux autres sous-

[1] AN : BB/18/3848, *op. cit.*, Dossiers individuels (réf : 59.A.48.F.41), Note pour Monsieur le chef de Cabinet, 15 mai 1952.
[2] AN : BB/18/3848, *op. cit.*, Dossiers individuels (réf : 59.A.48.F.100)
[3] ADH : 14 ETP 117, op. cit, Listes des membres des chambres de commerce, 1945.
[4] Ordonnance du 8 juillet 1944.
[5] ABDF : Sète, 1945.
[6] ADH : 2 W 1635, Fonds de la préfecture, Fournitures pour l'Allemagne (1940-1946), Lettre du Commissaire de la République, 06/09/1944.
[7] AN : BB/18/3843 : Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vin sous l'Occupation, « Rapport Filloux », mai 1951, p. 72.

traitants[1]. C'est d'autant plus condamnable qu'un autre rapport indique que ces marchés ont été passés « volontairement, à l'insu des services administratifs français »[2]. Finalement, ces négociants bénéficient des lois d'amnistie de 1950 et 1951, réduisant ainsi leurs amendes et condamnation[3]. Ainsi, même si cette collaboration ne semble prendre aucune couleur politique et idéologique[4], elle entame le crédit du mouvement syndical après-guerre.

Pourtant, en dépit de cette respectabilité détériorée qui éclabousse l'ensemble de la profession, les responsables du négoce héraultais cherchent à se repositionner immédiatement après la guerre, au cœur de la filière, comme il l'avait fait en 1918-20.

Les mirages de quelques trop rares succès

Ainsi, dès la fin des hostilités, les syndicalistes locaux qui n'ont pas été inquiétés par les enquêtes ayant suivi la Libération (comme Gustave Malet, l'homme fort du syndicalisme régional) cherchent à inscrire leur action dans la continuité des démarches entreprises durant l'entre-deux-guerres.

De fait, dès 1946, le mouvement syndical insiste sur la nécessité d'un retour rapide à la liberté totale des marchés. Alors qu'à l'été 1946, le gouvernement envisage un double secteur (une partie libre et une partie taxée), le Syndicat de Montpellier fait part de sa position au ministre du Ravitaillement[5]. Toujours soucieux d'assurer une grande lisibilité aux cours, le syndicat fait part de ses craintes quant aux déséquilibres que pourraient entraîner une telle décision, dans la mesure où les 25 % libres recevraient de nombreuses offres qui, inévitablement, feraient grimper les cours. Les conséquences seraient néfastes pour le marché : refus de vendre les 75 % restant pour continuer à faire monter les cours ; différentiel qualitatif entre les deux types de vins ; risque de marché noir. Le risque ainsi d'être « placé dans la cruelle alternative : ou bien de ne pas pouvoir faire honorer les bons qu'il possède et être accusé de ne pas remplir sa mission, ou bien, pour l'accomplir, d'être amené à consentir des opérations irrégulières »[6]. Ainsi, en se plaçant dans une situation de soumission et d'irresponsabilité, le négoce fait reposer l'entière responsabilité des irrégularités sur le marché des vins sur le législateur et le producteur. En définitive, le négoce refuse surtout cette situation d'entre-deux, propice à de nombreuses dérives et réclame soit la stricte régulation du marché, soit la liberté totale. Son vœu n'est pas entendu puisque le double secteur est promulgué en septembre[7].

[1] AN : BB/18/3848, Correspondance générale de la division criminelle, Trafic de vin sous l'Occupation, Rapport du Procureur général de Montpellier, 25/04/1952.
[2] AN : BB/18/3848, *op. cit.*, Dossiers individuels (réf : 59.1.48.F.41), Note pour Monsieur le chef de Cabinet, 15/05/ 1952.
[3] M. X., le négociant biterrois condamné à la dégradation civique voit ainsi sa peine réduite à 5 ans d'indignité nationale en 1950 puis à l'amnistie totale en 1951.
[4] Le 11 avril 1945, le *Midi Libre* souligne que ce négociant a collaboré par convoitise : « Son sens commercial a annihilé son sens patriotique ». Cela semble être le cas de l'ensemble des syndicalistes condamnés
[5] ADH : 4 ETP 257, Fonds CCM, Syndicat du commerce en gros des vins et spiritueux de Montpellier, Lettre du 11/08/1946.
[6] *Idem*.
[7] Arrêté du 10/09/1946.

Le négoce s'évertue également à résoudre les difficultés que connaissent les transports. Mais cela se fait toujours en 1945-46 sous le contrôle de l'État qui, par le biais d'un organisme central de régulation des transports, assure l'échelonnement des expéditions. Néanmoins, les représentants des négociants réclament, sans effet, l'institution d'un organisme de coordination des transports où ils seraient représentés en même temps que les loueurs[1]. Dans ce domaine, les syndicats orientent leurs propositions dans trois directions : la constitution d'un parc méridional qui permettrait de ne plus dépendre des loueurs extérieurs et de répartir équitablement l'enlèvement de la récolte ; la constitution d'un groupement professionnel afin de concurrencer les loueurs professionnels qui tirent profit de la situation et « font la loi » aux négociants ; la modification des tarifs[2]. En définitive, seul le dernier vœu est adopté avec la loi de 1948 qui réforme les tarifs des transports et permet la constitution de trains complets. D'ailleurs, cette loi permet l'établissement d'un parc méridional mais privé, grâce à la multiplication des sociétés assurant les groupements comme la « Société Tirat ». Cet effort de modernisation des transports se double d'une action en faveur de la modernisation des unités de production, qui ont particulièrement souffert pendant la guerre. Ainsi, un rapport de Jules Génie, le président de la CCC sur « la situation de la viticulture et du commerce des VCC » en mars 1948 appelle à une « remise en état intégrée dans la Reconstruction » du vignoble méridional, notamment avec la motorisation[3]. Cet appel est largement appuyé et relayé par les instances représentatives du Commerce dans le département[4]. Cet effort de modernisation est d'autant plus important qu'une loi de février 1948 fixe de nouveau taux, plus restrictifs, pour encadrer les hausses illicites et rendent les négociants encore plus dépendants de conditions de production, et donc, d'achats à la propriété.

Enfin, en juin 1946, un projet gouvernemental d'office du vin attire l'attention – et l'ire – des syndicats locaux. En effet, la presse apprend que le gouvernement prévoit de remplacer les services techniques du ministère du Ravitaillement par des offices d'État dont l'objectif serait de centraliser l'offre et la demande, à la manière d'un grand centre régulateur. Les négociants s'élèvent contre ce projet qui va à l'encontre de leurs intérêts mais également, disent-ils, à l'encontre de la diversité des vins offerts, sans jamais répondre aux attentes de la clientèle[5]. L'ensemble des représentants du Commerce – sous l'égide des syndicats, des chambres de commerce et de la Xe Région – relaient alors le mouvement de mécontentement par le biais de lettres au préfet et au ministre de l'Agriculture, regrettant de ne pas avoir été consultés[6]. Le ministre répond début août 1946 qu'il n'a jamais été dans ses projets d'établir un office du vin et qu'il a l'intention de « consulter largement les organismes professionnels

[1] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, Examen du rapport sur la commercialisation des vins de la campagne 1944-45.
[2] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, Correspondances diverses.
[3] ADH : 4 ETP 258, Fonds CCM, Organisation des marchés : rapport, correspondance, (1947-1959), Rapport Génie, mars 1948.
[4] *Ibid*., Vœu de la CCM de Montpellier, s.d. (1948).
[5] ADH : 4 ETP 254, Fonds CCM, Organisation des marchés, Correspondance (1946-1968), Lettre du Syndicat national, 05/06/1946.
[6] *Ibid*., Correspondance diverse, juin 1946..

intéressés avant de proposer au gouvernement un projet quelconque d'organisation des marchés »[1].

C'est là l'une des premières grandes victoires du mouvement syndical dans l'immédiat après-guerre. C'est aussi une des dernières, le mouvement patronal ne pesant plus suffisamment dans les instances nationales et auprès des ministres pour faire véritablement entendre sa voix et ses revendications régionales. En effet, en grande partie en raison de son attitude et de son investissement sur le marché des vins pendant la Seconde Guerre mondiale, le négoce perd cette légitimité et l'écoute des pouvoirs publics.

Il n'a plus alors qu'une représentativité limitée.

La question de la représentativité

Alors que le marché des vins héraultais et le tissu socio-économique languedocien en général connaissent d'intenses bouleversements, le mouvement syndical fait l'expérience, lui aussi, d'une profonde mutation quantitative et qualitative. Son poids et son rôle sont ainsi largement réduits dans le paysage viti-vinicole méridional et national

L'effondrement syndical

Le premier symptôme de cette perte de représentativité est la forte chute des effectifs syndicaux. Il est difficile de trouver des chiffres exacts et continus pendant la totalité de la période, mais certains indices laissent à penser que les mouvements syndicaux régional et héraultais connaissent une large tendance baissière.

En effet, les chiffres épars tout comme la trajectoire des syndicats permettent d'évaluer l'affaissement syndical. Ainsi, en ce qui concerne le syndicat de Montpellier, les chiffres sont sensiblement les mêmes entre l'avant et l'après-guerre. En effet, si le nombre de syndiqués dans la capitale régionale avoisine la centaine de membres dans les années 1930, il est de 99 en 1955[2]. Cette évolution, signe de stabilité, peut au premier abord sembler positive, mais elle est à mettre en relief avec l'évolution du syndicat montpelliérain et des syndicats alentours.

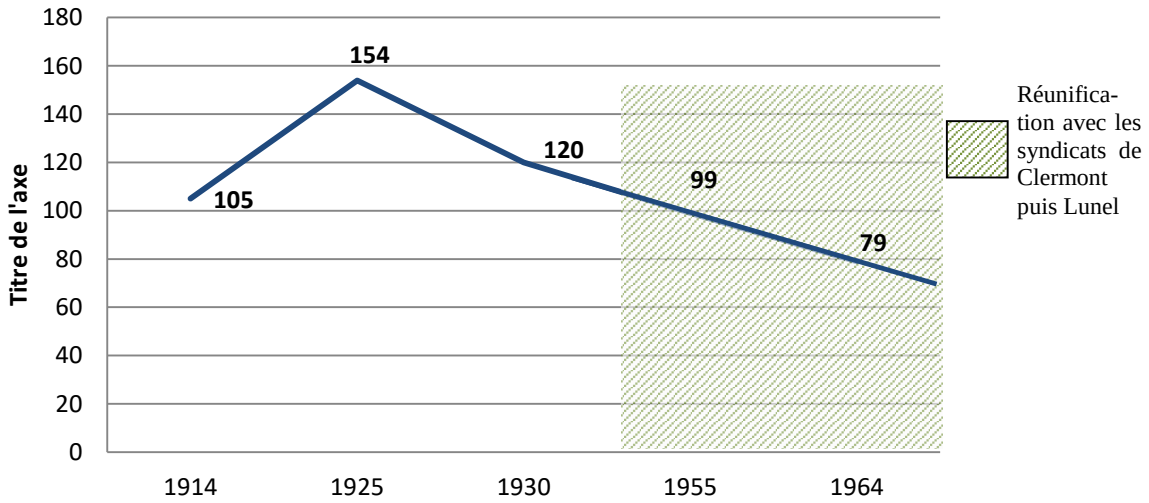
En 1954, dans un climat de mécontentement symbolisé par le poujadisme auquel adhère en partie le mouvement patronal[3], le préfet lance une enquête sur les groupements syndicaux du département : il réclame en retour des renseignements précis sur les statuts des syndicats, la composition de leur bureau ainsi qu'une notice signalétique[4]. Si ces dossiers ont malheureusement disparu des archives, ces dernières conservent quelques correspondances. On y

[1] *Ibid*., Lettre du ministre de l'Agriculture, 09/08/1946.
[2] ADH : 739 W 17, Fonds de la préfecture, Syndicats professionnels (1955-1971), Enquête sur les organisations syndicales, janvier 1955.
[3] Cf. *infra*. « La tentation poujadiste », p. 683-686.
[4] ADH : 670 W 13, Fonds de la préfecture, Syndicat professionnels (1940-1961), Enquête sur les syndicats professionnels (1954), Lettre du préfet aux maires, juillet 1954.

apprend ainsi qu'en 1954, à Clermont l'Hérault, « le syndicat de Clermont a été rattaché depuis plusieurs années à Montpellier »[1]. Le gestionnaire de la maison « C. Salasc », qui rédige cette lettre, précise, en outre, que cette réunion a été faite après la guerre. On apprend ainsi qu'entre 1945 et 1955, l'un des syndicats de l'arrière-pays héraultais les plus importants (une quarantaine de membres dans l'entre-deux-guerres) a décidé de se rattacher à son groupement originel dont il avait pris son indépendance dans la première partie du siècle. Il est alors possible de tirer deux enseignements de ces informations. Le premier est que le syndicat de Clermont l'Hérault n'est plus assez puissant pour fonctionner de lui-même[2]. Le second est la prudence avait laquelle il faut alors envisager la stabilité des chiffres montpelliérains car, en effet, ces derniers sont gonflés par les syndicats alentours et en particulier par l'un des plus importants d'entre eux.

Ce constat est d'autant plus vraisemblable que le compte rendu du Congrès de 1955 nous apprend, à son tour, que le syndicat de Lunel vient lui aussi de fusionner avec le syndicat de Montpellier. Ainsi, les trois plus gros syndicats de l'est du département, qui représentaient dans l'entre-deux-guerres plus de 200 adhérents, ne comptent plus alors que moins de 80 membres au milieu des années 1960[3]. On assiste ainsi à une chute très marquée :

Graph. 24 : La chute des effectifs du Syndicat des vins montpelliérain (1914-1964)



Sources : ADH : 670 W 13, 739 W 16 et 739 W 17, *op. cit.*

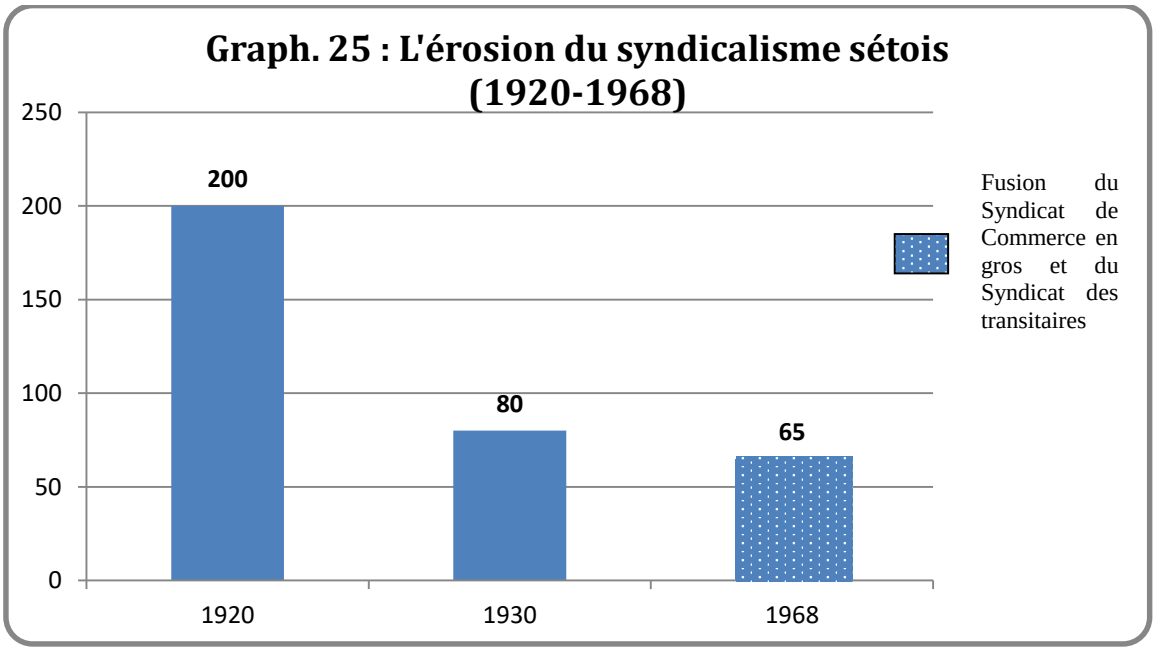
[1] *Ibid*., Lettre de la Maison C. Salasc au maire de Clermont-l'Hérault, 31/08/1954.

[2] Les raisons sont difficiles à trouver : faute de moyens, faute d'adhérents, faute de responsables. À ce sujet, H. Jeanjean, qui prend la tête d'une des plus grandes maisons de ce syndicat dans les années 1950, a exprimé lors de notre entrevue, certaines réticences vis-à-vis du mouvement syndical. Or son grand-père avait été très actif dans ce mouvement (après des fonctions secondaires, il est élu président en janvier 1938 - cf. *AM*, fév. 1938). Ainsi, peut-être faut-il voir un désintérêt des négociants, notamment les plus influents, dans le mouvement syndical qui, hormis une aide limitée, essentiellement lors des soucis avec l'Administration, n'a plus vraiment de pouvoir. Ce constat est partagé par G. Granier qui, lors de notre entrevue, nous a expliqué que l'affiliation aux syndicats (local et régional) était uniquement pour des raisons « administratives ».

[3] D'après une note concernant la naissance de l'Union régionale des groupements patronaux, le syndicat de Montpellier ne comporterait plus que 79 membres en 1964. Cf. ADH : 739 W 16, Fonds de la préfecture, Syndicats professionnels (1949-1972).

Preuve des mutations en cours dans le mouvement syndical, face à cette perte à la fois de vitalité et de moyens, les statuts du syndicat montpelliérain sont revus entre 1953 et 1960. Stigmates de cet affaiblissement général, le nombre de membres requis pour le quorum est abaissé et certaines fonctions, comme celle de trésorier adjoint, disparaissent[1]. Et, dernière manifestation de l'élargissement de la base géographique du syndicat pour combler la perte des forces vives, en 1972 le bureau est composé de trois montpelliérains, un lunellois, un clermontais, un lodévois[2]. Symbole d'une évidente régression, après l'embellie de l'entre-deux-guerres, le syndicat montpelliérain revient à son organisation du début du siècle.

À Sète, la situation est exactement la même (graph 25). Dans les années 1960, les syndicats de commerce en gros et de transitaires fusionnent pour former le « Syndicat des importateurs et exportateurs et du commerce en gros des vins et spiritueux » qui ne compte que 65 adhérents en 1968[3] alors que le seul syndicat du commerce en gros aurait pesé jusqu'à 200 membres dans les années 1920[4]. Cette situation est d'autant plus symbolique que le port sétois était l'un des bastions du syndicalisme patronal jusqu'aux années 1930 et le départ de Jean Prats.



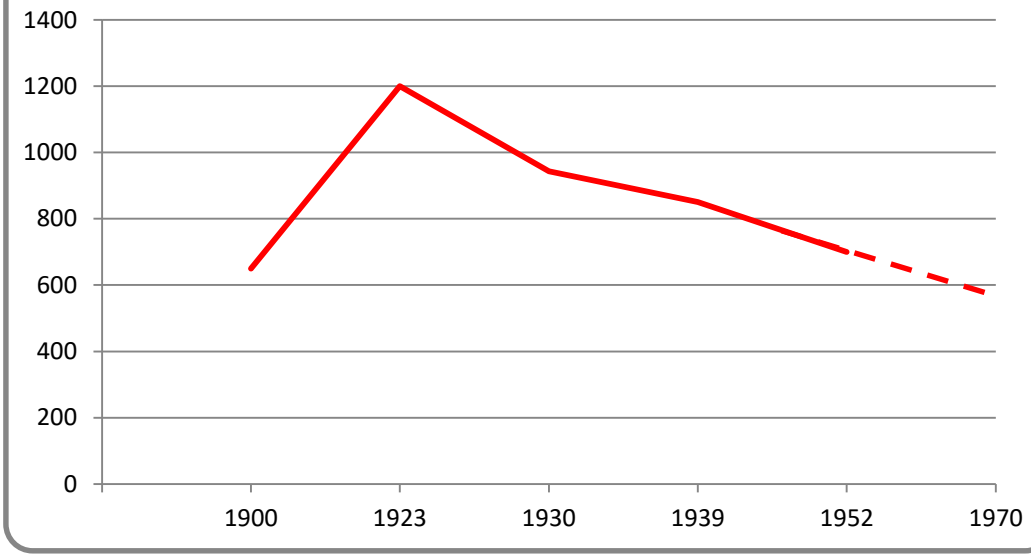
Sources : Commission Barthe (témoignage Alby) et ADH : 739 W 15, *op. cit*.

Il faut dire que, déjà dans les années 1930, le mouvement syndical méridional avait connu de premières difficultés : disparition du syndicat marseillanais en 1938, fusion des syndicats biterrois en 1934, fusion dans le département voisin des deux syndicats gardois[5], chute des effectifs sétois qui, en 1930, ne regrouperait plus que 80 adhérents[6], chute des effectifs de

[1] ADH : 739 W 15, Fonds de la préfecture, Syndicats professionnels (1949-1972), Statuts du Syndicat Montpelliérain, modifications statutaires des 22 janv. 1953 et 22 mars 1960.
[2] *Ibid*., Bureau du Syndicat du Commerce en gros des vins et spiritueux de Montpellier, 1972.
[3] *Ibid*., Bureau du « Syndicat des importateurs et exportateurs et du commerce en gris des vins et spiritueux de Sète »
[4] Selon des témoignages divers qui sont à prendre avec précaution.
[5] *AM*, mai 1939.
[6] Ces chiffres avancés par E. Alby, pdt du Syndicat de Sète, sont à prendre avec précaution car ils ne semblent pas plausibles. Ils sont en effet avancés lors de la venue de la Commission Barthe à Montpellier et Alby cherche

la Fédération méridionale qui, à la veille de la guerre, ne compte plus qu'un peu moins de 900 membres[1]. Cette érosion est mise sur le compte des difficultés que connaît le Commerce alors, notamment la disparition d'un nombre important de maisons de commerce et la dégradation du contexte macro-économique dans les années 1930[2]. Pourtant, après la Seconde Guerre mondiale, alors que la situation se stabilise pour un temps, la tendance à la dégradation se poursuit. En 1952, la Fédération ne compte plus que 700 membres[3]. C'est là le dernier chiffre que nous possédions, mais il est fort probable que les adhésions continuent à diminuer pour la suite de la période, passant sous la barre des 600 membres, qui était le nombre d'adhérents après la création du syndicat dans les années 1900 (graph. 26). À la fin des années 1960, il ne reste plus dans l'Hérault que les trois syndicats historiques (Béziers, Montpellier, Sète), tous les autres ont été absorbés ou ont disparu.

Graph. 26 : Le déclin du syndicat régional 1900-1970



Sources : *Annuaire de l'Hérault* et GALTIER G., *op. cit*.

En outre, les congrès, qui affichaient le faste et le pouvoir du syndicat régional, perdent de leur vigueur. En 1953, c'est seulement une centaine d'adhérents qui se rendent au Congrès qui se tient à Nîmes[4]. Six rapports seulement sont présentés sur une seule demi-journée. D'ailleurs, Jean Valéry, le propriétaire du *Midi Vinicole*, observateur privilégié de

à insister sur les grandes difficultés que rencontre le commerce sétois. Or une telle chute est trop excessive en comparaison de l'évolution des effectifs sétois de l'époque et les rapports de la BDF mettent en avant la bonne santé économique du commerce sétois pendant cette décennie. En outre, à la même époque, les chiffres avancés par l'Annuaire de l'Hérault tournent autour de 90 membres pour la période – mais ils sont eux-aussi à prendre avec précaution car ils ne connaissent aucune évolution sur l'ensemble de la décennie. Il est donc probable que le mouvement syndical sétois ait enregistré une certaine érosion de ses effectifs mais très vraisemblablement pas dans ces proportions entre 1920 et 1930.

[1] GALTIER G., *op. cit.*, p. 452.

[2] « Rapport moral », Congrès de la Fédération méridionale, 1939, *AM*, mai 1939.

[3] GALTIER G., *op.cit.*, p. 452.

[4] À la fin de la décennie, le nombre de participant s'élève à 80 (en 1958) mais plus aucun autre chiffre n'est avancé par la suite.

l'évolution du mouvement syndical regrette le peu de temps de ce Congrès[1]. Par ailleurs, alors que les travaux étaient relayés *in extenso* dans la presse spécialisée, ce n'est plus le cas après la guerre. En 1953, seul le rapport moral du secrétaire général et un compte rendu des travaux sont publiés. Dix ans plus tard, le congrès ne paraît plus que sur une page suivi d'un entrefilet quelques jours plus tard et seuls deux rapports sont repris[2]. Alors que dans les années 1920-1930, l'ensemble des discours ouvrant et clôturant le congrès étaient diffusés, seul un rapide résumé de ces discours est désormais disponible. Enfin, à la fin de la période, la dimension célébrative du Congrès a totalement disparu. Seuls subsistent un compte rendu technique de certains rapports ainsi que la motion générale[3] du Congrès, mais il n'est plus question de discours[4], de banquet, ni de toast. En 1969, même le rapport moral qui revenait, année après année, sur les évolutions au sein du syndicat a disparu[5]. Le récit du déroulement du Congrès n'aborde plus les aspects humains et interrelationnels du Congrès qui lui donnaient l'allure d'un rassemblement convivial du négoce régional. Dorénavant, le Congrès ressemble, dans la relation qui en est faite dans la presse spécialisée, à une réunion d'experts[6], à laquelle participent peu d'adhérents et peu d'invités. D'ailleurs, les différents thèmes abordés en 1970 symbolisent l'aridité de ce tournant austère : « Section des négociants barricailleur » ; « Section des ABV-VDL et VDN » ; « Le commerce extérieur » ; « Le négoce expéditeur » ; « La patente » ; « La TVA », « Le crédit »[7]. Dans sa retranscription de ce Congrès, la *Journée Vinicole* résume l'état d'esprit général et le sentiment diffus d'impuissance qui accompagne désormais les congrès :

> « En fait, il en est de même à chaque fois que de telles manifestations ont lieu, leur n'étant que de préciser les questions d'ordre collectif sans, en définitive, y donner de réponse, car la réponse n'appartient jamais aux organisateurs. »[8]

Ainsi alors que la chute des effectifs est patente et que le mouvement syndical change de nature, s'ajoute, comme corolaire inévitable, un net recul du rayon d'action de la Fédération méridionale et des syndicats locaux.

La nette perte d'influence

Il est certain que la perte d'influence des syndicats – et plus particulièrement du syndicat régional – est indissociable de la chute numéraire des effectifs des structures commerciales dans le département. Ce qui est également évident, c'est qu'elles sont concomitantes.

[1] *MV*, 09/05/1953.
[2] *MV*, 1er et 22/05/1963.
[3] C'est-à-dire l'ensemble des vœux.
[4] Ou à de très rares exceptions comme en 1967 où le discours du Pdt Vergnes est repris dans son intégralité…au détriment des autres rapports, résumés en quelques lignes.
[5] *MV*, 17/05/1969.
[6] La majorité des questions concernent la fiscalité.
[7] *MV*, 10/06/1970.
[8] *La Journée Vinicole*, 29/05/1970.

Premier signe fort, lors des congrès de la Fédération, les invités prestigieux et influents à l'échelle nationale sont de plus en plus rares. S'il arrive quelques fois que des députés y participent, c'est souvent de manière très furtive et surtout car le député est un élu local. Ainsi, en 1970, lors de la tenue du Congrès annuel à Perpignan, le député-maire de la ville Paul Alduy, prononce une allocution, mais cette dernière est rapide et sa visite est qualifiée de « brève » par le *Midi Vinicole*[1]. Contrairement à la période précédente, et surtout aux années 1920, les élus ne participent plus aux débats. Dans les années 1960, ils ne semblent même plus participer aux banquets dont ils étaient jusqu'à la fin des années 1930, les invités de marque. Même en 1960 qui marque la célébration des quarante ans de la Fédération et les soixante ans du Syndicat régional, aucun invité n'est présent. Seul le président du Syndicat national, le président Seguin, fait le déplacement. Mais cela n'a pas le caractère exceptionnel que ce type de déplacement pouvait avoir dans les années 1920-30, car il le fait chaque année[2]. Preuve également de l'affaiblissement de la Fédération, le tout récent syndicat d'Alès refuse, en 1952, d'adhérer à la Fédération en raison de divergences de vues sur le paiement des cotisations. Ainsi, pour des raisons financières, un jeune syndicat, qui a donc besoin de soutien, préfère économiser quelques centaines de francs par an plutôt que participer à l'effort collectif.

Il faut dire que l'activité de la Fédération est peu lisible. Il y a déjà toujours de nombreuses divisions comme ne manquent pas de le rappeler les présidents sortants, évoquant la difficulté de la tâche, notamment en raison d'intérêts parfois contradictoires. D'ailleurs, certaines des plus grosses maisons de la région sont absentes des bureaux successifs de la Fédération, contrairement à la période précédente. Elles préfèrent s'investir au niveau des syndicats locaux comme André Méloux ou René Guibal à Montpellier. Et encore, cet investissement est très limité tant de grosses maisons départementales ne sont pas du tout impliquées dans le mouvement syndical : Alby ou Prats à Sète, Jeanjean à Saint-Félix de Lodez, Salasc à Clermont-l'Hérault tandis que les Bessière, qui avaient dominé le syndicat de Mèze depuis sa création ou presque, se désinvestissent de leurs mandats syndicaux. Quelques rares exceptions comme Fernand Clauzel de la maison « Clarac frères et Clauzel » ou Louis Huc de la maison « Les fils de Louis Huc » viennent rompre cette logique mais ce sont de grosses entreprises, dirigées le plus souvent par des fondés de pouvoir et dans lesquelles les représentants familiaux n'ont plus qu'une implication symbolique. Détenir des fonctions électives et syndicales représente alors, pour ces négociants, la possibilité de s'investir autrement. En outre, les mandats régionaux s'accompagnent souvent de mandats nationaux (dans des commissions ou à des postes honorifiques) qui demandent du temps : Ulysse Vergnes, le président du syndicat montpelliérain[3], souligne dans ses mémoires qu'il fait au minimum un voyage par mois à Paris dans le cadre de ses fonctions nationales[4]. Ainsi, hormis à Sète où le syndicat conserve un

[1] *MV*, 10/08/1970.
[2] Essentiellement par amitié pour Vergnes qui l'a soutenu lors de la campagne pour l'élection du président de la CNVS en 1958.
[3] Il est président de 1956 à 1998.
[4] VERGNES U., L'Odyssée autobiographique contemporaine d'Ulysse, né Vergnes, auto-édition, [s.d.], p. 14.

certain prestige, les négociants investis dans mouvement syndical héraultais sont à la tête de maisons de second voire de troisième ordre.

Dans l'ensemble, les maisons qui sont en expansion quittent le mouvement syndical, surtout après le tournant des années 1960, notamment par manque d'intérêt et de résultats[1]. D'ailleurs, Augustin Dispan-Marill, dans le rapport moral sur l'activité de la Fédération en 1955, reprend les critiques de nombreux adhérents à l'égard de la Fédération : « Certains adhérents concluent parfois que la Fédération ne doit pas faire grand-chose ! »[2] Dans les syndicats locaux, la résignation est tout aussi marquée. En 1958, pour faire adopter un vœu du Syndicat de Montpellier sur la fiscalité frappant les VCC, Ulysse Vergnes reconnaît qu'il lui faut l'appui de la CCM pour que ce vœu soit entendu[3]. Le syndicat local, seul, n'a plus aucun moyen d'action et plus aucune écoute. À la fin de la période, la presse spécialisée relaie les articles qui visent à justifier l'action syndicale et son importance[4].

Cette perte d'influence se caractérise également par la disparition du discours propagandiste et de son activisme exalté des années 1920-1930. Tout d'abord, l'*Action Méridionale* ne paraît plus après la Seconde Guerre mondiale. La fin des années 1930 avait déjà été difficile pour le journal, passant d'un numéro tous les quinze jours à un numéro tous les mois à partir de fin 1934. À la suite du conflit, une nouvelle étape est franchie avec la disparition de l'organe de presse officiel du Commerce. Dorénavant, le *Midi Vinicole* se fait le porte-parole des milieux négociants. Mais, ce bihebdomadaire paraissant le mercredi et le samedi, fondé à la fin du XIXe siècle, s'annonce à la fois comme « l'organe de la Production et du Commerce » (fig. 48).

MERCREDI 15 OCTOBRE 1952 — SIX PAGES — 57e ANNEE. — N° 2.992.

LE MIDI VINICOLE

ORGANE DE LA PRODUCTION ET DU COMMERCE DES VINS ET ALCOOLS

BI-HEBDOMADAIRE PARAISSANT LE MERCREDI ET LE SAMEDI

Direction - Rédaction - Administration
22, Rue de la République, 22
Tél. M2 58-71 — MONTPELLIER
C.C.P. Montpellier 1947 - R.C. 14765
Rédaction parisienne
Edmond LOVE, 6, r. Gustave-Rouanet
Tél. : Montmartre 54-14 . PARIS (18e)

DIRECTEUR : JEAN VALERY
Abonnement annuel :
France ..... 1.800 fr.
Etranger ..... 2.700 fr.
Recouvrement par la poste en sus

Pour la publicité extra-régionale
s'adresser à la
Société Nouvelle de Publicité
11, bd des Italiens - Paris (2e)
Tél. : Richelieu 67-90

Fig. 48 : Manchette du *Midi Vinicole* 15/10/1952

[1] Entrevue avec H. Jeanjean, avril 2011.
[2] ADH : 4 ETP 257, Fonds de la CCM, Compte rendu du Congrès de la Fédération méridionale, 1955, p. 2.
[3] *Ibid*., Syndicat du Commerce en gros des vins et spiritueux de Montpellier, Vœu sur la fiscalité sur le vin, 03/12/1958.
[4] Voir par exemple « Le Syndicat du commerce en gros des vins et spiritueux de Montpellier au service de ses adhérents et de la profession toute entière », *La Journée Vinicole*, numéro spécial FIVV, 05/10/1957 ou « Le syndicalisme professionnel patronal : Hier –Aujourd'hui – Demain », *La Journée Vinicole*, 23-24/05/1968.

C'est une illustration exemplaire du basculement en cours dans la filière. Alors que dans la première partie du siècle, le Midi Vinicole, au ton particulièrement vindicatif, soutient exclusivement les intérêts commerciaux, il ouvre désormais ses colonnes aux groupements viticoles. Il faut donc, en quelque sorte, cohabiter avec la Production au sein d'un même périodique. Ce n'est pas, au début des années 1950, une preuve manifeste de la perte d'influence, mais c'est en tout cas, la preuve évidente d'un déclin de la force propagandiste et par là-même de la puissance syndicale. Néanmoins, le directeur du journal, Jean Valéry est un proche des milieux commerciaux. À la tête du journal depuis les années 1930, s'il se dit proche « tant des milieux commerciaux que des milieux de la production »[1], ses éditoriaux, « La Situation viticole », qui faisaient, deux fois par semaine, le bilan sur l'état de la filière, prenaient bien souvent le parti des négociants. Ainsi régulièrement y prend-il la défense d'un négoce qu'il dépeint à l'agonie, croulant sous le poids des charges et empêtré dans le dirigisme étatique. Souvent également cherche-t-il à promouvoir la modernisation du Commerce[2]. Pourtant, la propagande syndicale est nettement moins influente que pendant l'entre-deux-guerres et si l'avis personnel de Jean Valéry et de certains de ses collaborateurs sont teintés de militantisme, le discours n'a pas la force des billets polémiques des années 1920-1930.

En outre, la présence syndicale tend à se déliter petit à petit dans le journal. Alors que les congrès sont de moins en moins détaillés, les autorités syndicales, anonymement ou non, prennent rarement la parole. Certains articles généralistes, souvent extra-méridionaux viennent briser la monotonie des comptes rendus syndicaux et de l'état des marchés, mais ils sont rares[3]. Tout au plus le jeune président du Syndicat montpelliérain, Ulysse Vergnes, élu en 1956[4], cherche-t-il, dans une démarche volontariste et énergique qui n'est pas sans rappeler celle de ses ainés, Malet ou Prats, à réveiller le mouvement syndical héraultais et, par-delà, méridional, mais ses billets sont perdus au milieu des informations pratiques (marchés, cours), des articles techniques (sur la vinification ou la conservation par le froid), des questions fiscales, des publicités et des informations législatives. Et si, dans les années 1950, Vergnes se singularise par une promptitude à réagir de manière polémique dans le *Midi Vinicole*[5], les années 1960 voient une disparition quasi-totale de ses interventions et, par là-même, du discours syndical régional ou local. Désormais, seuls les communiqués de la CNVS tiennent lieu de prise de position syndicale[6]. Et lorsque Vergnes intervient dans les années 1960, les responsabilités auxquelles il doit faire face au niveau régional (président de la Fédération méridionale) et au niveau national (secrétaire général de la CNVS, président du Syndicat des né-

[1] « In memoriam », *MV*, 03/02/1965.
[2] « L'équipement moderne du Commerce des vins », *MV*, 06/11/1954.
[3] « Le procès du Commerce », *MV*, 16/11/1963. Cet article reprend une lettre d'un négociant de l'Est de la France sur les difficultés du commerce. Dans les années 1960, des prises de position provenant des milieux commerciaux sont publiées mais elles émanent très souvent de départements extra-méridionaux comme l'Ille-et-Vilaine à plusieurs reprises (cf. « Libres propos syndicaux », *MV*, 05/10/1968).
[4] *MV*, 31/03/1956.
[5] « Le Commerce expéditeur du Midi se meurt », *MV*, 14/08/1954 ; « Au sujet de la gestion scandaleuse de la CCVRP », *MV*, 07/11/1956 ; « Haro…sur le baudet… », *MV*, 14/01/1959.
[6] Un « Communiqué de la CNVS » paraît toutes les semaines et remplace les CR des réunions du Bureau de la Fédération méridionale ou des syndicats locaux.

gociants expéditeurs) lissent considérablement son discours qu'il voulait à l'origine révolutionnaire[1].

Ces évolutions sont d'autant plus néfastes à la puissance syndicale régionale que son indépendance et son influence au sein du Syndicat national sont de plus en plus remises en question.

Un simple relais ?

Au niveau national, l'influence du mouvement syndical méridional décroît nettement également. C'est essentiellement en raison de la redéfinition des liens qui unissent le Syndicat national et la Fédération méridionale. En effet, alors que, jusqu'à la guerre, les relations étaient des relations de concurrence entre les deux syndicats[2], la situation s'inverse après la Seconde Guerre mondiale. Dorénavant, la Fédération ne jouit plus d'aucune indépendance. Elle n'est plus qu'un relais au sein du Syndicat national, devenu « Confédération nationale des Industries et des Commerces en gros des Vins, Cidres, Sirops, Spiritueux et Liqueurs de France » en 1952. Jusqu'alors représentant des seuls intérêts des négociants en vins et en alcools, le Syndicat national est devenu un conglomérat d'intérêts divers où le Commerce méridional peine à s'imposer, notamment face à d'autres mouvements syndicaux régionaux bien plus puissants (Champagne, Bordelais, Paris).

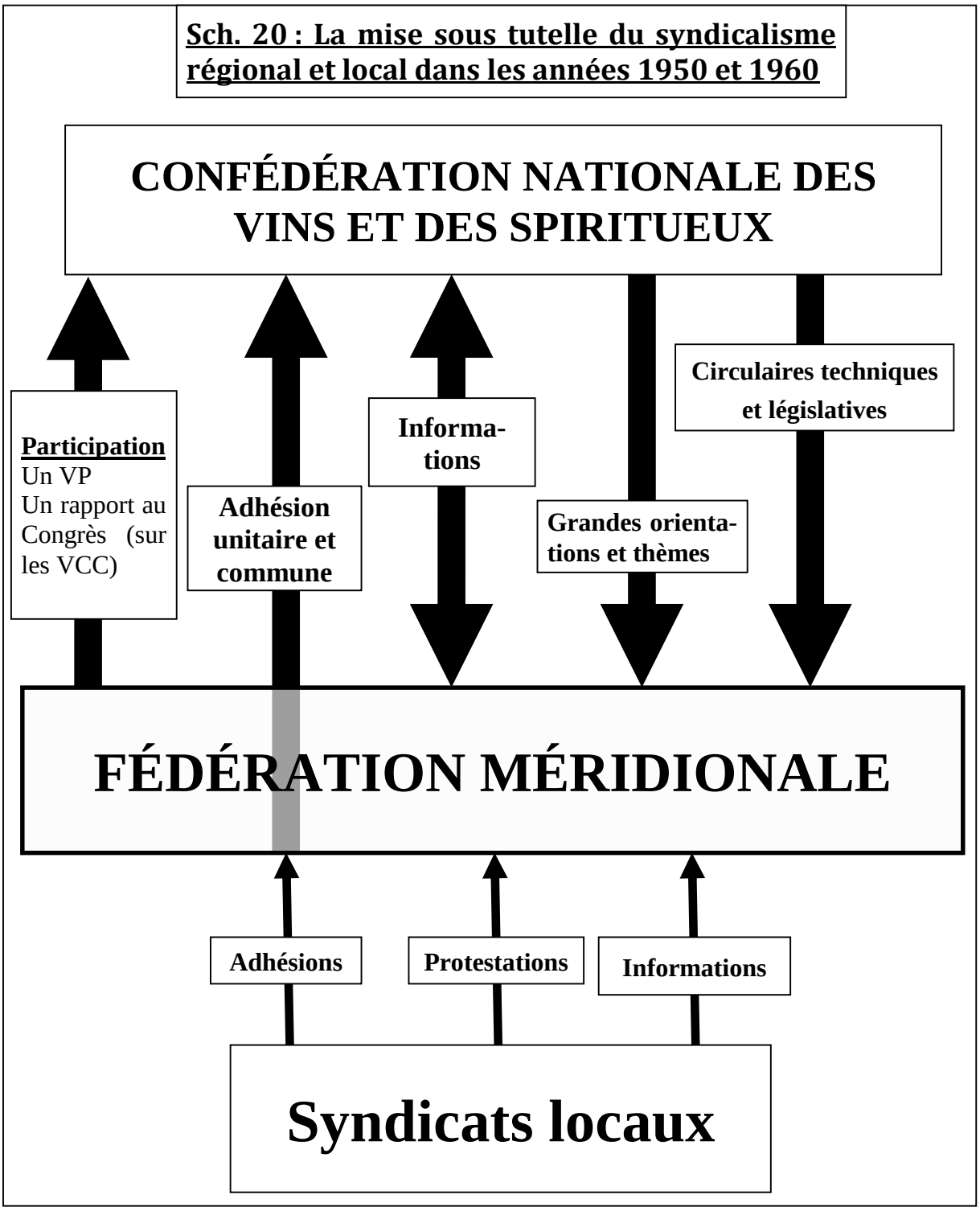
C'est d'autant plus vrai comme le rappelle Augustin Dispan-Marill dans le rapport de 1953 : « Suivant la ligne de conduite de ses prédécesseurs, M. le président Villeneuve[3] a tenu à ce que ce que la Fédération soit constamment le porte-parole du Commerce méridional auprès de la Confédération nationale. »[4] Ainsi, dorénavant, ce n'est plus auprès des pouvoirs publics, des ministères ou des administrations que la Fédération est en mesure de faire pression. Ce ne sont plus les représentants de l'État qui sont ses interlocuteurs mais le syndicat national. La Fédération méridionale n'est plus qu'un maillon de la chaîne revendicative, là où avant, elle en était l'un des fers de lance. Dispan-Marill le confirme dans le même discours lorsqu'il se félicite des « relations cordiales entretenues avec la CNVS ». Si la cordialité est donc de mise, c'est donc désormais la fin des rapports tempétueux qui avaient été le cadre principal des relations entre syndicats national et régional et qui avaient permis l'obtention d'avantages importants.

Cette nouvelle orientation est confirmée par deux éléments. Le premier est le contenu des congrès qui, de manière générale, reprennent les thèmes abordés par la CNVS lors des réunions mensuelles ou lors du Congrès annuel. Maintenant que tout se joue au niveau national, à la fois les grandes décisions concernant le marché viti-vinicole mais également celles concernant le Commerce lui-même, il ne faut pas s'écarter du chemin tracé par le syndicat

[1] *MV*, 31/03/1956.
[2] Hormis durant les périodes où la Fédération méridionale pouvait imposer ses vues (essentiellement dans les années 1920)
[3] Le syndicaliste biterrois est alors le président de la Fédération méridionale.
[4] *MV*, 09/05/1953.

national[1]. Et, alors que jusque-là, la Fédération méridionale s'était présentée comme une force de proposition, il ne devient plus qu'une chambre d'enregistrement. D'un rapport d'égal à égal ascendant, on est passé à un rapport de soumission descendant. Si l'évolution se dessine dans les années 1950, elle est claire dans les années 1960 quand les relations entre la CNVS et la Fédération méridionale ne prennent plus, dans le *Midi Vinicole*, que la forme de questions techniques ou fiscales[2]. La mise sous tutelle est alors évidente (sch. 20).

Sch. 20 : La mise sous tutelle du syndicalisme régional et local dans les années 1950 et 1960



[1] Ainsi en 1952, la Commission des boissons qui étudie les modalités nouvelles à appliquer au marché des vins reçoit uniquement une délégation de la CNVS (*MV*, 09/04/1952).

[2] Ce sont souvent des questions sur l'organisation du marché, les différentes exemptions ou mesures fiscales voire la question des appellations.

Cette subordination est d'ailleurs confirmée en 1968 quand le président de la CNVS explique dans le *Midi Vinicole* que désormais « le sort de notre profession tout entière se décide à Paris »[1]. Dès lors, ce rôle de relais est confirmé par les nouveaux statuts de la CNVS qui obligent tout syndicat local à adhérer à une fédération régionale pour pouvoir adhérer à la CNVS[2]. Si cette mesure a pour but de renforcer le poids des fédérations régionales au niveau local, c'est également, dans une logique de vassalisation, la mise sous tutelle à la fois des syndicats régionaux et des syndicats locaux.

Toutefois, comme dans la période précédente, certaines personnalités du mouvement syndical méridional figurent au sein des plus hautes instances. S'il ne s'agit pas toujours d'héraultais, ce sont des personnalités qui représentent le négoce méridional. Ainsi, le Carcassonnais Jean Fraisse, président de la Fédération méridionale de 1948 à 1952, détient des postes importants au sein du Syndicat national. En vertu des statuts de la CNVS[3], il est ainsi nommé vice-président en 1952 et il représente le Commerce méridional dans de nombreuses réunions de dimension nationale comme lors du Congrès de la FAV (Fédération des associations viticoles) en juillet 1952 en compagnie du président du nouveau président de la CNVS, Pierre Vatron. En 1954, il est nommé, en même temps que Louis Huc, le trésorier biterrois de la Fédération, membre du commerce des vins au sein de l'IVCC nouvellement créé[4]. Visant à orienter le marché des VCC, ce nouvel institut est primordial, tant pour l'amont (la production) que l'aval (la commercialisation) de la filière. Or, comme le fait remarquer Jean Fraisse, dans son allocution au Congrès de 1953, « le Commerce [y] est systématiquement mis en minorité et son influence platonique »[5]. En conséquence, l'action du Commerce méridional dans cet organisme est très limitée. Par la suite, son influence est encore moindre puisque le négoce méridional n'y est plus représenté que par Villeneuve, président de la Fédération méridionale et du Syndicat de Béziers, en 1955, puis les deux seuls Vergnes et Clauzel en 1968 alors que la composition de l'IVCC s'est élargie[6].

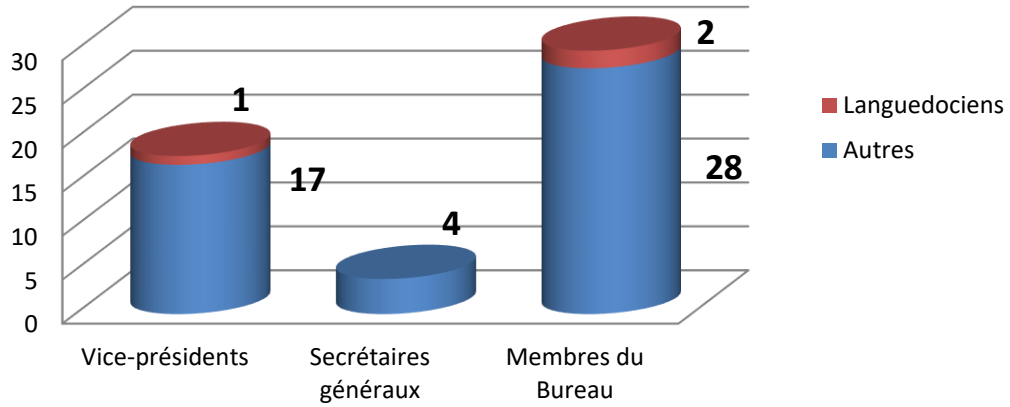
Dans les organes exclusivement commerciaux, la situation est la même. Ainsi, Fraisse est élu président de la CNVS en 1955, poste qu'il conserve jusqu'en 1958. Mais son action en faveur du Commerce méridional est très restreinte. Tout d'abord, l'isolement des méridionaux, au sein de la section « vins » créé cette situation : au milieu de treize autres fédérations, la voix du Commerce méridional n'est pas assez forte et les alliances qu'elle peut parfois réaliser, notamment avec la fédération de Provence, sont insuffisantes. En effet, au sein des nombreuses divisions qui parcourent le mouvement syndical national, l'influence du Commerce languedocien porte peu. Surtout, le poids des distributeurs (Centre, Lyon, Paris), forts

[1] *MV*, 08/11/1968.
[2] Nouveaux statuts de la CNVS, juillet 1952, cités dans *MV*, 09/07/1952.
[3] La Fédération méridionale y dispose de droit d'un poste de VP.
[4] Décret n°53-977 du 30 septembre 1953 relatif à l'organisation et l'assainissement du marché du vin et à l'orientation de la production viticole ; Il met en œuvre l'IVCC qui entre en fonction en avril 1954 et qui a pour rôle d'orienter la politique gouvernementale dans le domaine des VCC.
[5] *MV*, 09/05/1953.
[6] Voir la composition de l'IVCC à ces dates en annexes, p. 1119.

de plusieurs membres influents et de 90 % des membres[1], empêche le commerce expéditeur méridional de se faire entendre. Et tandis que les fédérations où domine le négoce éleveur font effet de contrepoids (Bordeaux, Bourgogne, Alsace, Champagne), la voix des languedociens est inaudible (graph. 27). D'ailleurs, lors de son départ, on souligne « l'indépendance » de Jean Fraisse, « qui a pris parfois des décisions défavorables à sa propre popularité »[2], pointant ainsi le peu de marge de manœuvre en faveur du Commerce méridional dont disposait le président, au contraire de Jean Prats, autre méridional à avoir occupé le poste dans les années 1920-1930 et dont l'action en faveur du négoce languedocien fut plus marquée et efficace[3].

Graph. 27 : Le faible écho des syndicalistes languedociens

Composition du bureau de la CNVS 1956-1957



Source : *Midi Vinicole*, 04/07/1956[4]

Néanmoins, au cœur des tensions de l'année 1958 qui voient l'élection du président de la CNVS reportée, un syndicaliste héraultais émerge. Se présentant comme « révolutionnaire »[5], le jeune Ulysse Vergnes se rallie au président Seguin et accède au poste de secrétaire général[6]. Fort de ce mandat national, U. Vergnes va surtout essayer de solidifier le mouvement syndical héraultais pour qu'il soit mieux et plus entendu. Ainsi, au début des années 1960, Vergnes participe activement à la naissance de l'« Union des syndicats patronaux du commerce, de l'industrie et de l'artisanat de l'Hérault ». S'il n'y occupe qu'une place secondaire de vice-président, il gouverne à l'édification de ses fondations en participant à la rédaction de ses statuts. Il pousse également à la création d'une Union des syndicats patronaux à Sète en 1968[7]. Dans l'esprit de Vergnes, il est nécessaire de renforcer le mouvement patronal au niveau local avant de pouvoir prétendre à des prérogatives nationales. Il considère également que pour contourner l'affaiblissement numérique, il est nécessaire d'opérer des groupements. Dans cette logique, il fonde en 1967, à l'intérieur de la CNVS, le Syndicat national

[1] « Réforme de la structure de la CNVS », *MV*, 04/06/1958.
[2] « Congrès extraordinaire de la CNVS », *MV*, 17/12/1958.
[3] Voir son discours au moment de son départ de la présidence en annexes, p. 1108.
[4] La liste complète des membres du bureau se trouve en annexes, p. 1124.
[5] « Allocution au Congrès de la CNVS », *MV*, 28/12/1958.
[6] Dispan-Marill est lui élu à la commission de contrôle du syndicat.
[7] ADH : 739 W 16, *op. cit.*, Note sur la création de l'Union des syndicats patronaux à Sète, 1968.

des Négociants-expéditeurs afin de donner plus de poids aux régions de production et régler les problèmes spécifiques qui touchent les régions d'expéditions, l'Hérault en particulier[1]. C'est également une démarche entreprise pour faire face au Syndicat national du négoce distributeur qui a vu le jour quelque temps plus tôt.

L'affaiblissement du pouvoir d'action et d'interaction du mouvement syndical méridional est indéniable dès les années 1950. En dépit des quelques postes occupés à l'échelon national et de l'émergence d'une nouvelle forte personnalité héraultaise en la personne d'Ulysse Vergnes, les syndicats locaux et la Fédération méridionale ne disposent plus des moyens ni des relais pour peser sur la politique nationale.

Pourtant, les responsables syndicaux s'évertuent à perpétuer la dynamique de combats syndicaux initiés par leurs ainés dans les décennies précédentes.

Les derniers combats

En dépit de son affaiblissement certain, le mouvement syndical dans le Commerce méridional reste volontaire. Toujours soutenu par une idéologie libérale et des visées corporatistes réaffirmées, le discours syndical s'emploie à assurer et à défendre les avantages de la profession. Il s'engage alors dans des combats où la cible principale est l'État et cherche, au mieux, à s'adapter aux nouvelles réalités du marché des vins.

La libéralisation du marché

Nous avons évoqué plus tôt le Statut viticole promulgué sous l'action du député Édouard Barthe. Or si, avant 1939, le Statut viticole est plutôt bien accepté par le mouvement syndical, il en va totalement différemment après la guerre.

En effet, au sortir de plusieurs années de contrôle strict des livraisons dans le cadre du ravitaillement, le mouvement syndical appréhende dorénavant le statut viticole comme un obstacle à son développement. Il faut dire que les années d'après-guerre sont le cadre d'un renouveau de l'idéologie libérale, refusant toute intervention étatique dans le jeu commercial[2].

En 1952, le *Midi Vinicole*, dans un article anonyme signé par « La Palisse », revient sur ce qu'il nomme « les mensonges du dirigisme ». Dans cet article, l'auteur reproche au Statut viticole et à ses promoteurs, l'hypocrisie de « l'humanisme de leur conception ». Il est vrai que le Statut viticole veut assurer aux propriétaires – essentiellement les petits et les moyens – ce que l'on appelle alors un « prix social », c'est-à-dire un prix qui leur assure la rentabilité, même minimum, de leur exploitation. Pour l'auteur de la tribune, ce dirigisme est contraire aux idées de liberté économique et en voulant « organiser la profession », les pouvoirs publics sont en train de réduire le négoce à l'état d'esclave du planisme[3]. Selon lui, ce

[1] *MV*, 16/09/1967.
[2] En 1947 est par exemple créée l'Association de la libre entreprise qui veut « défendre et préconiser la liberté d'entreprise sur le plan économique et social avec toutes ses conséquences ». (Cité par DENORD F., « Les idéologies économiques du patronat français au 20e siècle », *op. cit.*, p. 178)
[3] « Les mensonges du dirigisme », *MV*, 09/01/1952.

qui guette la profession, et que refuse catégoriquement le mouvement syndical, c'est la fonctionnarisation de la profession qui l'engagerait dans la tranquillité d'une situation de rente qui ne serait bénéficiaire que pour quelques-uns seulement. Avec cet exemple, on perçoit dans le mouvement syndical la résurgence d'une idéologie libérale qui est sous-jacente depuis le début du siècle mais qui, par opposition et en réaction à l'emprise étatique sur le marché au tournant des années 1950, se fait extrême.

Ainsi, alors qu'il n'en est jamais question dans les années 1930, la presse se fait l'écho avant chaque décret instituant le prix-plancher des négociations autour de ce dernier. C'est une décision très attendue et commentée dans les milieux syndicaux mais également sur les marchés car elle imprime la dynamique des semaines et des mois à venir. Il faut dire que les mouvements syndicaux ont de nombreux arguments à opposer à ce dirigisme étatique[1]. La question des stocks est la plus problématique. En effet, le négoce met en exergue les dépréciations (physiques et monétaires) qu'entraîne le stockage, pendant trop longtemps, de certaines tranches. Le second tient à la nature d'un système basé sur le contingentement et la régulation des prix, ce qui entraîne de nombreuses complexités et des inégalités entre les régions et les acteurs de la filière. En outre, la trop forte contrainte est source de fraudes commerciales, notamment la pratique courante des ristournes : sous la pression de stocks qui s'amoncèlent ou en prévision de récoltes à venir, le propriétaire est contraint de vendre son stock au-dessus du prix minimum – pour rester dans la loi – mais avec de fortes ristournes – pour satisfaire le client. Pourtant, l'échelonnement n'assure pas – ce qui était le souhait premier des milieux syndicaux – la tenue des cours. Enfin, et peut-être surtout, le Statut viticole étouffe essentiellement la filière viti-vinicole méridionale au profit d'autres régions productrices (Alsace, Champagne, Centre, Bordelais qui obtiennent de nombreuses dérogations) ou commerciales (Lyonnais, Région parisienne). Ainsi, fréquemment, le *Midi Vinicole* se fait l'écho de réactions syndicales qui refusent les conditions d'évolution du marché, notamment en matière de blocages[2], d'autant plus que le Commerce n'est pas consulté dans l'élaboration des décrets[3].

Pour finir, le mouvement syndical estime que seule la plus grande liberté permettrait de réguler le marché, si cette dernière était associée à un impératif de qualité : « L'équilibre du marché du vin doit être recherché par la production exclusive de produits de qualité »[4] affirme-t-on dans les milieux commerciaux. C'est en partie ce qui se produit avec le décret du 30 septembre 1953 qui instaure le principe qualitatif comme support au Statut viticole avec la création de l'IVCC[5]. En revanche, ce décret affermit *de facto* le poids de l'État sur le marché en imposant une tutelle renforcée par le nouvel organisme et le blocage des stocks. Cette décision, prise dans un contexte de crise, est pourtant bien accueillie dans les milieux commerciaux qui y voient les promesses d'un marché de qualité rémunérateur, bien qu'ils rejettent à

[1] Arguments issus des CR des Congrès de 1951 à 1959.
[2] « Déblocage sans condition », *MV*, 20/02/1952.
[3] *MV*, 12/09/1953.
[4] Congrès 1953, *MV*, 09/05/1953.
[5] Décret n°53-977, *op. cit.*

nouveau le système de prix-plancher[1]. Le mouvement syndical propose lui un soutien des prix par l'achat d'alcool, ce qui permettrait de désengorger le marché des « petits vins » qui iraient donc à la chaudière[2]. Mais il n'est pas entendu et les années 1953-57 s'avèrent difficiles pour le négoce en raison de disposition règlementaires floues et contraignantes.

Ainsi s'organise la lutte syndicale dans la région contre les différents projets de centre régulateur. En effet, depuis la fin de la guerre, des élus tentent de mettre en place des organismes d'achat et de revente des vins sur le modèle de l'Office du blé. Nous avons vu que, dès 1946, l'État, par le biais du ministre de l'Agriculture, semblait envisager la création d'un « Office du vin » pour assurer le ravitaillement de la nation. Ce projet était largement rejeté par les syndicats méridionaux dans leur ensemble, d'autant plus qu'ils n'ont pas été consultés[3]. Quelques années plus tard, en 1953, le *Midi Vinicole* se fait l'écho des vives inquiétudes dans les milieux commerciaux au sujet du nouveau projet d'Office du vin. Ici encore, le rejet d'une solution dirigiste est manifeste, l'Office étant décrit ici comme une « folie » et « un esclavage »[4]. Dans ce combat, la cible principale est le député gardois Gourdon, qui présente à plusieurs reprises ce projet devant le Parlement, coupable de vouloir mettre la filière « dans les chaînes »[5]. Cette crainte d'une limitation de la liberté commerciale est à nouveau évoquée quand des journées d'étude sont organisées à Montpellier sur le sujet d'une régulation plus stricte des marchés[6] et surtout quand, en avril 1958, le projet Gourdon est déposé devant l'Assemblée Nationale. Ce projet, soutenu par le professeur Milhau de la faculté de Droit de Montpellier, publié dans le journal *in extenso*, est disséqué pour en démontrer la conséquence inévitable : l'étatisation du marché du vin et la fonctionnarisation de ses acteurs[7]. Quelques temps plus tard, Ulysse Vergnes écrit au député de l'Hérault Pierre Grasset-Morel pour lui demander d'abandonner son projet de société d'intervention qui reprend les grandes idées du projet Gourdon[8]. Ainsi, dans une posture conservatrice qui sert ses intérêts, le mouvement syndical héraultais, défend le respect des circuits commerciaux traditionnels et refuse une évolution semble-t-il pourtant nécessaire.

Face à ces pressions multiples, les syndicats locaux et la Fédération méridionale doivent avant tout à s'adapter à un nouveau contexte.

La nécessaire adaptation

À la fin des années 1950, la question de la forme que doit prendre la régulation du marché des vins perdure mais elle change de nature. En effet, les organisations syndicales semblent à nouveau se ranger derrière le Statut viticole, même si elles proposent des variantes

[1] Motion générale, Congrès 1954, *MV*, 16/06/1954.
[2] « La fédération Méridionale confirme sa position », 18/07/1954.
[3] ADH : 4 ETP 252, Fonds de la CCM, Correspondance au sujet des marchés, 1946-1968, Correspondance, juin-août 1946.
[4] « Vers l'Office du vin ? VDF ? », *MV*, 06/05/1953.
[5] *Idem*.
[6] « Vers un Office du Vin ou un Centre régulateur ? », *MV*, 20/11/1957. Ces journées sont tenues sous la direction du Pr. Milhau.
[7] *MV*, 23/04/1958.
[8] ADH : 4 ETP 253, Fonds de la CCM, Fédération méridionale du commerce en gros des vins et spiritueux (1946-1971), Lettre d'U. Vergnes à Grasset-Morel, 07/04/1959.

comme le « plan Bonave » qui impliquerait un principe de prix-fourchette, à la fois favorable à la Production et au Commerce[1]. En réalité, le Commerce est favorable à ce type de mesure car ce qu'il appelle les « demi-mesures gouvernementales » ont des conséquences dramatiques pour lui. Ainsi, entre le 1er septembre et le 21 novembre 1957, le gouvernement prend deux mesures : régime des prix libres à la production et blocage des marges à la consommation. En conséquence, les prix passent de 450 F à 700 F le degré-hl et il faut que le négoce fasse « jouer » ses stocks pour que la hausse ne soit pas aussi importante et que la répercussion sur les prix soit moins élevée. Par ailleurs, sans plafonnement, les prix augmentent rapidement et les achats se multiplient, rendant difficile l'approvisionnement dans les derniers mois de la campagne. Pour protester contre cette situation de crise, les syndicats locaux et la Fédération méridionale appellent leurs adhérents à fermer leurs portes et à refuser toutes les transactions[2]. Finalement, au grand soulagement du Commerce, un accord est trouvé fin mars 1958, avec la création du double secteur à la propriété. Après, cette date, cette question perd de son intensité, notamment en raison de la réforme du Statut en 1959 qui supprime les blocages et la distillation obligatoire[3]. Dorénavant, la récolte est divisée en deux parties (quantum, hors-quantum[4]) et est à nouveau soumise à l'échelonnement, indexé lui-même aux cours[5]. Enfin, un prix-plancher et un prix-plafond sont institués pour chaque campagne. Cette série de mesures est à nouveau bien accueillie par le mouvement syndical, notamment car elle prévoit un prix d'orientation sur trois ans qui permet d'avoir une bonne lisibilité sur les cours, ce qui est l'un des objectifs principaux des commerçants. C'est également l'assurance d'un prix-plafond qui permet de garantir l'approvisionnement régulier des maisons de commerce, sans atteindre des prix prohibitifs. En effet, le nouveau décret prévoit une libération automatique dès le 1er octobre, une autre le 1er janvier puis ainsi de suite tous les deux mois. En cas de franchissement des paliers, un système est prévu pour différer la libération des tranches ou l'accélérer.

Dans ce contexte, Ulysse Vergnes met en avant l'esprit libéral qui définit cette nouvelle orientation du marché, soulignant ainsi qu'« en l'absence de dirigisme des prix, chacun est l'artisan de sa réussite ou de son échec »[6]. Le mouvement syndical méridional semble donc avoir compris, au tournant des années 1960, qu'il est nécessaire de se fondre dans un marché encadré plutôt que le combattre. En effet, un constat d'échec marque ce combat antiplanisme, symbolisé par la crise de 1957 et les grosses difficultés éprouvées par le Commerce à cette date. D'ailleurs, l'un des chevaux de bataille de la Fédération, la généralisation de la

[1] « Point de vue sur la présente campagne », *MV*, 15/12/1957.
[2] « Motion de l'assemblée générale extraordinaire de la Fédération méridionale », *MV*, 19/03/1958.
[3] « Organisation du marché », 26/08/1959.
[4] Le quantum concerne les vins correspondant aux quantités estimées pour garantir l'approvisionnement intérieur tandis que les vins hors-quantum sont ceux en excédent, qui permettent de créer un stock régulateur et de favoriser les exportations. Une compensation quantum-hors quantum est, sous certaines modalités, possible, notamment dans le cadre d'exportation de vins du quantum. La part du quantum/hors quantum est décidée chaque année par décret. Cf. Circulaires d'application du décret du 16 mai 1959. Pour information, en 1959, le quantum est fixé à 48 M d'hl.
[5] Par exemple, si au cours du mois précédant la libération de la tranche, les cours accusent sur deux marchés consécutifs une baisse, alors la libération est repoussée d'un mois.
[6] Congrès de la fédération 1960, *MV*, 27/04/1960.

prestation d'alcool vinique, est repris dans la nouvelle organisation du marché, ce dont elle se félicite[1].

Dorénavant, le syndicat s'évertue uniquement à s'assurer du respect des décrets, notamment en ce qui concerne les possibles perturbations sur le marché. Ainsi, dès 1960, on réclame dans les milieux syndicaux méridionaux le respect de la linéarité de la campagne et le refus de tout texte modifiant l'organisation de la campagne au cours de celle-ci. Il est alors demandé aux pouvoirs publics « qu'aucune mesure nouvelle n'intervienne au cours de la campagne […] pour éviter le fractionnement excessif des sorties de la propriété »[2]. L'objectif est donc de se servir de ce nouveau cadre afin d'assurer la régulation du marché. D'ailleurs, assez rapidement, le syndicat de Montpellier se plaint des « retouches de détail à accomplir » afin de limiter certaines pratiques, notamment les transferts trop faciles de quantum/hors-quantum qui entraînent un important stockage de vins de qualité à la propriété, ce qui est contraire aux espoirs premiers des organisations syndicales[3].

En outre, les syndicats de négociants se plaignent des nouvelles complexités et des nouveaux organismes qui cadenassent le marché, comme le FORMA. Outil de contrôle du marché, le « Fonds d'orientation et de régularisation des marchés agricoles » gère le rachat des droits de compensation non utilisés ou les primes versées aux viticulteurs. C'est un acteur institutionnel supplémentaire qui encadre le marché et fait figure de tampon entre le monde de la Production et celui du Commerce[4]. Si son objectif est de remédier aux crises des marchés, il intervient principalement en soutien des propriétaires, ce qui a tendance, au même titre que les crédits de stockage institués à la même période, à déséquilibrer les relations commerciales en défaveur des négociants, ce dont se plaignent les organisations syndicales. Néanmoins, la question reste moins vive que dans les années 1950 et seule la délicate question des importations des vins algériens – et leur intégration dans la répartition quantum-hors-quantum ainsi que leur répartition entre négociants [5]– vient briser une routine règlementaire désormais bien admise. Il faut dire que seules quelques retouches viennent modifier le nouveau Statut : degré minimum abaissé de 9 à 8 degré ou hors quantum de 15 % pour les récoltants de plus de 100 hl[6]. Seuls les désaccords autour des prix de campagne (c'est-à-dire des prix minimum) font l'objet de quelques débats, comme en 1964 quand le gouvernement veut relever le prix de campagne de 5,70 à 6,36 l'hl sous la pression des organisations viticoles[7].

[1] Motion générale, Congrès 1960, *MV*, 18/05/1960 – Désormais, tous les viticulteurs doivent fournir obligatoirement une quantité de leur production à la distillerie (jusque-là, ce n'était le cas que pour les producteurs dépassant les 75 hl de production). C'est une victoire pour les négociants méridionaux car cela permet la disparition des petits vins qui encombraient le marché et oriente le marché des VCC languedociens, donc massivement l'Hérault, vers un horizon qualitatif que promeuvent les autorités syndicales depuis les années 1920.
[2] Motion générale du Congrès de la Fédération méridionale, *MV*, 18/05/1960.
[3] CR du congrès du Syndicat des vins de Montpellier, *MV*, 28 avril 1961.
[4] Décret n°61-827 du 29 juillet 1961 relatif aux attributions et au fonctionnement du FORMA.
[5] « Répartition des vins d'Algérie », *MV*, 04/12/1963 – Les négociants qui veulent écouler des vins algériens doivent alors acheter la même quantité de vins métropolitains qu'ils doivent bloquer jusqu'à l'ordre d'écoulement en provenance des CI.
[6] Décret d'organisation de la campagne, *MV*, 15/01/1964.
[7] *MV*, 04/07/1964.

En réalité, dans les années 1960, le principal problème réside dans les différents décrets bloquant les prix à la consommation et gênant le Commerce. Ce dernier réagit d'autant plus vivement qu'il est entré depuis les années 1950 dans une défense active de la profession.

Un intérêt syndical prioritaire : la « défense professionnelle »

Il s'agit là d'un basculement important par rapport à l'entre-deux-guerres. Si au cours des années 1920-1930, les intérêts corporatistes étaient régulièrement mis en avant, c'était dans une logique de défense plus générale de la filière[1]. On défendait le produit, on défendait les transactions, on défendait l'honorabilité de la viticulture méridionale et, à travers eux, le négoce. Après 1950, la logique s'inverse. Désormais, les intérêts commerciaux se défendent par le biais d'une profession renforcée. Dans un contexte de mutation intellectuelle de la conception des métiers et de segmentation qualificative en catégories socioprofessionnelles[2], la priorité est donc donnée à la « défense professionnelle », thème qui revient continuellement dans le discours syndical. Il n'est donc plus question de défendre les produits ou les transactions mais la profession elle-même.

Il faut dire que celle-ci est entrée dans une crise virulente qui pousse Ulysse Vergnes à dresser le constat suivant au retour du Congrès de la CNVS en 1964 : « En vérité, l'avenir de la profession est incertain. On l'abandonne de plus en plus en raison de son manque de rentabilité conduisant vers l'appauvrissement et même la ruine. Astreintes, entraves, impasses découlant des exigences, des contrôles et des directives de l'État, [de] sa fiscalité, ses services, sa politique économique. »[3] Mais ce constat n'est pas nouveau.

Dès les années 1950, selon les responsables syndicaux, la situation n'est plus acceptable et le mouvement syndicat méridional doit se recentrer sur la sauvegarde de ses propres intérêts professionnels et non plus sur la défense du produit ou de l'économie nationale comme c'était le cas dans la période précédente. Ainsi se met en place un discours de « défense professionnelle » propre à la région. Il vise à la mise en exergue d'une thématique de défense corporatiste qui permettrait la sauvegarde des intérêts du négoce expéditeur local et, en conséquence, de la filière viti-vinicole méridionale. Ainsi, en 1954 est présenté devant le Congrès de la Fédération méridionale, un rapport retrace les dérives qui ont touché la région depuis la disparition, durant l'entre-deux-guerres, de la licence départementale[4]. Maintenant, tous les négociants peuvent venir acheter sur les places de production, sans passer par leurs intermédiaires traditionnels. Déjà en 1953, le Congrès avait été l'écho d'une inquiétude grandissante face au non-respect des « droits reconnus aux négociants expéditeurs, tant pour le taux de leurs marges, que pour l'établissement d'un prix de revient »[5]. Le nîmois Rozier, dans son rapport sur la concurrence professionnelle, émet le souhait de voir les actes de « concurrence déloyale », perpétrés par les maisons de l'Extérieur et soutenus par leurs syndicats, ces-

[1] Cela dans une logique de domination de la filière.
[2] DÉROSIÈRES A., « Les catégories socioprofessionnelles », *Le Courrier des statistiques*, n°125, nov. déc. 2008, p. 13.
[3] « Retour de Congrès », *MV*, 06/06/1964.
[4] *MV*, 05/06/1954.
[5] « Motion générale du Congrès », *MV*, 13/05/1953.

ser : changements de statuts après faillite volontaire ; falsification des frais ; ventes sans factures ni titres de mouvement dans les régions de production secondaire ; VCC issus de vins malades trafiqués ; manipulations, etc.

Quelques années plus tard, les antagonismes sont toujours les mêmes entre le négoce parisien et le négoce méridional, notamment au sujet du degré du vin, le négoce parisien préférant acheter au degré-distillation[1]. Ce qui est plus rentable pour l'un est problématique pour l'autre. En effet, le degré-distillation est moins élevé que le degré légal et fait perdre environ 2/10e de degré. En outre, il est beaucoup plus précis et évite à la fois les problèmes administratifs et les contentieux. Mais pour les négociants méridionaux, outre la perte d'une partie de leur bénéfice car les producteurs refusent catégoriquement de vendre au degré-distillation, c'est une perte de temps et l'obligation de lourds investissements pour pouvoir mesurer le degré-distillation[2]. Cet épisode traduit la position du négoce local, entre l'enclume et le marteau, dans une position où il ne peut que subir les exigences des uns et la rigidité des autres. Ce sont ces raisons qui exacerbent le besoin de défense professionnelle dans le négoce local.

Par ailleurs, cette démarche de défense professionnelle s'engage contre l'action de l'État. Par exemple, ce dernier bloque les marges des commerçants, à plusieurs reprises, comme en 1952 ou en 1954. C'est un problème pour les maisons de commerce car ces dernières ayant des marges assez limitées, si le blocage perdure, comme entre 1954 et 1957, la hausse des charges annexes entraine une nette diminution des profits et des bénéfices de la maison. C'est d'autant plus problématique que la profession doit supporter de nombreuses charges contre lesquelles elle lutte sur l'ensemble de la période. Ainsi, pour chaque congrès local ou régional, un vœu de la motion générale concerne l'allègement de la fiscalité. En 1964, lors du Congrès régional, il est ainsi réaffirmé comme une quinzaine d'années plus tôt, le désir de voir le contrôle fiscal se réduire : « [La Fédération méridionale] élève une protestation véhémente contre toute tentative qui aurait pour résultat d'alourdir la fiscalité appliquée au vin ou de porter atteinte au principe de taxe unique. »[3] Cette taxe unique a remplacé la taxe à la propriété en 1951 mais son taux est souvent revu à la hausse par les pouvoirs publics, entrainant le mécontentement des syndicats[4]. En outre, le négoce expéditeur en demande la modification pour ne pas qu'elle frappe de la même manière les VCC et les vins AOC. Cette une revendication est logique dans une région où l'écrasante majorité des vins sont des VCC. D'autres sujets sont source d'inquiétude de la part du mouvement syndical et amènent le groupement régional ou les syndicats locaux à définir un discours corporatiste volontaire : campagnes antialcoolisme[5], restriction des crédits[6], circuit-témoin[1] ou les toutes récentes SICA[2].

[1] C'est-à-dire le degré déterminé par distillation et non pas par ébulliométrie. En outre, le plus souvent, le degré d'alcool dans le vin est quantifié par le pèse-alcool, la pratique la plus courante.
[2] CR du Congrès Syndicat des vins de Montpellier, *MV*, 26/04/1961.
[3] *MV*, 13/05/1964.
[4] ADH : 4 ETP 257, Fonds de la CCM, Vœu sur l'augmentation de 10 % de la taxe unique, 03/12/1958.
[5] CR Congrès de la Fédération méridionale, *MV*, 22/05/1957 ; AG du Syndicat de Montpellier, *MV*, 26 avril 1961 ; AG du Syndicat de Montpellier, *MV*, 27/04/1963.
[6] « Protestation contre les restrictions de crédit », *MV*, 13/12/1957.

Dans cette logique, le discours syndical se raffermit dans deux directions. La première consiste dans la défense de la fonction commerciale. Le négoce expéditeur y est présenté comme étant nécessaire et incontournable. Au début des années 1950, Vergnes s'illustre dans ce domaine au sein de la Fédération[3]. Il y défend le rôle du négoce expéditeur, outil vital à la survie de la viticulture méridionale. On retrouve d'ailleurs dans ses prises de position à ce sujet tout au long des années 1950, les bases de son action la décennie suivante, notamment avec la fondation du Syndicat national du négoce expéditeur en 1967. Au demeurant, la même année, lorsque le gouvernement cherche à réduire les coupages avec des vins algériens, Vergnes rappelle le rôle premier du négoce expéditeur : « Distribuer, sur l'ensemble des marchés, des vins produits par la viticulture mais adaptés aux goûts des consommateurs. »[4] C'est pourquoi entre-temps, en 1963, il défend devant la Fédération méridionale, le projet d'un statut professionnel qui veillerait à assurer la défense du négoce de manière plus efficace. Organisé autour d'une licence professionnelle de négociant en gros, ce statut permettrait de contrôler la profession en filtrant les admissions. Cela aurait pour conséquence de limiter les dérives, les fraudes et les falsifications opérées par des personnes n'ayant « ni les compétences, ni les qualités techniques et morales nécessaires à l'exercice de notre profession »[5]. Cette situation de monopole serait pour le Commerce en gros une réelle avancée dans l'optique d'une rationalisation de la profession, de la défense de leurs intérêts et de la valorisation de leur place dans la filière. Cela permettrait également aux négociants expéditeurs de se retrouver sur un pied d'égalité avec les négociants distributeurs. Quoi qu'il en soit, il s'agit ici d'un discours ambitieux qui augure de l'orientation à venir prise par le mouvement syndical sous la houlette de Vergnes.

Mais incontestablement ce discours se heurte à la réalité des chiffres et des faits. Le négoce local et ses représentants syndicaux ne pèsent plus assez lourd pour pouvoir faire entendre leurs doléances dans le concert des acteurs de la filière.

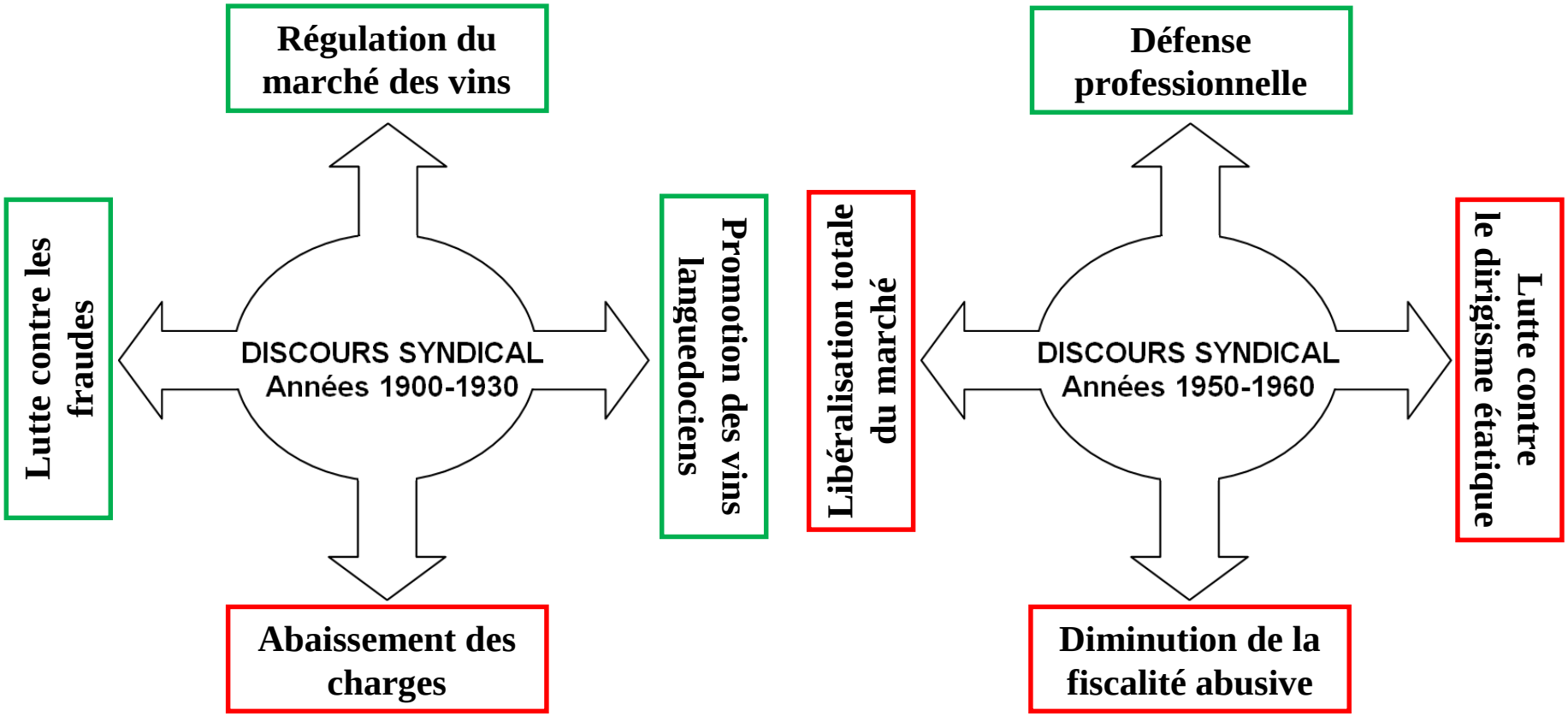
Décrédibilisé par la compromission de certains syndicalistes de premier plan pendant la guerre, faute d'outils de propagande véritablement efficaces, ils doivent se résoudre à œuvrer par l'entremise de relais dont ils ne maîtrisent pas l'orientation, que cela soit le *Midi Vinicole* dont ils partagent avec les producteurs les feuilles ou le syndicat national dans lequel ils ne représentent plus qu'une minorité.

Certes, l'idéologie se fait plus affirmée et les revendications plus agressives dans un discours qui a largement évolué par rapport aux périodes précédentes, insistant désormais sur les « injustices » dont est frappé le négoce (sch. 21, page suivante). Mais, à la fin de la période, c'est trop peu pour résister à des forces contraires : État, Viticulteurs, distribution.

[1] « De la conférence de M. Hirsch au circuit-témoin », *MV*, 20/03/1957.
[2] CR Congrès de la Fédération méridionale, *MV*, 25/04/1964.
[3] CR Congrès de la Fédération méridionale, *MV*, 28/06/1952.
[4] ADH : 4 ETP 253, *op. cit.*, Protestation du Syndicat de Montpellier, mai 1967.
[5] *MV*, 22/05/1963.

Sch. 21 : La mutation du discours syndical

Grands thèmes et perception



Légende :

- Message positif et constructif ; intérêt général de la filière viti-vinicole
- Message négatif et accusatoire ; défense des seuls intérêts de la profession

CONCLUSION DE LA SECTION 3

Indiscutablement, cette dernière période voit l'ensemble des avancées conquises dans les deux périodes précédentes réduites à la portion congrue.

Pourtant, dès le début du siècle, comme dans les autres régions[1] mais avec une intensité plus marquée, s'établit un mouvement syndical articulé dans le département autour de syndicats locaux florissants et d'un syndicat régional actif. Soutenu par une base humaine importante et un discours militant libéral et ambitieux, le mouvement syndical s'avère un outil de premier ordre aux mains des négociants pour limiter les effets d'un marché déstructuré par les conséquences des crises de mévente du début du XXe siècle. Si ce mouvement peine dans un premier temps à s'affirmer et à acquérir la légitimité nécessaire pour faire entendre ses doléances, la Première Guerre mondiale va marquer, dans cette démarche, un tournant crucial. À la fois par l'implication corporatiste volontariste pendant le conflit mais également par l'action des responsables syndicaux en faveur d'une normalisation des transports dans l'immédiat après-guerre, le mouvement syndical des vins gagnent en crédibilité et en reconnaissance.

C'est ainsi que la période de l'entre-deux-guerres symbolise alors un véritable âge d'or syndical. Reconnu par les pouvoirs publics et porté par des personnalités de premier plan, le mouvement patronal se voit, dès lors, octroyer une légitimité et une honorabilité qui servent ses intérêts commerciaux et, selon le discours empreint de saint-simonisme de l'époque, l'ensemble de la filière viti-vinicole méridionale. S'appuyant sur des instruments propagandistes et des démarches corporatistes efficaces, il permet la mise en œuvre de revendications qui, avant 1920, n'avaient trouvé qu'un écho limité. Surtout, ayant su faire preuve d'adaptabilité dans un contexte des plus compliqués par la concurrence extérieure et la dégradation des conditions économiques depuis les années 1900 jusqu'aux années 1940, le mouvement patronal acquiert une représentativité qui lui fait jouer un rôle prédominant pendant la Seconde Guerre mondiale.

Malheureusement pour lui, au même titre que d'autres responsables patronaux dans le pays, la compromission de certains de ses cadres durant cet épisode lui fait perdre l'ascendant et la dynamique dont il disposait pendant l'entre-deux-guerres. Ainsi, la tendance à l'essoufflement qui s'était dessiné dans la seconde moitié des années 1930 en raison de l'affaiblissement des effectifs commerciaux se poursuit et s'accélère dans les années 1950 et 1960 en raison, cette fois-ci, de sa perte de légitimité. En dépit d'objectifs réaffirmés et de derniers combats corporatistes menés dans l'intérêt d'une profession sans cesse mise en danger, l'influence du mouvement syndical décline inexorablement.

Ce sont ces dynamiques que l'on retrouve dans l'analyse du mouvement patronal non plus cette fois-ci dans sa seule dimension syndicale mais en tant qu'acteur institutionnel de la filière, c'est-à-dire à la tête des outils d'orientation de l'économie locale et régionale et dans un rôle de corps intermédiaire plus complet et plus légitime que les seuls syndicats.

[1] Voir à ce sujet pour la Drôme, BOURCHARDEAU P, op. cit ou pour la Bourgogne, LUCAND C., op. cit.

SECTION 4

Un objectif : le contrôle de la filière viti-vinicole héraultaise

Assurément, l'objectif prioritaire des responsables patronaux est d'assurer, pour les négociants et leurs maisons de commerce, le contrôle et la stabilité du marché des vins. C'est là une ambition classique dans un groupe social regroupant des notables comme le fait remarquer Adeline Daumard : « La défense des intérêts […] passait […] par l'action de nombreux groupes de pression. »[1]

Dans ce cadre et avec l'ambition d'être les garants d'un ordre commercial dont ils seraient les chefs de file, ils assurent la réalisation de cet objectif par la mise en place d'une stratégie de domination des institutions d'orientation et de contrôle du marché des vins.

Cet effort général passe par l'acquisition de postes-clés dans le département, notamment dans les chambres de commerce et les tribunaux de commerce ou la mise en place d'institutions de liaison originale avec les pouvoirs publics et les administrations. Il s'inscrit également dans une entreprise ambitieuse d'orientation, de rationalisation et d'assainissement d'un marché des vins de plus en plus chaotique et difficilement maîtrisable, alors que l'une des premières revendications du négoce est, au contraire, la stabilité et la lisibilité de ce marché[2].

Fort logiquement, ce processus connaît des difficultés, notamment en raison des résistances des partenaires commerciaux locaux, mais également car les relations avec l'État peuvent s'avérer particulièrement inégales.

En définitive, l'ambition suprême du négoce est de devenir l'interlocuteur principal des pouvoirs publics, afin de pouvoir agir sur le processus de prise de décision en matière viti-vinicole au niveau local et au niveau national. Pour cela, les responsables patronaux assurent le quadrillage de la filière selon, ici aussi, une temporalité fluctuante dont l'apogée se situe durant l'entre-deux-guerres.

Nous nous proposons d'étudier ici cette dimension : le négoce en tant qu'acteur institutionnel, corps intermédiaire naissant au début du siècle et qui aspire au contrôle de la filière afin d'y faire appliquer ses propres règles et sa propre conception du marché[3].

Nous verrons ainsi qu'à un premier effort de contrôle de la filière désordonné jusqu'en 1920 succède un second temps, plus cohérent et hégémonique durant l'entre-deux-guerres, avant que l'influence du négoce dans la filière s'amenuise dans un troisième temps après la Libération.

---

[1] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 232.

[2] Ce que certains sociologues appellent l'« encastrement institutionnel » : certaines institutions fournissent un cadre régulateur qui assure la stabilité et la tranquillité des relations marchandes. (cf. BUSKENS V., RAUB W. et SNIJDERS C. (eds.), *The Governance of Relations in Markets and Organizations, Research in the Sociology of Organizations*, vol. 20, Oxford, JAI/Elsevier, 2003).

[3] À ce sujet, voir FALCONI A. M. et al. « Le contrôle social du monde des affaires : une étude institutionnelle », *L'Année sociologique* 2/2005 (Vol. 55), p. 451-483.

CHAPITRE 1 : UN PREMIER EFFORT DÉSORDONNÉ (1900-1920)

Lorsqu'il s'interroge sur les causes et les solutions à apporter à la crise vinicole qui touche la viticulture méridionale[1], Jean Allègre voit dans la rationalisation du marché la réponse à la crise de mévente qui frappe le Midi depuis le début du siècle. Pourtant issu du monde de la Propriété, il partage l'avis des négociants qui, depuis les syndicats ou les chambres de commerce, entament une action dans ce sens. Ce premier effort désordonné vise à assurer et assumer l'orientation de la filière viti-vinicole par des contacts privilégiés avec les pouvoirs publics et la mise en œuvre de stratégies plus ou moins efficaces. Rarement mis en cause par les manifestations de 1907, le négoce local cherche alors à imposer son action comme un instrument de régulation du marché au profit de la viticulture méridionale dans son ensemble.

Cette action s'organise autour de différentes institutions où sont présents les négociants et à différentes échelles : Chambres de commerce, Syndicats et Office du vin. Dans tous les cas, il s'agit de sauvegarder les intérêts des maisons de commerce locales et, consubstantiellement, les intérêts de la filière viti-vinicole tout entière.

Orienter la filière

La crise phylloxérique, qui frappe le département dans les années 1870, outre ses conséquences ampélologiques, économiques et sociales bien connues[2] affecte le marché des vins de deux manières. La première concerne la marchandise elle-même. Afin de répondre à un déséquilibre entre l'offre et la demande, le marché des vins se gonfle de vins impropres ou factices. La seconde concerne le métier même de négociant qui suscite de plus en plus de convoitises. Afin de limiter les effets indésirables de cette situation, les responsables patronaux cherchent à mieux encadrer le marché des vins héraultais autour de ses deux axes.

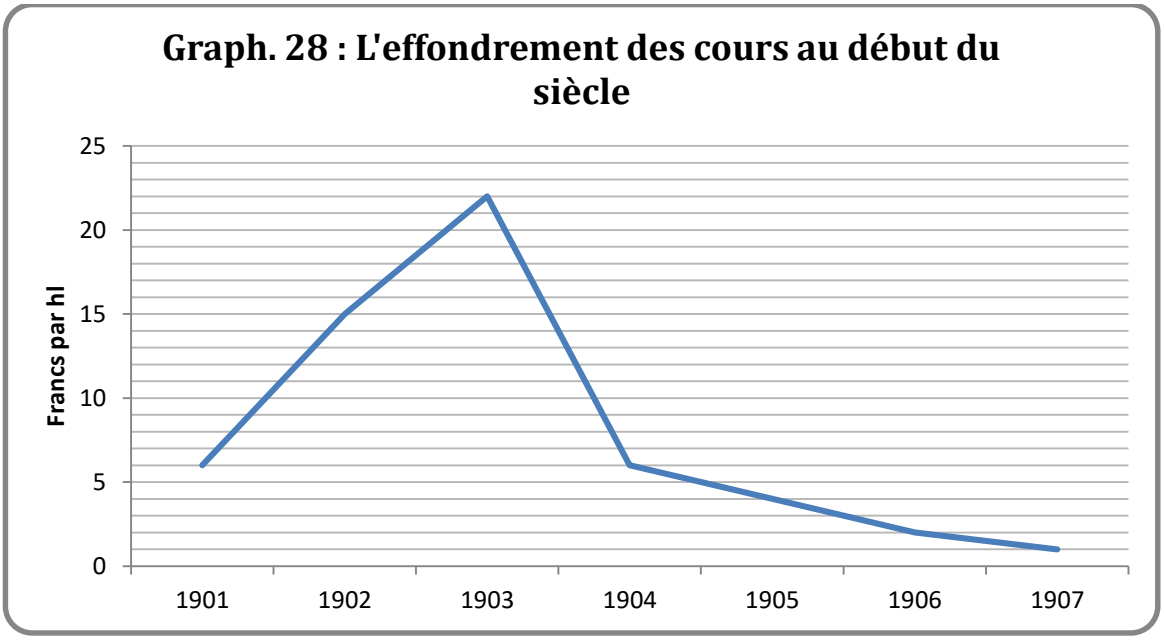
Les premiers essais de régulation de la profession et des transactions

Frappé par les crises de mévente, le marché dans les premières années du XXe siècle connaît de profonds dysfonctionnements. Les cours en subissent les conséquences : ils s'effondrent en quelque temps (graph. 28, page suivante).

Engorgé par des millions d'hl de vins fraudés ou « retapés », le marché subit un « krach »[3] lors de la campagne de 1903-1904. Cette campagne est néfaste aux intérêts commerciaux avec des cours qui passent brusquement de 22 à 6 F l'hl et des maisons qui, pleines de nombreux stocks dans leurs chais, sont obligées de vendre à perte ou forcées de conserver dans de mauvaises conditions des vins qui se dégradent très rapidement[4]. Cette chute des cours est

[1] ALLÈGRE J., *La Crise viticole, sa solution par la règlementation rationnelle du marché des vins*, Firmin, Montagne et Sicardi, Montpellier, 1906.
[2] À ce sujet, voir GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée et l'Europe au siècle dernier (XXe)*, Montpellier, Publications de l'UPV, 2006 (2000).
[3] AN BB 30-1698/16, *op. cit.*, Second Rapport Cazeaux-Cazalet, p. 33.
[4] Et qu'il faudra, selon la logique d'un cercle vicieux, trafiquer ensuite pour pouvoir les vendre.

essentiellement due à l'engorgement par des vins impropres et des vins sucrés. Les premiers font baisser les cours car ils coûtent peu, les seconds les empêchent de remonter car ils sont bloqués au niveau des prix du degré-sucre.



Sources : *Deuxième rapport Cazeaux-Cazalet*, 1907 et *Rapports d'inspection BDF*

La conséquence est double : c'est tout d'abord l'irruption sur le marché de « néo-commerçants »[1] qui profitent de la situation en poussant les propriétaires à vendre à vils prix et en empêchant les négociants honnêtes de s'approvisionner dans de bonnes conditions. On voit ainsi surgir « un grand nombre d'intermédiaires qui n'ont pas de patentes (…), véritables courtiers marrons »[2]. La seconde conséquence est la modification des pratiques commerciales. Dorénavant, les négociants, dont la part de commissionnaires commence à croître, achètent au coup par coup, seulement lorsqu'ils ont la certitude de pouvoir vendre. Seules les grosses maisons, disposant d'une surface financière suffisante, peuvent se permettre – et encore avec de nombreux risques – de faire des stocks. Le négoce est alors devenu un « chercheur de coups de fusils », c'est-à-dire « à l'affut des occasions » [3] lui permettant de réaliser de rapides bénéfices. C'est ainsi qu'un marché jadis relativement équilibré entre les négociants haussiers et baissiers est devenu un marché où dominent les baissiers[4] et les intermédiaires marrons qui déstructurent le tissu commercial local.

Bien évidemment, les membres du négoce héraultais qui occupent des postes à responsabilité dans la filière cherchent à endiguer une situation qui est profondément nuisible à leurs intérêts. Ainsi, lors de l'audition devant la Commission parlementaire venue enquêter sur la crise viticole en 1907, le président de la CCB, le négociant François Guy ainsi que les autres membres du bureau – dont la plupart sont des négociants[5] – dénoncent les transformations en

[1] AN BB 30-1698/16, *op. cit.* , Second Rapport Cazeaux-Cazalet, p.43.
[2] *Idem*.
[3] *Ibid*., p. 44.
[4] Car spéculer à la hausse implique désormais de trop grands risques.
[5] Voir la liste des membres en annexes, p. 1132.

cours dans le négoce local, « remplacé par des courtiers ne payant le plus souvent ni la patente, ni la licence »[1]. La CCM s'élève de son côté contre « la nuée d'intermédiaires sans capitaux ou tout au plus des apports insignifiants, qui ont pris place et exécuté à des taux de commission de misère (0,5 F l'hl) les ordres des acheteurs des places de consommation »[2]. Dorénavant, seules les grosses maisons peuvent continuer à acheter en septembre-octobre à des propriétaires qui, faute de vaisselle vinaire, doivent impérativement se délester d'une marchandise qui s'abime rapidement.

Ainsi, conscientes du danger, les autorités syndicales ou consulaires cherchent à épurer et réguler le marché. À la fin de l'année 1907, des contacts sont établis avec le Syndicat de courtiers de Montpellier afin d'établir des règles de bonne conduite commerciale. Dès le mois de décembre, un accord est trouvé[3] : les courtiers syndiqués s'engagent à ne traiter des affaires qu'avec les maisons de [la] région et non plus faire office de commissionnaires en vendant directement aux maisons de l'extérieur[4]. Une nouvelle étape est franchie quelque temps plus tard, quand le Syndicat de Montpellier décide de dresser des listes de « courtiers patentés » qui s'engagent sur plusieurs points : ne pas sortir de leur rôle d'intermédiaire entre producteurs et négociants-expéditeurs, respecter les usages locaux, proposer les meilleures marchandises[5]. En échange, les membres du Syndicat s'engagent à ne faire appel qu'aux courtiers répertoriés sur ces listes. Le syndicat montpelliérain est rapidement suivi par celui de Béziers, avec des résultats inégaux toutefois, les plaintes qui étaient à l'origine de cette démarche continuant à se multiplier[6].

Cette sécurisation des échanges est primordiale pour le commerce à tel point qu'en 1910, une étape supplémentaire est franchie : un projet de contrat-type est proposé. Selon celui-ci, les courtiers devraient signer le bordereau d'échantillon et donc être responsables des marchandises vendues. En vertu de ce contrat, le négoce s'engage à rémunérer les courtiers à hauteur de 25 centimes par hl, ce qui n'est pas toujours le cas au début du siècle[7]. Mais la démarche n'aboutit finalement pas devant le refus des courtiers d'une modification des usages locaux et surtout d'un engagement de leur responsabilité dans la transaction. En revanche, le syndicat montpelliérain prévoit, en 1911, un « livre noir » dans lequel seraient inscrits les courtiers incorrects, notamment ceux qui traitent directement avec l'extérieur[8]. L'objectif est de limiter l'impact sur le marché des vins des « courtiers incorrects »[9], notamment la catégorie hybride des « courtiers-commissionnaires »[10] qui émergent à cette période. Si les résultats semblent inégaux, les protestations des négociants auprès des syndicats disparaissent du Bulletin à

[1] *Ibid*., p.45.
[2] *Idem*.
[3] Elle arrive après une succession de plaintes de non-respect des engagements de décembre 1907.
[4] Lettre du président du Syndicat des courtiers de la région de Montpellier 10/01/1908, *BMS*, janv. 1908, p. 3-4.
[5] *BMS*, déc. 1908, p. 204-205.
[6] *BMS*, mai 1909, p. 366.
[7] *BMS*, avril 1910, p. 97-101.
[8] *BMS*, oct. 1911, p. 492.
[9] On signale ainsi en 1909 un courtier qui accompagne dans le village de Saint-André-de-Sangonis des acheteurs suisses avec qui il traite directement alors que dans le même temps, il continue à travailler avec des maisons montpelliéraines.
[10] Ce sont des courtiers qui vendent directement aux négociants de l'Extérieur, sans passer par le négoce local.

partir de 1912[1]. Désormais, les commissionnaires purs sont de mieux en mieux acceptés sur les marchés et les conflits avec les courtiers ne concernent plus que les taux de courtage.

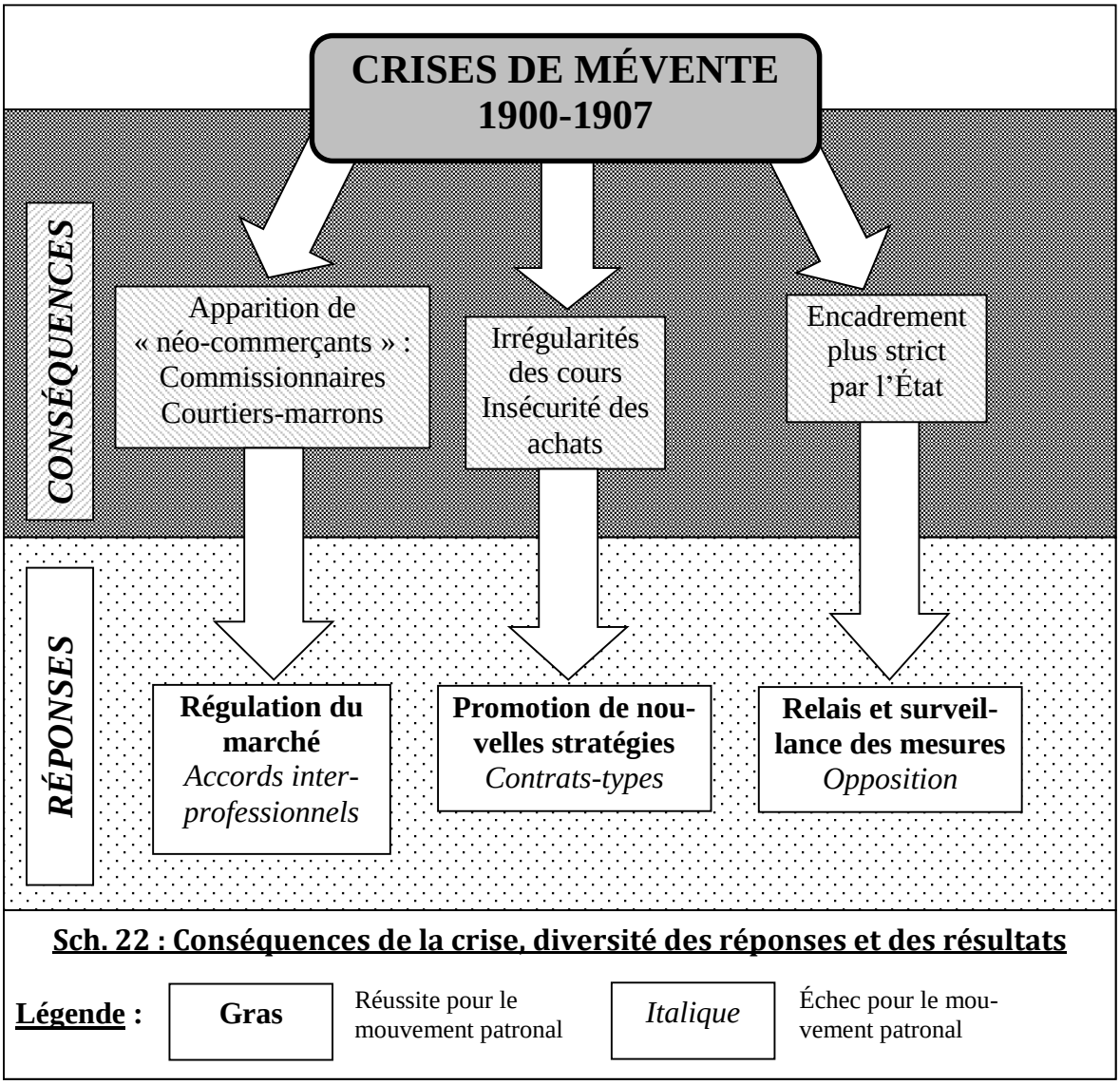
Dans le même effort d'orientation et de régulation du marché, les négociants cherchent à imposer ou à s'opposer à certaines pratiques. Par exemple, tout au long de la période, ils tentent d'imposer l'officialisation d'un contrat-type avec la Propriété. Ce thème est récurrent dans les milieux syndicaux : il vise à sécuriser les transactions en partageant la responsabilité de ces dernières. Dans un premier temps, syndicats et chambres de commerce recommandent aux membres de la profession d'utiliser dans leurs transactions, par souci d'homogénéité le même type de contrat[2]. Mais dans un second temps, les négociants tentent d'imposer aux propriétaires un contrat-type[3]. Ils cherchent, en cela, à suivre l'exemple des négociants algériens qui ont réussi à imposer en 1908 le contrat-type[4]. Mais, la pierre d'achoppement, dans l'Hérault, consiste concrètement dans la définition de clauses perçues comme abusives par la Propriété comme par exemple la mention suivante : « Les vins devront être livrés loyaux, marchands, exempts de douceur et de piqûre. »[5] Le contrat-type est donc dans un premier temps seulement évoqué de temps à autres (à Montpellier, on conseille par exemple une lettre de confirmation type en 1910[6]) avant de devenir l'un des thèmes majeurs dans les syndicats locaux mais sans réel succès, bien qu'il soit défendu par certains des responsables patronaux les plus puissants : Jean Prats, par exemple, fort de ses mandats de président de la CCS et de président du Syndicat des vins, appuie cette démarche des milieux commerciaux héraultais[7].

À l'inverse, en 1911, Paul Bret, depuis la CCM, s'oppose à la loi visant à établir des délimitations des vignobles. Contraire aux intérêts des négociants car elle entraînerait une complexification, essentiellement administrative, de leurs pratiques (notamment les coupages), elle est perçue par les négociants comme « une entrave réelle à la liberté commerciale »[8]. Bret justifie la position des milieux du négoce par l'impossibilité d'avoir, sur un même terroir, une même qualité constante et conclut donc sur l'inutilité des délimitations[9]. L'opposition de Bret n'est pas isolée. Elle s'inscrit dans une contestation plus générale des milieux commerciaux en France, comme en Bourgogne par exemple où les négociants locaux envisagent de s'appuyer sur les négociants languedociens pour faire échouer les projets du gouvernement[10]. Bret est assuré du soutien, dans sa démarche, des autres chambres de commerce méridionales et des syndicats du département, mais, ici aussi, sans succès.

Le négoce cherche ainsi à apparaître comme un contrepoids aux difficultés qui touchent l'ensemble de la filière. Avec des résultats inégaux, sa démarche vise essentiellement à antici-

[1] Le sujet ne revient qu'une à deux fois par an.
[2] *BMS*, fév. 1908, p. 12.
[3] Qui, de leur côté, font exactement la même chose (*BMS*, juin 1908, p. 126).
[4] *BMS*, mai 1909, p. 385.
[5] *BMS*, juin 1908, p. 126-127.
[6] *BMS*, fév. 1910, p. 42.
[7] ADH : 8 M 216, Fonds CCB, Office du vin, Lettre de Prats à l'Office du vin, juin 1913.
[8] ADH : 8 M 216, *op. cit.* , PV séance de la CCB, 08/03/1911.
[9] ADH : 8 M 216, *op. cit.* , Rapport de Bret devant l'ODV, 20/06/1911.
[10] LUCAND C., *op. cit.*, p. 616.

per ou à contrôler les décisions pour mieux réguler, à son avantage, le marché. La crise de mévente joue ici un rôle de catalyseur suscitant plusieurs types de réponses (sch. 22).



Sch. 22 : Conséquences de la crise, diversité des réponses et des résultats

C'est avec à l'esprit ce souci d'orienter et d'assainir le marché que les responsables patronaux se positionnent face à la crise de 1907.

Autour de 1907 : lutter contre les « mauvais vins »

Dans un contexte de crise, le premier effort est bien évidemment un effort d'épuration qui passe par une lutte active contre les vins non-naturels. Dans les milieux commerciaux, comme dans l'ensemble de la société viti-vinicole méridionale en crise en 1907, la fraude sous toutes ses formes est l'ennemi à combattre : « Contre la fraude […], c'est l'union sacrée qui est présentée comme la seule stratégie valable. »[1]

Les représentants des négociants héraultais se battent tout d'abord contre la fraude de la marchandise, conséquence de la période post-phylloxérique qui voit affluer sur le marché des

[1] SAGNES J. (dir.), *La Révolte du Midi viticole, cent ans après (1907-2007)*, Perpignan, PUP, 2008, p. 6.

vins artificiels ou trafiqués. Cette fraude est massive et pousse le gouvernement à nommer une commission chargée d'enquêter sur la situation devant l'ampleur de la crise et la montée des mécontentements dans le Midi dès les premiers mois de 1907[1] (fig. 49).

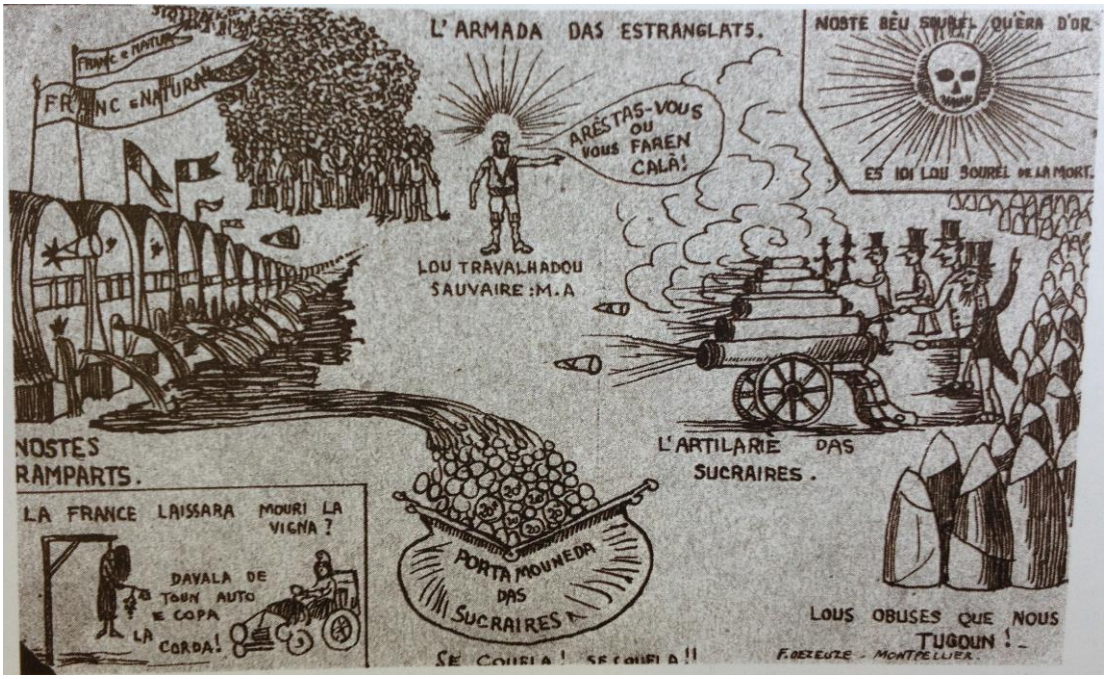


Fig. 49 : La fraude, cause principale de la crise de 1907
Carte postale de F. Dezeuze « L'armée des étrangleurs », 1907
Source : SAGNES J. (et alii), *1907 en Languedoc-Roussillon*, Montpellier, Espace Sud, 1997, p. 200

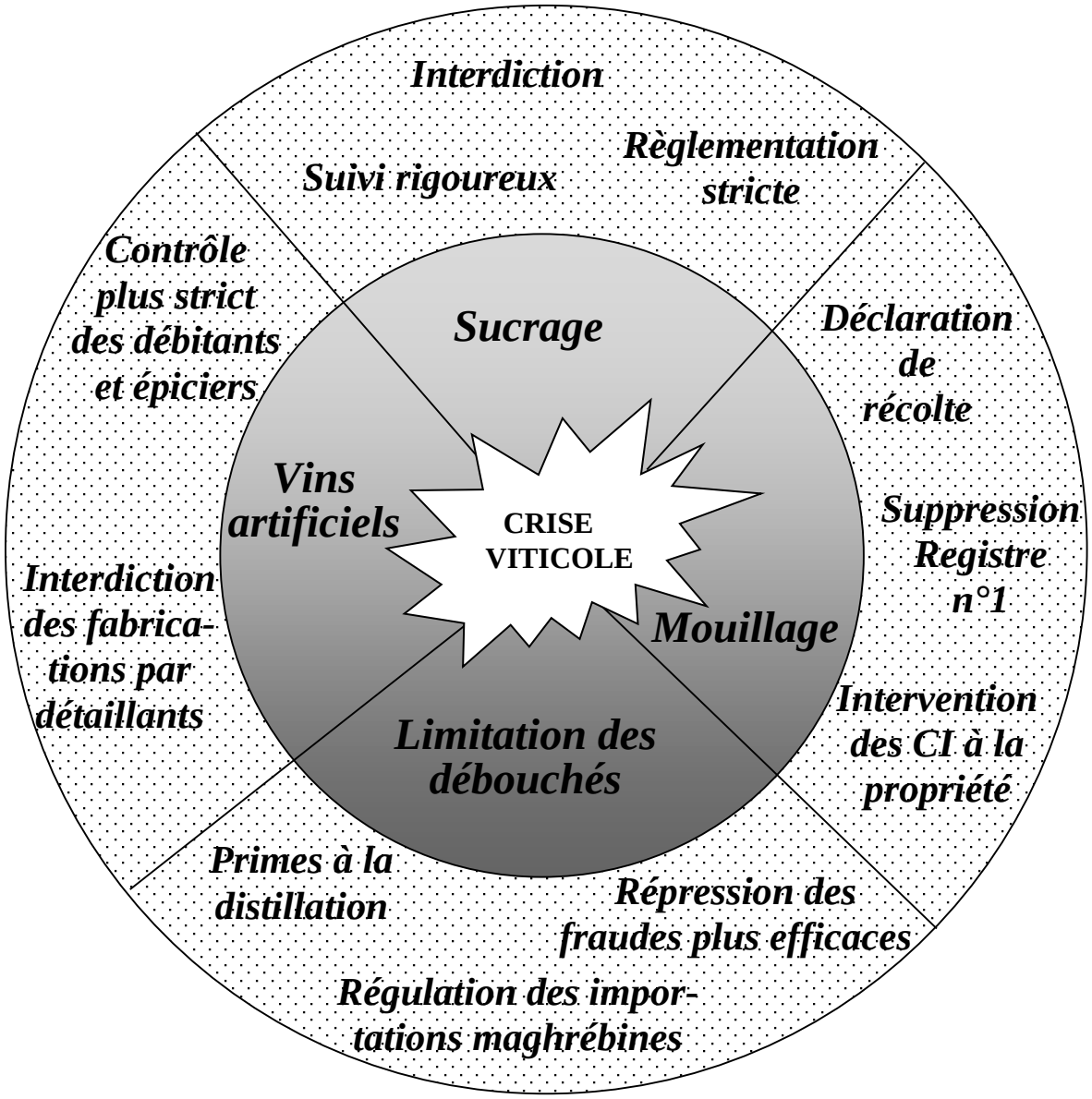
Cette commission enquête par le biais de questionnaires et de dépositions verbales entre le mois de mars et le mois de mai 1907[2]. À Béziers, le président de la CCB, François Guy, décide de réunir l'ensemble des chambres de commerce du Midi vinicole ainsi que les différents groupements patronaux[3]. Ces derniers[4] se retrouvent le 28 février tandis que les premiers[5] se réunissent le 2 mars, à Béziers. L'objectif est de donner une réponse concertée, et si possible unitaire, à la Commission parlementaire qui doit venir dans la région au début du mois de mars. Le 12 mars, au soir de la visite de la commission, les responsables patronaux se retrouvent à la CCB pour faire la synthèse des différentes réunions et entrevues de la journée et envisager les

[1] « Commission chargée de faire une enquête sur la situation de la production, des transports et du commerce des vins et de proposer les mesures à prendre en vue de remédier à la situation critique de la viticulture ». Elle est composée de 22 membres.
[2] AN : BB 30-1698/16, Archives parlementaires, Proposition de loi tendant à réprimer les fraudes sur les vins, Débats et rapports, 1906-1907.
[3] ADH : 8 M 219, Fonds de la CCB, « Enquête parlementaire sur la crise viticole – indication des causes de la crise et de ses conséquences. Remèdes proposés », Séance du 12/03/1907. Voir également à ce sujet LACOMBRADE P., « Les chambres de commerce du Languedoc méditerranéen … », *art. cit.*, p. 118-119.
[4] « Monsieur le sous-préfet, Monsieur le Maire de Béziers, Messieurs les présidents des Sociétés agricoles et groupements divers se rattachant à la production et la vente de vin ».
[5] Les chambres de Nîmes, Montpellier, Sète et Perpignan participent à la réunion, tandis que celles de Marseille, Toulon et Carcassonne qui avaient été invitées sont excusées mais adhèrent aux conclusions de la réunion.

suites à donner[1]. Le rapport est présenté par Achille Gaillard, vice-président de la CCB, industriel proche des milieux négociants. Les causes avancées de la crise sont multiples mais tournent toute autour de la fraude qui encombre le marché (sch. 23).

Sch. 23 : La crise viticole de 1907 vue par la CCB

Causes et remèdes proposés



Légende : Causes de la crise viticole — Solutions et remèdes proposés par la CCB

[1] ADH : 8 M 219, *op. cit.*

L'une des causes principales pour la CCB est le sucrage, notamment à la propriété. En effet, selon le rapport, « la conséquence de la non-répression des fraudes est que le prix maximum du degré vin est le prix de revient du degré-sucre »[1]. C'est pour cela que la principale mesure préconisée par la CCB est le suivi voire l'interdiction des sucres. Cette demande est logique car, sur un marché national de plus en plus compétitif, les sucres permettent aux régions du Centre et du Nord de la France de faire monter le titrage de leurs vins et ainsi de concurrencer les vins héraultais : « L'augmentation [des stocks disponibles] est la conséquence des fraudes, par le sucrage, en les pays de petite production et de grande consommation, en lesquels on a fait, à tort, des boissons dénommées "vins" avec du sucre et des cuvées successives. »[2] Le mouillage est lui aussi pointé du doigt : il concerne essentiellement les vins d'Algérie, dilués dans les centres de consommation, pour en augmenter la quantité, tout en conservant un degré assez élevé (9° contre 12-13° à l'origine). Quant aux « vins industriels de synthèse », ils sont préparés par les négociants, débitants ou épiciers sans scrupule des centres de consommation, où « la répression des fraudes commerciale est à organiser »[3]. La CCB demande alors une répression énergique et le relèvement des pénalités pour les fraudeurs qui « aidés par les progrès de la Chimie, […] font non seulement revivre les vins altérés mais encore [font] des produits de toutes pièces, avec des produits divers »[4]. Dans son rapport, A. Gaillard, qui se fait le porte-parole de la filière viti-vinicole méridionale, conclut à l'encombrement du marché, notamment en raison de « l'entrée en scène de la chimie vinicole [qui] est le fait le plus considérable de ces dernières années […] à tel point que le sucrage passe maintenant au second plan »[5].

Solidaires, Propriété et Commerce s'entendent pour la survie d'une filière qui est vitale dans le département. D'ailleurs, la Commission parlementaire note qu'il existe une « entente tacite entre producteurs et commerçants [et] les divergences sont très légères »[6]. La Commission conclut sur la « concurrence désastreuse » fait par les vins fraudés aux vins naturels méridionaux, entraînant les prix les plus bas[7]. Le marché des vins y est présenté comme « troublé par des facteurs étrangers » et le Commerce honnête insuffisamment protégé[8]. Selon l'impression des responsables patronaux présents à l'audition de la Commission parlementaire, les arguments du négoce semblent avoir été entendus.

D'ailleurs, une fois les lois de 1907 votées[9], les décisionnaires et les représentants des milieux commerciaux cherchent à faire appliquer ces dernières afin de permettre aux commerçants héraultais de survivre dans un marché où ils ont été dépassés par les événements[10]. Ils se font alors les promoteurs du vin naturel qu'ils défendent activement. Ainsi, en 1908, l'Office

[1] ADH : 8 M 219, *op. cit.* , p. 12.
[2] *Ibid*., p. 13.
[3] *Ibid*., p. 16.
[4] *Idem*.
[5] AN : BB 30-1698/16, *op. cit.* , Rapport Cazeaux-Cazalet, 27/05/1907, p. 7.
[6] AN : BB 30-1698/16, *op. cit.* , Second Rapport Cazeaux-Cazalet, 06/06/1907, p. 5.
[7] *Ibid*., p. 9.
[8] *Ibid*., p.12
[9] SAGNES J., *Députés et sénateurs face à la crise du Midi en 1907*, Montpellier, ADH, 2007.
[10] AN BB 30-1698/16, *op. cit.* , Second Rapport Cazeaux-Cazalet, « Le nouveau commerce des vins », p. 4 » et sq. Le négoce méridional y est décrit comme étant submergé par l'afflux de nouveaux intermédiaires et profondément perturbé par la fraude.

du Vin[1] et le Syndicat des vins de Béziers s'émeuvent de la poursuite des pratiques de sucrage dans d'autres régions : Omer Martel président du Syndicat de Béziers dénonce ainsi, dans une lettre au député de Béziers Louis Lafferre, le sucrage des vins blancs en Loir et Cher « qui sont autant d'abus contraires aux dispositions formelles de la loi, notamment les sucrages en seconde et troisième cuvées »[2]. Fin 1908, une lettre de la CCB estime que la législation n'est pas assez ferme, en raison de « fissures dans lesquelles passe la fraude »[3], notamment l'autorisation de fabriquer des vins de seconde cuvée pour la consommation familiale et la tolérance concernant la fabrication de piquettes à usage personnel (ce qu'on appelle les « vins de ménage »). Pour la CCB, il s'agit là de « simples prétextes à la fabrication de liquides qui, en fait, vont à la consommation en prenant la place du vin naturel ».

Dans le cadre de cette lutte contre l'encombrement artificiel du marché, le monde du négoce cherche également à préserver ses propres intérêts face aux possibles poursuites. Ainsi, au sujet des prélèvements de vins effectués pour leur vérification[4], Paul Bret, alors membre de la CCM, demande que les prélèvements ne soient plus effectués selon les techniques traditionnelles qui donnent souvent des échantillons impurs. Il propose ainsi qu'avant de prélever les échantillons, on « laisse s'écouler au moins 10 litres par le robinet pour avoir le vin limpide » et ainsi éviter tout souci[5]. Toujours dans l'optique de la sauvegarde des intérêts d'un Commerce se voulant le défenseur du vin naturel, le président du Syndicat régional dénonce en 1913 « le lavage de marc de pommes, vendu sous le nom de cidre et le rinçage de cuves à bière, offert sous le nom de bière »[6]. Le syndicat trouve logique, dans un contexte de compétition au sein de la filière viticole mais également entre différentes boissons, de demander l'égalité de traitement.

Dans tous les cas, les responsables patronaux veillent à l'application de la loi, à la fois dans leur propre intérêt mais également dans l'intérêt de la filière viti-vinicole méridionale dans son ensemble. Cette démarche vise à s'imposer comme le garant de la bonne marche de la filière et comme le régulateur du marché. Cette dimension d'intercesseur passe également par un dialogue constant avec les pouvoirs publics et les administrations.

.

Devenir l'interlocuteur numéro un de la filière héraultaise

Pour assouvir leur besoin de contrôle des rouages du marché et ainsi leur offrir la tranquillité et la sérénité qui leur font défaut depuis le début du siècle, les responsables patronaux, depuis leurs différents postes à responsabilité dans les chambres de commerce ou dans les syndicats, s'engagent avec les autorités publiques ou les autorités commerciales dans un ballet de correspondances et de rencontres aux résultats ici aussi inégaux.

---

[1] Cet organisme vise à unir les forces des chambres de commerce du Midi pour permettre le développement du commerce méridional (voir *infra,* p. 509).
[2] ADH : 8 M 219, Fonds de la CCB, Office du Vin, Lettre d'O. Martel à l'ODV, 21/10/1908.
[3] *Ibid*., Lettre de la CCB, s.d. (fin 1908).
[4] Loi du 1er août 1906.
[5] ADH : 8 M 235, Fonds de la CCB, Situation du commerce des vins, Lettre de P. Bret à l'Office du vin, 01/12/1911.
[6] *BMS*, avril 1913, p. 274.

Avec les pouvoirs publics, des relations ambiguës

L'État est la première cible de cet effort corporatiste qu'entreprennent à la fois les chambres de commerce et les syndicats, dans des relations ambigües, faites de proximité et de distance, de conflits et d'ententes. C'est un effort important car, comme l'a montré Françoise de Barros dans d'autres domaines, « le répertoire d'action clientélaire » permet de renforcer la crédibilité de celui qui est porteur de l'action publique[1]. En se positionnant comme un interlocuteur privilégié de l'État, le mouvement patronal cherche à devenir un acteur public crédible. Mais cette soif de reconnaissance et de légitimité n'est pas sans difficultés.

Dans un premier temps, les relations sont souvent difficiles et distantes. Ainsi, en 1900, lors de la séance inaugurale du Syndicat régional, Paul Bret revient sur une lettre qu'il a écrite au ministre du Commerce, Alexandre Millerand, quelques mois plus tôt et qui est restée sans réponse[2]. Bret souligne que de telles démarches, isolées, restent souvent lettre morte. C'est pourquoi, outre l'association dans un syndicat régional, pour donner plus de poids aux démarches des milieux commerciaux héraultais, les syndicats ou les chambres de commerce s'allient pour soutenir tel vœu ou pour rejeter telle proposition de loi. Comme nous l'avons vu, c'est le cas en 1911, au sujet du rejet des délimitations de vignobles, mais également en 1909, sur la question brûlante de la déclaration de récolte. Lors de cet épisode, les syndicats locaux et les chambres de commerce du département s'unissent afin de faire pression sur le gouvernement pour modifier les conditions dans lesquelles sont effectuées les déclarations de récolte qui ont été imposées après les événements de 1907[3]. C'était là une des principales revendications des milieux commerciaux[4] car les délais qui existent entre la récolte et sa déclaration profitent aux fraudes et empêchent le Commerce d'avoir une bonne lisibilité de la campagne à venir. C'est en effet, sur un marché des vins où la désinformation est courante, une arme aux mains des producteurs qui peuvent ainsi jouer à la hausse des cours en prévoyant des récoltes insuffisantes. Ainsi, la CCB propose de réduire le délai jusqu'au 31 octobre au maximum afin de permettre au Commerce de réaliser des achats plus conséquents, ce qui est de l'intérêt à la fois du négoce et de la Propriété[5]. Elle suit dans cette démarche le Syndicat régional qui s'était plaint d'un Commerce sur la défensive en raison des délais allongés et des mensonges de certains producteurs[6]. Ainsi, dans ce cas, le Commerce héraultais se positionne comme le défenseur de la bonne marche de la filière dans son ensemble, avec en arrière-plan, la sauvegarde de ses propres intérêts. D'ailleurs, cette défense de ses intérêts le pousse à prendre régulièrement pour cible un État qui « l'assomme de lourds impôts » comme l'explique Paul Bret dans son discours inaugural en 1900[7].

[1] DE BARROS F., « Élus locaux et action publique de l'entre-deux-guerres au début des années quatre-vingt. Mise au jour de deux "répertoires d'actions clientélaires" », *Sciences de la société*, n°71, mai 2007, p. 27-45.
[2] AMM : 2 F NC, PV de la Réunion de formation du Syndicat régional à Montpellier, 23/10/1900.
[3] Selon la loi du 29 juin 1907, chaque année, un arrêté préfectoral fixe la date limite pour la déclaration de récolte. Cette dernière est généralement en décembre.
[4] ADH : 8 M 219, *op. cit.* , Séance du 12/03/1907.
[5] ADH : 8 M 216, *op. cit.* , PV séance du 04/01/1909.
[6] *Le Moniteur vinicole*, 18/12/1908.
[7] AMM : 2 F NC, *op. cit.* , réunion du 23/10/1900.

Pourtant, en dépit des nombreuses propositions et protestations, l'État reste, dans cette période, assez imperméable aux doléances et aux récriminations du Commerce. Quand en 1909, la CCS émet une protestation contre de nouveaux impôts sur les vins de liqueur et l'obligation d'une vignette d'authentification sur l'ensemble des bouteilles, évoquant « une surcharge vexatoire [et] une injustice flagrante », la réponse du préfet est purement administrative et formelle[1]. Bien plus marquant, quelques années plus tôt, par oubli, négligence ou volonté, les chambres de commerce du département ne reçoivent pas le questionnaire distribué par le gouvernement dans le cadre de la Commission d'enquête parlementaire de 1907. Achille Gaillard dans son rapport s'émeut d'ailleurs que « Monsieur le Ministre du Commerce ne nous informa pas officiellement de la constitution de cette commission » et que c'est « prévenus par les journaux de la visite de la Commission » qu'ils ont appris la venue de cette dernière[2]. Est-ce là la volonté des pouvoirs publics de ne pas se trouver face à une force de proposition et d'opposition organisée et homogène? Est-ce un oublié malencontreux ? Difficile de trancher. Quoi qu'il en soit, dans les deux cas, c'est une preuve d'une relation distendue. Dans le même ordre d'idées, lorsque Millerand, alors devenu ministre des Travaux publics, est interpellé par le Syndicat de Montpellier en 1910 lors de sa venue dans la ville, il accepte de recevoir le syndicat mais ne répond à ses doléances qu'onze mois plus tard et par la négative[3]. En ce début du siècle, c'est le symbole d'un rayon d'action, somme toute, limité.

Il faut reconnaître que les relations avec l'État et ses représentants sur place (CI, Service de répression des fraudes, préfets) sont conflictuelles et souvent tendues. Ainsi, Bret, en 1900, n'hésite pas à stigmatiser l'action de la Régie dont il déplore les abus et les tracasseries et qui trouve plus d'intérêts à s'attaquer aux commerçants honnêtes qu'aux fraudeurs[4]. Déjà, dans son discours d'intronisation à la tête du syndicat montpelliérain, Bret avait stigmatisé la Régie qui doit réaliser que « [les négociants ne sont pas] des fraudeurs mais d'honnête commerçants »[5].

Dans les faits, les pratiques de la Régie sont souvent perçues comme vexatoires car inquisitoriales voire autoritaires. Ainsi, en 1904, les syndicats de Sète, de Montpellier et le Syndicat régional se plaignent de la fréquence des épalements, qui outre leur coût excessif, ralentissent les affaires des maisons de commerce inspectés[6]. La Régie est ainsi, lors de cet épisode significatif, perçue comme un frein notable à l'expansion du Commerce. C'est d'autant plus vrai lorsqu'elle est manipulée par les propriétaires comme c'est le cas à Sète en 1911. Dans ce cas de figure, la CCS se plaint de l'attitude de la Régie qui, sous la pression de la CGV, impose des mesures vexatoires au Commerce, jetant la suspicion sur l'ensemble des importateurs[7]. En effet, dans l'optique de maintenir des cours élevés, le syndicat viticole provoque de nombreuses visites, prélèvements, analyses dans les chais des importateurs afin d'intimider ces derniers et limiter les importations de vins espagnols ou grecs. Quelques mois plus tôt, la CGV avait déjà

[1] AMS : 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Lettre de la CCS au préfet, 06/10/1909.
[2] ADH : 8 M 219, *op. cit.* , Séance du 12/03/1907.
[3] *BMS*, janv. et déc. 1910, p. 13-14 et p. 285-288.
[4] AMM : 2 F NC, *op. cit.* , réunion du 23/10/1900, discours inaugural.
[5] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, PV Syndicat de Montpellier, 09/01/1900.
[6] AMS : 2 F 14, op. cit., PV, Syndicats en gros de Sète, Séance du 01/06/1904.
[7] AMS : 2 F 14, *op. cit.* , PV séance, CCS, 10/05/1911.

obtenu des pouvoirs publics que lors des analyses des vins en douane, la présence des experts de la répression des fraudes soit exigée, suggérant implicitement l'origine et la nature douteuses des marchandises. Cette ingérence de la CGV par le truchement de la Régie est vécue comme une injustice par les milieux commerçants et surtout comme un frein à leurs affaires. Cette situation est difficile à accepter car, très clairement, la CGV se sert de la lutte contre la fraude pour lutter contre les importations qui entraînent mécaniquement une baisse des cours. Cependant, la CCS se sert habilement des actions de la CGV pour la décrédibiliser aux yeux des pouvoirs publics et, ainsi, permettre au négoce d'afficher, seul, la légitimité d'un interlocuteur de premier plan pour la filière.

Néanmoins, s'ils sont conflictuels, ces rapports sont souvent cordiaux et fructueux au quotidien. Il faut signaler ici que ces rapports avec les CI ne peuvent pas être uniquement antagoniques car la Régie est le principal relais – avec le préfet[1] – du Commerce au niveau local. Représentant l'État, elle gère les aspects fiscaux (calculs des déductions, vérifications), pratiques (acquits-à-caution, entrées-sorties) et juridiques (répression des fraudes, responsabilités pénales). Il faut donc savoir discuter avec elle, ce que font régulièrement les autorités consulaires ou syndicales. Ainsi, tandis que les circulaires administratives émanant des CI sont abondamment lues, débattues voire décriées, les rencontres sont également nombreuses. En 1904, les démarches des syndicats appuyées par certains membres des chambres de commerce, permettent de limiter les épalements après la visite au Directeur des CI de Montpellier[2]. En 1912, le Syndicat de Montpellier se plaint directement auprès du service des CI des employés de l'octroi qui se refusent de constater certaines sorties, ralentissant les expéditions ou entrainant des ennuis. Le préposé en chef des octrois se rend personnellement auprès du président du Syndicat en s'excusant et en lui demandant de le prévenir directement en cas de nouveaux soucis[3]. C'est là un des aspects primordiaux du travail des syndicats ou des membres des chambres de commerce : l'intercession auprès des autorités locales et des représentants des pouvoirs publics.

Le même type de relations existe entre le monde du Commerce et les responsables locaux et régionaux des services de transport.

La problématique question des transports

À de multiples reprises, nous avons relevé que la question des transports est une question vitale pour un commerce dit « expéditeur ». Elle est ainsi centrale dans le discours et les démarches des représentants patronaux du monde viti-vinicole. Pour preuve, la surabondance de documentation à ce sujet dans les archives : la période s'ouvre en 1900 sur une allocution de Paul Bret devant le syndicat de Montpellier où il évoque son premier dossier, celui des charrois et se ferme sur les difficultés d'expédition et des contentieux avec les compagnies de chemin de fer dans l'immédiat après-guerre.

[1] Avec ce dernier, les relations sont moins tendues car plus policés et administratives. Néanmoins, lorsque le nouveau préfet est nommé au début de l'année 1910, le syndicat de Montpellier souligne que « le haut-fonctionnaire […] comprend combien notre commerce est un des principaux éléments de cette prospérité ».
[2] AMS : 2 F 14, *op. cit.* , Syndicat de commerce en gros de Sète, PV Séance, 15/06/1904.
[3] *BMS*, juin 1912, p. 123-124.

Par ailleurs, les transports sont sujets à de nombreuses complications, comme lors des inondations de 1907 (fig. 50).

Fig. 50 : Charroi renversé lors des inondations de l'hiver 1907 à Béziers
Source : D'AMATO A., *Les inondations de 1907 dans l'Hérault*, Aldacom, Béziers, 2007, p. 31

Cette question se complexifie également avec la diversité des moyens de transports, les différentes réglementations et la multitude d'opérateurs qui entrent en scène. Si on fait le recensement des thèmes liés aux transports dans le *BMS* entre 1907 et 1913, on retrouve en moyenne 32 fois la question des transports abordées par an, soit près de trois fois par mois (tab. 59, page suivante). C'est de loin la question la plus débattue et elle concerne un vaste champ d'application : tarifs, wagons-réservoirs, améliorations, encombrement, réclamations, charrois, responsabilité, avaries, gare, etc. En 1910-1911, ce chiffre grimpe à près de quatre fois par mois en raison de la multiplication des vols signalés au syndicat.

Tab. 59 : Récurrences de la thématique des transports dans le BMS
1907-1913

Période	*Récurrences*	*Thèmes principaux*
1907-1909	66	• Tarifs – Compagnies de chemin de fer (15 fois) • Obligations et réclamations – Compagnies de chemin de fer (7fois)
1910-1911	91	• Vols de vins (40 fois) • Demande d'améliorations – Compagnies de chemin de fer (25 fois)
1912-1913	68	• Réclamations – Compagnies de chemin de fer (13 fois) • Gardiennage des charrois (13 fois)

Source : Tables des matières, *BMS*, 1907-1913

Dans une économie extravertie comme l'est l'économie viticole héraultaise, la question de l'écoulement de la production est donc vitale. Et les négociants se font, ici aussi au nom de la collectivité, les champions de ces revendications.

Le premier type de revendications est au sujet des charrois qui transportent depuis les chais des négociants ou des propriétaires les marchandises vers la gare ou les chais d'autres négociants. Dans ce cas, les négociants doivent composer avec les patrons-camionneurs qui ont sous leurs ordres des effectifs, plus ou moins vastes, de camionneurs[1]. À leur sujet, deux motifs font polémiques. Le premier concerne le prix de ces charrois. Dans une logique de défense des intérêts corporatistes, les membres des syndicats des vins de Montpellier ou de Sète veillent à limiter les tarifs des charretiers. Ainsi, dès 1900, Paul Bret propose d'établir un tarif unique, évitant les abus et les prix trop excessifs[2]. Une commission est ainsi nommée pour étudier la question. Si le projet d'unification tarifaire n'aboutit pas, la question des tarifs des charrois est un souci récurrent jusqu'à la guerre au moins[3], ce qui pousse le Syndicat de Montpellier, afin de « compter sur une plus grande régularité et surtout une garantie de sécurité », à envisager la création d'une société de camionnage automobile gérée par le syndicat[4]. Le second problème concerne les vols de vins qui se multiplient lors des transports. Ainsi, le syndicat de Montpellier, appuyé par la mairie de Montpellier, emploie deux gardes-champêtres à la surveillance des charrois à partir de 1911. En réalité, le barral[5] est le cœur du problème. Source d'abus car il entraîne de nombreux vols en cours de route, il est dans la ligne de mire des milieux commerciaux. Sous l'impulsion tout d'abord de la Chambre de commerce de Sète, puis du syndicat régional, les syndicats cherchent petit à petit à le supprimer avec plus ou moins de réussite[6].

Le second type de revendications concerne la gestion des gares. Interfaces entre l'Hérault et l'Extérieur, elles sont le lieu de convergence principal des marchandises expédiées vers ou depuis les autres régions de la métropole. Les récriminations sont donc nombreuses notamment en ce qui concerne leur encombrement (fig. 51, page suivante). Pour cette raison, lorsqu'Alexandre Millerand, le ministre des Travaux publics vient dans la région en 1910, le syndicat de Montpellier et les membres des chambres de commerce veulent le rencontrer au sujet de la gare et des soucis afférents. Mais en dépit de l'accueil des délégués par le ministre, les décisions des services du ministère ne leur sont pas favorables. Ni l'agrandissement des deux gares, ni les problèmes de vols, ni les soucis de chargement ne sont considérés par le ministre comme des priorités[7].

[1] Qui sont, pour la période qui nous intéresse ici, des conducteurs de charrettes.
[2] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, PV Syndicat de Montpellier, 13/01/1900.
[3] En 1911 par exemple, le Syndicat des camionneurs Montpellier se plaint du non-respect des accords tarifs syndicaux (datant de 1904) qui sont rompus par le Syndicat des vins en septembre.
[4] *BMS*, juin-juil. 1914, p. 116.
[5] Cet usage offrait 5 litres de la cargaison transportée aux charretiers.
[6] *BMS*, avril 1913, p. 271-272.
[7] *BMS*, janv. et déc. 1910, p. 13-14 et p. 285-288.

Fig. 51 : L'encombrement de la gare de Béziers au début du siècle

Sources : *Cartes postales, Fonds privés divers*

Pourtant, les entraves à la bonne marche du commerce des vins sont nombreuses. À Montpellier par exemple, les wagons-réservoirs sont normalement amenés à quai la nuit suivant la demande faite par la maison de commerce. Or, parfois, devant l'afflux des demandes, il faut attendre près de 48 heures. Le quai de remplissage, appelé « quai du Chapeau du Gendarme » en raison de sa pente, est difficile d'accès. Enfin, les quais sont à découvert, fragilisant les produits et gênant le personnel par temps de fortes chaleurs[1]. En outre, en 1912, à la fois la Chambre de commerce et le syndicat des vins se plaignent du personnel de la gare, peu nombreux et, semble-t-il, peu enclin à travailler[2]. Enfin, les vols sont également très nombreux dans les gares. Au début des années 1910, ils sont estimés à environ 3 litres par jour, par ouvrier et par wagon-réservoir par les gardes chargés de la surveillance des charrois[3].

[1] *BMS*, janv.1910, juin 1910, déc. 1910.
[2] *BMS*, sept. 1912, p. 163.
[3] *BMS*, nov. 1912, p. 188.

Face à cette situation, là aussi, un dialogue s'instaure. Ainsi, en 1913, le chef de la gare PLM de Montpellier se montre-t-il soucieux de répondre aux doléances du syndicat local, notamment en promettant au président, Eugène Leenhardt venu se plaindre de l'embouteillage des quais par des wagons-réservoirs vides, qu'une voie sur deux serait toujours réservée au remplissage[1]. Quelques mois plus tard, la Chambre de commerce de Montpellier soutient la demande d'agrandissement de la gare demandée depuis plusieurs années par le syndicat[2].

La dernière source de conflit concerne les expéditions elles-mêmes. Si les tarifs sont source de négociations, de protestations et de contestations permanentes[3], de nombreux conflits concernent les conditions d'expéditions. Le premier concerne la responsabilité des compagnies de chemin de fer dans la détérioration de la marchandise ou des wagons-réservoirs. Ainsi, en janvier 1909, le Syndicat de Montpellier écrit une lettre au ministre du Commerce pour se plaindre de la compagnie PLM dont certains employés ont tendance à noter avant le départ des avaries imaginaires sur les wagons-réservoirs afin de se prémunir contre tout accident potentiel en cours de route et se dégager de toute responsabilité[4]. Cette attitude est récurrente chez les compagnies de chemins de fer et les réclamations à ce sujet sont nombreuses[5]. La question des retards, fréquents et pouvant atteindre jusqu'à cinq jours à Montpellier en 1913[6], est également un point largement abordé par les chambres de commerce et les syndicats. Le sujet est hautement sensible car les expéditions par voie de chemin de fer sont en très forte croissance pendant cette période, expliquant l'inquiétude des milieux commerciaux à ce propos. À Sète, dans une étude menée par la CCS sur l'importance des expéditions par voie ferrée, il ressort qu'entre 1905 et 1915, les expéditions ont progressé de 50 % et que la part des expéditions par chemin de fer est passée de 75 à 93 %[7]. À Montpellier, elle est de 100 %[8].

Il est donc vital pour les intérêts commerciaux de veiller à la bonne marche des expéditions. C'est d'autant plus important, que dans son désir de réguler le marché, les expéditions, pierre angulaire des transactions, sont cruciales. Dans l'esprit des dirigeants du négoce, défendre une meilleure rationalisation des expéditions revient à défendre sa profession mais également la viticulture locale. Il s'agit donc ici d'une démarche capitale dans son ambition d'orientation de la filière grâce à un rôle d'interlocuteur privilégié.

C'est également dans cette optique de contrôle et d'orientation que nait, en 1908, l'Office du vin.

[1] *BMS*, juin 1913, p. 298 et 312.
[2] *BMS*, oct.-nov., p. 359-360.
[3] Et ce jusqu'aux années 1970.
[4] *BMS*, janv. 1909, p. 230-232.
[5] Ainsi en 1912, on se plaint de la disparition des reçus qui engageaient la responsabilité des compagnies. (*BMS*, mars 1912, p. 51-54).
[6] *BMS*, oct.1913, p. 359-360.
[7] AMS : 2 F 17, Statistiques, Commerce et industrie, Boissons sorties de Sète, 1905-1915.
[8] GALTIER G., *op. cit.*, p. 460.

L'« Office du vin, office central de renseignements, d'étude et d'action », un instrument efficace ?

Alors que le mouvement syndical viticole se structure tant dans le monde de la Production que celui du Commerce, un outil de liaison original apparaît au sortir de la crise de 1907, sous l'impulsion du négoce biterrois : l'Office du vin. Si ses intentions et son bien-fondé sont indéniables, ses résultats sont beaucoup plus contrastés, en raison notamment de problèmes structurels irrémédiables et de son placement stratégique sur l'échiquier viticole régional[1].

Une démarche et une ambition louables

Le but de l'Office est défini lors de la réunion inaugurale à Sète le 1er juillet 1908. Ce jour-là, lors de la séance dirigée par le vice-président de la Chambre de commerce locale, le négociant Paul Coste, se rassemblent les délégués des Chambres de commerce de la région : Carcassonne, Montpellier, Nîmes, Perpignan, Narbonne, Sète et Béziers[2]. Son but est de « créer un office central de renseignements, d'étude et d'action, destiné à développer en France et à l'étranger, l'écoulement et la consommation du vin et de ses dérivés ».

L'objectif est donc, dès le départ, très ambitieux : rassembler les forces du Commerce méridional au sein d'un organisme de liaison, assurant à la fois la promotion, la propagande et des services aux négociants méridionaux et aux clients de ces derniers. Cette entreprise s'effectue par le biais des chambres de commerce, ce qui est légitime car de nombreux négociants siègent dans ces dernières. Cela renforce également la dimension corporatiste de ces chambres de commerce puisqu'elles se retrouvent associées dans un organisme dont l'objectif est de défendre les intérêts des maisons de commerce méridionales. En second lieu, ce nouvel ensemble vise à la fois à la défense des avantages déjà acquis, mais surtout à l'obtention de nouveaux avantages comparatifs (commerciaux, fiscaux, professionnels). Enfin, c'est également un organe de renseignement, preuve indiscutable de l'importance et de la valeur de la détention d'informations sur le marché des vins. La légitimité de l'Office est, en outre, renforcée par le soutien actif du ministre du Commerce et de l'Industrie, Jean Cruppi, qui s'enquiert régulièrement d'un projet dont il « approuve vivement l'initiative » et qu'il « souhaite couronnée de succès »[3].

Le procès-verbal (fig. 52, page suivante) de la première réunion nous donne les grandes orientations de l'Office du vin[4].

[1] À ce sujet voir également LACOMBRADE P., « Les chambres de commerce du Languedoc méditerranéen … », *art. cit.*, p. 119-120.
[2] ADH : 8 M 218, Fonds CCB, Office du vin, PV d'installation, OV, 01/07/1908.
[3] ADH : 8 M 216, *op. cit.* , Lettre du ministre du Commerce Cruppi, 04/06/1908.
[4] Celles-ci sont également présentées dans l'Annuaire de l'Hérault et reproduites en annexes, p. 1125.

CHAMBRES DE COMMERCE DU MIDI VINICOLE

OFFICE DU VIN

Autorisé par M. le Ministre du Commerce

RÉUNION DU COMITÉ

tenue à CETTE, le 1er Juillet 1908

PROCÈS-VERBAL

Présidence de M. COSTE, vice-président de la Chambre de Commerce de Cette

Sont représentées, les Chambres de Commerce de :

CARCASSONNE... par MM. DREVET et VIDAL ;
MONTPELLIER... par MM. BRET et MICHEL ;
NIMES..... par MM. LAMOUROUX et MEJANELLE ;
PERPIGNAN..... absent excusé : M. BATTLE ;
NARBONNE..... absents excusés : MM. CAUVET et LAUREAU ;
CETTE ..... par MM. COSTE et LAURENS ;
BÉZIERS..... par MM. CROZALS et PRADAL ;

Assistent à la réunion :

MM. FRISCH, Président de la Chambre de Cette ;
VIC, membre ;
BOURDIOL, membre.

Fig. 52 : Premier PV de l'Office du vin
Source : ADH : 8 M 216

Le siège de l'Office est situé à Béziers, capitale viticole de la région, qui se trouve, géographiquement, entre Perpignan et Nîmes et où se réunit régulièrement le Comité directeur. Ce dernier est composé de deux délégués pour chaque chambre de commerce et son bureau est composé de deux membres : le président et le secrétaire-trésorier, tous deux biterrois. Il se réunit quatre fois par an de manière ordinaire (janvier, avril, juillet, octobre) et quand nécessaire pour les réunions extraordinaires. Les votes se font par chambre et les décisions prises à l'unanimité. En dépit de son rattachement institutionnel, l'Office affiche une indépendance qu'il « pourra affirmer, en prenant des décisions et en les faisant exécuter lui-même, sans consulter les chambres adhérentes, et notamment en les communiquant directement aux pouvoirs publics ». Son budget enfin est, à fonds commun, alimenté par les chambres de commerce et est voté chaque année[1]. D'autres subventions peuvent également venir agrémenter ce budget comme le syndicat des vins de Carcassonne qui fournit une subvention de 100 F ou le syndicat des vignerons de la même ville qui promet 1000 F[2]. La première séance, et les thèmes qui y sont abordés, tracent la ligne de l'action de l'Office : discussion de la règlementation sur les vins et les alcools ; protestation au sujet des tarifs de transport ; difficultés à l'exportation ; liberté commerciale ; manipulations des moûts et des vins ; correspondance avec les pouvoirs publics. La plupart du temps, chaque sujet est accompagné d'un débat puis d'un vœu.

[1] Statuts de l'OV, 1er juillet 1908.
[2] ADH : 8 M 218, *op. cit.* , PV d'installation, OV, 01/07/1908, p. 7.

L'Office du vin se veut donc, par ses statuts et son activité, un nouvel échelon entre les commerçants chargés d'écouler la production régionale, les pouvoirs publics et les clients. D'ailleurs, dès les premiers mois, il contacte les élus locaux et nationaux pour leur faire part de son existence et justifier sa création comme dans cette lettre au député Brousse : « Pour savoir ce que pensent et demandent les négociants en vins, vous aurez à votre disposition l'Office du vin, qui est le représentant autorisé du commerce des vins du Midi. »[1] Son objectif est donc, en creux, de se substituer aux organismes patronaux et institutionnels déjà en place (syndicats, chambres syndicales, chambres de commerce) lorsque ces derniers sont empêchés, défaillants ou soumis à une certaine réserve. Construit sous l'égide des chambres de commerce, il se veut un auxiliaire semi-indépendant de ces dernières, qui en raison du caractère composite de leur nature multi-professionnelle, sont parfois soumises à des intérêts contradictoires, et donc à l'inertie.

L'activisme raisonné de l'Office est résumé par le bilan détaillé en 1913 par Achille Gaillard qui reprend l'ensemble des thèmes traités en cinq années par l'organisme et qui dessine ainsi les contours d'une action large et multidirectionnelle dont l'ambition majeure est la défense des vins de la région[2]. Les thèmes, au nombre de vingt-deux[3], concernent à la fois la marchandise, son expédition, sa commercialisation, sa propagande, mais également des informations juridiques ou commerciales et des services. Le bilan purement thématique de l'Office en 1913 démontre que ce dernier est dans le sillon tracé dès son installation cinq ans plus tôt, ce dont se félicite d'ailleurs A. Gaillard, alors président de l'Office.

Dans les faits, l'action de l'Office peut être scindée en deux : protestation et promotion. L'action de promotion passe par une entreprise de valorisation des vins du Midi afin d'en permettre un meilleur écoulement, avec la participation à des expositions internationales comme celle de Bruxelles en 1910 pour laquelle l'Office considère qu'il a un rôle à jouer[4], les accords passés avec un groupement allemand pour l'écoulement des vins à Berlin[5] ou la défense des vins du Midi face aux attaques provenant d'autres régions[6]. Cette promotion passe également par la garantie d'expéditions plus régulières et plus sécurisées. C'est en ce sens que fin 1908, l'Office contacte l'administration militaire pour lui recommander d'utiliser des wagons-réservoirs (plutôt que des wagons à plate-forme), garantissant des transports plus sûrs et moins de déchets[7]. Mais son action recouvre également une dimension protestataire : envers la Régie

[1] ADH : 8 M 219, *op. cit.* , Lettre au député Brousse, 21/10/1908.
[2] ADH : 8 M 638, Fonds CCM, Correspondance CCM jusqu'en 1935, PV de réunion, OV, 27/01/1913.
[3] Vins ; sous-produits de la vigne ; vinaigres ; alcools ; exportations ; importations ; tarifs des douanes, expertises au Nicaragua ; transports (vins et vermouths-vins de liqueur); lettre d'avis d'arrivage obligatoire ; avaries et manquants ; pénurie de matériel de transports ; office des transports de Toulouse ; connaissement-irresponsabilité ; moyens de propager la bonne renommée des vins du Midi ; délimitation territoriale ; polyculture ; Conseil supérieur du travail ; extension des travaux de l'office du vin ; organisation des services de transport des correspondance.
[4] ADH : 8 M 219, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 15/02/1910.
[5] ADH : 8 M 217, *op. cit.* PV de réunion, OV, 22/11/1909. Accord passé avec M. Houllegatte, directeur du « Monopol hôtel » de Berlin.
[6] ADH : 8 M 219, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 22 octobre 1908. Un professeur de l'université de Rennes critique dans la presse les vins issus de porte-greffes, ce qui entraine une réaction de l'OV qui demande des sanctions.
[7] ADH : 8 M 216, *op. cit.* , Feuille manuscrite, s.d.

bien évidemment, les compagnies de chemin de fer ou l'État. Ainsi, en novembre 1909, l'Office s'élève, lors de la visite du directeur général des CI, contre « la manière d'agir des agents de la régie dans le contrôle des vins »[1]. Quelques mois plus tôt, il s'oppose au projet de loi prévoyant de rétablir une taxe d'octroi sur les vins à Paris[2]. Le groupement proteste enfin régulièrement contre les tarifs douaniers ou les conditions d'échantillonnages et d'analyses vins aux frontières (notamment en Allemagne où il n'y a que 10 chimistes autorisés là où il en faudrait, selon l'office, 45[3]).

Mais le grand succès de l'Office est incontestablement l'organisation d'un service postal pendant la grève des postiers de 1909. Les correspondances étant cruciales pour le Commerce, l'Office organise un service de transport de correspondances qui assure dans les villes résidences des chambres de commerce, ainsi qu'avec Lyon, Paris et Toulouse, un service ininterrompu. Le grand succès de cette entreprise sert d'exemple à d'autres groupements qui forment rapidement la même structure[4].

Pourtant, ce succès, reconnu à l'échelle régionale et qui a permis aux maisons de négoce de continuer leurs transactions, ne cache pas les critiques et les difficultés de l'Office.

Des obstacles en nombre

Le premier élément source de difficultés pour l'Office est son positionnement même sur la scène viti-vinicole. Tout d'abord, vis-à-vis des chambres de commerce, l'indépendance affichée dans les statuts n'est que de façade. Le président de l'Office est toujours le président de la Chambre de commerce de Béziers (François Guy puis Achille Gaillard) et il est impensable et impossible que des décisions prises par l'Office soit contraire à l'avis des autorités consulaires méridionales. D'ailleurs, dès les tous premiers mois, cet esprit d'indépendance est mis sous l'éteignoir. En effet, dès le mois de novembre, la CCS proteste contre certains des vœux de l'Office présentés dans le PV de juillet, qui vont au-delà des vœux des chambres[5]. Sète exprime donc son mécontentement : « En agissant ainsi, le comité directeur est sorti de son rôle et même de l'esprit de ses statuts ». En conséquence, à la suite de cette protestation, avant le vote lors du Comité et sa publication, le PV devra être envoyé à toutes les chambres de commerce qui l'amenderont si nécessaire et le ratifieront[6]. Les tensions et les dissensions sont alors gommées de tout PV, offrant là une unité factice.

Les relations avec les syndicats sont également très conflictuelles car incontestablement, l'Office empiète sur leurs prérogatives. Dès lors, l'Office, très rapidement, voit son champ d'action réduit pour ne pas concurrencer un mouvement syndical qui s'émeut, dès la fin de l'année 1908, des prérogatives que l'Office s'est accordées : « Le Syndicat régional du com-

[1] ADH : 8 M 217, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 22/11/1909.
[2] ADH : 8 M 216, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 16/06/1909.
[3] ADH : 8 M 217, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 22/11/1909, CR de la visite de M. Ferrand, attaché commercial à l'ambassade de France de Berlin.
[4] ADH : 8 M 638, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 27/01/1913.
[5] Ici sur la question de la règlementation des vermouths et leur vinage.
[6] ADH : 8 M 218, , *op. cit.* , Échange de correspondance entre le Comité directeur et la CCS, nov.-déc. 1908.

merce en gros des vins du Midi exprime ses regrets que l'Office du vin, dont la création ne lui semble répondre à aucun besoin, prétende parler au nom du commerce des vins du Midi. »[1]

Cette situation est d'autant plus problématique que la grande majorité des délégués de l'Office du vin sont des syndiqués, sauf certains biterrois qui semblent préférer ce type d'actions institutionnelles et reconnues par l'État qu'un mouvement syndical très limité dans la région de Béziers. Et même si les tensions s'apaisent par la suite après diverses réunions entre les bureaux syndicaux et le bureau de l'Office, les rivalités persistent. Ainsi, lorsque Jean Prats évoque la question des contrats-types en 1913 devant le Comité directeur de l'Office, on lui répond que « ce projet est déjà mené par les syndicats de négociants qui en ont pris l'initiative »[2]. Il faut donc éviter d'empiéter sur les dossiers déjà investis par les syndicats. Or ces derniers font preuve d'une activité continuelle et permanente, s'emparant d'une multitude de dossiers. Il ne reste donc plus à l'Office qu'une part très réduite de la défense des intérêts viti-vinicoles.

Le second élément qui est défavorable à l'Office est son organisation et sa structure. Les réunions sont trop fréquentes et entraînent de nombreux empêchements. En 1911, en raison des disponibilités des uns et des autres, il faut plus d'un mois et demi pour trouver une date pour la réunion d'octobre qui finalement se déroule en décembre[3]. D'ailleurs, lorsqu'il fait le bilan de l'action de l'Office en 1913, A. Gaillard se plaint des nombreuses absences[4], justifiées par certains par les coûts et les difficultés des déplacements dès 1908[5].

La question des votes est également source de tension au sein de l'Office. En effet, le vote à l'unanimité est source d'inertie et contraint l'Office – ou du moins son bureau – à de nombreuses discussions en amont et en préalable aux votes. En conséquence, après 1909, plus aucune action n'est véritablement engagée, seules des protestations et des vœux sont émis autour de thèmes plutôt généraux et consensuels. Enfin, conséquence logique d'un groupement d'intérêts si vaste, l'Office est le lieu de nombreuses rivalités internes, entre les chambres de commerce. La première visée est bien évidemment la Chambre de Béziers qui dirige, *de facto*, l'Office. Cible de nombreuses critiques, elle joue surtout un rôle de garde-fou, s'attirant les rancœurs des autres membres. Parfois, les intérêts entre régions sont également contradictoires, comme par exemple le débat sur la prime à la distillation qui oppose la Chambre de commerce de Nîmes et les autres chambres[6].

La conséquence est inévitable : au-delà de l'inertie et du manque d'engagement au tournant des années 1910, l'Office est abandonné par certains de ses membres : Montpellier quitte l'Office en 1913 en raison du peu de services offerts par ce dernier, de son coût et de la rivalité qu'il implique avec les syndicats et les chambres de commerce. Il suit en cela le mouvement imprimé par Narbonne qui avait déjà quitté l'organisme en 1912, en raison de sa stérilité[7]. Et

[1] *BMS*, déc. 1908, p. 203.
[2] ADH : 8 M 216, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 6/06/1913.
[3] ADH : 8 M 218, *op. cit.* , Échange de correspondance, oct.-déc. 1911.
[44] ADH : 8 M 638, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 27/01/1913.
[5] ADH : 8 M 219, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 27/10/1908.
[6] *Ibid.*, Échange de correspondance, mars 1909.
[7] ADH : 8 M 638, *op. cit.* , PV de réunion, OV, 27/01/1913.

alors que la séance de janvier 1913 est consacrée aux nombreux débats quant à la réforme des statuts (vote à la majorité, dates de réunions plus souples, élargissement de sa sphère d'action[1], rapports plus étroits avec la CGV), l'Office tient sa dernière réunion le 6 juin 1913[2].

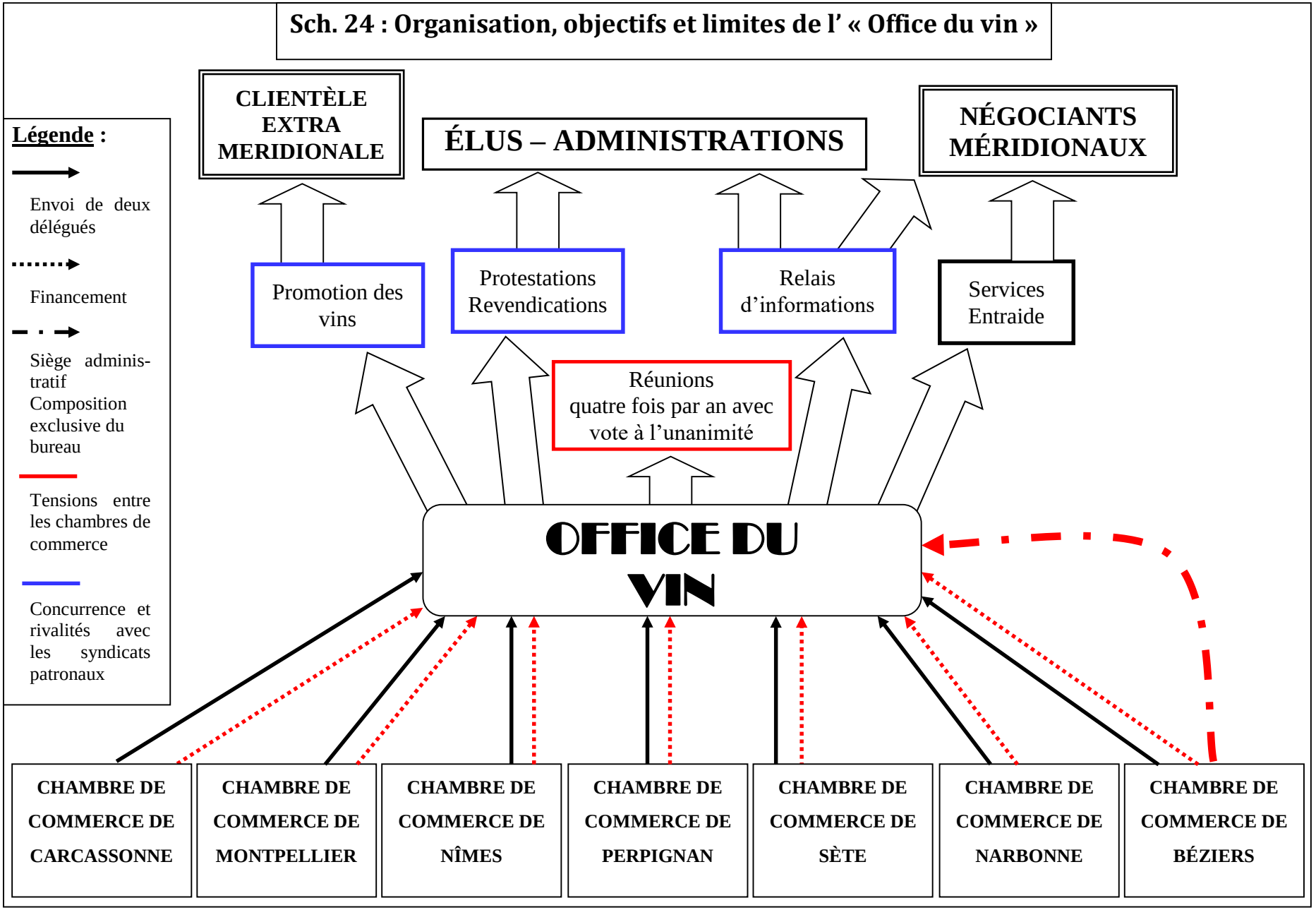
Pensé à l'origine comme un outil supplémentaire dans la contribution au développement du Commerce local, l'Office du vin n'arrive pas à dépasser les faiblesses propres à une structure pan-départementale et qui vient se superposer à d'autres organismes syndicaux ou consulaires (voir sch.24, page suivante).

Pourtant, ce projet traduit véritablement l'ambition des responsables patronaux des milieux commerciaux méridionaux de l'époque, à savoir le contrôle de l'information, la facilitation de l'écoulement de la production régionale et la défense des intérêts du Commerce. Dans la réalité des faits, cette dynamique est engagée par l'entremise des ensembles syndicaux et consulaires, notamment grâce à une action continue auprès des pouvoirs publics et des administrations dont les responsables patronaux se veulent les principaux interlocuteurs.

Si les résultats sont plutôt inégaux avant la Première Guerre mondiale, ce n'est plus le cas durant l'entre-deux-guerres.

[1] Ce qui est un signe en soi de son échec.
[2] ADH : 8 M 230, Fonds de la CCB, PV Réunion, CCB, 28/09/1920.

Sch. 24 : Organisation, objectifs et limites de l' « Office du vin »



CHAPITRE 2 : LA DOMINATION COMME AMBITION (1920-1939)

Alors que la filière retrouve un certain équilibre après les perturbations générées par la Grande Guerre et ses conséquences, le Commerce se lance, ostensiblement, dans une politique de domination des rouages économiques qui président à la destinée du monde viti-vinicole languedocien en général et héraultais en particulier.

Par le biais d'une politique de lobbying et d'accaparement de l'espace économique local, les négociants s'assurent la mainmise et la maîtrise d'outils de contrôle puissants et efficaces. En leur sein, ils élaborent une politique de rationalisation de la filière qui s'avère bien plus ordonnée et efficace que lors de la période précédente. Elle se fait en faveur des intérêts des négociants qui se font les champions de la filière en dépit des résistances et des oppositions de la Propriété.

Une politique de lobbying efficace

La stratégie d'emprise sur les organes de décision de la filière viti-vinicole héraultaise est avant tout celle d'une génération d'hommes qui se retrouvent, à Montpellier, à Sète ou à Béziers, à la tête de postes à responsabilité[1]. Initiée inégalement avant la guerre, cette forte influence se généralise après-guerre et assure à la profession la sauvegarde de ses intérêts commerciaux dans une période de difficultés croissantes.

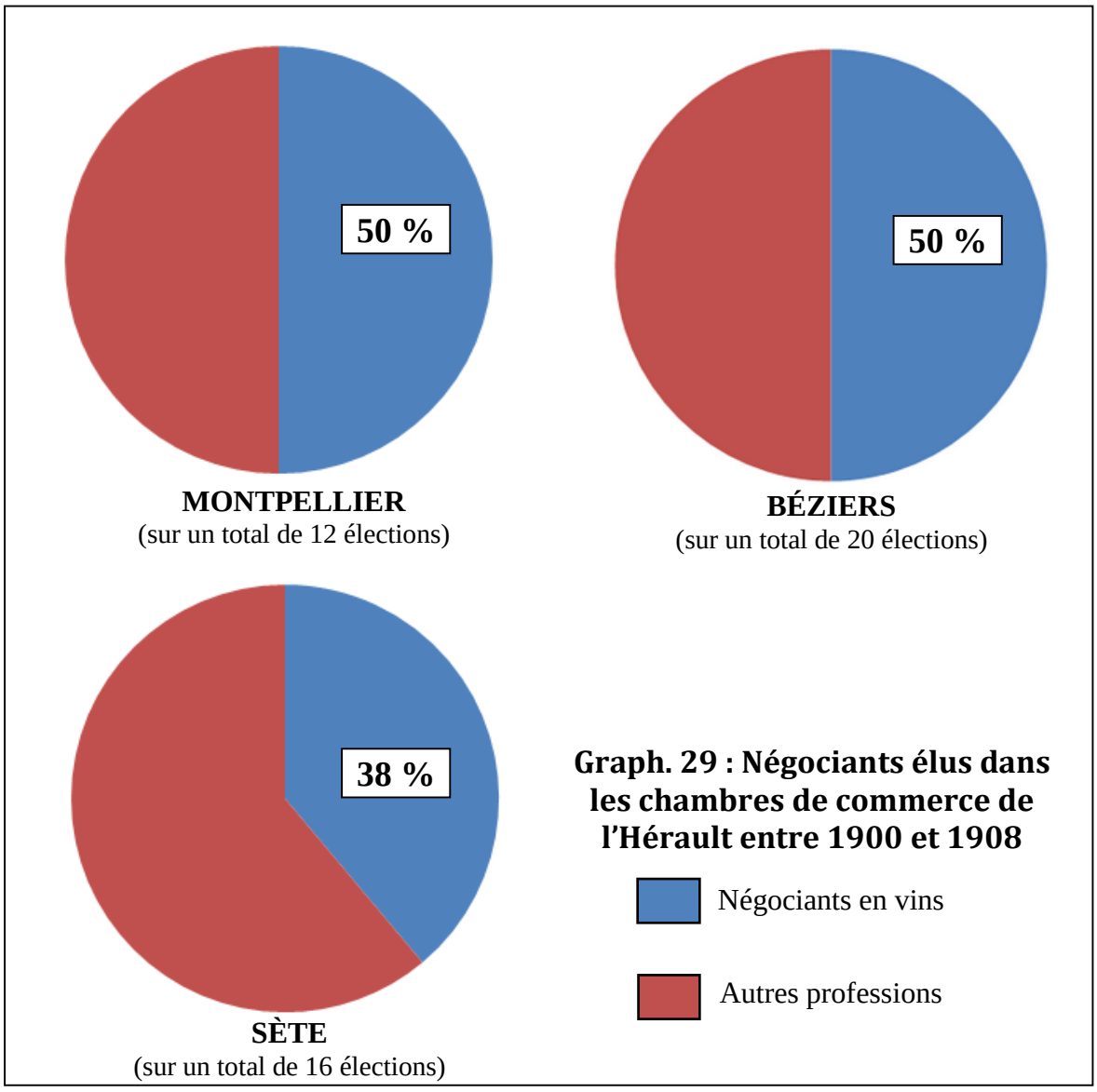
La captation des postes à responsabilité : l'accaparement des chambres de commerce

Lors du débat sur la naissance de l'Office du vin au Syndicat régional en décembre 1908, Roussel-Lacombe alors secrétaire général du syndicat, souligne que « dans les chambres de commerce méridionales, le principal commerce, celui des vins, est peu représenté ; c'est fort regrettable car la plupart des membres de nos Chambres de commerce méridionales sont des viticulteurs et, en cette qualité, plus ou moins influencés par le milieu qu'ils fréquentent ou par les publications qu'ils reçoivent en tant que propriétaires »[2]. Indirectement, alors que vient d'être votée la loi instituant le suffrage universel pour les élections consulaires[3], le négociant montpelliérain pointe du doigt l'une des insuffisances des milieux commerciaux en ce début de siècle : leur sous-représentativité dans les organes de décision qui régissent la filière. Selon lui, cette sous-représentation est d'autant plus dommageable et malheureuse que ces postes sont en partie détenus par des propriétaires, aux intérêts contraires de ceux du Commerce.

Son constat mérite toutefois d'être nuancé. En effet, dans les premières années du XXe siècle (et les dernières du XIXe), le Commerce a accédé à des postes de responsabilité dans les

[1] À ce sujet et pour une approche régionale plus complète, voir LACOMBRADE P., « De l'histoire consulaire à l'histoire contemporaine des pays méditerranéens… », *art. cit.*
[2] *BMS*, déc. 1908, p. 202-203.
[3] Jusque-là, les consuls étaient nommés par une liste spéciale de 1/10e des patentés les plus notables, favorisant la cooptation et le phagocytage des postes par les professions dominantes. Leur mandat est de six ans, renouvelable par tiers tous les deux ans. Pour de plus amples renseignements, voir ANDOLFATTO D., « Les élections consulaires. Histoire politique et état des lieux », *art. cit.*

chambres de commerce héraultaises[1]. Il est logique que ces dernières aient attiré les convoitises des négociants. Aux frontières des intérêts publics et privés, l'institution consulaire relève à la fois d'une logique marchande et d'une logique de service public[2]. En quête d'une légitimité sur un marché désordonné, les négociants trouvent dans les chambres de commerce des outils de représentativité, d'intercession et de régulation qui peuvent s'avérer particulièrement efficaces. Ainsi, lorsque Roussel s'exprime en 1908, il y a à la Chambre de commerce de Montpellier trois négociants en vins membres consulaires : Paul Bret, Fernand Beauclair, Félix Michel qui représentent tout de même 25 % de la chambre. À Sète, la même année, Jean Prats vient de succéder à un courtier de navires[3], lui-même ayant succédé à un négociant, Louis-Martin Estève (1892-1906). À Béziers enfin, le négociant François Guy vient d'être élu en 1907 à la suite de Cyprien de Crozals, lui aussi négociant. Par ailleurs, entre 1900 et 1908, un nombre considérable de négociants[4] sont élus dans les chambres de commerce du département (graph. 29).



Source : *Annuaire de l'Hérault* et LACOMBRADE P., « De l'histoire… », *art. cit.*

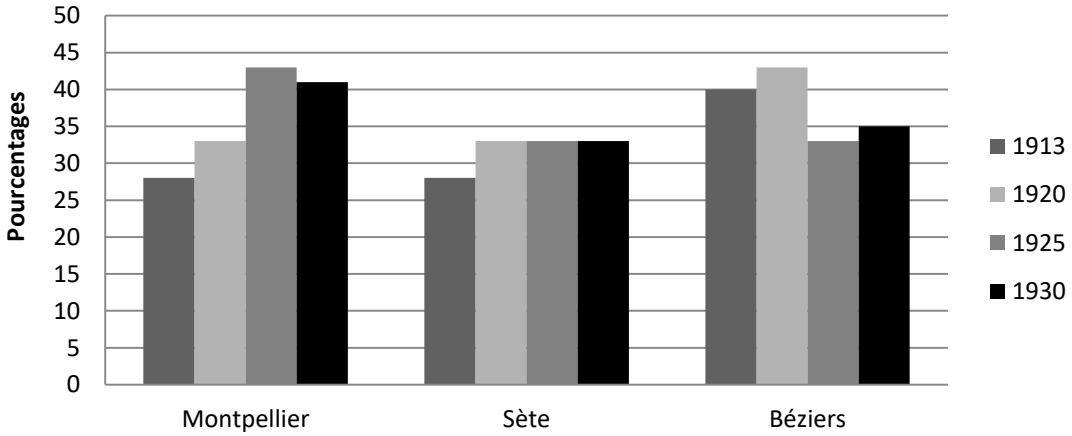
[1] L'ensemble des informations ci-dessous proviennent de ADH : 8 M 45-80, Chambres de commerce, Élections, 1832-1937, de l'*Annuaire de l'Hérault* ainsi que des travaux de Ph. Lacombrade.
[2] EGGRICX A., « Un exemple typique d'organisation incontrôlable paradoxalement contrôlée : le cas des chambres de commerce et d'industrie », *Comptabilité, contrôle, audit*, T. 5, n°2, sept. 1999, p. 152.
[3] G. Frisch (1906-1908).
[4] Voir la liste des membres des chambres de commerce héraultaises en annexes, p. 1127 et sq.

Ces chiffres sont somme toute logiques pour des villes dont l'essentiel de l'activité est liée au commerce des vins et où l' « entre-soi », même une fois la loi de 1908 votée, est prédominant. Ils ne sont pas limités au seul commerce des vins héraultais. À Valence dans la Drôme, Paul Mazet est devenu président de la chambre de commerce en 1908[1] et le frère de Paul Bret, Augustin, se présente – sans succès – aux mêmes élections[2]. À Beaune, Pierre Ponnelle, syndicaliste bourguignon, est élu président de la chambre de commerce en 1905[3].

Toutefois, à Béziers, en 1912, Achille Gaillard, un industriel, prend la tête de la CCB et lors des élections de 1910 et 1912, un seul négociant en vins est élu. C'est là la preuve effective d'un partage des responsabilités consulaires durant cette première période. Or, après l'Armistice de 1918, la domination des responsables patronaux dans les chambres de commerce se fait plus marquée encore. La concentration des pouvoirs entre des négociants à la fois investis dans le mouvement syndical et l'institution consulaire permet de briser la concurrence pouvant exister entre ces deux corps intermédiaires. Désormais leurs intérêts sont conjoints[4].

En effet, la période suivante voit un profond renouvellement des chambres de commerce avec comme point de départ les élections de 1919. Dans les trois chambres, plusieurs élections se succèdent au gré des renouvellements prévus et des élections extraordinaires à la suite de décès. Cette période est particulièrement propice pour les négociants héraultais qui sur la lancée des années 1900-1910, se positionnent comme une force majeure dans l'orientation économique du département et le contrôle des institutions d'orientation de la politique économique. De fait, durant l'entre-deux-guerres et plus particulièrement pendant les années 1920, le négoce héraultais accroit sa présence dans les Chambres de commerce comme l'indique le graphique ci-dessous.

Graph. 30 : Part des négociants dans les chambres de commerce de l'Hérault 1913-1930



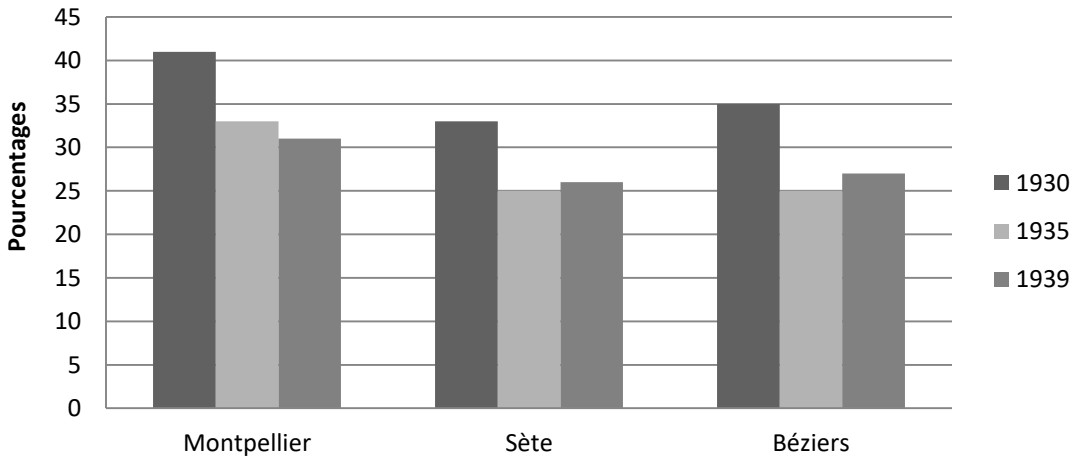
Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1913-1930 et LACOMBRADE P., « De l'histoire… », *art. cit.*

[1] BOUCHARDEAU P., *op. cit.*, p. 385.
[2] Renseignements transmis par Mme Coulet, descendante des Bret.
[3] LUCAND C., *op. cit.*, p. 546.
[4] LEMERCIER C., « La Chambre de commerce de Paris comme corps intermédiaire, des origines aux années 1880 », *Colloque du bicentenaire de la CCIP*, 2003 [en ligne].

Ainsi, alors que seule la chambre de Béziers avant la guerre voyait une forte emprise du négoce dans sa chambre de commerce (40 % de membres, les deux vice-présidents, le trésorier), ce mouvement se généralise à l'ensemble du département après-guerre[1]. En 1920, à Sète et à Montpellier, les négociants représentent 33 % des membres et occupent les postes de président (Jean Prats) et de trésorier (Charles Barrillon) à Sète et de trésorier (Denis Galtier) à Montpellier alors qu'à Béziers, le taux de membres appartenant au négoce s'élève à 43 %. En 1925, à Montpellier, le trésorier et le secrétaire général de la chambre sont des négociants dont le taux de représentation dans la chambre grimpe à près de 44 % des membres. En 1930, les trois chambres ont plus d'un tiers de leurs membres qui sont des négociants en vins (33 % à Sète, 35 % à Béziers, 41 % à Montpellier) et disposent au minimum d'un vice-président (Jean Pradal et Henri Biscaye à Béziers ; Étienne Roussel-Lacombe à Montpellier ; à Sète, Jean Prats est toujours président).

Néanmoins, les années 1930 marquent une rupture avec un léger tassement dans les chiffres (entre 25 et 30 % de membres) comme on le voit ci-dessous.

Graph. 31 : Part des négociants dans les chambres de commerce de l'Hérault 1930-1939



Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1930-1939 et LACOMBRADE P., « De l'histoire… », *art. cit.*

Ce recul numérique est toutefois compensé par l'élection de Gustave Malet à la tête de la CCM en 1931, tandis que Paul Granaud occupe la même fonction à la CCB à partir de 1934. À Sète, où le président Prats a quitté ses fonctions en 1933, la présidence est assurée par le négociant Georges Domerc tandis qu'Ernest Alby puis Eugène Orsetti assurent la vice-présidence de la CCS jusqu'à la guerre.

Ainsi, contrairement à la période précédente où les initiatives étaient isolées, la période de l'entre-deux-guerres marque, pour le commerce des vins héraultais, une période de mise en place d'une stratégie qui laisse peu de place aux autres professions, ce que confirme la presse syndicale qui se félicite régulièrement de la nomination de tel ou tel membre dans les chambres

[1] Les trois chambres de commerce connaissent des élections générales en 1919.

de commerce[1]. On est là dans une dynamique de captation d'un outil de contrôle économique qui s'intéresse à de multiples aspects de la vie économique locale (douanes, fiscalité, transports, marchés entre autres thèmes qui cristallisent l'attention des négociants). Par le biais des vœux et des avis, les chambres de commerce du département assurent les missions consultatives ou d'information des pouvoirs publics qui sont « le fondement de pratiques de lobbying qui se sont progressivement développées » et elles se doublent « d'une fonction représentative des intérêts professionnels, sans que les deux aspects soient toujours facile à distinguer. »[2] Cette implication dans la vie publique est renforcée par les lois de 1898 et de 1908 qui font des chambres de commerce des établissements d'intérêts publics et leur permettent d'assurer la gestion des services nécessaires aux intérêts dont elles ont la garde (comme par exemple posséder des chais). Dans un département tout entier tourné vers la viticulture, il est alors logique que les négociants en vins[3] accaparent ces postes et forment ce que Jean-Marie Moine appelle « un patriciat économique »[4], d'autant plus qu'avec l'émergence des syndicats patronaux, « les chambres de commerce sont devenues peu à peu des assemblées de présidents de syndicats professionnels »[5].

Dès lors, dans cette optique, il n'est pas surprenant de voir arriver à la tête de la toute récente Xe Région économique, deux des plus emblématiques syndicalistes de la période. Créées en 1919[6], les régions ont « pour mission de donner des avis et d'émettre des vœux » sur la politique économique régionale. Elles sont, au même titre que les chambres de commerce, un outil de contrôle de l'orientation économique méridionale. En outre, tout comme les autorités consulaires, ce sont de formidables relais auprès des pouvoirs publics locaux, régionaux et nationaux. La Xe Région, qui a vu le jour en 1921, a son siège à Montpellier et regroupe les chambres de commerce de Montpellier, Sète, Narbonne, Carcassonne, Millau et Mende. C'est un outil fondamental dans l'optique de la défense des intérêts de la profession car la Xe Région, par le biais de son Bureau et de ses comités, est à même de discuter d'égal à égal avec les administrations ou les compagnies de chemin de fer. Pour cette raison, dès les années 1920, les négociants héraultais y occupent une place de choix : Jean Prats y est nommé vice-président dès 1921, Denis Galtier, trésorier, Hector Maurin, secrétaire général, tandis que le biterrois Jean Pradal fait partie du Comité de direction. Dans les années 1930, alors que leur présence est moins marquée dans les chambres de commerce que dans les années 1920, le négoce héraultais prend la tête de la gouvernance économique régionale avec Jean Prats de 1931 à 1934 puis Gustave Malet à partir de 1935.

D'ailleurs, les journaux spécialisés ne s'y trompent pas. En 1931, lorsque Gustave Malet est élu à la tête de la Chambre de commerce montpelliéraine, l'*Action Méridionale* salue le

[1] Voir le *BMS* dans les années 1900-1910 ou l'*AM* à partir des années 1920.
[2] MOINE J.-M., « Un patriciat économique ? Recrutement et représentativité dans les Chambres de commerce en France aux XIXe et XXe siècles », *Colloque de Tours sur les patriciats urbains*, 1999, p. 5
[3] Au même titre que les professions dominantes dans les autres régions : négociants maritimes et armateurs à Marseille ou La Rochelle ; manufacturiers à Lille ou Mulhouse ; industriels à Lyon. Dans les régions où les économies sont plus diversifiées, la sociologie des consuls est fort logiquement plus variée : Paris, Besançon ou Caen par exemple. Cf. MOINE J.-M., *op. cit.*, p. 18-21.
[4] *Ibid*., p. 1
[5] *Ibid*., p. 17.
[6] Loi du 5 avril 1919.

nouveau président dans des termes qui ne laissent planer aucun doute : « Les membres du Bureau de la Fédération ont été heureux d'apprendre qu'ils allaient compter maintenant parmi eux le président de la Chambre de commerce de Montpellier [qui] continuera à mener à leur côté le bon combat pour la défense des intérêts généraux du commerce des vins. »[1] Président honoraire de la Fédération méridionale, président du syndicat des vins de Montpellier, de la CCM et de la Xe Région, Gustave Malet concentre entre ses mains un pouvoir de décision qu'il met au service du négoce héraultais comme s'en félicite le journal en 1938 : « M. Malet réserve une prédilection particulière à nos milieux syndicaux du commerce méridional des vins. »[2] Il est le symbole de cette densification du pouvoir du négoce héraultais durant cette période de l'entre-deux-guerres où l'addition des fonctions valorise à la fois les dynamiques réticulaires et les intérêts de la profession.

Par ailleurs, si les chambres de commerce sont des instruments de premier choix dans l'orientation de la politique économique départementale, d'autres institutions servent à défendre directement les intérêts du négoce, notamment les tribunaux de commerce.

« Défendre » les intérêts commerciaux : les tribunaux de commerce héraultais

À l'instar des chambres de commerce, les tribunaux de commerce sont depuis le début du siècle la cible des négociants. Entre leurs mains, ils deviennent un instrument de défense corporatiste par excellence en contrôlant les décisions judiciaires en matière de commerce et en permettant de contrôler le devenir de la profession, notamment lors des procédures de liquidation[3]. Au même titre que le verrouillage des commissions de cotation dont ils sont maîtres, les tribunaux de commerce permettent aux négociants de défendre, littéralement et de manière symbolique, les intérêts du commerce. La justice consulaire devient alors un outil de l'ordre commercial, approprié par un nombre restreint de négociants qui concentrent alors un pouvoir conséquent entre leurs mains. Pour les négociants élus[4], il s'agit le plus souvent d'une étape « probatoire » avant l'accession au mandat consulaire, « couronnement »[5] d'une position incontournable dans cette première moitié du XXe siècle.

La dimension monopolistique n'est pas niée par le mouvement syndical qui, en 1910, reconnaît que l'importance du commerce des vins dans le département lui confère une place particulière au sein des tribunaux de commerce héraultais. D'ailleurs, on y apprend qu'un accord « de longue date » existe entre le commerce des vins et les autres groupements pour que celui-ci dispose d'une « place réservée » lors des élections[6]. Ainsi, en 1910 est désignée une commission qui a pour mission « de s'entendre avec la Commission d'élections des autres

[1] *AM*, 16/06/1931.
[2] *AM*, déc. 1938.
[3] En accélérant ou ralentissant les procédures, les négociants peuvent protéger – librement car il n'y a pas de juges professionnels à leurs côtés – des maisons alliées ou éliminer les maisons qui décrédibilisent le Commerce. Le même processus est en œuvre en Bourgogne. Cf. Lucand C., *op. cit.*, p. 578.
[4] Depuis 1883, au suffrage universel des commerçants patentés et assimilés (les associés des SNC, les administrateurs des SA par exemple) qui vivent et travaillent au moins depuis cinq ans dans le ressort du tribunal. Ils sont élus pour deux ans, renouvelable par moitié tous les ans.
[5] MOINE J.-M., *op. cit.*, p. 30.
[6] *BMS*, déc. 1910, p. 282-283.

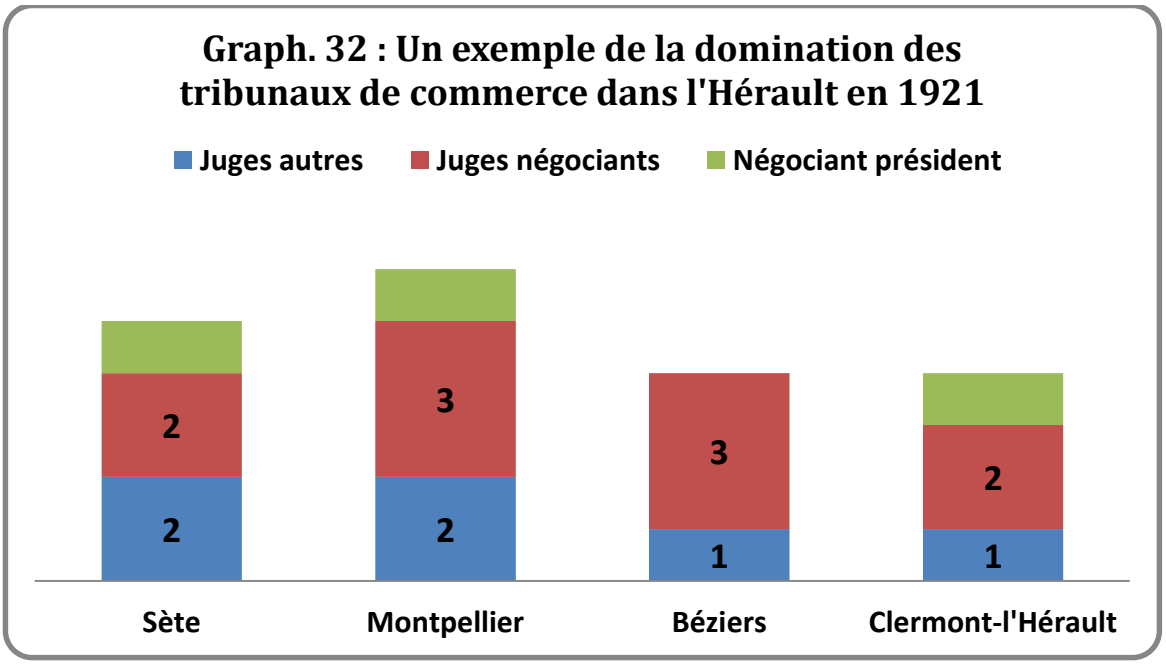
groupements intéressés à la nomination des juges consulaires »[1] à la suite du décès d'Alfred Baumel, juge suppléant au tribunal de Montpellier[2]. C'est un outil de contrôle important car les compétences des tribunaux de commerce concernent « toutes les contestations relatives à des engagements entre négociants, marchands et banquiers ; entre toutes personnes, des contestations à des actes de commerce »[3]. Dans un marché des vins qui est le cadre de très nombreux contentieux et de très nombreuses actions en justice, il est nécessaire pour défendre leurs intérêts commerciaux que les négociants disposent de solides appuis dans ces tribunaux.

Avant 1920, les négociants sont bien représentés dans les sept tribunaux de commerce du département (Montpellier, Béziers, Sète, Pézenas, Clermont-l'Hérault, Lodève et Agde)[4]. Certains obtiennent la présidence comme, en 1902, Beauclair qui est président à Clermont-l'Hérault ou Trézic à Pézenas. Hormis Lodève où l'activité viticole est très réduite et Agde au tout début du siècle, il y a toujours au minimum un négociant parmi les juges titulaires des tribunaux de commerce héraultais. Mais dans l'ensemble, cette présence, si elle est sensible, ne se fait pas dominatrice : un négociant sur cinq juges au début du siècle à Montpellier ; deux sur six à Béziers en 1910 ; deux sur cinq à Sète pour la même année. Et quand les négociants sont majoritaires comme en 1902 à Sète et à Béziers, c'est pour un laps de temps assez court. En outre, il est intéressant de remarquer que la large majorité des négociants présents dans les tribunaux de commerce ne sont pas des négociants membres de la chambre de commerce : Barrillon, Euzet, Olive, Roustan à Sète ; Hansjacob, Longuelanes, Moquin à Béziers ; Marcourel, Montagné, Jeanjean à Clermont-l'Hérault ; Baumel, Fusillet, Guibert à Montpellier. Il y a là, de la part du négoce, une dissémination des pouvoirs entre les mains de plusieurs négociants qui représentent les mêmes intérêts. C'est une logique de captation diluée du pouvoir décisionnel.

Après-guerre, la dynamique est totalement différente comme l'indique le graphique 30, page suivante. En 1921, trois des tribunaux des quatre plus gros centres expéditeurs sont dirigés par des présidents négociants : Coste à Sète ; Maurin à Clermont-l'Hérault ; Leenhardt à Montpellier. À Béziers, le président est Aubin Baron, administrateur des « Établissements Gaillard » et des « Magasins généraux », donc proche des intérêts commerciaux. Cette présence est renforcée par le nombre de juges-négociants : deux sur quatre à Sète, trois sur quatre à Béziers, deux sur trois à Clermont-l'Hérault. À Agde et à Pézenas où il n'y a qu'un seul juge négociant, les deux juges suppléants sont des négociants. La présence des négociants se fait alors massive (graph. 32, page suivante) et ce sont, de surcroit, des personnalités de premier plan, à la fois membres des chambres de commerce et des syndicats. Gustave Malet, par exemple, président du Syndicat des vins de Montpellier et de la Fédération méridionale, est juge sans discontinuer de 1921 à 1931 avant de devenir président de la CCM puis de la Xe région. Il incarne ce parcours où « la boulimie des engagements »[5] sert à la fois les intérêts privés et collectifs et où les

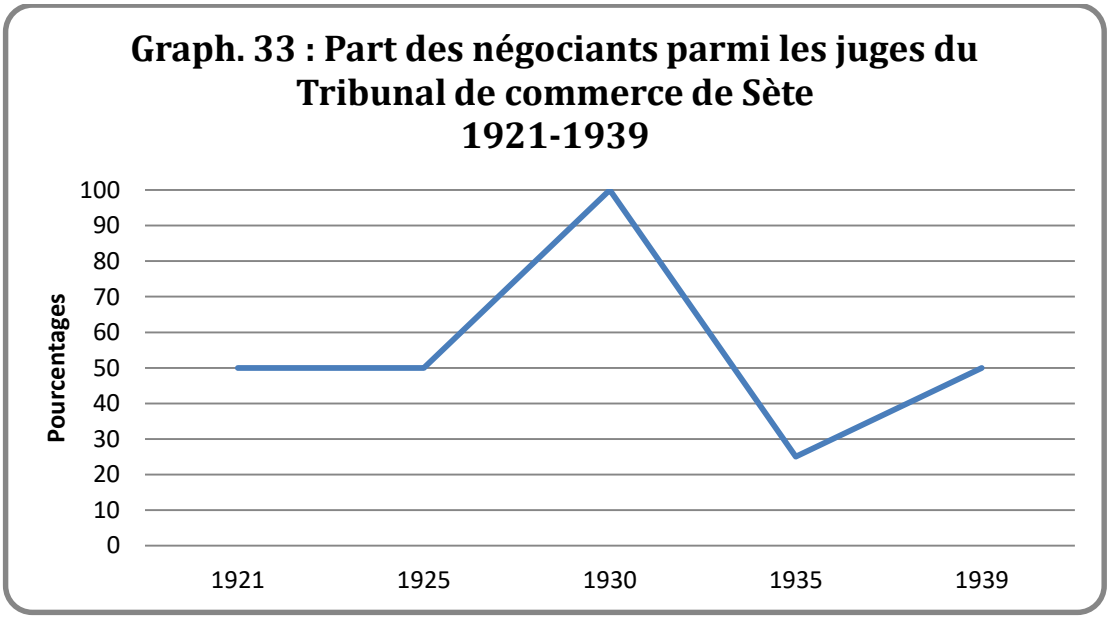
[1] *BMS*, oct. 1910, p. 243.
[2] Le lunellois L.-N. Bourguet le remplace après de rudes négociations avec les autres syndicats dont le syndicat de l'Alimentation qui comptait récupérer le poste.
[3] Présentation des tribunaux de commerce dans l'*Annuaire de l'Hérault*.
[4] Les informations ci-dessous proviennent de *l'Annuaire de l'Hérault* où la liste détaillée des juges et des présidents est donnée, année après année, jusqu'en 1939.
[5] MOINE J.-M., *op. cit.*, p. 31.

postes ne sont contrôlés que par ceux que Jean-Pierre Hirsch pour la Chambre de commerce de Lille appelle les « *happy few* »[1].



Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1922

Pour l'ensemble de la période pour le département et jusqu'au milieu des années 1930 dans certains tribunaux, cette présence est massive[2]. À de très rares exceptions, il n'y a jamais moins d'un juge sur deux qui est un négociant comme par exemple à Sète (graph. 33). D'ailleurs, les rares moments d'infériorité sont souvent dus à un décès ou à un renouvellement temporaire du tribunal.



Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1921-1939

[1] HIRSCH, J.-P., « La Chambre de Commerce de Lille au XIX° siècle : missions, actions, acteurs », *Revue d'histoire consulaire*, n°9, novembre 1995, p. 10.
[2] Voir la liste des membres présents en annexes, p. 1140.

À Béziers, le président qui impulse la dynamique jurisprudentielle des tribunaux est un négociant ou un proche des milieux du négoce jusqu'à la fin des années 1930 (Baron qui dirige les « Magasins généraux » dans les années 1920 puis Joseph Ricardou au tournant des années 1930 et enfin Léon Barthélémy, négociant en alcools). À Montpellier, hormis au tournant des années 1930, deux des plus grandes figures du syndicalisme local président à la destinée du tribunal : Eugène Leenhardt dans les années 1920 puis Élie Cousin qui est élu président en 1935[1]. Ainsi, contrairement à la période précédente, les périodes de faible domination sont l'exception tandis que le pouvoir est concentré entre les mains de personnalités impliquées à la fois dans les chambres de commerce, les syndicats et, donc, les tribunaux, notamment à Béziers et à Montpellier (Paul Araou ou Pierre Huc à Béziers ; Louis Cattelat, Élie Cousin, Gustave Malet à Montpellier) et à un degré moindre à Sète (Jean-Honoré Prats qui est élu juge consulaire à la fin des années 1930). Dans les périodes de creux, la présence du négoce est assurée notamment au niveau des suppléants comme à Sète en 1935 où un seul juge sur les cinq est un négociant (Gaston Coste), mais trois suppléants sur quatre le sont[2].

Néanmoins, cette domination tend à se réduire au milieu des années 1930 : à Béziers, le nombre de juges est considérablement augmenté, relativisant la présence des négociants, tandis qu'à Clermont ou à Pézenas, les négociants disparaissent des tribunaux de commerce, signes avant-coureurs de l'essoufflement qui touche l'ensemble de la filière à cette période. À Montpellier, cette présence se réduit également : on ne retrouve plus qu'un seul négociant parmi les cinq juges dans les années 1930 après l'élection de Gustave Malet à la tête de la CCM (il s'agit de d'Élie Cousin puis de Louis Cattelat).

En dépit de ce léger effacement en fin de période, symbole des difficultés que connaît la profession à cette époque mais également de l'émergence de revendications syndicales extérieures[3], concurrentes du commerce des vins, cette ambition de domination des outils de contrôle de l'orientation économique du département est particulièrement notable pour la période de l'entre-deux-guerres.

Ainsi, par le contrôle des tribunaux et des chambres de commerce, les responsables patronaux cherchent essentiellement à affirmer leur mainmise sur une filière viti-vinicole héraultaise qu'ils cherchent, ainsi, à mieux encadrer.

La rationalisation de la filière viti-vinicole héraultaise

Le désir de rationalisation de la filière, qui est essentiellement articulée autour de propositions et de vœux, voit son aboutissement dans le Statut viticole au milieu des années 1930 et la mise en place d'une politique de promotion des vins du département. Cette démarche est importante car alors que le marché se tend, elle veille à valoriser l'action et les revendications

[1] Dans la seconde moitié des années 1920, Charles Caraman est président du tribunal. L'Annuaire de l'Hérault le référencie comme un « négociant ». Cependant, Caraman est un industriel et rien dans les archives ne permet de penser qu'il ait été « négociant en vins ».

[2] Or les suppléants interviennent très souvent en raison des empêchements des titulaires.

[3] D'autres syndicats patronaux se positionnent pour accéder à ces postes, notamment ceux de la distribution à Montpellier.

du négoce héraultais. En ce sens, le discours soutenu dans les milieux commerciaux suit l'évolution des doctrines économiques de la période, notamment en ce qui concerne la question de la rationalisation[1].

Désencombrer le marché

Alors que le marché se remet lentement des perturbations de la Grande Guerre dont il porte encore les stigmates, le Commerce héraultais cherche les solutions pour enrayer la crise de mévente qui, périodiquement, perturbe le marché. Selon les autorités syndicales et consulaires, une remise à plat de la filière est nécessaire, autour de deux axes : assainissement et contingentement.

La question du nécessaire assainissement du marché des vins héraultais est évoquée dès le début des années 1920. En effet, il s'agit là d'un débat central au sein des organismes consulaires ou syndicaux. En 1921, la CCB se réunit pour étudier un rapport de Paul Araou sur « les solutions pour améliorer les cours du vin »[2]. Le négociant biterrois préconise l'étroite surveillance des vins afin que les vins avariés ne puissent pas aller à la consommation (voir sch. 25, p. 533). En effet, ces vins, souvent achetés à vils prix, sont ensuite utilisés dans des coupages qui permettent de confectionner des vins dont les qualités sont inégales et qui, outre l'encombrement du marché qu'ils provoquent, sont vendus à la place de la marchandise saine. Ces vins, pour Araou, « impressionnent la clientèle qui ne voit que le bon marché de ces produits inférieurs et qui trouve trop élevé le prix légitime demandé pour les bonnes récoltes ». En conséquence, sur un marché où la rentabilité est l'un des critères ultra-dominants, ces vins avariés poussent à l'avilissement des cours car, bien souvent, pour rester compétitifs, les négociants honnêtes sont obligés de revoir leurs tarifs à la baisse. Par la suite, cela a des répercussions sur l'ensemble de la chaîne commerciale : intermédiaires et propriétaires voient également leur marge fondre. Il est donc dans l'intérêt de tous de limiter ces pratiques en assurant la lisibilité du circuit commercial des vins depuis la cave jusqu'au verre. Pour cela, la CCB préconise une loi comparable à celle sur les déclarations de récolte qui a considérablement amoindri le mouillage à la propriété[3].

Quelques années plus tard, Achille Gaillard, alors président de la CCB, soutient cet assainissement, arguant du fait que les sous-produits du vin tels les piquettes ou les sous-marcs encombrent le marché et écrasent les prix[4]. Il demande alors l'interdiction de la fabrication des vins de seconde cuvée et des piquettes pour consommation familiale. Il réitère ses vœux, de manière plus développée, dans un long rapport qui est largement distribué en septembre 1925[5].

[1] DENORD F., « Les idéologies économiques du patronat français au 20e siècle », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2012/2 N° 114, p. 174.
[2] ADH : 8 M 230, Fonds de la CCB, PV de séance, CCB, Rapport Araou, 03/02/1921.
[3] *Ibid.*, Vœux de la CCB, 03/02/1921.
[4] *Ibid*., Rapport Gaillard sur la situation économique, conséquence de la crise du prix pour les vins, 1924.
[5] *Ibid*., Rapport Gaillard sur la crise viticole, sept. 1925. A. Gaillard dans la marge rédige une note à l'attention du secrétaire de la CCB lui demandant de bien s'assurer de la distribution du rapport aux destinataires suivants : Chambres de commerce (ndlr : très certainement du Midi), préfecture, Colonel Mirepoix (alors à la tête de la CGV locale), parlementaires.

Il y explique qu'il est primordial de créer un service sous l'autorité de l'État (à la manière du service de la répression des fraudes ou de la statistique agricole) qui veillerait à l'utilisation des excédents de production retirés du marché. Gaillard vise là les productions de petits vins ou de vins malades qui se retrouvent sur le marché et l'encombrent après avoir été reconditionnés (ce que l'on appelle « la retape ») ou coupés. L'insistance de Gaillard et de la CCB sur le sujet vient de la déception ayant suivi les conclusions de la commission interministérielle chargée d'enquêter sur la situation viticole sous la présidence du ministre de l'Agriculture, Jean Durand, et d'Édouard Barthe[1] entre mars et juin 1925. Cette dernière, au grand regret des négociants héraultais, n'évoque jamais la question de l'assainissement du marché.

Par conséquent, cette question reste jusque dans les années 1930 un thème récurrent à la fois dans les syndicats et à la CCB. Il y est, comme dans les années 1920, essentiellement porté par Paul Araou. En 1929, ce dernier, dans un rapport émanant de la CCB, avance comme cause à la crise viticole des crises naturelles (surproduction algérienne) mais essentiellement des causes artificielles : vins sucrés, vins anormaux, vins impropres à la consommation qu'Araou propose d'écarter[2]. Il réitère ses propos devant la Commission Barthe de passage à Béziers en février 1930 qui le reçoit en tant que président du syndicat des vins et représentant des négociants de l'arrondissement[3]. Finalement, ses doléances sont entendues puisqu'en juillet 1930, une loi vient écarter les vins anormaux du marché[4]. Mais si elle suscite la satisfaction des négociants, elle éveille également des craintes quant à la réalité de son application[5]. Dans les années 1930, la CCB poursuit son effort pour l'assainissement en demandant l'application d'un degré minimum pour la commercialisation, la distillation obligatoire pour les vins de lie et de pressurage, la suppression des piquettes[6]. Comme lors des rapports de 1921, 1925 et 1929, le but est de préconiser le retour de la bonne qualité des vins sur le marché[7], ce que confirme Araou, dans un fascicule intitulé *Le problème viticole* en 1933. À nouveau, il y réclame le nécessaire assainissement du marché, par un contrôle accru de la qualité des vins[8]. Ce vœu est relayé l'année suivante par la CCB[9].

À cet impératif d'assainissement se joint, selon certains points de vue au sein du monde commercial, la nécessité du contingentement. Dès 1925, Achille Gaillard réclame le seul et unique remède efficace : « l'harmonisation de la production et de la consommation »[10]. Pour cela, le meilleur procédé reste le contingentement qui permet de « combler les vides et de distil-

[1] Il est alors président de la Commission des boissons au Parlement.
[2] ADH : 8 M 230, *op. cit.*, Rapport à M. les membres de la CCB sur les éventualités d'une crise viticole et sur les moyens envisagés pour y parer », présenté par MM. Gaillard, Oustric et Araou, 25/05/1929.
[3] *Rapport Barthe (1930),* p. 139.
[4] Loi du 28/07/1930.
[5] ADH : 8 M 231, Fonds de la CCB, Délibérations sur la crise viticole (1932-1934), Rapport préliminaire de J. Bastide d'Izard sur la crise viticole, mars 1932.
[6] *Ibid*., Rapport P. Granaud, 18/01/1933. Il propose 9° pour la métropole et 12° pour l'Algérie. Quelques mois plus tard, la loi entérinera cette proposition.
[7] *Ibid*., PV de séance, Commission des boissons CCB, 17/03/1933.
[8] *Ibid*., « Le problème viticole », Syndicat des négociants et commissionnaires en vins de l'arrondissement de Béziers-Saint-Pons, avril 1933.
[9] ADH : 8 M 232, Fonds de la CCB, Délibérations sur la crise viticole (1932-1934), PV de séance, Commission des vins, CCB, 24/05/1934.
[10] ADH : 8 M 230, *op. cit.*, Rapport Gaillard sur la crise viticole, sept. 1925.

ler les excédents ». Mais encore une fois, la commission interministérielle n'entend pas les doléances du Commerce. Il faut remarquer que sur ce point, le Commerce est très partagé. En effet, en novembre 1925, la CCM, par le biais d'Eugène Leenhardt, marque sa désapprobation vis-à-vis du contingentement qui est « contraire à la liberté d'entreprendre, difficile à appliquer et risque d'entraîner de brusques variations de cours »[1]. Pour Leenhardt, « la vérité reste dans la loi de l'offre et de la demande ». La CCM préfère uniquement la solution de l'assainissement, notamment en interdisant aux vins de moins de 6°5 de circuler. Il est frappant de noter ici que cet antagonisme recoupe les débats chez les intellectuels français de l'époque quant à l'orientation économique nationale (libéralisme, planisme, néocapitalisme, etc.)[2].

Pourtant, la CCB arrive à faire accepter l'idée de ce contingentement, notamment par son action auprès de la Xe Région. Gaillard justifie cette démarche par la nécessité d'une harmonisation à grande échelle qui passerait par le blocage d'une partie de la production. En outre, il indique que la seule solution est la solution législative car il y a trop d'intérêts à ménager. Ici, il est intéressant de noter que c'est Gaillard, qui n'est pas un négociant, qui porte ce thème. Même s'il est suivi par la CCB, le fait qu'il ait un regard extérieur et que ses intérêts personnels ne soient pas directement mis en jeu dans une maison de commerce, peut en grande partie expliquer qu'il ait cette vision globale, collective et modernisatrice. À nouveau en 1929, il propose le contingentement. Les termes « contingentement » ou « blocage » ne sont jamais exprimés de la sorte, mais il est question d'une « harmonisation de la production à la consommation » récurrente jusqu'en 1930. D'ailleurs, à cette date, Gaillard est auditionné par la Commission Barthe qui enquête sur les causes de la crise et il réitère ses arguments[3]. Ces derniers seront repris en partie par le projet de loi présenté par la Commission des boissons. Cette dernière établit un blocage dont l'objectif premier est de désengorger le marché et de faire coïncider offre et demande, c'est-à-dire, production et consommation. C'est là l'un des éléments-clés au cœur du Statut viticole des années 1930[4].

Après cette date, la question du contingentement reste d'actualité car peu satisfait de la mise en œuvre de la loi, les négociants demandent un blocage plus renforcé et ouvrant la porte à moins de dérogation. Là aussi, la CCB s'oppose à une partie du négoce, notamment une partie des syndicats. Gaillard, en mars 1933, explique ainsi à Antoine Pradal, alors président de la Fédération méridionale, qu' « en la question de la crise viticole, les deux groupements ont le même but : faire cesser la crise, mais ils n'envisagent pas les mêmes moyens »[5]. En raison de la surproduction algérienne et de l'inadéquation du rapport production-consommation, Gaillard et la CCB poursuivent toujours le même but d'un meilleur contingentement comme l'explique le négociant biterrois Paul Granaud, le même mois. Dans son rapport, il exprime les inquiétudes du Commerce face aux exceptions autorisées par la loi[6] et réaffirme la nécessité d'un contingentement plus strict à la fois des excédents métropolitains et des vins en provenance du

[1] *Ibid*., PV de séance, CCM, 5/11/1925.
[2] DENORD F., *op. cit.*
[3] *Rapport Barthe (1930)*, p. 153-155.
[4] Lois de juillet 1931 et de juillet 1935.
[5] ADH : 8 M 231, *op. cit.*, Lettre de Gaillard à Pradal, mars 1933.
[6] Notamment la possibilité de libération des vins bloqués par l'utilisation de moûts concentrés.

Maghreb (Algérie et Tunisie)[1]. Afin d'appuyer leurs vœux, les membres de la CCB se rendent au Comité de la Xe Région afin « que l'unanimité se manifeste en faveur d'une délibération demandant l'aménagement du marché des vins »[2]. Le lendemain, la Xe Région entérine le vœu émis par la CCB et le fait parvenir à la Commission des boissons[3]. Quelques semaines plus tard, une nouvelle série de lois est votée afin de mettre en place un échelonnement des sorties à la propriété. C'est incontestablement une victoire pour la CCB.

En outre, à cette question brûlante d'assainissement et de régulation se joint également un effort de promotion, vital pour le commerce des vins.

L'effort de promotion des vins héraultais

Il est, en effet, nécessaire pour les négociants, dans un contexte de crise[4] de trouver de nouveaux débouchés ou de renforcer ceux déjà existants. C'est pourquoi les représentants du négoce se lancent dans un vaste effort de promotion qui, combiné au discours qualitatif syndical évoqué plus tôt, peut s'avérer efficace.

Dans ce contexte, la question d'un organisme visant à promouvoir les vins méridionaux refait surface. En 1920, la Chambre de commerce de Narbonne écrit à la CCB pour lui affirmer la « nécessité de constituer dans les plus brefs délais, un organe central de défense, comprenant tous les organes distincts qui, dans le *Midi Vinicole*, s'occupent des vins et […] qui pourrait être organisé sur le modèle de l'Office des vins »[5]. Gaillard, devant le bureau de la CCB, revient sur l'existence de l'Office en rappelant qu'« il a puissamment contribué à éteindre la mévente des vins »[6]. En revanche, il n'est pas favorable à l'idée de rassembler de trop nombreux groupements comme le proposent les Narbonnais. Selon lui, il a déjà été très difficile d'unir les chambres de commerce et il ne pense pas possible l'union des producteurs, des commerçants, des transporteurs, des loueurs, etc. Il préconise plutôt un organisme de promotion des vins : un nouvel Office des vins, avec à sa tête, trois délégués dont deux seraient issus du Commerce biterrois. L'absence de traces après cette proposition marque très certainement l'échec d'une telle entreprise mais elle imprime une dynamique pour la suite.

En effet, afin de mieux vendre les vins héraultais, il est impératif de répondre aux attentes de la clientèle. Or, cette clientèle réclame, pour partie, une bonne qualité ou tout au moins un vin qui réponde à des critères gustatifs précis. Cette valorisation qualitative des vins héraultais passe par l'établissement de commissions de cotation qui permettent, dès les années 1920, de témoigner de la diversité des vins héraultais. Nous avons déjà évoqué la constitution de ces commissions mais il faut aborder ici la dimension de promotion de ces instruments commerciaux. Dans cette optique, sur un marché des vins de plus en plus exigeant, naît la

[1] ADH : 8 M 231, *op. cit.*, Exposé sur les mesures destinées au redressement et à l'assainissement des marchés par P. Granaud, 09/03/1933.
[2] ADH : 8 M 232, *op. cit.*, Rapport préparatoire à la réunion, 20/06/1933.
[3] ADH : 8 M 232, PV de séance, Commission des boissons, CCB, 21/06/1933.
[4] Le mot est évoqué dès 1920 et il ne sort jamais des archives syndicales ni consulaires jusqu'à la fin de la période. Il est bien évidemment à nuancer, surtout pour les années 1920.
[5] ADH : 8 M 230, *op. cit.*, Lettre CCN-CCB, 19/08/1920.
[6] ADH : 8 M 230, *op. cit.*, PV de séance, CCB, 28/09/1920.

commission de cotation de Pézenas. En décembre 1922, Eugène Tarbouriech, membre de la CCB écrit au président Gaillard pour lui demander, au nom du Bureau du syndicat des vins piscénois, qu'une nouvelle commission des cotes soit établie à Pézenas, « comme autrefois »[1]. Cette commission serait l'occasion, selon les arguments présentés par le syndicat local, de valoriser « un grand centre viticole, Pézenas étant incontestablement un centre très important »[2] et où seraient cotés « des crus blancs réputés : Pinet, Pomérols, Marseillan, Adissan, etc. »[3]. En dépit des craintes biterroises de voir la commission concurrencer celle de Béziers, la commission de constatation des cours voit le jour en mars 1924 après un an de tractation[4]. Quelques années plus tard, la démarche est la même, valoriser un ou plusieurs crus lors, de la création d'autres commissions comme Saint-Chinian ou Olonzac.

Dans le même esprit, les négociants sétois, par le biais du syndicat local et de la CCS protestent contre la taxe sur le luxe qui frappe certains vins vinés ou certains apéritifs qui sont les deux grandes spécialités de la production locale. Les négociants locaux considèrent que cette taxe ne permet pas de valoriser une production originale dans le département et très appréciée de la clientèle. Avec satisfaction le Commerce sétois enregistre la suppression de cette taxe en 1922[5].

Les foires commerciales sont un autre outil permettant de présenter les vins du département. Certaines sont des foires à l'extérieur de la région comme la foire de Bruxelles à laquelle participe le négoce héraultais en 1924. Même si les résultats sont très mitigés, notamment en raison de la concurrence des vins étrangers, il s'agit d'une démarche de valorisation certaine des vins locaux[6]. Mais les négociants héraultais participent également régulièrement à des foires nationales comme la foire de Lyon qui se tient chaque année. Les négociants profitent de ces expositions pour y rencontrer des clients, potentiels ou actuels, et faire découvrir leurs vins. Dans la capitale des Gaules, plus de 500.000 visiteurs prennent part à l'événement où les vins héraultais sont placés à l'entrée des galeries, à proximité de la grande allée centrale où l'exposition est maximale. Les bouteilles sont disposées sur des stands et proposées à la dégustation. À Lyon, contrairement à d'autres expositions, comme celles de Paris, il n'y a pas de jury donc pas de distinction, mais l'opération semble être un succès comme le rappelle l'*Action Méridionale* en 1926[7].

Dans le département, les vins sont présentés lors de l'Exposition internationale de Montpellier en mai-juin 1927. Les syndicats recommandent aux négociants d'y aller en nombre pour faire connaître la diversité des produits dont « le stand de la Fédération doit être une démonstration éclatante »[8]. En mars 1934 est organisé sous l'égide de la CCB et avec la participation des syndicats de la ville, un concours de dégustation à Béziers. Les syndicats locaux ainsi

[1] ADH : 8 M 227, Fonds de la CCB, Marché de Pézenas (1924-1934), Lettre de Tarbouriech à la CCB, 09/12/1922.
[2] *Ibid*., Lettre de Chaptel, pdt du syndicat des vins de Pézenas, au préfet, 09/12/1922.
[3] *Ibid*., lettre de Tarbouriech à la CCB, 04/01/1923.
[4] Arrêté préfectoral du 06/03/ 1924.
[5] GERVAIS P., *op. cit.*, p. 7.
[6] *BMS*, avril 1924, p. 175 et sq.
[7] *AM*, 28/12/1926.
[8] *AM*, 01/04/1927.

que la CCB encouragent vivement les négociants à participer à cette manifestation[1]. Plus de 2700 échantillons parvenant de l'ensemble des départements méridionaux y sont dégustés et on se félicite, par voie de presse, de la qualité de l'ensemble des vins[2]. En 1939, la VIIe Fête nationale des vins de France se tient dans le département et célèbre les vins du Midi[3]. C'est là l'occasion, avec la visite du Président Lebrun, de « la mise en lumière exceptionnelle des richesses viticoles du Languedoc »[4] où les négociants se singularisent[5]. L'*Action Méridionale* se félicite d'ailleurs de la participation des négociants à la mise en œuvre de ces journées et à leur réussite[6].

Dans la même logique de promotion, enfin, en 1926[7], est autorisée à Pézenas, sous l'impulsion des commerçants locaux, la tenue d'une foire annuelle des vins blancs dont le but est de « rassembler de nombreux négociants et de faire connaître les produits de la région (de Pézenas) […] tout en permettant aux producteurs de mieux se rendre compte des critiques des besoins, des exigences même du commerce français »[8]. Centre viticole au contact de plusieurs terroirs de la région, il est donc logique que Pézenas soit le lieu d'installation d'une foire annuelle valorisant les vins blancs héraultais. D'ailleurs, hormis quelques communes qui, inquiètes de la concurrence de Pézenas, n'appuient pas cette démarche (Clermont l'Hérault[9], Adissan), un grand nombre de communes du département se rallient derrière ce projet (Marseillan, Sète, Frontignan, Montpellier, Béziers)[10]. Enfin, de nouvelles techniques permettent de valoriser les vins héraultais comme, au début des années 1930, un film sur le département produit à l'initiative de la CCB, dans lequel le commerce des vins et la qualité de ses produits sont évoqués[11]. Bien évidemment, la défense des vins protégés par le nouveau statut AOC comme le Muscat de Frontignan à partir de 1935 est également assurée par les responsables patronaux[12].

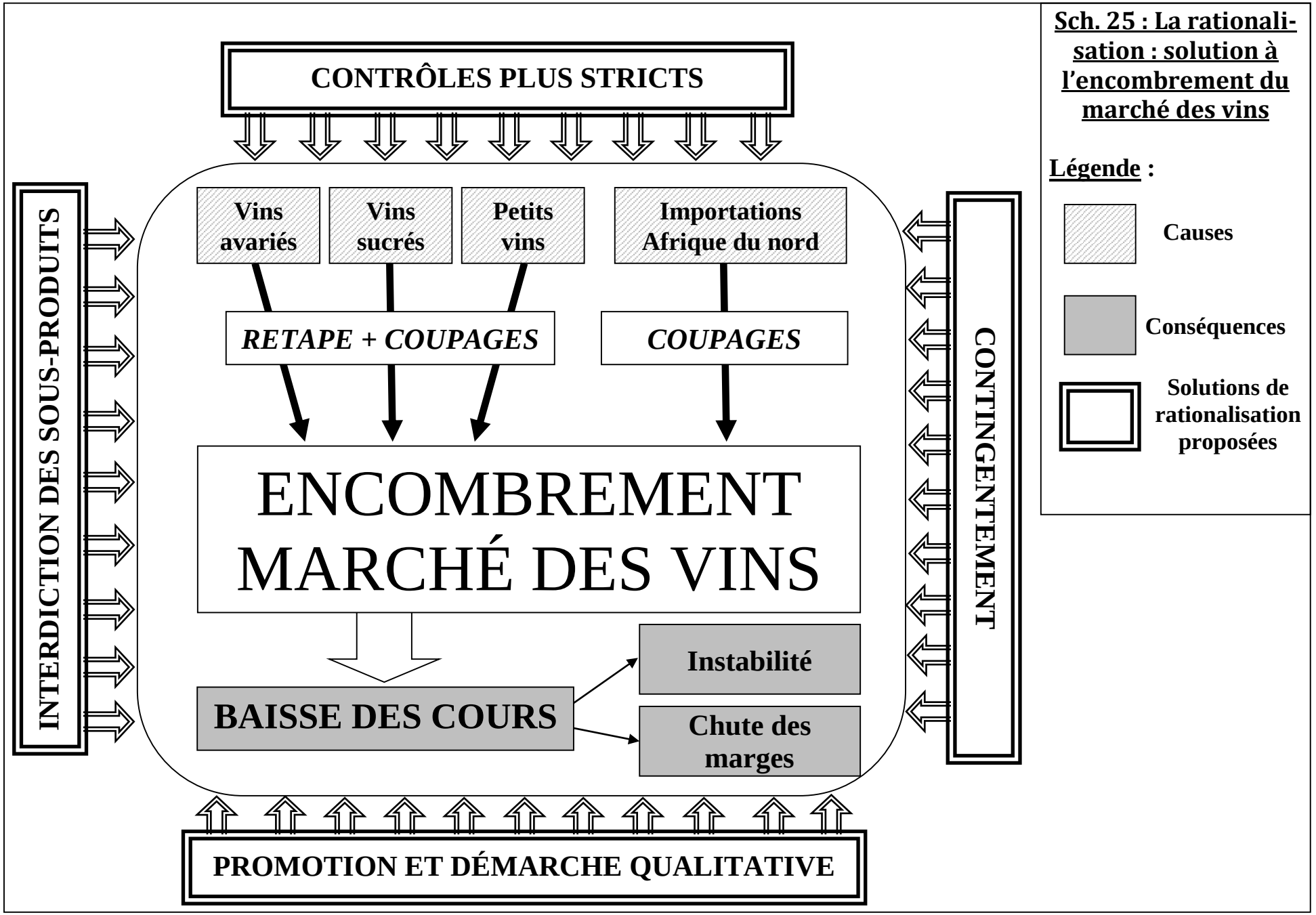
Cet impératif qualitatif est fort logiquement exprimé avec force et vigueur par l'ensemble de la profession lors de la venue de la Commission Barthe. À Montpellier, le 15 février 1930, Malet, alors président du syndicat des vins de la ville et membre de la CCM, préconise une meilleure identification des vins, notamment dans le cadre des coupages, avec labellisation des vins non identifiés, présentés comme des « vins en manipulation »[13]. Malet recommande également une généralisation et une homogénéisation des critères d'analyses, afin de

[1] *AM*, 01/01/1934.
[2] *AM*, 01/04/1934.
[3] À ce sujet, voir BAGNOL J.-M, « Quand la république célébrait les grands crus du Languedoc : la VIIe Fête nationale des vins de France (1er-4juillet 1939), *Études Héraultaises*, n°39, 2009, p. 193-204.
[4] *Ibid*., p. 201.
[5] G. Malet y tient un discours engagé à Montpellier, tandis qu'à Béziers P. Granaud offre une réception en l'honneur du président de la République. Les négociants sont également présents en nombre lors de la Foire-exposition qui se tient à Béziers pour l'occasion. Lebrun y souligne d'ailleurs, entre autres, « les efforts fournis par le commerce qui contribu[e] à l'essor national ».
[6] *AM*, août 1939.
[7] Arrêté préfectoral du 03/04/1926.
[8] ADH : 8 M 492, Dossiers par commune : demandes, enquêtes, autorisations, Marché de Pézenas, Allocution d'É. Barthe devant le Conseil général de l'Hérault, octobre 1926.
[9] La ville vient d'organiser une foire-exposition de vins blancs la même année.
[10] Il faut noter néanmoins que ce type de manifestations locales tend à disparaître, notamment en raison de l'émergence des commissionnaires. En effet, grâce à ces derniers, les négociants de l'extérieur n'ont plus besoin de découvrir par eux-mêmes les produits des terroirs héraultais.
[11] ADH : 8 M 232, *op. cit.*, Lettre d'Araou à Gaillard, 17/06/1933.
[12] *AM*, juil. 1935.
[13] *Rapport Barthe (1930)*, p. 46.

protéger les meilleurs crus et éviter la fraude. Bruneton, le président du syndicat montpelliérain de la barricaille, ne dit pas autre chose lorsqu'il intervient. Il réclame le soutien du gouvernement dans la lutte pour une marchandise de qualité, défendue par le Commerce[1]. À Béziers, le lendemain, la CCS par le biais de son président, Jean Prats, indique que le Commerce sétois cherche avant tout de bons vins et propose, à Sète, des vins de premier choix[2]. Le mézois Meuzac, pour sa part, insiste également sur la nécessaire bonne tenue des vins, notamment blancs[3], pour satisfaire les clients et en attirer d'autres.

En définitive, cette rationalisation aux formes diverses, vise sous l'égide des grandes figures du mouvement patronal à résoudre les crises de mévente qui frappent, ponctuellement dans les années 1920 puis régulièrement dans les années 1930, la filière viti-vinicole héraultaise (voir le sch. 25, page suivante). Elle s'opère essentiellement avec l'objectif, comme le signale Achille Gaillard dans une lettre en 1933, « d'éviter, après ou en même temps que la ruine des viticulteurs, celle de tous les commerçants et de toutes les industries qui, dans notre circonscription, vivent de la vigne et du vin »[4]. En effet, les intérêts des négociants sont profondément liés à ceux de leurs partenaires commerciaux locaux, avec qui ils entretiennent des relations équivoques.

[1] *Ibid*. p. 48.
[2] *Ibid*., p. 97.
[3] *Ibid*., p. 112.
[4] ADH : 8 M 231, *op. cit.*, Lettre de Gaillard à Pradal, mars 1933.

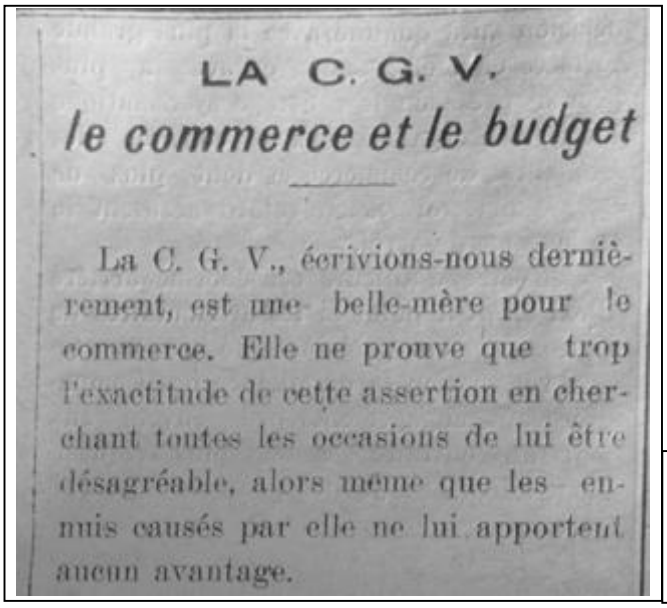

CONTRÔLES PLUS STRICTS
INTERDICTION DES SOUS-PRODUITS
Vins avariés
Vins sucrés
Petits vins
Importations Afrique du nord
RETAPE + COUPAGES
COUPAGES
ENCOMBREMENT MARCHÉ DES VINS
BAISSE DES COURS
Instabilité
Chute des marges
CONTINGENTEMENT
PROMOTION ET DÉMARCHE QUALITATIVE
Sch. 25 : La rationalisation : solution à l'encombrement du marché des vins
Légende :
Causes
Conséquences
Solutions de rationalisation proposées

Propriété et Commerce, des relations en clair-obscur

La filière se caractérise par une très forte interdépendance entre ses différents acteurs. Forts d'une position qu'ils estiment alors dominante, les négociants cherchent à imposer, notamment par des pratiques normatives comme le contrat-type ou la signature des acquits, leur conception des relations commerciales et leur vision du marché. Cela se fait dans le cadre de relations ambivalentes.

Opposition(s) entre partenaires-adversaires

L'opposition, doctrinale, entre Propriété et Commerce se marque essentiellement dans leurs différents discours. Elle n'est en rien surprenante sur un marché où s'exercent de nombreuses tensions et où les principaux contacts s'opèrent dans le cadre d'un rapport de force. Par ailleurs, elle existe dans d'autres vignobles, français[1] ou étrangers[2]. Il n'est ainsi pas rare de retrouver, tout au long de la période, dans la presse généraliste ou spécialisée, des attaques provenant d'un camp comme de l'autre afin d'imposer sa vision du marché. Si le ton des négociants est moins agressif et apparaît plus sous forme de réponses ou de contre-attaques, il se structure essentiellement dans les années 1920-1930. C'est une démarche essentielle car les années 1900-1910 ont vu se former puis gonfler un mouvement syndical vigneron fort, qui très rapidement dépasse, en effectifs et donc en influence, le mouvement syndical commercial, pourtant plus ancien. Devant ce déficit d'impact, le discours doit donc se faire plus musclé, notamment à partir des années 1920. En mars 1920, l'introduction d'un article du *MV* compare la CGV à « une belle-mère […] désagréable » ne causant au commerce que des ennuis (fig. 53).



LA C. G. V.

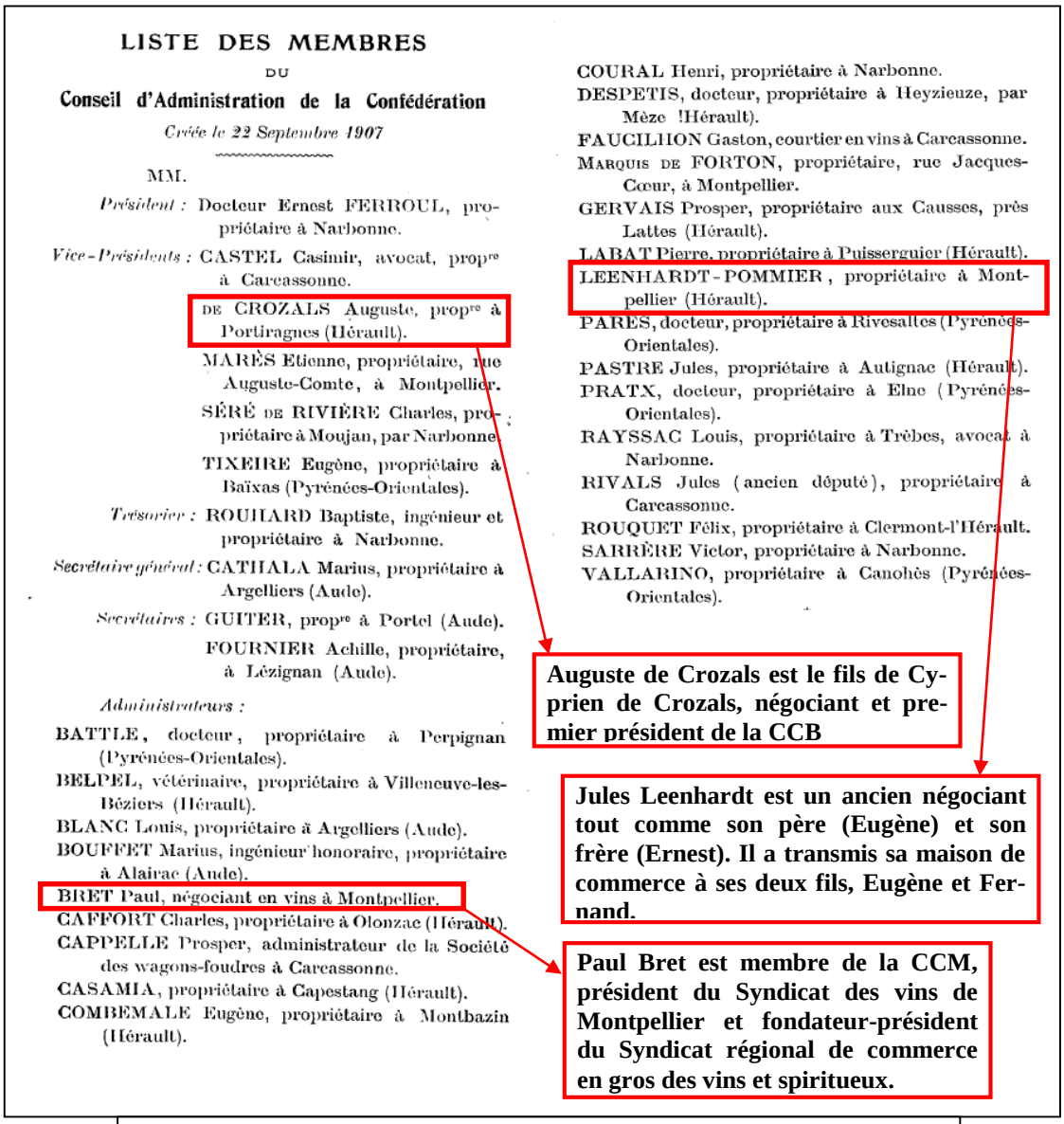
le commerce et le budget

La C. G. V., écrivions-nous dernièrement, est une belle-mère pour le commerce. Elle ne prouve que trop l'exactitude de cette assertion en cherchant toutes les occasions de lui être désagréable, alors même que les ennuis causés par elle ne lui apportent aucun avantage.

Fig. 53 : Les attaques contre la CGV
Source : *Midi Vinicole*, 31/03/1920

[1] LUCAND C., *op. cit.* pour la Bourgogne ou ROUDIÉ P., *op. cit.* pour le bordelais, même si dans ces deux régions les antagonismes sont moins marqués car la petite propriété y est moins présente et moins politisée.
[2] NAVAJAS ZUBELDIA C, « "Cosecheros" contra "Comerciantes". … », *art. cit.* L'auteur y évoque les tensions entre négociants et producteurs au sujet de l'instauration d'une appellation « Rioja ». Les producteurs, associés en coopératives, y sont favorables au contraire des négociants, ce qui crée de multiples et profondes tensions, notamment autour de la question des coupages et du contrôle du marché.

Bien évidemment, déjà dans la période précédente, la Propriété est la cible des attaques de la part du négoce, mais, l'imperméabilité entre les deux mouvements n'est pas aussi marquée qu'après la Première Guerre mondiale. Ainsi, en 1905, on retrouve au sein du Congrès viticole régional qui se tient à Béziers les 20, 21 et 22 janvier 1905, quelques négociants (comme le nîmois Fabre ou le carcassonnais Génie) tandis que les Syndicats des vins de Béziers, Montpellier, Sète, adhèrent au mouvement tout comme des négociants isolés comme Pierre Bertouy à Marseillan[1]. En octobre 1907, à la suite du mouvement de révolte du printemps qui a épargné les négociants locaux, les premiers bureaux de la CGV enregistrent la présence de négociants[2] ou de membres proches des intérêts du négoce (fig. 54).



LISTE DES MEMBRES

DU

Conseil d'Administration de la Confédération

Créée le 22 Septembre 1907

MM.

Président : Docteur Ernest FERROUL, propriétaire à Narbonne.

Vice-Présidents : CASTEL Casimir, avocat, propre à Carcassonne.

DE CROZALS Auguste, propre à Portiragnes (Hérault).

MARÈS Etienne, propriétaire, rue Auguste-Comte, à Montpellier.

SÉRÉ DE RIVIÈRE Charles, propriétaire à Moujan, par Narbonne.

TIXEIRE Eugène, propriétaire à Baïxas (Pyrénées-Orientales).

Trésorier : ROUHARD Baptiste, ingénieur et propriétaire à Narbonne.

Secrétaire général : CATHALA Marius, propriétaire à Argelliers (Aude).

Secrétaires : GUITER, propre à Portel (Aude).

FOURNIER Achille, propriétaire, à Lézignan (Aude).

Administrateurs :

BATTLE, docteur, propriétaire à Perpignan (Pyrénées-Orientales).

BELPEL, vétérinaire, propriétaire à Villeneuve-les-Béziers (Hérault).

BLANC Louis, propriétaire à Argelliers (Aude).

BOUFFET Marius, ingénieur honoraire, propriétaire à Alairac (Aude).

BRET Paul, négociant en vins à Montpellier.

CAFFORT Charles, propriétaire à Olonzac (Hérault).

CAPPELLE Prosper, administrateur de la Société des wagons-foudres à Carcassonne.

CASAMIA, propriétaire à Capestang (Hérault).

COMBEMALE Eugène, propriétaire à Montbazin (Hérault).

COURAL Henri, propriétaire à Narbonne.

DESPETIS, docteur, propriétaire à Heyzieuze, par Mèze (Hérault).

FAUCILHON Gaston, courtier en vins à Carcassonne.

MARQUIS DE FORTON, propriétaire, rue Jacques-Cœur, à Montpellier.

GERVAIS Prosper, propriétaire aux Causses, près Lattes (Hérault).

LABAT Pierre, propriétaire à Puisserguier (Hérault).

LEENHARDT-POMMIER, propriétaire à Montpellier (Hérault).

PARÈS, docteur, propriétaire à Rivesaltes (Pyrénées-Orientales).

PASTRE Jules, propriétaire à Autignac (Hérault).

PRATX, docteur, propriétaire à Elne (Pyrénées-Orientales).

RAYSSAC Louis, propriétaire à Trèbes, avocat à Narbonne.

RIVALS Jules (ancien député), propriétaire à Carcassonne.

ROUQUET Félix, propriétaire à Clermont-l'Hérault.

SARRÈRE Victor, propriétaire à Narbonne.

VALLARINO, propriétaire à Canohès (Pyrénées-Orientales).

Auguste de Crozals est le fils de Cyprien de Crozals, négociant et premier président de la CCB

Jules Leenhardt est un ancien négociant tout comme son père (Eugène) et son frère (Ernest). Il a transmis sa maison de commerce à ses deux fils, Eugène et Fernand.

Paul Bret est membre de la CCM, président du Syndicat des vins de Montpellier et fondateur-président du Syndicat régional de commerce en gros des vins et spiritueux.

Fig. 54 : La présence des intérêts commerciaux dans le premier Conseil d'administration de la CGV, 1907

Source : *Vendémiaire*, Bulletin officiel de la CGV, 15/11/1907

[1] *CR du congrès viticole régional tenu à Béziers les 20, 21 et 22 janvier 1905 sur l'initiative du syndicat professionnel agricole de Béziers*, Impr. Firmin, Monté et Sicardi, Montpellier, 1905.

[2] Paul Bret au conseil d'administration de la Confédération ; Delsériès au conseil de Carcassonne ; Vic à celui de Montpellier par exemple.

En 1908, lors de la naissance de l'Office du vin, le syndicat viticole carcassonnais participe à son financement[1]. Néanmoins, dès le tournant des années 1910, le Commerce veille à se démarquer de la Propriété, en affichant sa différence : alors que le député montpelliérain Astier est appelé à prendre la parole lors du meeting de protestation de novembre 1909, le *BMS* souligne, avec une certaine condescendance, que la foule attend de lui « une déclaration déclamatoire [sic], un engagement solennel, probablement dans le genre de ceux des meetings viticoles : l'écharpe jetée à la foule »[2]. Or ce ne sont pas des attitudes acceptées ni attendues dans le monde du Commerce, plus policé – en apparence – que le monde viticole par la composition sociale de la profession[3]. Mais alors que les rapports tendent à se dégrader rapidement, la guerre met entre parenthèses des désaccords qui s'amplifient avec le retour de la paix.

En effet, après la Grande Guerre, l'opposition entre les deux bords se cristallise autour de plusieurs sujets de crispation, comme les commissions de cotation tout d'abord. De fait, en 1921, la CGV écrit une lettre de protestation à la CCB[4]. Dans cette dernière, le colonel Mirepoix, qui dirige la section biterroise de la CGV, s'émeut des différences de prix entre la cote officielle du 18 nov. 1921 et les prix effectifs. Dans son argumentaire, il réfute l'argument habituel de « ventes exceptionnelles » et s'appuyant sur des exemples précis, il reproche à la commission de choisir d'oublier les prix les plus hauts alors qu'elle n'hésite pas à enregistrer les prix les plus bas venus à sa connaissance, « même lorsque ces prix s'appliquent à des vins de qualités inférieures »[5]. Dans le même esprit, en 1927 paraît, dans l'édition du 10 juillet du *Petit Méridional*, un article rédigé par la CGV, intitulé « Des choses qu'il faut dire »[6]. Cet article revient sur les dérives constatées dans les commissions de cotation, dans un contexte de ralentissement des affaires. Il s'agit ici de dénoncer non plus seulement la mainmise sur les commissions, mais les opérations frauduleuses (« les cours sont confectionnés » affirme l'article) de ces dernières dans la constatation, l'enregistrement et l'établissement des cours. De plus, on leur reproche de ne plus être « l'expression absolument sincère de la fluctuation des cours » et d'avoir également « faussé la situation vinicole et perturbé les marchés ». Il faut dire que les négociants refusent que les propriétaires participent à ces commissions et que ce point de discorde constant entre les deux corporations n'est résolu que par l'intervention de l'État et la création de Commissions mixtes à la fin des années 1930.

À l'inverse, le Commerce tance certaines fausses cotes parues dans des journaux que les négociants estiment proches de la CGV[7]. Il est ainsi fréquent de voir éclore dans la presse les réponses du Commerce à des articles émanant de journaux proches de la Propriété. Les responsables patronaux y répondent à des attaques de la part des propriétaires qui « prennent le Com-

[1] ADH : 8 M 218, *op. cit.* , PV d'installation, OV, 01/07/1908, p. 7.
[2] CR du meeting de protestation de Montpellier du 30 novembre 1909, *BMS*, nov. 1909, p. 450-454.
[3] A. Daumard nous indique que dans les représentations de la bourgeoisie le langage et les attitudes jouent un rôle prépondérant : « Le qualificatif de bourgeois s'applique aussi dans le domaine du langage et des usages » (cf. DAUMARD A., *op. cit*., p. 33). À l'époque, les meetings viticoles sont parcourus par des milliers de petits et de moyens vignerons qui sont la classe populaire méridionale.
[4] ADH : 8 M 226, Fonds de la CCB, Marché de Béziers (1920-1934), Lettre CGV-CCB, 30/10/1921.
[5] Comme la vente de la cave « La Grange des prés » vendue 9,43 F le degré alors que le prix maximum établi sur la cote est de 9 F.
[6] *Le Petit Méridional*, 10/07/1927.
[7] « Rendons justice au *Petit Méridional* et à la CGV », *MV*, 04/08/1920.

merce local vivement à partie »[1] ou ils y stigmatisent les recommandations officielles des autorités syndicales viticoles qui encouragent leurs adhérents à « tenir les prix »[2] face au Commerce. On y débat également des conditions d'évolution des cours[3].

Du côté des négociants, les attaques portent essentiellement sur la qualité des vins et l'attitude des propriétaires sur les marchés. Dans ce domaine, s'il est souvent reproché aux propriétaires de maintenir les prix fermes dans leur seul et unique intérêt, c'est en réalité une conception des relations transactionnelles – sur un marché où le prix est uniquement formé à partir de l'offre et de la demande – que les négociants, dans les faits, acceptent. Ce genre de polémiques participe surtout d'un discours idéologique de défense qui vise à consolider la solidarité corporatiste. En quelque sorte, ce message rassembleur parle à l'ensemble des négociants et il ne faut y voir qu'un simulacre de critique.

En revanche, le négoce se montre particulièrement vindicatif au sujet de la qualité des vins. Dans son discours, la Propriété est responsable de la mauvaise qualité des vins car elle cherche à produire un maximum des vins de qualité très médiocre, qui, elle le sait, seront remontés par la suite de toutes les manières. Les attaques se concentrent aussi largement sur les exemptions fiscales et les nombreuses aides de l'État[4] dont bénéficient les caves coopératives[5]. C'est d'ailleurs, en substance, le discours que tiennent plusieurs négociants devant la Commission Barthe.

Au demeurant, les multiples entretiens lors de cette enquête montrent bien quelles sont les divergences entre Commerce et Propriété, bien qu'il s'agisse ici de régler une même crise. Les représentants de la Production pointent du doigt les intermédiaires qui répercutent immédiatement les prix à la hausse en cas de raffermissement des cours alors qu' « il y a deux à trois mois de décalage lors d'une baisse »[6]. Ils insistent également sur les nombreuses manipulations qui ont lieu en dehors de leur propriété, comme le détaille Combemale, président de la Chambre d'agriculture, s'appuyant sur l'exemple des vins dérougis[7]. D'ailleurs Ravel, président de la Confédération générale des caves coopératives de vinification, conclut son exposé[8] de la manière suivante : « Il faut réduire autant que possible le nombre des intermédiaires. »[9]

Du côté des négociants, le discours est, bien évidemment, diamétralement opposé. Il faut, pour sortir de la crise, veiller à mieux contrôler les déclarations de récolte et leur suivi mais également, selon Gustave Malet, encourager une « moralisation de la production » en autorisant les contrôles à la propriété[10]. Paul Araou à Béziers va exactement dans le même sens

[1] Dans cet article, le commerce régional est présenté comme « inféodé à Bercy ».
[2] « La défense du commerce », *AM*, 01/10/1927.
[3] « Peut-on prévoir la hausse ou la baisse », *MV*, 07/07/1920.
[4] Prix du foncier allégé, pas de patente ni de licence, crédit à faible taux, pas de taxe sur le CA
[5] « Relations du commerce avec les coopératives de production et l'intendance », *AM*, août 1939
[6] *Rapport Barthe (1930),* p. 6. Pomier-Layrargues, rapporteur de la Chambre d'agriculture s'exprime ici.
[7] *Ibid*., p. 23.
[8] Exposé durant lequel il s'est, comme l'ensemble de la Propriété opposé à la taxe unique qui pèserait alors à la fois sur la Propriété et le Commerce, contrairement à la TCA qui ne pèse que sur le Commerce. Pour lui, il n'y a qu'une seule solution de redressement : la coopération.
[9] *Rapport Barthe (1930),* p. 32.
[10] *Ibid*., p. 46.

en mettant en cause leur implication dans la surproduction (fumures et irrigation abondantes) et la production de vins de mauvaise qualité. Il sous-entend également que certaines pratiques, pourtant interdites, ont encore largement cours dans la Propriété biterroise, notamment le mouillage[1]. Lui aussi réclame une surveillance plus accrue.

Pourtant, en dépit de ces forts antagonismes[2], Propriété et Commerce savent s'entendre et collaborer de manière efficace.

Des alliances objectives

Tout au long de la période, il est sans cesse rappelé la communauté d'intérêts entre la Propriété et le Commerce. Cet intérêt et cette destinée communs sont le plus souvent évoqués par les présidents des différentes associations syndicales, notamment lors des congrès ou des assemblées générales mais également par les hommes politiques.

Ainsi, lors du grand congrès de 1923, tenu à Montpellier en présence de nombreux édiles et personnalités du monde viti-vinicole héraultais, Gustave Malet salue la présence de la CGV, par l'intermédiaire de son vice-président et de son secrétaire général. Il souligne combien « solidaires, les uns les autres, nous formons les maillons d'une même chaîne qui, bien soudés les uns aux autres, opposeront aux tempêtes économiques, une résistance efficace. […] Unissons-nous dans la lutte pour la pureté du produit. […] Unissons-nous pour obtenir l'abaissement des tarifs. […] Plus que jamais, rappelons-nous le vers du fabuliste : "Il faut s'entr'aider, c'est la loi de la nature" »[3]. Le discours de Malet est important car, s'il n'est pas nouveau[4], il marque là la volonté insistante du négoce d'agir d'égal à égal avec la Propriété, dans l'objectif de répondre aux difficultés des différentes crises. Ainsi, le négoce cherche à entretenir avec la Propriété des rapports empreints de respect et de solidarité. Faut-il y voir la marque d'une véritable démarche, sincère et constructive, ou bien la reconnaissance implicite d'une infériorité dans les capacités d'action et d'influence[5] ? Il est difficile de trancher pour cette période. Quoi qu'il en soit, le négoce n'adopte pas avec la Propriété la même attitude qu'avec les courtiers. En effet, ces derniers après s'être montrés turbulents au début des années 1920, notamment en se mettant en grève, passent sous le contrôle des syndicats méridionaux, en 1926, après que les accords sur la revalorisation du taux de courtage furent assortis d'une mise sous tutelle[6]. Avec les propriétaires, au contraire, l'égalité et les intérêts communs sont

[1] *Ibid*., p. 139-140.
[2] Antagonismes qui peuvent prendre des formes plus ou moins violentes : voir en annexes, p. 1117.
[3] CR, Congrès 1923, *BMS*, avril-mai 1923.
[4] Féroul participe au banquet du Syndicat régional à Narbonne en 1913.
[5] Elle est réelle dans les chiffres. Au milieu des années 1920, la FM représente 1.250 adhérents, la CGV, 100.000 selon P. Bergé.
[6] Un projet de règlementation uniforme est proposé fin 1926 par la FM et est présenté aux syndicats de courtiers locaux. Cette proposition est, sous l'impulsion du président du Syndicat des Courtiers en vins de la région biterroise V. Garrigues, acceptée par tous les syndicats de courtiers des quatre grands départements producteurs et d'autres arrondissements (Toulouse, Arles), l'un après l'autre[6]. Elle soumet les courtiers au Négoce régional, à travers l'affiliation à la FM sous la forme d'une carte professionnelle ainsi qu'à l'engagement écrit de ne pas vendre aux négociants étrangers à la région. De leur côté, les négociants ne s'engagent qu'à traiter avec les courtiers possesseurs de cette carte tandis que désormais toute transaction est officialisée par un bordereau sur lequel seront inscrites toutes les informations relatives au contrat, dont le nom du courtier. (cf. *AM*, 01/12/1926).

constamment rappelés. D'ailleurs, ce discours est approuvé par les pouvoirs publics. Ainsi É. Barthe, qui en 1923, lors du congrès reconnaît défendre les intérêts des commerçants honnêtes[1], souligne à de multiples reprises lors de sa venue avec la Commission d'enquête interministérielle qui porte son nom, la nécessité pour Commerce et Propriété de collaborer. Il réitère ces propos à de multiples reprises dans les années 1930 lors de ses nombreux déplacements dans le département dans le cadre de la commission d'enquête qu'il préside.

Concrètement, une alliance objective s'instaure sur certains sujets. Le premier est la rationalisation du marché. En effet, l'effort d'assainissement et de contingentement est largement soutenu par les associations viticoles. En 1920, dans un article portant sur une nouvelle technique pour déceler les vins mouillés[2], le *MV* se félicite de la parution d'une affiche de la CGV engageant les viticulteurs à ne pas mouiller leurs vins[3]. En 1925, la CGV, par voie de presse se dit favorable à l'avis de la CCB de contingenter les vins, seule solution pour stabiliser le marché. Cette décision serait, pour la Confédération, à la fois salutaire pour la Propriété mais également pour le Commerce « dont la situation est encore plus lamentable »[4]. Or le négoce local est un relais primordial, encore à cette époque, pour permettre l'écoulement des vins. C'est également pour cette raison que les délégués de la viticulture, devant la Commission Barthe, réclament l'abaissement des tarifs de transports qui est l'une des revendications premières des milieux commerciaux sur l'ensemble de la période[5]. Ainsi le délégué de la Chambre d'agriculture de Béziers, M. Burguin[6], réclame-t-il, l'abaissement des droits de circulation et des frais de transports qui gênent l'écoulement de la production[7]. En outre, en 1932 se tient, à Béziers, une réunion qui regroupe les syndicats viticoles, industriels et commerciaux de la région. Il s'agit d'y défendre l'idée d'un regroupement « pour présenter au nom du plus grand nombre possible les revendications du monde viticole pour obtenir l'attention des pouvoirs publics »[8], notamment dans l'optique d'un contingentement plus efficace des vins métropolitains et maghrébins. En 1933, Paul Granaud exprime alors à la CCB sa satisfaction de voir son rapport sur le contingentement soutenu par Rouvière, président de la CGV du Sud-est, « une personnalité qui est presque du côté opposé de la barricade »[9].

Enfin, les négociants et les propriétaires participent de concert à la promotion des vins du Midi. En 1920, l'affiche de la CGV louée par le *MV* appelle les viticulteurs à soigner la qualité des vins offerts au Commerce[10]. Lors des concours de dégustation, les syndicats viticoles

[1] *BMS*, avril-mai 1923, p.328.
[2] Grâce aux… ondes téléphoniques.
[3] « Un nouvel emploi pour le téléphone », *MV*, 25/08/1920.
[4] ADH : 8 M 230, *op. cit.*, « L'équilibre du marché des vins par le contingentement », source inconnue, 1925.
[5] En cela, ils poursuivent une alliance mise en œuvre lors de la crise dans les transports de 1919-1920 et qui voit son aboutissement en 1920 avec la réduction des droits de circulation à 14 F en 1920. Cette réforme des tarifications est un leitmotiv du discours patronal comme en attestent les nombreuses réunions à la CCB à cette époque (déc. 1920 ou fév. 1921 pour les plus importantes par exemple – cf. ADH 8 M 308, *op. cit.*, Rapports présentés par A. Gaillard sur les transports).
[6] Il est en même temps le VP de la CGV et le Pdt du syndicat des vignerons de la ville.
[7] *Rapport Barthe (1930)*, p. 76.
[8] ADH : 8 M 231, *op. cit.*, PV de séance, Commissions des vins, 01/07/1932.
[9] ADH : 8 M 232, *op. cit.*, Lettre de Granaud à Gaillard, juin 1933.
[10] « Un nouvel emploi pour le téléphone », *op. cit.*

participent pleinement tant à l'organisation qu'à l'animation des concours, comme à Béziers en 1934[1]. De même, lorsque la CGV organise la venue de négociants belges en 1923, elle invite les organismes syndicaux à collaborer à l'action de propagande[2] tandis que certains concours extrarégionaux voient la participation conjointe des représentants de la Propriété et du négoce[3]. Et dans les milieux commerciaux, il est évident que cette question de la qualité ne peut pas être résolue sans l'appui de la Production. Dans cette logique, en 1934, Achille Gaillard, devant la commission des vins de la CCB qui s'est réunie au sujet de la question du vinage par les alcools de marc, recommande aux membres de ne pas voter contre ce vœu car « la Propriété est d'avis qu'il faut pouvoir viner »[4].

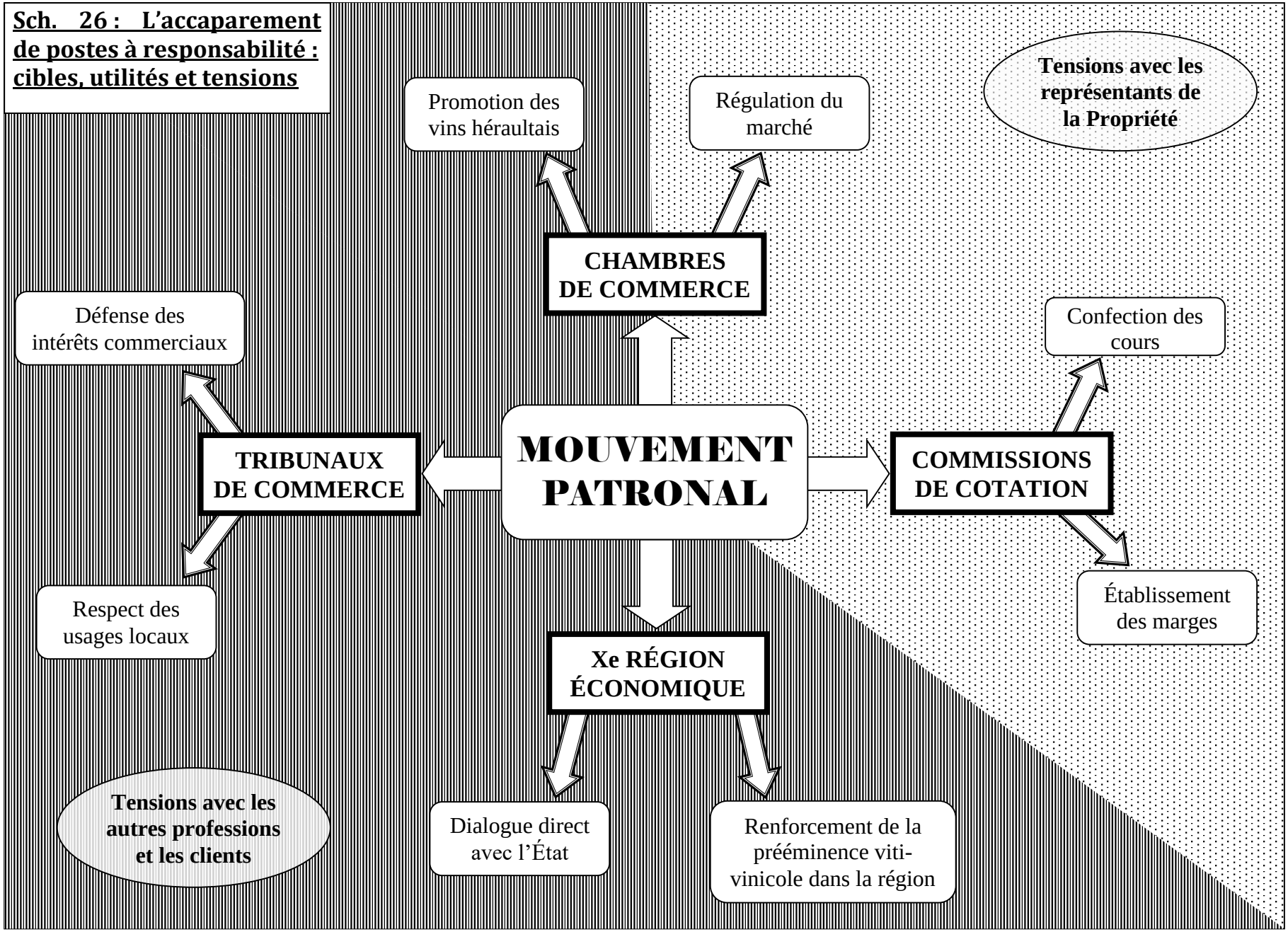
La convergence d'intérêts en faveur de la bonne marche de la filière explique ainsi aisément ces alliances objectives, en dépit des oppositions qui peuvent naître sur le marché et dans les transactions elles-mêmes. Elles se concrétisent également dans les unions matrimoniales entre grandes familles de négociants et de propriétaires comme les Pomier-Layrargues, les Bazille et les Leenhardt à Montpellier jusqu'aux années 1930 (voir fig.18, p. 213-215).

Finalement, cette période marque l'apogée de l'action des représentants patronaux. Par le biais de leur action au sein des syndicats et des chambres de commerce ou par leur implication dans les outils institutionnels d'orientation économique du département et de la région, ils accaparent les postes à responsabilité, ce qui n'est pas sans créer de tensions avec leurs partenaires des milieux commerciaux et producteurs (voir sch. 26, page suivante). Cet engagement, particulièrement fort en faveur des intérêts commerciaux, mais également de l'intérêt plus général de la filière, est symbolisé par deux avancées notables : le vote en 1930 de la Taxe unique qui remplace la taxe sur le chiffre d'affaires et le Statut viticole, entre 1930 et 1935, deux des chevaux de bataille majeur des représentants du Commerce.

Paradoxalement, on peut déjà voir, dès le milieu des années 1930, les prémices des difficultés futures qui s'accentuent après 1945, notamment la plus grande domination des partenaires commerciaux dans le champ commercial et le ralentissement de la forte représentativité dans les organes de décision de l'orientation économique départementale.

[1] *AM*, 01/04/1934.
[2] *BMS*, oct. 1923, p. 42.
[3] À l'occasion de la Foire de Paris de 1923, la CGV loue un stand de 90 mètres dont un côté est réservé aux négociants.
[4] ADH : 8 M 232, *op. cit.*, PV de séance, Commission des vins, CCB, 24/05/1934.

Sch. 26 : L'accaparement de postes à responsabilité : cibles, utilités et tensions



CHAPITRE 3 : L'ÉCHEC D'UNE TENTATIVE HÉGÉMONIQUE (1950-1970)

Les années 1950 et 1960 marquent très notablement l'insuccès de la poursuite d'une politique et d'une stratégie de domination de la filière viti-vinicole héraultaise engagée durant l'entre-deux-guerres. Parallèlement à l'effacement physique des maisons de commerce et à la fin de la représentativité syndicale, les responsables patronaux disparaissent des organes consultatifs et décisionnels de la filière.

Cette disparition, lente dans les années 1950 et qui s'accélère dans les années 1960, va de pair avec la volonté de l'État de sortir la région de sa trop grande dépendance vinicole. Elle s'accompagne par ailleurs de l'émergence de forces contraires qui sapent à la fois l'image mais également le pouvoir d'action des négociants dans les institutions locales et régionales.

En conséquence, petit à petit, le négoce disparaît du paysage institutionnel héraultais et s'efface derrière des intérêts qui le dépassent. Il en devient un acteur presque invisible voire évité, dont les aspirations de domination de la filière s'effondrent au même rythme que sa place dans la société héraultaise.

Le rayonnement contrarié

En dépit des difficultés qu'il rencontre, le négoce héraultais, par les postes qu'il continue d'occuper dans les différentes instances institutionnelles ou l'activisme syndical, cherche toujours à représenter une force de proposition efficace. Mais ce rayonnement si manifeste dans les années 1920-1935 est particulièrement contrarié par une multitude de facteurs après la Seconde Guerre mondiale.

La difficile résistance

Dès le début des années 1950, c'est dans un contexte de remise en question de son positionnement dans la filière que le négoce cherche à conserver la place institutionnelle qu'il occupait dans la période précédente. Mais cet effort est vain.

Son influence dans les organes de décisions économiques est tout d'abord remise en cause. En effet, durant les années 1950 et 1960, si le négoce conserve quelques postes de premier plan dans les instances d'orientation économique du département ou de la région, ces derniers sont en nette diminution. Les causes sont multiples. La première est la disparition de personnalités de premier plan qui avaient porté à bout de bras et sur leur seul et unique nom le mouvement corporatiste[1]. Jean Prats abandonne l'ensemble de ses mandats au milieu des années 1930[2] tandis que Gustave Malet et Élie Cousin se retirent de la vie publique au milieu des

[1] Voir la liste des présidents des différentes institutions, p. 1134.
[2] À la suite de son divorce, il part habiter à Paris. Voir sa biographie en annexes, p. 1249.

années 1950. Ils sont relayés par des personnalités fortes et bien implantées dans les milieux commerciaux (tab. 60) : Eugène Orsetti à Sète, François Pétrier et Paul Rouanet à Béziers, Ulysse Vergnes et André Méloux à Montpellier. Mais ces derniers, en dépit des postes prestigieux qu'ils occupent n'ont ni la dimension qu'avaient leurs prédécesseurs, ni le même pouvoir. À Sète, Eugène Orsetti prend la tête de la chambre de commerce au sortir de la guerre jusqu'à son décès en 1962. À Béziers, les négociants se succèdent à la présidence consulaire : Paul Rouanet en 1955, François Pétrier en 1961, Auguste Puech en 1964 mais ils n'occupent le siège de président que pour un laps de temps assez court, contrairement aux périodes précédentes où des personnalités intimement liées aux intérêts du négoce avaient incarnés, dans la durée, le poste de président. À Montpellier, Gustave Malet conserve son poste de président de la chambre de commerce et de la Xe Région jusqu'en 1956. À cette date, F. Pétrier est nommé vice-président de l'institution régionale dont Puech est le président pour une seule année.

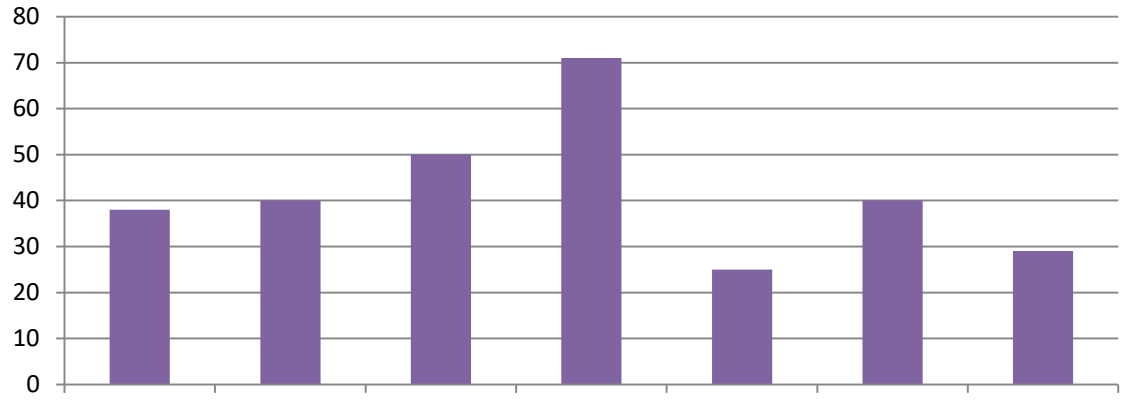
Tab. 60 : Les dernières grandes responsabilités économiques dans le département (1945-1970)

Nom	***Fonction***	***Mandat***
Gustave Malet	Président de la CCM Président de la Xe Région	1931-1943 puis 1945-1956 1935-1956
Eugène Orsetti	Président de la CCS	1945-1962
Paul Rouanet	Président de la CCB	1955-1960
François Pétrier	Président de la CCB VP de la Xe Région	1960-1964 1956- ? (toujours en 1962)
Auguste Puech	Président de la CCB Président de la Xe Région	1964-1973 1968-1969

Ainsi, dans les années 1960, hormis le très bref passage d'A. Puech à la tête de la Xe Région, il n'y a plus ni à Montpellier, ni à Sète, de négociant à la tête d'une institution consulaire qu'ils dominaient depuis la fin du XIXe siècle.

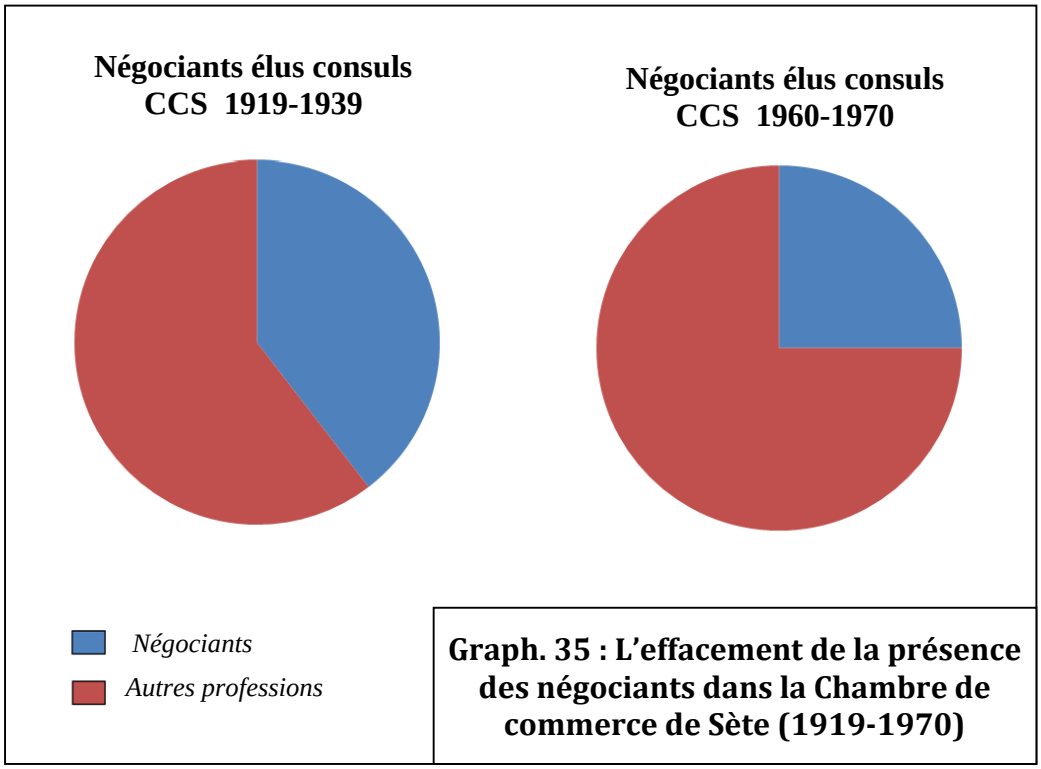
Par ailleurs, à l'inverse de la période précédente, et en dépit de ces postes prestigieux qui leur permettent de participer aux grandes orientations économiques de leur arrondissement ou de la région, leur isolement et les pressions des autres groupements les autorisent tout au plus à ménager les intérêts du négoce mais en aucun cas à les favoriser. En effet, le développement économique national et régional se fait sur la base de nouveaux secteurs économiques et, en conséquence, l'économie viticole n'est plus, à partir des années 1960 pour l'ensemble du département, la filière ultra-dominante du premier XXe siècle. En outre, ces personnalités sont isolées au sein des institutions. Au début des années 1950, le négoce n'est plus majoritaire dans les chambres de commerce. Les sources sont très lacunaires sur la composition des bureaux et sur les élections consulaires après 1945 dans le département. Néanmoins certaines tendances permettent de confirmer cet isolement (graph. 34, page suivante).

Graph. 34 : Part des négociants en vins dans le bureau de la CCS 1900-1970



ADH : 6 ETP, NC, Liste des membres de la CCS

Ce graphique permet de mesurer l'effondrement représentatif des négociants sétois dans les instances présidant à la direction de l'économie locale. La légère reprise des années 1950 s'explique en partie rétrospectivement par la chute des nominations à des postes à responsabilité à la suite de la Seconde Guerre mondiale et de la suspicion qui pèse sur la profession[1]. Mais elle n'est que courte durée : les années 1960 marquent le plus faible taux représentatif de la période. L'étude des consuls élus durant cette période abonde dans ce sens (graph. 35).



Graph. 35 : L'effacement de la présence des négociants dans la Chambre de commerce de Sète (1919-1970)

ADH : 6 ETP, NC, Liste des membres de la CCS

[1] Cf. *supra*, « Un mouvement patronal compromis », p. 463.

À Béziers, si Paul Villeneuve, président du syndicat biterrois représente le Commerce dans les instances consulaires au début des années 1950, en 1961, la Chambre est composée ainsi :

Tab. 61 : Composition de la CCB 1961	
Bureau	
Négociants en vins	2
Autres professions	3
Consuls	
Négociants en vins	2
Autres professions	10
Total	
Négociants en vins	23 %

Source : ADH : 10 ETP 1, NC, membres CCB

Les chiffres sont ici aussi en recul par rapport aux périodes précédentes (35 % en moyenne durant l'entre-deux-guerres, avec un pic de plus de 40 % au début des années 1920[1]).

À Montpellier, seul Ulysse Vergnes est élu à la CCM en 1957. La conséquence première du déclin relatif de l'économie viticole est, en effet, la dilution des pouvoirs entre plusieurs groupements professionnels même si l'arrêté du 3 août 1961 qui rendit obligatoire la répartition par collèges eut tendance à favoriser les secteurs traditionnels[2]. Mais la tendance générale est à la perte d'un pouvoir sans partage dans les chambres de commerce. Ainsi, à Montpellier, si Malet est remplacé par Robert Dubois, distillateur, il ne reste plus qu'un autre membre du monde vinicole, Robert Tirat, nommé vice-président jusqu'au début des années 1960. Il est d'ailleurs intéressant de noter que lors de cette passation de pouvoir, le journal le *Midi Vinicole* se félicite de la présence de deux membres de la « profession vinicole »[3], signe de l'importance de ces nominations au sein de la filière. Mais, symbole du déclin de la représentativité du négoce héraultais, ni Dubois ni Tirat ne sont des membres de la profession. Le premier est un distillateur, et les intérêts entre négociants en vins et distillateurs ne sont pas les mêmes voire même parfois antagonistes. Quant au second, c'est un ancien négociant reconverti dans le transport des vins en créant, après-guerre, une compagnie de transport par trains complets au départ de Sète[4]. Ainsi, bien que les deux soient effectivement proches des milieux du négoce, ils n'en font pas (ou plus) réellement partie.

Cette perte d'influence est également largement perceptible dans les tribunaux de commerce où les négociants sont désormais largement minoritaires. Ainsi, à Montpellier, à la fin des années 1940, il n'y a qu'un juge suppléant, André Méloux, qui est le seul représentant du négoce des vins à cette époque, occupant par la suite les postes de juge puis de président

[1] Cf. *supra*, graph. 30, p. 519
[2] Ce qui explique que Béziers conserve des présidents issus du monde du commerce à cette époque.
[3] *MV*, 01/02/1956.
[4] *MV*, 16/10/1963.

jusqu'au milieu des années 1960[1]. Le phénomène est exactement le même à Sète ou à Béziers où seuls quelques juges représentent alors les intérêts du Commerce : un Bonfils à Sète accède à la présidence du tribunal de commerce à la fin des années 1950[2] ou Crastet de Paulet qui est élu juge à Béziers dans les années 1960[3].

De ce fait, s'ils sont toujours présents dans les instances consulaires, les négociants ont très nettement perdu l'ascendant décisionnel dont ils disposaient dans la première moitié du siècle. Par ailleurs, les chambres de commerce sont désormais perçues comme des corps intermédiaires « désuets », ne représentant plus les véritables intérêts locaux[4]. Certains auteurs voient dans l'apparition d'autres instances consultatives ou le renforcement du rôle économique des assemblées politiques locales (conseil général par exemple) sont une source de fragilisation des chambres de commerce[5] alors que la surreprésentation des syndicats professionnels et leur mode de fonctionnement clanique ont « porté ombrage au caractère représentatif des chambres »[6].

Dans ce contexte, le Commerce cherche à résister à cette notable perte d'influence par le biais de deux axes. Le premier est l'orientation vers une évolution de la profession. Syndicats et chambres de commerce tentent de faire évoluer la profession en proposant une modernisation de cette dernière. Ainsi, en 1956, la CCM prend l'initiative de mettre en œuvre des cycles d'informations sur des thèmes commerciaux : psychologie de la vente, gestion rationnelle des stocks, aménagement des magasins, etc. L'objectif est, dans une économie nationale qui connaît de profondes et spectaculaires mutations, notamment dans le domaine commercial, d'apporter une aide et des « informations pratiques, directement utilisables »[7]. Deux jours de visites et de conférences sont ainsi proposés aux commerçants et le *Midi Vinicole* encourage vivement ces derniers à y participer. Dans la même optique, une dizaine d'années plus tard, en 1965, un article polémique du *Midi Vinicole* appelle les négociants à évoluer sur le plan technique pour faire face à la concentration qui grignote jour après jour la profession[8]. En septembre de la même année, pour compléter ce propos, le journal se fait l'écho d'un négociant de Saint-Drézéry qui a orienté, avec succès, son développement commercial sur les vins de cafés. L'article encourage ainsi les négociants à s'adapter à la situation, à la demande et à envisager des reconversions commerciales comme le prouve la réussite du négociant héraultais[9].

Le second axe de résistance est le projet porté par François Pétrier depuis la toute fin des années 1930 et qu'il réexpose à chacun des congrès de la Fédération méridionale jusqu'à la fin des années 1950 : la défense du négoce par le biais d'une organisation professionnelle. In-

[1] Il est juge depuis 1938 et est nommé président en 1956
[2] Nous n'avons pas pu déterminer s'il s'agissait de Claude ou de Georges, tous deux négociants. Il s'agit probablement de Claude qui devient président de la CCS en 1974.
[3] *Bottin du commerce*, années 1950-1960.
[4] BLOCH-LAINÉ F., *Pour une réforme de l'entreprise*, Paris, Ed. du Seuil, 1963, p. 144.
[5] QUILLARDET J.-M, *Recherches sur les institutions publiques représentatives d'intérêt professionnel : le cas des CCI*, thèse de 3e cycle, Paris, 1978, p. 154-157
[6] HOURMAT P., *La chambre de commerce et d'industrie de Bayonne, 1726-1976*, Bayonne, [s.n.], 1976, p. 8.
[7] « Une initiative de la Chambre de commerce pour le progrès des techniques commerciales », *MV*, 16/05/1956.
[8] « Négociants, il est temps de vous réveiller », *MV*, 03/07/1965.
[9] *MV*, 11/09/1965.

fluencé par l'idéologie corporatiste des années 1930[1], ce projet propose de permettre au Commerce de contrôler l'accès à la profession par une carte professionnelle. Cette dernière serait octroyée avec une licence départementale délivrée par une commission consultative composée de membres du négoce. L'objectif est de « revenir à des méthodes de travail dont certains sont sortis, sans profit pour eux, et au plus grand dam de beaucoup »[2]. C'est donc grâce à une moralisation de la profession que le Commerce régional, dans un projet défendu par les syndicats méridionaux et les chambres de commerce, pourrait reprendre le contrôle d'une profession qui est passée, économiquement parlant, sous la tutelle des grandes maisons de commerce extra-méridionales. Dans un circuit de distribution en pleine mutation au cours des années 1950, cette organisation professionnelle permettrait de défendre au mieux les intérêts du négoce local en encadrant, dans une logique ultra-corporatiste d'assainissement et de monopole, la profession. La limitation des licences ainsi que le retour à la licence départementale (qui avait disparu durant l'entre-deux-guerres) permettrait ainsi de revaloriser les maisons de commerce méridionales dont l'entremise dans le cadre des transactions serait à nouveau nécessaire. Ce serait également la possibilité d'exclure les « margoulins » et de mettre un terme à l'« anarchie qui règne à tous les stades, de la production à la distribution »[3]. En résumé, les négociants, dans un contexte de perte de pouvoir à l'échelle nationale mais également régionale, cherchent à garder le contrôle des circuits de commercialisation locaux grâce à une mesure conservatrice et protectionniste, pourtant contraire à leur discours traditionnellement libéral.

Cette ambition nouvelle est symptomatique d'un discours qui, dans le même temps, connaît une certaine inflexion.

Permanences et mutation du discours

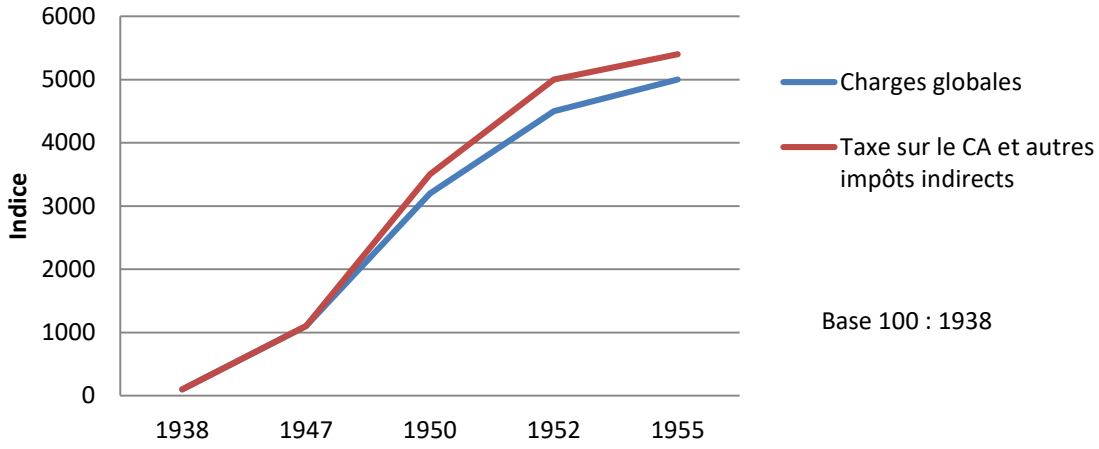
Les milieux commerciaux, nécessairement, doivent s'adapter à la fois au nouveau contexte commercial mais également aux mutations économiques et sociales qui touchent la nation.

Bien que subsistent quelques permanences, cette adaptation se traduit notablement dans le discours. La première est la continuelle revendication de l'abaissement des charges. Au début de la période, le projet d'une taxe supplémentaire de 1 % sur les produits alimentaires s'attire les foudres des milieux commerciaux. À la fois la CCM et les dirigeants syndicaux s'opposent à ce projet[4]. C'est une polémique d'autant plus vive qu'en 1950, les vins subissent déjà une taxe spécifique de 130 F par hl[5]. Mais grâce aux efforts conjoints des chambres de commerce du département et des syndicats, le projet d'application de cette taxe supplémentaire est abandonné pour les vins. Ce succès se double du retour en 1952 de la taxe unique qui avait été abandonnée au sortir de la guerre au grand regret des milieux commerciaux[6]. De fait, cette question de la fiscalité est une question omniprésente tout au long de la période. Dans son rap-

[1] DENORD F., « Patronat et corporatisme », *in* DAUMAS J.-C., CHATRIOT A., FRABOULET D., FRIDENSON P. et JOLY H. (dir.), *Dictionnaire historique des patrons français*, Paris, Flammarion, 2010, p. 1018-1022.
[2] CR, Congrès FM 1954, « Rapport sur l'organisation professionnelle », *MV*, 05/06/1954.
[3] *Idem*.
[4] *MV*, 26/04/1950.
[5] Pour des cours avoisinant les 300 F/hl.
[6] *MV*, 24/05/1952.

port présenté devant la CCM et devant le Syndicat régional en 1954, Robert Tirat propose une étude de l'évolution de la viticulture méridionale de 1907 à 1953[1]. Le délégué consulaire, dans un exposé complet d'une vingtaine de pages, retrace la trajectoire de l'économie viticole languedocienne. Il y exprime le sentiment général de la profession qui se sent écrasée par les charges et désavantagée fiscalement[2]. La pression fiscale, selon le rapport Tirat, a été multipliée par 900 depuis 1914 et s'élève en 1953 à plus de 150 F par hl pour les VCC, à tel point que pour Tirat, « les CI ont une effrayante responsabilité dans le drame qui se développe aujourd'hui sous nos yeux »[3]. En 1955, son constat est appuyé par le *MV* qui retrace l'évolution de la pression fiscale depuis l'entre-deux-guerres :

Graph. 36 : L'accroissement de la pression fiscale sur le commerce des vins 1938-1955



Source : *MV*, 14/12/1955

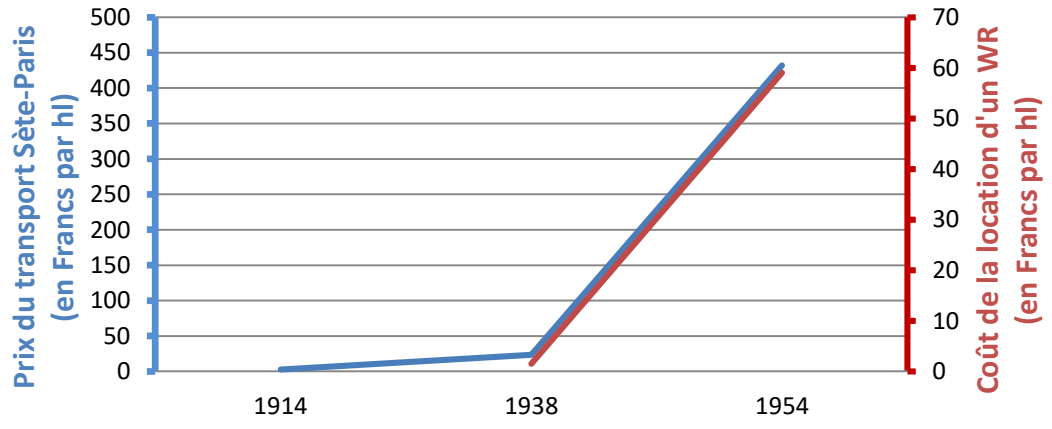
Porte-parole de l'ensemble de ses confrères, Tirat réclame donc un allègement fiscal mais également une égalité fiscale qui permettraient à la profession et à la filière – qui connaît alors de grosses difficultés – de retrouver un certain équilibre. En effet, selon son rapport et l'ensemble des vœux exprimés par les chambres de commerce héraultaises et les syndicats du département, le Commerce souffre des exemptions fiscales accordées aux petits producteurs – qui peuvent sortir des quantités plus ou moins importantes de vins en franchise – et aux caves coopératives. Il s'agit là d'une inégalité flagrante pour les responsables patronaux qui n'ont de cesse de rappeler l'accroissement de la pression fiscale depuis la fin des années 1930 (50 fois plus importante selon le *MV*, graph. 36). Dans le même ordre d'idée, en 1955, la Xe Région cherche à faire bénéficier l'ensemble des négociants en gros d'un projet de loi présenté par Vincent Badie sur l'exemption de la taxe locale pour les seuls barricailleurs[4]. En 1959, pour sa part, la CCM réclame une modification de la fiscalité frappant les vins, suite aux demandes d'Ulysse Vergnes, alors président du syndicat montpelliérain, accusant « une fiscalité exorbi-

[1] TIRAT R., *Évolution comparée de la viticulture méridionale de 1907 à 1953*, Paris, Impr. Davy, 1954.
[2] Pour de plus amples détails sur les diverses charges, les frais ou les marges des maisons de commerce, voir les annexes, p. 1063 à 1078.
[3] *Ibid*., p. 7.
[4] ADH : 4 ETP 250, Fonds CCM, Organisation du marché des vins, 1943-1959, Vœu Xe Région, s.d. (1955).

tante du droit commun » et appelant les pouvoirs publics à plus de rigueur « sur la consommation en franchise sur l'ensemble du territoire, comme elle l'est déjà dans la région méridionale »[1]. Ces revendications se font dans un climat difficile pour des maisons de commerce qui, en raison de l'augmentation du tarif des patentes[2], ont vu leur imposition progresser de 80 à 350 % selon Ulysse Vergnes[3]. Au milieu des années 1960, les critiques sont toujours les mêmes, cette fois-ci à l'occasion du projet de TVA qui risque de frapper lourdement les vins. Cette position est paradoxale et traduit la difficulté d'action du mouvement patronal. En effet, depuis une quinzaine d'années, le Commerce appelle de ses vœux une mesure de simplification fiscale telle que cette TVA proposée par l'État. Or les responsables patronaux s'élèvent avec véhémence contre un projet de TVA trop élevée, qui est « mauvais »[4] et qui va « entrainer une augmentation du prix du vin […] ce qui posera de nouveaux et graves problèmes »[5].

À cette pression fiscale s'ajoute bien évidemment la pression des prix de transport et, ici aussi, les récriminations persistent. Néanmoins, la différence majeure avec la période précédente est la naissance en 1936 de la SNCF qui permet aux négociants de ne plus avoir qu'un seul interlocuteur, l'État. Une nouvelle fois, Robert Tirat s'illustre dans ce combat, en présentant un rapport sur le transport des vins en 1954, devant la CCM, devant le syndicat régional mais également devant la Xe Région. Il y expose les frais de transport qui pèsent sur le commerce des vins méridionaux (graph. 35) et le désavantagent par rapport aux autres commerces (il est 50 % plus onéreux – voir tableau 62, page suivante). Robert Tirat conclut sur la « certitude qu'une réduction bien étudiée des tarifs de transport ferroviaire est non seulement possible mais très avantageuse »[6].

Graph. 37 : L'accroissement des frais de transports 1914-1954



Source : *Rapport Tirat, op. cit.*, p. 19.

[1] ADH : 4 ETP 257, Fonds CCM, Syndicat du commerce en gros des vins et spiritueux de Montpellier (1946-1971), Vœu CCM, février 1959.
[2] Décret d'application du 02/04/1957
[3] *MV*, 28/11/1964. C'est principalement en raison de la suppression de la taxe fixe, remplacée par une majoration de 400 % de la taxe variable.
[4] *MV*, 25/06/1965.
[5] *MV*, 3/07/1965.
[6] TIRAT R., *op. cit.*, p. 21.

Tab. 62 : Comparaison des prix de transport par denrées Béziers-Paris, 1954	
Vin	4.543 F la tonne
Pomme de Terre	2.897 F la tonne
Houille	3.202 F la tonne
Minerai de fer	3.283 F la tonne
Farine de blé	3.283 F la tonne

Source : *Rapport Tirat, op. cit.*, p. 20

Dans les années 1960, le discours est le même, essentiellement lors des congrès ou des assemblées générales des syndicats qui réclament une baisse des tarifs, d'autant plus que de nouvelles taxes sont venues frapper le transport par route en 1965[1].

Mais le message sait également être positif. En effet, dans une période où se multiplient les « campagnes anti-vin aussi néfastes qu'illogiques »[2], le négoce cherche à valoriser sa marchandise par une action de propagande d'un nouveau genre. De nouveaux supports sont tout d'abord développés. Ainsi apprend-on lors de l'AG du syndicat des vins de Montpellier en 1963, que le groupement montpelliérain est très actif dans l'action propagandiste par le biais de revues qui « touchent plus spécialement les organismes médicaux, les organismes de Sécurité sociale et d'allocations familiales et les divers comités d'entreprises, etc. »[3]. Il est ici question de répondre à une campagne antialcoolique qui se fait de plus en plus virulente depuis les années 1950. En effet, déjà en 1957, Jean Fraisse s'était ému d'une campagne antialcoolique des plus actives, d'autant plus qu'elle était financée, en partie, par l'État[4]. Au cours de l'AG du syndicat montpelliérain en 1961, on apprend que le vin est attaqué par le « Comité national de lutte contre l'alcoolisme » dans la presse, à la radio, à la télévision. Il est donc nécessaire de faire preuve de « vigilance et de ne pas hésiter lorsque l'occasion se présente, de dénoncer le sectarisme […] de ces technocrates »[5]. Ainsi, en dépit de moyens dix fois moindres que ceux du mouvement antialcoolisme, il est nécessaire de rassembler les initiatives et de promouvoir un effort commun. Sont alors ciblés les groupements liés à la santé et à la protection sociale afin de revaloriser l'image du vin, mais également les comités d'entreprises, clients importants par leur nombre de consommateurs potentiels. Un projet de films pour la télévision est même mis en gestation tout comme un vœu auprès du ministre de l'Agriculture pour réserver une part de la taxe unique à un organe de propagande interprofessionnel. Celui-ci diffèrerait du « Comité de propagande en faveur du vin » qui existe depuis 1931[6] mais qui regroupe des délégués

[1] « Taxes sur les transports routiers de marchandises » qui revient sur l'instruction des CI du 31/03/1965, *MV*, 10/07/1965.
[2] CR Congrès FM 1959, Motion générale, *MV*, 06 et 09/05/1959.
[3] CR, Assemblée Générale Syndicat de Montpellier 1963, *MV*, 27/04/1963.
[4] CR, Congrès FM 1957, *MV*, 22/05/1957.
[5] CR, AG Syndicat de Montpellier, 1961, *MV*, 26/04/1961.
[6] Décret du 08/12/1931.

professionnels, parlementaires et de l'administration et est alors critiqué, dans les milieux commerciaux, pour sa faible efficacité.

Dans ce cadre, deux actions de propagande peuvent être mises en avant. Tout d'abord la création en 1949 d'une « Foire internationale de la Vigne et du vin » à l'initiative de Gustave Malet (fig. 55). Rassemblant en octobre sur deux semaines l'ensemble des productions régionales pour les présenter aux visiteurs, elle promeut les vins locaux par un concours de dégustation qui clôt la Foire. Les négociants locaux y participent activement, à la fois en tant qu'organisateur et candidats[1].

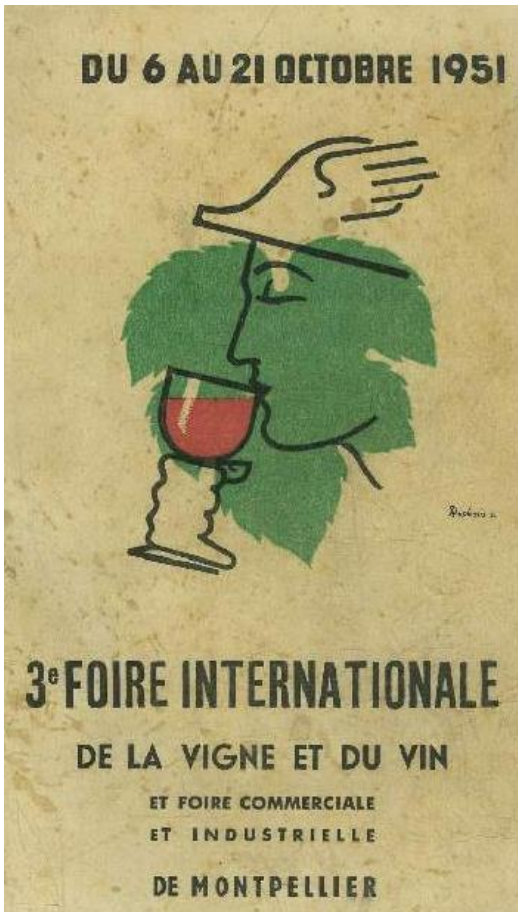


Fig. 55 : Fascicule présentant la 3e Foire international, 1951
Source : Fonds privés

La seconde action est la démarche entreprise auprès des restaurants pour que ces derniers proposent des menus « vins compris ». Ainsi dans l'Hérault à la fin de la période, l' « Association de Propagande pour le Vin » recense-t-elle 345 restaurants qui pratiquent les menus « vins compris »[2], permettant ainsi d'écouler une partie de la production mais également de faire connaître les produits locaux dans une période où les touristes commencent à affluer dans la région. Dans le même temps, une campagne publicitaire est initiée pour promouvoir ce

[1] *MV*, 29/09/1951.
[2] *MV*, 08/11/1967.

type de menus et encourager les hôteliers-restaurateurs à proposer des menus « vins compris » (fig. 56).

Fig. 56 : Publicité pour le « repas vin compris »
Source : Annuaire *Tout l'Hérault*, 1952

Cet effort revendicatif et propagandiste, dans un contexte de remise en question à la fois de la profession et de la marchandise elle-même, est une réussite pour le négoce qui s'en félicite régulièrement dans le *Midi Vinicole*.

Mais, finalement, le caractère anecdotique d'une telle action démontre la perte de poids d'un négoce qui, au cours des années 1960, est peu à peu mis en retrait dans la filière.

Les années 1960 : le négoce évité

Lorsqu'en avril 1958, s'ouvre à Strasbourg la semaine de l'agriculture, le quotidien la *Journée Vinicole* revient sur la « bonne place » occupée par la filière viticole lors de l'événement[1]. On y découvre que l'Hérault y fut célébré pour la qualité et la diversité de ses vins grâce à l'action de la Fédération des Caves coopératives. Mais si la CNVS est présente, le négoce local est totalement absent de la manifestation. C'est là un élément très important car il est révélateur de la place du négoce héraultais après 1945. Sans que l'on puisse déterminer la cause exacte de cette disparition (manque de volonté ? de fonds ? mise à l'écart ? absences for-

[1] *La Journée Vinicole*, 18/11/1958.

tuites ?), le négoce héraultais s'efface des manifestations officielles, que celles-ci soient dans la région ou en dehors. Et si ce mouvement débute à la fin des années 1950, il s'accélère dans les années 1960.

Ainsi, alors que les négociants valorisaient avec fierté leurs récompenses jusqu'aux années 1940, ils disparaissent des tableaux des prix dans les années 1960. À la FIVV de 1966, au concours de dégustation, une seule maison de négoce héraultaise est récompensée par une médaille d'or : la maison sétoise Domerc pour son VDQS rosé[1]. Les autres récompenses pour des vins départementaux sont soit des caves coopératives soit des producteurs indépendants :

Tab. 63 : Les médailles d'or héraultaises de la FIVV
1966

Classe VDQS – Rouge	
Coteaux du Languedoc : Guy et Peyre (Murviel-lès-Béziers)	Producteur indépendant
Classe VDQS – Rosé	
Coteaux du Languedoc : G. Domerc (Sète)	Maison de négoce
Classe VCC – Rouge	
Cave coopérative de Laurens	Cave coopérative
Cave coopérative de Lieuran-lès-Béziers	Cave coopérative
Classe VCC – Rosé	
Cave coopérative de Montpellier	Cave coopérative
Salins du Midi	Producteur indépendant
Vins doux naturels	
Muscat de Frontignan : A. Nardone	Producteur indépendant
Muscat de Lunel : Cave coopérative de Vérargues	Cave coopérative

Source : *MV*, 29/10/1966

Ce renversement est particulièrement symbolique, notamment par rapport à la première moitié du XXe siècle, où, au contraire, ce sont les négociants qui portaient principalement dans les expositions nationales et internationales la renommée des vins du département[2]. D'ailleurs, emblématiquement, alors que dans le numéro spécial de la *Journée Vinicole* consacré à la FIVV il y a toujours un article consacré au Commerce jusqu'au début des années 1960[3], celui-ci disparaît à partir de cette période.

Au-delà de ces considérations purement honorifiques et de visibilité, le négoce perd également sa place de relais auprès des instances gouvernementales. Ainsi, alors qu'ils étaient

[1] *MV* 29/10/1966.
[2] C'est particulièrement vrai jusqu'aux années 1920. Par la suite, ils se partagent la tâche avec les producteurs avant de disparaître de ces manifestations : en 1958, à l'Exposition universelle de Bruxelles, il n'y a plus aucun négociant héraultais présent. Le Languedoc y est représenté par la maison « Violet Frères » qui fabrique le Byrrh (cf. *La Journée Vinicole*, 04/09/1957)..
[3] « Le commerce cet inconnu » par exemple en 1960. Cf. *La Journée Vinicole*, numéro spécial FIVV, 11/10/1960. Chaque année jusqu'au début des années 1960, on retrouve également un article sur l'activité syndicale de la FM comme en 1957 par exemple : « La FM face à la conjoncture 1957 », *La Journée Vinicole*, numéro spécial FIVV, 05/10/1957.

encore consultés jusqu'aux années 1950, les représentants de la profession disparaissent dans les années 1960 des rencontres avec les commissions ou les personnalités venues dans le département. En 1964, M. Long, inspecteur général de la Viticulture, directeur de l'Institut national des VCC est en visite à Olonzac. L'ensemble des organisations viticoles de la région se rendent à sa rencontre (dont Jean-Baptiste Bénet, le tout-puissant secrétaire général de la FAV, président de la CGVM) pour discuter de questions relatives à l'orientation de la production mais également du marché. Aucun négociant n'est présent à cette réunion[1]. Même réunie sur l'invitation des organisations viticoles comme c'est le cas ici, il était dans la tradition de faire participer, encore jusqu'aux années 1950, les groupements commerciaux à ce genre de manifestations. Ce n'est plus le cas après 1960 qui marque très clairement une rupture à ce sujet. C'est confirmé en juin 1966 lorsque les députés du département interviennent pour dénoncer le marasme qui frappe le marché des vins. Leur intervention est très clairement faite au nom des viticulteurs et non plus au nom de la filière dans son ensemble, comme c'était le cas par le passé lorsqu'une déclaration commune était effectuée[2]. D'ailleurs, lorsqu'une mobilisation a lieu, comme en mars 1967[3], le mouvement est uniquement composé de viticulteurs, là où ce type de manifestation réunissait encore durant l'entre-deux-guerres à la fois vignerons et commerçants. Lorsque de leur côté, les négociants organisaient des manifestations corporatives (1930 par exemple pour la dernière plus importante), il n'était pas rare d'y rencontrer des personnalités du monde viticole. Cette époque est révolue. En 1970, quand une rencontre au sein de la filière est organisée avec des élus pour évoquer les difficultés d'écoulement, le négoce brille par son absence[4]. Face à ce constat, pour lutter contre l'éviction du Commerce des négociations et des prises de décision, le *Midi Vinicole* par le biais de ses chroniques vinicoles appelle, tout au long des années 1960, à une association de ce dernier aux prises de décisions impliquant la filière[5]. Ici aussi, c'est en vain.

Il faut reconnaître que si le négoce n'est plus qu'un relais évité par manque de crédibilité ou d'écoute, c'est en grande partie car il ne pèse plus réellement dans les décisions qui concernent les circuits de distribution. Nous avons relevé la volonté de l'État de réduire les circuits de distribution et la crainte que ce dernier éprouve au sujet de certains acteurs économiques[6], dont les négociants. Mais, dans le même temps, les responsables syndicaux des autres groupements viti-vinicoles cherchent également la mise à l'écart des représentants locaux du Commerce. Ainsi, à la fin des années 1950, quand la Confédération nationale des Caves coopératives invite les représentants des négociants parisiens à une séance de dégustation à Montpellier[7], aucun représentant officiel du négoce local n'est présent[8]. Un nouveau cap dans cet effa-

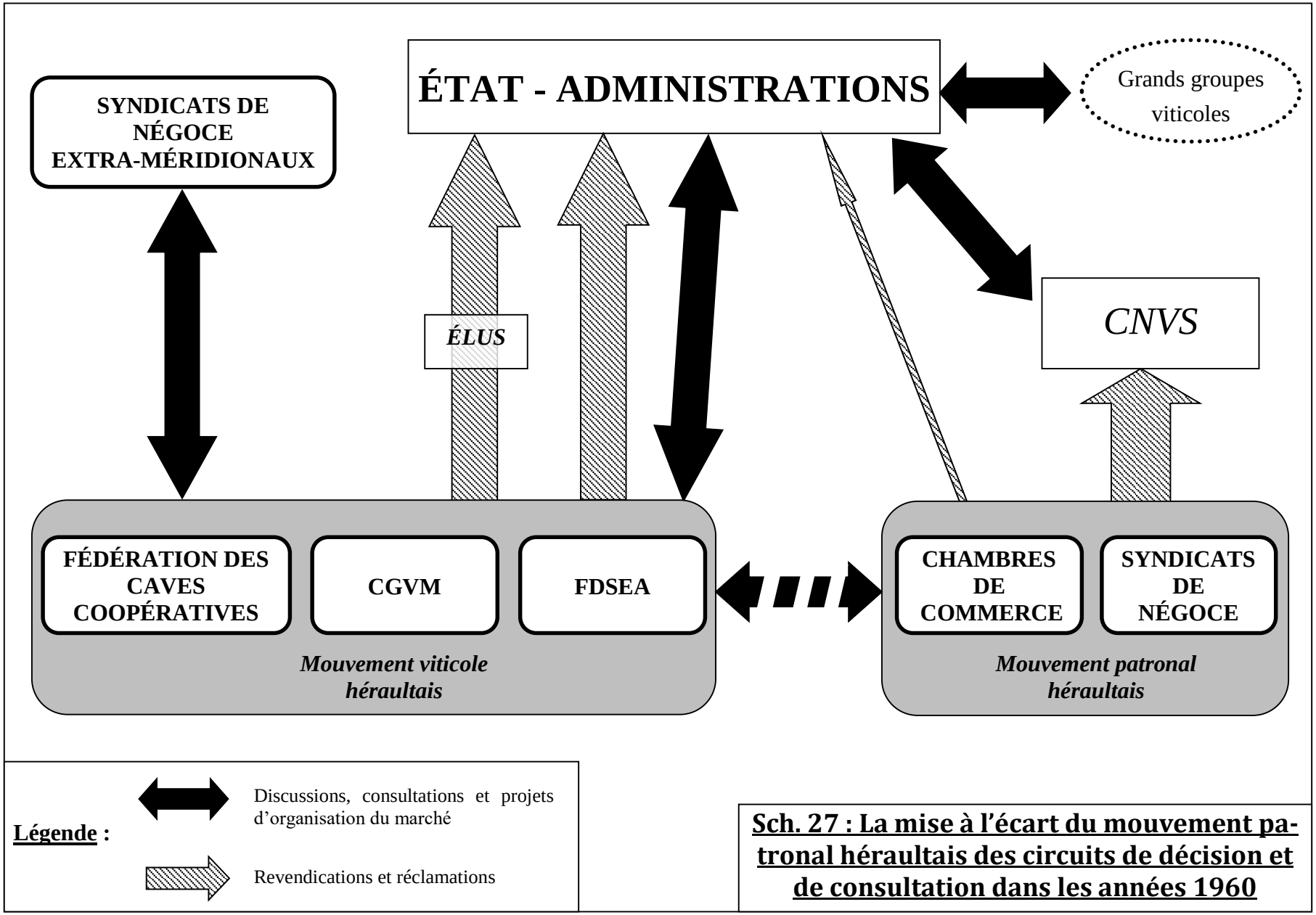
[1] *MV*, 23/09/1964
[2] *MV*, 25/06/1966.
[3] « Mobilisation de la coopération viticole méridionale », *MV*, 08/03/1967.
[4] « Les responsables viticoles ont rencontré les élus dans le département », *MV*, 12/09/1970.
[5] Louis Prade dans son éditorial du 22 février 1967 considère ainsi qu' « il serait mieux d'associer le commerce à la mise au point de certaines mesures », *MV*, 22/02/1967.
[6] ALBAGLI C., « L'État, les agents économiques et les règles », *Mondes en développement*, 2005/1 no 129, p. 41.
[7] « Un événement dans les rapports entre la viticulture et le commerce des vins », *MV*, 21/11/1959
[8] Le négoce expéditeur est représenté par des « commissionnaires expéditeurs » qui viennent représenter leur entreprise, comme P. Guibal par exemple.

cement est franchi quand, en 1963, le Syndicat de négociants du Pas-de-Calais contourne les groupements de leurs collègues méridionaux pour s'adresser directement aux viticulteurs héraultais et leur proposer un partenariat afin de remplacer les vins algériens. Ils proposent ainsi d'acheter leurs vins pour les revendre dans le nord de la France, selon les goûts de la région plutôt que laisser les négociants méridionaux s'en occuper, sous le prétexte que ces derniers ne connaissent pas la clientèle locale[1]. Si la démarche part d'un constat plutôt correct (le peu de relations commerciales entre les deux régions), elle a pour conséquence de particulièrement irriter le négoce local qui répond, par le biais d'Ulysse Vergnes, de manière abrupte dans un article intitulé « Le Nord veut-il "truster" le soleil du Midi ? », rejetant toute idée de vinification des vins méridionaux dans les chais du nord de la France[2].

Par ailleurs, si ce ne sont pas les représentants des négociants extra-méridionaux qui visent à écarter les locaux, les syndicalistes viticoles se chargent de le faire quelque temps plus tard. En 1966, Étienne Farras, représentant syndical héraultais de premier plan[3], propose, sans aucune consultation des responsables patronaux locaux, un projet d'union centralisatrice des transactions des vins du Midi qui reçoit une large approbation des milieux viticoles. L'objectif est de rationaliser l'offre afin de la faire correspondre à la demande. Dans un renversement ironique de l'histoire, il réutilise les arguments défendus par les négociants dans les années 1920-1930 pour les mettre sous tutelle voire se débarrasser d'eux[4]. En réalité, ce n'est pas le négoce local qui est visé, mais les grandes maisons extérieures qui spéculent constamment à la baisse. Mais, devant l'impuissance des représentants du négoce héraultais à faire face à cette concurrence considérée comme déloyale, les producteurs les écartent à la fois des circuits de distribution et des prises de décision. En conséquence, dans toute cette seconde moitié des années 1960, l'ensemble des projets paraissant dans le *Midi Vinicole* et concernant l'écoulement de la marchandise émanent dorénavant non plus du Commerce, mais de la Production[5]. Les responsables patronaux sont ainsi exclus des circuits décisionnels, de consultation ou de prospection (sch. 27, page suivante).

Le même processus est en œuvre pour les questions de stockage. Alors que, face à la pénurie de stockage dans les années 1950, l'aide du négoce avait été requise[6], dans les années 1960, on se félicite de la belle réalisation coopérative qu'est « l'Union intercoopérative de stockage et d'expédition des vins de l'Hérault ». Sa « dimension européenne » [7] définit, en creux, la nouvelle place du négoce héraultais : un acteur parmi les autres.

[1] *MV*, 04/09/1963.
[2] *MV*, 20/11/1964.
[3] Il est le secrétaire général des Caves coopératives de l'Hérault.
[4] *MV*, 24/09/1966.
[5] Comme par exemple « Les animaux malades de la peste », *MV*, 23/03/1963 ou « Le marché des vins vu par la Fédération des caves coopératives », *MV*, 25/10/1969.
[6] Source : ADH : 4 ETP 261, Fonds de la CCM, Stockage des vins, Enquête 1959. Cette enquête est réalisée pour connaître les disponibilités en vaisselle vinaire des négociants héraultais dans l'objectif de régler les problèmes de stockage dans le département.
[7] *MV*, 07/06/1967.



Sch. 27 : La mise à l'écart du mouvement patronal héraultais des circuits de décision et de consultation dans les années 1960

Un acteur parmi les autres

Très notablement, le négoce après quelques années de résistance après-guerre perd de son pouvoir d'action. S'il cherche à toujours se positionner comme une force de proposition, il est de moins en moins écouté par l'État et sa prééminence dans la filière commerciale remise en question. Face à ces périls, il en appelle, le plus souvent à l'interprofession.

Un État de plus en plus distant

Les relations avec l'État, qui étaient pourtant solides jusqu'au conflit, se distendent rapidement. Affaibli et perdant de son pouvoir, le négoce n'a plus ni l'écoute, ni les faveurs de ce dernier.

Ce retournement de tendance se réalise dans la nouvelle conception des circuits commerciaux. L'État, dans cette logique de modernisation de l'outil économique qui marque la période des Trente glorieuses, cherche, dans un souci d'efficacité, à raccourcir les circuits de distribution[1]. Dans le même temps, il valorise les ventes directes depuis la Production avec la poursuite de l'effort de coopération, notamment dans les années 1950. En conséquence, la plupart des projets ou des plans conçus par les services de l'État visent à la disparition des intermédiaires. Ainsi, en mars 1957, Étienne Hirsch, Commissaire au plan, en charge du plan de modernisation et d'équipement, se prononce en faveur d'une réduction de « l'écart qui existe entre le prix à la ferme et le prix chez le consommateur »[2]. Il défend également le projet de « circuit-témoin » lancé par le gouvernement quelques mois plus tôt[3], cherchant à écourter les circuits. Ce projet veille à donner des facilités de crédits, fiscales, de transports, des aménagements de prélèvements sociaux à des groupements qui, par leur action, limiteraient l'action des intermédiaires. Bien évidemment, ce projet suscite un tollé dans les milieux du négoce, illustré par les propos d'Ulysse Vergnes, pour qui l'État condamne les intermédiaires à des statuts de « galeux » et de « pestiférés »[4].

En réalité, les relations avec l'État s'étaient déjà tendues dès le début des années 1950 avec la création des commissions spéciales de cotation qui, associant Production et Commerce, avaient provoqué la colère dans les milieux commerciaux. Ce mécontentement est renforcé par la réorganisation des commissions spéciales de cotation en 1959 et la mise en minorité des négociants dans ces dernières. Par ce geste, l'État montre sa volonté de renforcer l'encadrement des commissions qui étaient jusque-là en grande partie sous le contrôle du négoce. Surtout, l'État indique que sa priorité va désormais aux organisations syndicales viticoles. Et, si les syndicats de négociants et les chambres de commerce protestent régulièrement au sujet des types de vins à prendre en compte, des volumes minimums ou de la méthode de calcul de la cote,

[1] CHESSEL M.-E., *Histoire de la Consommation*, Paris, La Découverte, 2012.
[2] Déclaration devant le Conseil national du Commerce Extérieur, « De la conférence de M. Hirsch, au circuit-témoin », *MV*, 20/03/1957.
[3] Arrêté du 04/12/1956 portant sur la « Création d'un circuit témoin dans le secteur de la distribution des produits alimentaires », *JORF*, 06/12/1956.
[4] *Idem*.

c'est bel et bien leur mise en minorité qui est le plus amèrement regrettée[1]. D'ailleurs, cette mise en minorité et cette désaffection de la part de l'État sont synonymes de nombreuses revendications et soulignent la prise de conscience de la part des milieux commerciaux des nouvelles limites de leur pouvoir d'influence. Ainsi, en 1961, les syndicats locaux et le syndicat régional, de pair avec les chambres de commerce, cherchent à obtenir « une place de choix dans les organismes consultatifs, notamment dans les organismes sociaux où l'action de lobbying en faveur du vin et en faveur d'un abaissement des charges serait un atout majeur »[2]. Mais la parité réclamée avec vigueur et insistance n'est jamais accordée. Les revendications des milieux patronaux, trop isolées, n'ont plus le poids qu'elles pouvaient avoir dans les années 1920-1930 (sch. 30, p. 664).

La mise à l'écart par l'État du négoce héraultais, en dépit de ses doléances et protestations, se poursuit dans les années 1960 de manière encore plus marquée. En 1964, Erwin Guldner, Directeur des affaires commerciales au ministère des Finances et des Affaires économiques, renouvelle le souhait de l'État de voir les circuits de distribution raccourcis. Il estime qu'il faudrait « tendre à des circuits plus courts, par exemple par la suppression des demi-grossistes, par des approvisionnements dans les marchés-gares ou directement par des accords entre Groupements de producteurs et maisons de distribution »[3]. L'État a ainsi fait sa priorité du développement des grosses unités, à la fois de production et de consommation. Dans cette logique, il n'y a aucune place pour la grande majorité des maisons de commerce du département dont les structures paraissent trop instables, peu en adéquation avec la modernité prônée et aux capacités financières limitées[4]. Le *Midi Vinicole*, du reste, ne se fait pas d'illusion : « Telle est l'évolution économique voulue par le gouvernement mais qui met hors de combat des professionnels avertis. »[5] Symbole de ce peu d'écoute, lorsqu'Ulysse Vergnes, alors président du syndicat des vins montpelliérain et membre éminent de la CCM, écrit au Ministre des Finances pour demander une refonte de la patente et un aménagement du tarif, ses doléances restent lettre morte[6].

Conséquence de cette prise de position étatique, le négoce local et régional, pourtant abondamment consulté jusqu'en 1945 est mis sur la touche vingt ans plus tard (voir sch. 27, p. 557). Ainsi, lorsque le gouvernement organise, par le biais des CETA (Centres d'Études Techniques Agricoles), des journées sur le thème de « la commercialisation du vin » à Bordeaux en 1966, il est fait appel à des représentants du négoce qui sont tous extrarégionaux[7] et tous sont de grosses sociétés[8]. Ces dernières en faisant figure ici d'experts, impriment la nouvelle dynamique du marché : gigantisme ; concentration et rationalisation de la distribution ; vins de

[1] À ce sujet, voir les comptes rendus des congrès des années 1960.
[2] Motion générale du Congrès de la FM 1961, *MV*, 13/05/1961.
[3] Allocution durant les Journées internationales d'étude et d'informations, repris par *MV*, 04/11/1964.
[4] Cf. *supra*, p. 355-356.
[5] *Idem.*
[6] *MV*, 28/11/1964.
[7] Alors que des personnalités du monde viticole de la région sont présentes.
[8] Comme PARIDOC ou Préfontaines.

marque. Lorsqu'à la fin de la même année, le Commissariat du Ve plan prévoit les grandes lignes de la conjoncture pour 1967, il envisage la disparition de plusieurs milliers d'établissements commerciaux, au rang desquels les maisons de négoce, tandis que dans le même temps les chances de voir les supermarchés doubler en cinq ans sont élevées[1]. Deux ans plus tard seulement, le *Midi Vinicole* titre sur l'accélération du mouvement de concentration commerciale, en grande partie sous l'impulsion, ou au moins l'influence, du gouvernement[2]. Mis en péril par des hypermarchés qui canalisent leurs achats par l'intermédiaire de centrales d'achats, le négoce local ne représente plus aucun poids dans les structures commerciales et donc, auprès de l'État, ses représentants patronaux n'ont plus aucune influence. Somme toute logiquement, alors que dorénavant tout se décide à Paris comme le fait remarquer le président de la CNVS aux représentants méridionaux[3], le négoce local est écarté des prises de décision et ses revendications restent lettre morte. Ainsi, en 1963, lorsque les démarches sont entreprises, sous la houlette d'U. Vergnes, auprès du gouvernement pour faire aboutir le projet de Statut professionnel et de licence départementale porté par le négoce méridional depuis plusieurs années, la réponse est négative. Ce refus sonne le glas d'un projet ambitieux et de grande envergure, le dernier défendu par le Commerce méridional au plan national.

Dans un climat de libéralisation du marché, il est alors inenvisageable de donner une suite favorable à une démarche corporatiste et monopolistique, comme cela avait pourtant été le cas pour les courtiers au sortir de la guerre.

La riposte corporatiste des courtiers

Durant l'entre-deux-guerres, le négoce avait plus ou moins réussi à mettre au pas des courtiers turbulents, qui, en dépit d'une organisation syndicale bien implantée dans le département[4], ne résistent pas à la mise sous tutelle du Commerce. La situation change radicalement dans les années 1950-60.

En effet, sous l'impulsion de la Fédération méridionale des courtiers en vins, se construit une Fédération nationale dont l'objectif est de protéger le statut des courtiers et d'opposer une résistance au Commerce. Ainsi, en septembre 1946, les représentants montpelliérains invitent leurs homologues bordelais et algériens à une réunion à la Chambre de Commerce de Montpellier. Des discussions s'engagent alors autour de quatre thèmes centraux : le taux de courtage, le statut des courtiers en vins, la création d'une Fédération nationale et le financement d'un tel organisme[5]. Le 5 septembre au soir, les bases des statuts de la « Fédération Nationale des Courtiers en Vins et Spiritueux de France et d'Algérie » sont jetées et ils sont déposés officiellement le 1er janvier 1947. Le nouvel organisme, dont le siège est à Montpellier, fruit de plusieurs mois de tractations mais également de plusieurs années de combats syndicaux, est

[1] « Éditorial », *MV*, 31/12/1966.
[2] *MV*, 04/06/1961.
[3] « Lettre ouverte du président de la CNVS », *MV*, 13/11/1968.
[4] Pendant l'entre-deux-guerres, il existe des syndicats locaux de courtiers et une Fédération méridionale. Voir un type d'accord entre courtiers et négociants, en annexes, p. 1112.
[5] DELMAS G., *Les courtiers en vins*, Thèse de Droit, Montpellier, 1949, p. 553.

chargé de coordonner d'une façon permanente l'activité des divers syndicats de courtiers. Il a deux buts fondamentaux[1] :

- être un lien permanent et durable avec les syndicats de courtiers, le syndicat national du commerce en gros des vins et spiritueux, les organismes qualifiés des autres intermédiaires, les pouvoirs publics ;
- permettre l'adoption d'un statut du courtier.

Par la suite, au terme d'une intense campagne de promotion dans les régions viticoles et de lobbying auprès des élus, le 31 décembre 1949, la Fédération nationale obtient l'adoption par le Parlement de la loi instituant le « statut des courtiers de campagne »[2]. Elle officialise le rôle des courtiers en vins : « Sont considérés comme courtiers en vins et spiritueux, dits "de campagne", les courtiers qui, dans les régions de production, et moyennant une rémunération de courtage, mettent en rapport les producteurs ou vendeurs de vins, spiritueux et dérivés, avec les négociants. »[3] Le statut assure le monopole de la filière à la profession et notamment un « rôle de criblage »[4], visant à limiter le nombre constant de courtiers dans une région donnée. Enfin, ce monopole est renforcé par l'obligation de disposer de la carte pour mettre en relation vendeurs et acheteurs. C'est ici une étape importante dans l'assainissement de la profession et l'élimination des « courtiers marrons » par de fortes amendes et des confiscations. Enfin, il est interdit d'exercer une profession incompatible avec le métier de courtier, et notamment celui de commerçant en gros. Les courtiers sont arrivés à assainir leur profession par la loi et le corporatisme, là où le Commerce avait échoué par la contrainte. Cette victoire permet alors aux courtiers d'envisager différemment leurs relations avec celui-ci. Les courtiers parviennent également à s'assurer le contrôle de leur profession là où les négociants échouent quelques années plus tard, avec l'échec du statut professionnel.

De ce fait, dès 1952, ils revendiquent, en vertu de leur nouveau statut, une majoration du taux de courtage, ce que le Commerce refuse, en dépit de la satisfaction de Jean Fraisse de voir la profession se moraliser[5]. En outre, le nouveau statut engage les commerçants[6], ce que ces derniers ne peuvent accepter. S'estimant dorénavant sur un pied d'égalité, les courtiers n'hésitent pas à faire état, avec force, de leurs revendications. Les tensions sont donc à nouveau de retour entre deux acteurs pourtant profondément dépendants l'un de l'autre. Néanmoins, le conflit après 1952-53 semble perdre de son intensité et disparaît de la presse spécialisée avant de revenir en force à la fin des années 1950. En effet, en 1957, dans la région biterroise, les courtiers font grève pour demander une nouvelle augmentation du taux de courtage, ce qui gêne considérablement les négociants locaux qui envisagent par le biais du Syndicat des vins de Béziers-Saint-Pons de mettre en place un Service Interprofessionnel d'approvisionnement qui

[1] « Statuts de la Fédération Nationale des Courtiers en Vins et Spiritueux de France et d'Algérie », Article I, in DELMAS G., *op. cit.*, p. 555.
[2] JORF, 04/01/1950.
[3] JORF, *op. cit.*
[4] DELMAS G., *op. cit.*, p. 604.
[5] CR, Congrès FM, 1952, *MV*, 28/06/1952.
[6] Ils ne peuvent plus se défaire vis-à-vis des courtiers.

permettrait de se passer des courtiers[1]. Si ce service ne voit le jour que pour un court laps de temps[2], il place les relations entre les deux protagonistes, dans un marché qui se contracte de plus en plus, sur le plan de la rivalité. La tension est d'autant plus aigüe que, depuis 1954, les « prestations de services » sont encadrées par la loi. Ainsi, les taux de courtage ne peuvent, sauf dérogation, échapper à la règle, ce que fait habillement remarquer Ulysse Vergnes dans un article destiné aux syndicats locaux de courtage[3]. Désormais, le taux est fixé de manière officielle[4] et il ne peut plus être la cause de tension entre les deux partenaires. Au contraire, si les courtiers veulent que le taux de courtage soit revu à la hausse, cela passe nécessairement par des négociations avec les négociants, avant proposition aux pouvoirs publics[5]. En conséquence, les relations se normalisent à nouveau comme le prouve la participation des courtiers à différents congrès de la Fédération méridionale ou le colloque entre courtiers et commerçants organisé à l'initiative des courtiers en novembre 1963[6].

En réalité, les deux ont intérêt à collaborer car, en dépit des revendications des uns et des autres, les deux professions sont menacées par « les nouvelles formes de transactions dues au progrès » comme l'explique lors de ce colloque, le président du syndicat des courtiers montpelliérains, Françès. Dans ce climat plus apaisé naissent les projets d'accords interprofessionnels entre courtiers et négociants. Les deux étant affaiblis sur le marché des vins, ils cherchent à unir leurs forces dans un regroupement d'intérêts communs. Et, le 25 novembre 1966[7], un protocole d'accord est signé à la Chambre de commerce de Béziers entre les deux fédérations méridionales. Chaque partie s'engage à « respecter le jeu des transactions commerciales », c'est-à-dire à ne pas se passer l'un de l'autre. S'il s'agit du même type d'accords qu'auparavant, c'est pour la première fois une entente entre syndicats régionaux, ce qui lui donne – croit-on – un poids que les accords passés n'avaient pas.

C'est là, surtout, « un accord nécessaire pour sauvegarder les intérêts de la famille du vin dans les régions de production ». Dans cette logique de sauvegarde de la filière, le négoce cherche à se rapprocher de la production afin, en réalité, de préserver ses propres intérêts.

L'interprofession, l'ultime recours ?

Très tôt dans cette période, il apparaît comme évident que, face à la perte de poids – commercial et représentatif – des milieux commerciaux, l'interprofession s'avère être la meilleure solution. Pourtant ce désir d'union avec les propriétaires est très tardif en comparaison à d'autres exemples significatifs[8]. Ce discours, qui revient de manière régulière lors des assem-

[1] *MV*, 13/04/1957.
[2] Notamment en raison des menaces des courtiers d'ouvrir des bureaux d'expéditions directes.
[3] « Au sujet du taux de courtage », *MV*, 17/04/1957.
[4] Par décret et il peut être réévalué ponctuellement par des primes de campagnes comme en 1958. Une prime de campagne est alors versée aux courtiers en raison du déficit de la récolte et elle est reconduite tacitement par la suite, portant le taux à 45 F à la fin des années 1950.
[5] *MV*, 04/10/1961.
[6] *MV*, 07/12/1963.
[7] *MV*, 30/11/1966.
[8] Dans le vignoble des côtes-du-rhône, une union entre négociants et propriétaires est initiée dès 1901 (Cf. BOUCHARDEAU P., *op. cit.*, p. 392). En Bourgogne, une structure interprofessionnelle voit le jour en 1923 puis à nouveau en 1926 dans le cadre des délibérations sur les appellations. En 1942, une nouvelle tentative est menée de lier

blées générales des syndicats locaux et de la fédération méridionale, s'inscrit dans la lignée des grands discours rassembleurs des années 1920 et 1930. Si à cette époque, il était de bon ton de célébrer la communauté d'intérêts des deux professions, il est désormais question de trouver un terrain d'entente qui permettrait de sceller les bases d'accords interprofessionnels. Cette union est d'autant plus nécessaire que dans les autres grandes régions viticoles, de tels projets ont aboutis : Conseil interprofessionnel du vin de Bordeaux (1948), Comité interprofessionnel des vins d'Anjou et de Saumur (1952). Le Languedoc est – avec la Bourgogne[1] - la dernière grande région à ne pas connaître d'interprofession dans le domaine viti-vinicole.

Pour cette raison, en 1952, l'ensemble des syndicats locaux s'unissent derrière le président Fraisse pour réclamer une union avec la Viticulture[2]. Pour Fraisse, rappelant des propos qu'il avait déjà tenus en 1951, « la prospérité des uns ne pourra jamais être bâtie sur la ruine des autres. […] L'entente suppose l'harmonie complémentaire des rôles de nos professions, leur définition et leur respect réciproque ». Ainsi, Jean Fraisse, et l'ensemble des milieux commerciaux méridionaux, soutiennent l'idée que « les questions d'ordre général fassent l'objet d'entretiens et d'études en commun ». C'est une étape nouvelle dans la collaboration car si le Commerce soutenait la nécessaire entente dans les années 1930, il ne semblait pas en appeler avec récurrence à la solidarité active et à la collaboration effective. Ici, Fraisse dépasse les simples déclarations d'intention si nombreuses dans la première moitié du XXe siècle, d'autant plus que la Production semble être au diapason, comme en témoigne, lors du même Congrès, François Romieu, alors président de la CGV : « Les intérêts de la Viticulture et ceux du Commerce ne sont sans doute pas identiques, mais ils sont analogues ».

C'est en ce sens qu'en 1953, le biterrois Paul Villeneuve entame son discours devant la Fédération méridionale en relevant combien sur le marché des vins « il n'y a pas de cloison étanche entre les questions viticoles et les questions commerciales. Tous les problèmes se rejoignent en un seul : le problème de l'existence commune de la Viticulture et du Commerce ». C'est pourquoi il appelle à un « accord interprofessionnel, dans notre intérêt commun, solide et permanent »[3]. Le président du syndicat de Béziers, énumère alors les thèmes sur lesquels un accord est nécessaire, notamment les questions de fiscalité, d'orientation des campagnes ou de propagande pour le vin. Le rappel d'une identité et d'une destinée communes est alors primordial pour le Commerce, dans une période où l'État sur la lancée des années 1930, semble, par intérêt électoraliste, privilégier la Production.

Néanmoins, les dynamiques différentes des deux groupements mettent le Commerce dans une situation d'infériorité et de sollicitation. En effet, les mouvements syndicaux viticoles, dans l'Hérault et dans l'ensemble du Midi, sont en train d'émerger autour de personnalités nouvelles (Jean-Baptiste Bénet, André Castéra ou Emmanuel Maffre-Baugé) et la force que

---

les intérêts viticoles et commerciaux (Cf. LUCAND C., *op. cit.*, p. 657 et 721). Dans d'autres régions ou secteurs sont créés des organismes interprofessionnels : dans le Rhum (1937), le Cognac (1940), champagne (1941) ou le Cidre (1942). Si ces dispositifs connaissent de grandes difficultés, ils témoignent de la prise de conscience d'une union au sein de la filière qui dans l'Hérault, ne dépasse jamais le cadre du discours et quelques collaborations ponctuelles (comme en Bourgogne au demeurant).

[1] LUCAND C., *op. cit.*, p. 850.

[2] CR, Congrès FM, 1952, *MV*, 28/06/1952.

[3] CR, Congrès FM, 1953, *MV*, 09/05/1953.

leur confèrent leurs nombreux adhérents les radicalisent[1]. En outre, l'entente est difficile en raison de sujets particulièrement conflictuels : la politique de soutien des prix dans les années 1950, la question des importations dans les années 1960. Le discours de Dreyssere, alors membre de la Fédération méridionale, s'adressant au nom du Commerce méridional, traduit bien le rapport de force nouveau qui est en train de s'installer :

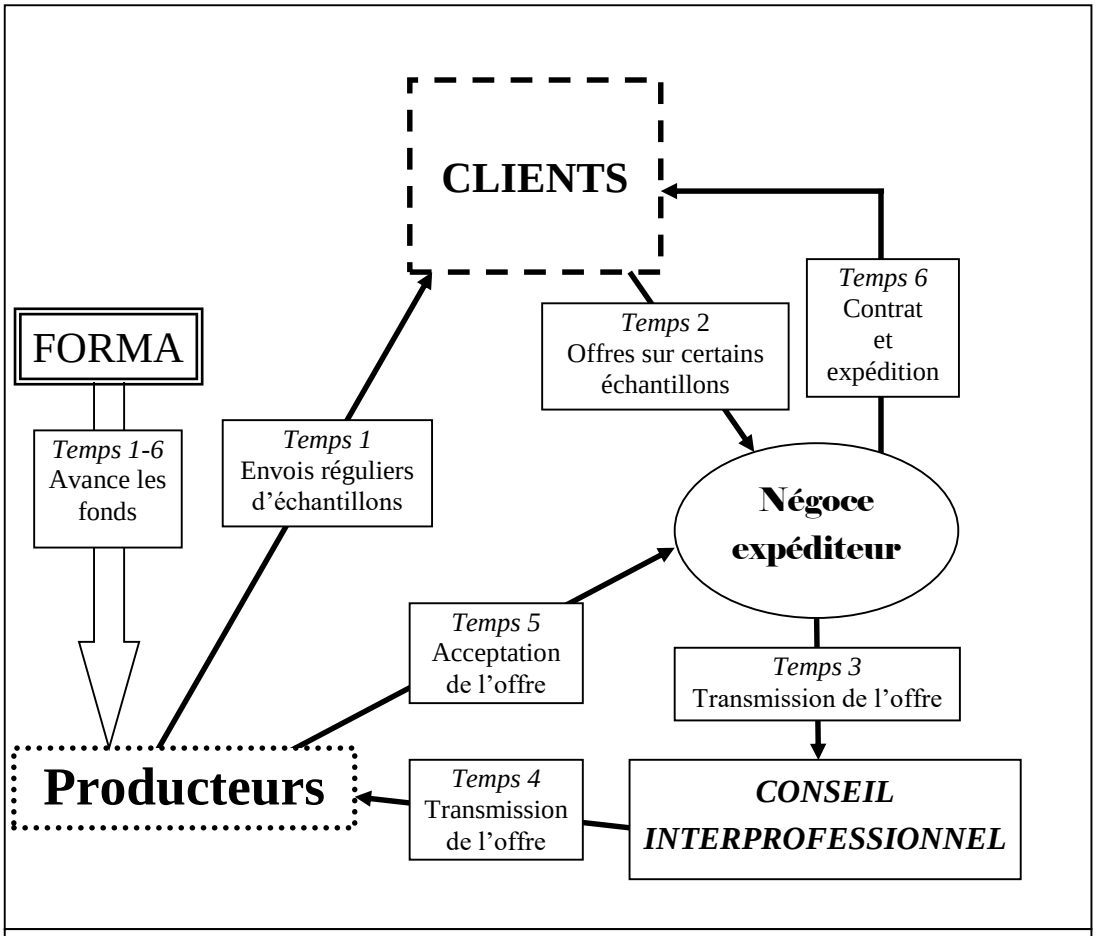
> « Ménagez, je vous prie, ce pauvre Commerce régional, exsangue : vous êtes témoin qu'il meurt lentement de différentes causes, la moindre n'est pas la qualité que réclame de plus en plus le consommateur et que, à la base, la nature ingrate n'a pu donner jusqu'ici aux viticulteurs, […] mais de grâce que l'on ne rende pas le Commerce responsable de ce qu'il n'a pas créé. […] Il tend la main à ses compatriotes vignerons ; qu'on sache la prendre sans arrière-pensée, pour que d'un commun accord et par des réalisations prochaines, nous arrivions à nous sauver ensemble ».

Et de dresser la liste des thèmes sur lesquels le Commerce veut s'engager aux côtés de la Viticulture, thèmes de combat de cette dernière depuis des décennies : fraude ; disparition des vignes secondaires qui encombrent le marché ; disparition des bureaux d'achat extra-méridionaux qui font s'effondrer les cours.

Les années 1960 portent également ces mêmes revendications, parfois, synonymes de concrétisation comme en 1962, le « Groupement interprofessionnel de défense des VCC » mis sur pied à l'initiative de Barthes-Jaubert, président du syndicat de Béziers, d'Ulysse Vergnes, président du syndicat montpelliérain, et de Jean-Baptiste Bénet de la CGVM[2]. Le 9 février 1963, ce groupement organise une réunion à Montpellier rassemblant propriétaires indépendants, coopérateurs, négociants, courtiers mais également le ministre de l'Agriculture, Edgard Pisani et de nombreux élus locaux. Lors de cette journée, il s'agit de proposer des vins de la région mais également de discuter d'un projet de marché à terme, qui permettrait de centraliser les demandes (sch. 28, page suivante). C'est un système avantageux pour le producteur dont le vin est financé par le FORMA et pour le négociant qui n'a pas à sortir de fonds avant la retiraison. En dépit des objections de certains négociants et de certains syndicats de négociants[3] qui y voient, à terme, la disparition des expéditeurs et l'irruption d'un organe inquisiteur, ce projet est soutenu par le Groupement interprofessionnel et par les syndicats héraultais, Montpellier en tête. Il est vrai qu'à l'image des projets gouvernementaux et de l'attitude générale des autres acteurs de la filière, ce marché à terme est dangereux pour les maisons de commerce. Bien qu'il apporte une certaine sécurité, notamment en garantissant des marchés réguliers, il entraîne *de facto* une double mise sous tutelle : de l'État et de la Viticulture. Qu'en sera-t-il lorsque ces derniers, influencés par les grandes maisons de l'Extérieur, maîtriseront assez les réseaux et les

[1] Martin J.-P., *Les syndicats de viticulteurs en Languedoc (Aude et Hérault) de 1945 à la fin des années 1980*, Thèse, Histoire, Montpellier, 1994.
[2] *MV*, 28/04/1962.
[3] Notamment ceux de Provence.

pratiques commerciaux pour se passer des maisons d'expédition locales ? Mais ce projet ne voit pas le jour et il est le dernier projet interprofessionnel de grande envergure tant les discussions et les projets communs sont délicats à mener à bout (cf. sch. 27, p. 557 où l'on voit que les relations sont intermittentes).



Sch. 28 : Le projet du marché à terme et ses différents temps (1963)

En effet, la question des importations et la nouvelle radicalisation des syndicats vignerons empêchent toute réelle interprofession sur le long terme comme le réclament pourtant toujours la presse spécialisée ou les syndicats de commerce héraultais, de plus en plus isolés sur le marché. Alors que les positions se crispent sur la question des importations, il est alors à nouveau question d'un accord interprofessionnel en 1965 au sujet de la fiscalité quand Commerce et Production s'opposent dans un premier temps à la TVA avant de s'opposer, devant le vote de la nouvelle taxe, aux taux proposés : 12 % pour les VCC ; 16,5 % pour les AOC. Mais c'est là un des derniers accords entre commerçants et producteurs, ces derniers proposant de plus en plus à partir de 1965 des projets de contrôle des circuits commerciaux. Ainsi, en 1966, la Fédération méridionale des caves coopératives, propose, à l'initiative d'Étienne Ferras, de créer un « Centre de vérité » dont l'objectif serait de contrôler les transactions[1]. Dans son allocution pour défendre son projet, Ferras reconnaît que « la Viticulture doit s'organiser pour jouer un

[1] *MV*, 06/04/1966.

rôle nouveau sur le marché des vins ». Ce rôle se substitue incontestablement à celui du Commerce, par le biais des caves coopératives et des organismes tels que ce « Centre de vérité ». Et à la fin de la période, les positions des uns et des autres se sont radicalisées à un point tel que l'interprofession ne semble plus être possible que dans des domaines généraux et consensuels comme la cherté de la vie ou la propagande pour le vin.

Quoi qu'il en soit, cette requête permanente du Commerce héraultais envers la Production illustre bien le déclin de cet acteur, autrefois majeur, en tant que groupe de pression et de proposition. Devenu un acteur parmi les autres, le Commerce est alors obligé de transiger et de négocier pour se faire une place dans une filière et sur un marché où il disparaît petit à petit.

S'effaçant des organismes institutionnels de contrôle et d'orientation de l'économie locale et régionale, le négoce est relégué à l'arrière-plan par un État qui cherche à rationaliser et à moderniser le marché. À la fois cause et conséquence de son repositionnement relatif sur le marché des vins, la perte d'influence des représentants du monde du Commerce est particulièrement frappante tant elle est subite et contraire à la période précédente.

Elle marque finalement la trajectoire d'un acteur devenu minoritaire dans l'économie locale en général et l'économie viti-vinicole en particulier.

CONCLUSION DE LA SECTION 4

Au terme de cette analyse d'une démarche construite sur l'aspiration du contrôle de la filière viti-vinicole héraultaise, le constat est inégal.

Les responsables patronaux ont pu, dès le début du siècle, par une stratégie d'acquisitions des postes à responsabilité dans les organes économiques du département et de la région, imprimer les grandes orientations qu'ils souhaitaient pour la filière : régulation du marché, de la profession, des transactions. Au même titre que d'autres vignobles[1], ce positionnement stratégique leur a permis de s'imposer comme l'un des interlocuteurs privilégiés des pouvoirs publics et des administrations dans le département mais également à l'échelon national. Forts de ce rôle de corps intermédiaire, ils sont arrivés, en dépit de relations complexes et d'innovations aux effets limités (l'Office du vin), à imposer certaines de leurs vues dans un effort désordonné.

La période suivante correspond, pendant l'entre-deux-guerres, au véritable rayonnement du mouvement patronal : les chambres consulaires locales et régionales ou les tribunaux de commerce sont accaparés par les membres de la profession qui y voient l'occasion d'accélérer le mouvement d'intercession entrepris avant 1914. Face à une Production avec qui ils entretiennent des rapports ambigus, les négociants s'assurent alors le contrôle de la filière à l'instar

[1] JACQUET O. et LAFERTÉ G., « Le contrôle républicain du marché. Vignerons et négociants sous la Troisième République », *Annales ESS*, 61e année, n°5, sept.-oct. 2006, p. 1147 à 1170. C'est le cas également en Espagne, dans la Rioja. Cf. NAVAJAS ZUBELDIA C., *art. cit.* Les négociants pour freiner le projet d'appellation promu par les propriétaires se lancent dans un effort lobbyiste marqué auprès de l'État.

d'autres grands monopoles régionaux puissants en France[1]. L'étape de l'orientation est dépassée et, cette fois-ci, la rationalisation de la filière viti-vinicole méridionale est l'objectif prioritaire, par le biais du désencombrement du marché et de la promotion des vins locaux. On dépasse ainsi les intérêts spécifiques de la profession pour proposer une structure de marché qui est profitable à l'ensemble de la filière viti-vinicole languedocienne. Légitimation manifeste de cette démarche, cette domination est en grande partie reconnue par l'assentiment de l'État qui associe les négociants aux grandes orientations de la filière (Statut viticole des années 1930).

Pourtant, la période suivante s'avère être celle du déclin. Après l'apogée de l'entre-deux-guerres, le mouvement patronal, frappé par la détérioration du tissu commercial local et le désir de l'État de raccourcir les circuits de commercialisation, peine à trouver sa place au sein de la filière. D'intermédiaire incontournable, il devient un acteur institutionnel invisible, évité par l'État et les autres groupements professionnels de la filière. Il en est réduit à réclamer sans cesse l'instauration d'une interprofession avec le mouvement syndical viticole qui lui, au contraire, gagne en légitimité et en rayon d'action. Cette soumission est d'autant plus marquée qu'elle intervient de pair avec le net affaiblissement de la présence commerciale dans les instances dirigeantes de l'économie locale et régionale.

Finalement, la trajectoire du négoce en tant qu'acteur institutionnel suit, avec des césures chronologiques sensiblement différentes, la même courbe que la profession et le mouvement syndical eux-mêmes, c'est-à-dire qu'à une période de genèse succède une période de domination de la filière suivi par une période de déclin.

Cette trajectoire explique, en grande partie, la disparition du négoce du paysage viti-vinicole héraultais alors que durant l'ensemble du premier XXe siècle, le négociant est une personnalité omniprésente dans les institutions économiques mais également dans la société viti-vinicole héraultaise.

[1] Citons les armateurs à Marseille ou les industriels dans le Nord de la France par exemple.

Section 5

Le négociant : un notable au cœur de la société viti-vinicole héraultaise

L'ensemble des sources recèle d'une multitude d'indices sur le positionnement social des négociants en vins. De la sorte, par l'analyse de certaines archives, l'étude des témoignages ou le recours à différentes études[1], nous pouvons ici questionner la thématique de la notabilité des négociants dans la société viti-vinicole languedocienne. En effet, tout en connaissant un profond remodelage pendant la période, le négoce en tant que groupe social s'inscrit dans le paysage social héraultais comme une élite identifiée et identifiable au même titre que d'autres notables locaux de la période[2]. Bourgeois, le négociant répond à la définition d'Adeline Daumard, reprenant les considérations de Marc Bloch sur la question : « des revenus d'ampleur très variée, mais suffisants pour assurer une certaine sécurité, une instruction obtenue grâce à l'aide de la famille ou acquise par soi-même, mais toujours au-dessus de celle du commun, une vocation à jouer un rôle de direction dans la nation, un souci de se distinguer des masses par son éducation et ses manières »[3].

En outre, en dépit de l'hétérogénéité certaine des négociants héraultais, ces derniers bénéficient d'un « capital symbolique » indéniable. Défini par Pierre Bourdieu comme l'ensemble des capitaux (social, économique ou culturel) « connu et reconnu » par une société[4], ce capital symbolique offre aux négociants une place singulière au sein de la société viti-vinicole locale. Ce positionnement est renforcé par ce que Jean-Noël Retière a appelé le « capital d'autochtonie », c'est-à-dire l'accumulation de marqueurs distinctifs qui enracinent dans un territoire bien précis – ici l'Hérault – un groupe social déterminé[5].

Par ailleurs, ce constat de départ est soutenu par les travaux de Michael Mann. Dans son étude sur les origines du pouvoir social, l'auteur met en exergue les stratégies investies par différents groupes sociaux dans l'objectif d'imposer leur présence au sein d'un réseau d'interactions sociales[6]. Cette recherche du « consentement social »[7] est l'un des marqueurs

[1] Voir par exemple : PECH R., « L'organisation du marché du vin en Languedoc-Roussillon aux XIXe et XXe s. », *Études Rurales*, avr.-déc. 1980, 78-80, p. 99-111 qui évoque le rôle social des négociants.

[2] LAMBERT D., *Notables des colonies. Une élite de circonstance en Tunisie et au Maroc (1881-1939)*, Rennes, PUR, 2009 ou POURCHER Y., *Les maîtres de granit. Les notables de Lozère du XVIIe siècle à nos jours*, Paris, Orban, 1987.

[3] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 42.

[4] BOURDIEU P., C*hoses dites*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1987, p.160. La notion de « capital » chez Bourdieu détermine la position sociale des individus par l'accumulation de ressources et de distinctions dans des domaines différents (société, économie, culture) mais interconnectés. Ce capital conditionne le pouvoir de rayonnement d'un individu ou d'un groupe social.

[5] RETIÈRE J.-N., « Autour de l'autochtonie. Réflexions sur la notion de capital social populaire », *Politix*, vol. 16, N°63. Troisième trimestre 2003. p. 121-143.

[6] MANN M., *The Sources of Social Power, vol. 1, A History of Power from the Beginning to A.D. 1760* ; *vol. 2, The Rise of Classes and Nation-States, 1760-1914*, Cambridge, Cambridge University Press, 1986 et 1993

[7] Mann parle de « *Social Caging* ».

fondamentaux des notabilités dans les sociétés occidentales en général et des négociants en vins en particulier.

Ici, c'est cette notabilité plurielle et diverse, parfois difficilement saisissable[1], avec ses particularités et ses spécificités, que nous nous proposons d'interroger.

Par son implication dans la société, un style de vie distinctif et des valeurs fortes tout d'abord, le négociant cherche à assure son rang de notable dans une société héraultaise encore particulièrement soucieuse des apparences et des statuts jusqu'aux années 1960.

Son positionnement social est ensuite assumé et assuré par son investissement en faveur de l'amélioration et la modernisation des conditions de vie de la population héraultaise par le biais d'associations sportives, philanthropiques ou paternalistes, sous la forme d'un évergétisme bourgeois directement issu de la fin du XIXe siècle et qui n'est pas sans arrière-pensées clientélistes..

Enfin, par l'acquisition de récompenses et de postes prestigieux, les négociants veillent à valoriser leur image et leur puissance, s'inscrivant, ici, dans une démarche de reconnaissance élitiste libérale, gratifiant les « meilleurs » et les « plus capables ».

Seul le domaine politique reste, ouvertement en tout cas, en marge de cette soif et de cet appétit pour l'honorabilité et la respectabilité. Ces deux qualités sont ici le moteur de leur action – et au cœur de notre propos – car elles permettent aux négociants d'affermir et d'accroître la réputation familiale, mais également commerciale.

[1] David Lambert parle du notable comme une notion à la « définition improbable » en raison de la multiplicité des parcours et des facteurs qui entrent en ligne de compte pour le définir (LAMBERT D., *op. cit*., p. 20). De son côté A. Daumard s'interroge longuement – sans véritablement donner de réponse définitive – sur ce que sont un bourgeois et la bourgeoisie (DAUMARD A., *op. cit.*, chap. I). C. Charle pour sa part revient également dans son introduction sur ce que furent les élites et leur diversité (CHARLE C., *op. cit*., Introduction).

CHAPITRE 1 : TRAJECTOIRE (S) D'UNE ÉLITE EN RECOMPOSITION

L'analyse des trajectoires sociales a toujours été au cœur des études en science sociale[1]. Elles sont primordiales pour comprendre les mécanismes qui régissent les comportements, souvent mus par le désir d'ascension, la soif de consolidation ou la peur du déclassement. Rarement individuelles, elles se construisent sur le socle familial et des stratégies réticulaires[2] qui sont ici primordiales dans le monde du commerce des vins.

Au même titre que le métier lui-même, le négoce en tant que groupe social connaît de profondes mutations tout au long du siècle. Cette recomposition touche l'ensemble d'une structure sociale plutôt homogène au début du siècle et qui forme une élite méridionale active et prospère, mais également plurielle.

Après la Première Guerre mondiale, au gré des trajectoires individuelles et des aléas économiques, cette première génération de familles de négociants est remplacée dans les années 1920-1930 par une nouvelle élite, plus moderne mais également plus fragile, expression d'une nouvelle classe bourgeoise émergente qui perdure jusqu'aux années 1960.

1900-1920 : le règne des grandes familles

Au tournant du siècle, les négociants en vins sont présentés par certains auteurs comme une aristocratie méridionale[3]. Formant un groupe social plutôt homogène dans cette première partie du siècle, ils se caractérisent effectivement par des conditions d'existence et un style de vie très caractéristiques dans le département. Héritières de comportements et de valeurs issus du XIXe siècle, nettement distinctes des classes populaires, ces grandes familles de la haute bourgeoisie dominent le commerce des vins, ainsi qu'une partie de la filière tant dans les villes qu'à la campagne. C'est là une spécificité locale forte si l'on en croit André Sigfried qui distinguait pour l'Ouest de la France la haute bourgeoise de la moyenne bourgeoisie qu'il associe au commerce[4]. Or, dans l'Hérault, les négociants fournissent – essentiellement dans les villes – les rangs de la haute bourgeoisie, notamment car ils s'appuient sur un patrimoine considérable.

Un patrimoine considérable

Le négoce des vins, surtout au début du XIXe siècle où l'activité est encore très largement dominée par les négociants forfaitaires, réclame une quantité de fonds conséquente[5]. Les

[1] CHARLE C., *op. cit.*, p. 121 et sq.
[2] LEMERCIER C., « Analyse de réseaux et histoire de la famille : une rencontre encore à venir ? », *Annales de démographie historique*, 2005/1 no 109, p. 7-31.
[3] À ce sujet voir DUGRAND R., *Villes et campagnes en Bas-Languedoc*, Paris, PUF, 1963 et RAMES A.-M., *Milieux dirigeants et intérêts locaux à Montpellier*, Thèse, Droit, Montpellier, 1983. Les deux auteurs emploient abondamment l'expression « aristocratie » pour les premières décennies du XXe s.
[4] SIEGFRIED A., *Tableau politique de la France de l'Ouest sous la IIIe République*, Paris, Armand Colin, 1913, p. 425.
[5] Par exemple, en 1905, la maison « Blayac » de Béziers qui fait des vins de liqueur dispose d'un fonds de commerce d'une valeur de 45.000 F (36.000 F de marchandises et 9.000 F de matériel) et d'un fonds de roulement de 7.000 F. À la même période, la maison « Herber » à Sète traite environ 3 M de F d'affaires en moyenne par an. À

familles, à la tête des maisons de commerce, disposent ainsi de capitaux importants qui proviennent et participent de deux sources : le capital foncier et le capital financier. C'est là un critère primordial car la notabilité se construit, en partie, sur la fortune et le niveau économique d'un groupe social « sert toujours de marqueur »[1].

Le capital foncier pour les grandes familles est l'assise sur laquelle ils fondent à la fois leur prospérité et leur capacité d'investissements. En effet, ces capitaux fonciers sont source de revenus mais également le support sur lequel elles s'appuient pour financer leur commerce par le biais des banques régionales. De manière générale, ce patrimoine est assez diversifié et se compose d'une habitation principale, d'une habitation secondaire, de résidences locatives et enfin – mais avec des diversités selon les lieux – de propriétés terriennes, des vignobles essentiellement[2].

L'étude de ce patrimoine consigné par les inspecteurs de la BDF permet de retracer une hiérarchie au sein du négoce. Ainsi, dans la région de Béziers[3], au début du siècle, quatre ensembles patrimoniaux peuvent être repérés : un premier ensemble regroupe les familles disposant d'un patrimoine suffisant mais limité, ne dépassant pas les 100.000 F ; un second groupe de familles possédant un patrimoine confortable allant jusqu'à 400.000 F ; un troisième groupe intermédiaire de « belles fortunes » jusqu'à 1 M de F ; au-delà du million de F, on retrouve les familles « millionnaires ».

Tab. 64 : Les niveaux de richesse dans le commerce héraultais
Quelques exemples de patrimoines familiaux dans la région de Béziers
1900-1914

Jusqu'à 100.000 F	Filliol (Marseillan, 30.000 F), Beulac (Saint Thibéry, 80.000 F), Laffont (Roujan, 100.000 F), Castelbon (Puisserguier, 100.000 F), Bruguière (Montblanc, 100.000 F)
Jusqu'à 400.000 F	Lavigne (Puisserguier, 250.000 F), Granier (Magalas, 235.000), Gross (Béziers, 300.000 F), Huc (Béziers, 300.000 F), Fabregat (Béziers, 400.000 F)
Jusqu'à 1 M de F	J. Voisin[4] (Marseillan 800.000 F), Boussagol (Coulobres, 600-800.000 F) ; Buridon (Béziers, 800.000 F), Bascou (Agde, 800.000 F)
Plusieurs M de F	Bühler (Béziers, 10-12 M), Crozals (Béziers, 4 à 5 M), Guy (Béziers, « plusieurs millions »)

Source : ABDF : Béziers, 1900-1914

Montpellier, la maison « Cazalis et Delord », l'une des plus importantes de la place, dispose en 1910 de 300.000 F de papier de campagne.

[1] LEFERME-FALGUIÈRES F. et VAN RENTERGHEM V., « Le concept d'élites. Approches historiographiques et méthodologiques », *Hypothèses*, 2000/1, p. 64.

[22] Ainsi, en 1908 lors de la faillite de la maison de second ordre « Perrin et Fils » à Marseillan, le patrimoine immobilier de la famille est composé d'une maison, de magasins, de vignes, de champs, de terrains (cf. ADH : 6 U 1 98, Tribunal de commerce d'Agde). Dans le même temps, dans plusieurs rapports d'inspections de succursales, il est fait état de « plusieurs immeubles ».

[3] L'ensemble des informations ci-dessous proviennent de ABDF : Béziers, 1900-1914.

[4] Le père des vins « Mignon » déjà très réputés à cette époque.

Dans les régions de Sète et de Montpellier, les ordres de grandeur sont les mêmes[1] avec un ensemble dominé par les familles millionnaires comme la famille Isenberg à Sète (« E. Isenberg passe pour posséder plus de 1,5 M de F »[2]) ou les familles Cazalis et Leenhardt à Montpellier décrites toutes deux comme « millionnaires »[3] (dont la moitié en propriété pour la famille de Pierre Leenhardt[4]).

Les archives de l'enregistrement, entre autres, permettent de connaître les détails de ces possessions. Dans la première tranche de fortune, on retrouve en grande majorité des négociants ruraux de petite envergure commerciale mais qui se distinguent par leur capitalisation immobilière, dans la lignée des pratiques des XVIIIe et XIXe siècles[5]. Citons par exemple le cas de la famille Nègre à la tête de la maison poussannaise « F. Nègre »[6] :

Tab. 65 : Les possessions de la famille Nègre à Poussan au début du siècle	
Terrains (2 ha environ)	20.000 F
dont vigne et sol à bâtir	2.500 F
vigne (coteau – 50 ares)	2.000 F
vigne	6.000 F
terrain (0,6 ha)	6.000 F
Bâtiments	10.000 F
dont deux maisons	
un immeuble	
Total	30.000 F

Dans le village, Louis Soulié, l'un des deux autres négociants, déploie les mêmes stratégies d'emprise foncière sur le village[7] :

Tab. 66 : Les logiques d'acquisition du petit négoce rural L'exemple de L. Soulié à Poussan au début du siècle		
Acquisition d'immeubles	1897	7.000 F
	1912	500 F
Acquisition de terrains	1902	5.000 F
	1909	
	1911	
Acquisition d'une maison	1904	8.000 F

[1] Ainsi, on retrouve dans les familles de premier rang : Causse à Saint-Georges-d'Orques (50.000 F) ; dans les fortunes confortables : Astric à Montpellier (200.000 F) ; dans les belles fortunes : Vivarès à Frontignan (900.000 F) pour ne citer que quelques exemples.
[2] ABDF : Sète, 1912.
[3] ABDF : Montpellier, 1914.
[4] ABDF : Montpellier, 1906. Il est le fils de Charles Leenhardt, ancien président de la CCM.
[5] BONIN H., *op. cit.*, p. 81. C'est ce que l'auteur appelle « le placement-terre ».
[6] ADH : 3 Q 7852, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 14-40/1871.
[7] ADH : 3 Q 7867, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 29-150/1896.

Dans les bourgades et les villes du département, on retrouve également le même type de pratiques. Ainsi, à Mèze, chef-lieu de canton, François Bessière qui est à la tête d'une maison de commerce de second ordre au début du siècle[1], hérite de sa mère un tiers de la vigne familiale et deux maisons. Au décès de son père, il fait l'acquisition d'une troisième maison[2]. À Sète, la famille Puech qui dirige la maison « F. Puech » suit également cette d'appropriation foncière, avec toutefois des sommes plus élevées que dans les bourgs ou les villages[3] :

Tab. 67 : Le patrimoine foncier du petit négoce urbain
L'exemple de F. Puech à Sète au début du siècle

Date de l'acquisition	*Bien*	*Valeur*
?	Maison rue Lazare Carnot	33.000 F (en 1923[4])
1888	Maison rue nationale	12.000 F
1897	Baraquette (Mont Saint-Clair)	6.000 F (en 1921)

Dans la tranche supérieure (100.000-400.000 F), les possessions se font plus importantes. À Sète, le négociant sétois François Olive est propriétaire d'une maison route de Montpellier (en indivision avec six autres membres de sa famille), de deux baraquettes (sur le mont Saint-Clair) et surtout d'une large demeure quai de Bosc (qui sert très certainement également de magasin)[5]. À Frontignan, Victor Anthérieu dont la fortune est estimée à environ 150.000 F par le rapport de la BDF en 1908 entame sa stratégie d'acquisition foncière[6]. Ces biens viennent s'ajouter aux possessions familiales parentales et à celles de son épouse, Rose Chappotin, issue d'une famille de notables frontignanais, impliqués eux aussi dans le commerce :

Tab. 68 : Les possessions de V. Anthérieu au début du siècle à Frontignan

Date	*Bien*	*Type d'acquisition*	*Valeur*
1889	Immeuble	Héritage	10.150 F
1895	Immeuble en indivision	Mariage	Dot : 34.000 F
1899	Magasins	Achat avec partenaire	6.000 chacun
1902	Vigne et mas de plage	Achat	4.000 F
1902	Terrain	Achat	2.000 F
1908	Immeubles	Achat	68.000 F
1911	Magasins	Achat	?
1919	Magasins	Achat	6.000 F
1919	Immeubles	Achat	12.000 F

Source : ADH : 3 Q 5303, *op. cit.*

[1] La maison « F. Bessière » fondée en 1902, avec un capital limité (8.000 F) et pour cinq ans.
[2] ADH : 3 Q 7839, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 1-95/1866.
[3] ADH : 3 Q 15398, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 25-490/1876.
[4] Lors de la revente
[5] ADH : 3 Q 15411, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 38-152/1892.
[6] ADH : 3 Q 5303, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 12-387/1884.

Dans la même ville, Léon Botta est pour sa part propriétaire d'immeubles, de vignes et de magasins pour un peu plus de 100.000 F[1].

Dans la tranche suivante (400.000 F - 1M de F), nous évoquerons le cas de la puissante famille Voisin de Marseillan. Le père Jean qui a permis le développement de la maison de commerce est un grand propriétaire dans la ville et ses alentours (Pinet, Agde) avec de nombreuses acquisitions entre 1868 et 1904[2]. Un patrimoine foncier qui, à son décès en 1912, s'élève à près de 800.000 F. Ce patrimoine paternel s'appuie également sur celui du fils, Urbain, qui prend la suite de son père en 1906[3] :

Tab. 69 : Les possessions d'une famille de négociants de « belle fortune »
Le cas de la famille Voisin à Marseillan au début du siècle

Acquisitions de Jean Voisin (décédé en 1912)			
1868-1904	Terrains, champs, immeubles divers	Marseillan, Pinet, Agde	Achat : 92.980 F
1875	Vigne	Marseillan	Achat : 6.000 F
1878	Immeubles	Marseillan	Héritage : 3.400 F
1879	Terrain	Port de Marseillan	2.500 F
1879	Magasins	Marseillan	10.680 F
1883	Immeubles	Marseillan	91.000 F
1885	Magasins	Port de Marseillan	17.400 F
1889	Maison	Marseillan	60.000 F
Acquisitions d'Urbain Voisin			
1897	Terrains	Marseillan	7.700 F
1912	Immeubles	Marseillan, Pinet, Agde	Héritage (1/3 de son père)
1918	Domaine	La Mathe	275.000 F

On note donc que Jean Voisin se lance dans une stratégie d'acquisition terrienne très nette. D'ailleurs, lorsque son commerce prend une plus grande dimension au tournant des années 1880, il acquiert des biens de plus en plus importants : immeubles pour 91.000 F en 1883 ou une maison de 60.000 F en 1889. Il s'agit d'une stratégie d'investissement dans le foncier qui lui permet d'accroître le patrimoine de la famille : de nombreux biens sont ensuite revendus ou loués.

Enfin, dans la dernière tranche, les logiques d'acquisition sont les mêmes mais avec des montants bien plus considérables. Ainsi, à Sète, lorsque Pierre Taillan décède, il lègue à ses trois enfants et à son épouse un patrimoine qui s'élève à plus de 4 M de F. Ici aussi, il est composé de nombreux terrains, immeubles et propriétés à Sète et ses alentours mais également d'un

[1] ADH : 3 Q 5302, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 11-184/1882.
[2] ADH : 3 Q 97, 98, 126, 131, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Marseillan, 8-341/1868, 9-141/1869, 37-12/1892, 42-814/1899.
[3] ADH : 3 Q 127, 138, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Marseillan, 38-137/1893, 49-1381/1924.

fonds de commerce qui pèse près du quart de la fortune de la famille[1]. Toujours à Sète, Dominique Chauvain est à la tête à son décès en 1902 d'une fortune de près de 2 M de F. Ici encore, il s'agit d'un ensemble de biens acquis à Sète dans le dernier tiers du XIXe siècle[2] :

Tab. 70 : Les principaux biens de la famille sétoise Chauvain au décès du père Dominique en 1902		
Terrains	Quartier de la Bordigue	300.000 F env.
Immeubles	Divers	280.000 F env.
Maison	Route nationale	200.000 F env.
Magasins	Quai Vauban	400.000 F env.
Vigne et baraquette	Mont Saint-Clair	2.500 F (en 1866)

À Béziers, Traugott Bühler dispose lui d'une fortune de plus de 10 M de F dont des immeubles à Béziers et à Marseille d'une valeur de plus d'1 M de F chacun[3].

À Montpellier, au décès de Paul Bret en 1912, sa fortune dépasse 1,2 de F et ses biens fonciers sont relativement importants, représentant la moitié de sa fortune[4] :

Tab. 71 : Possessions foncières de P. Bret à son décès Montpellier, 1912		
Trois maisons	Valence (Drôme)	135.000 F
Mas	Les Baux (Bouches-du-Rhône)	30.000 F
Terrain	Saint-Martin (Ardèche)	1.000 F
Domaine	Eyragues (Bouches-du-Rhône)	268.000 F
Maison et propriété	Pignan-Lavérune	90.000 F
Domaine[5]	Lattes	90.000 F
Total		**614.000 F**

Au début du siècle, il y a donc dans l'ensemble du négoce héraultais des stratégies communes de captation d'un patrimoine foncier considérable. Ce patrimoine est important car il sert de support aux activités commerciales. Il est également vital car pour répondre aux besoins de fonds et faire face à la crise qui touche le commerce des vins en ce début du siècle, les propriétaires s'appuient sur ces biens, qu'ils gagent ou hypothèquent. Ainsi, un quart des biens de la famille Laffont sont « grevés » au profit d'une banque locale[6]. Parfois ces hypothèques dépassent la moitié des biens comme dans le cas des frères Pastor de Frontignan dont le capital est hypothéqué aux deux tiers[7], voire grèvent la totalité du patrimoine comme la famille Arnaud

[1] ADH : 3 Q 15398, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 25-491/1876.
[2] ADH : 3 Q 15374, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 1-21/1866.
[3] ADH : 3 Q 1875, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Béziers, 93-525/1875.
[4] ADH : 3 Q 10357, Enregistrement, Mutations par décès, Montpellier, 22/03/1913-174.
[5] Ce domaine appartient pour un tiers à P. Bret. Les deux tiers restant sont propriété des frères Eugène et Fernand Leenhardt à qui Bret lègue son commerce.
[6] ABDF : Béziers, 1905.
[7] ABDF : Sète, 1905.

à Mèze[1]. Même les familles les plus fortunées usent de ce procédé pour financer leur commerce. À Sète, la famille Chauvain qui dispose en face de la gare d'un immeuble d'une valeur de plus d'1 M de F et qui est grevé pour moitié au tournant du siècle[2] ou la famille Fabregat à Béziers dont les 400.000 F d'immeubles sont grevés en totalité au début du siècle[3]. L'appui sur ce capital par le biais des hypothèques est important car il permet un réinvestissement dans le fonds de commerce. En 1905, la famille Soulayrol de Neffiès dispose de 35.000 F de biens immobiliers, dont les trois quarts sont hypothéqués auprès d'une banque biterroise. Mais cette hypothèque permet à la maison de commerce de se doter au début des années 1900 d'un vignoble d'une valeur de 30.000 F et de nouveaux chais de stockage[4]. Cette pratique est courante et on la retrouve sur l'ensemble de la période et des succursales : ainsi à Sète et à Béziers en 1905, un quart des maisons de commerce répertoriées dans l'inspection de la succursale de la BDF ont des hypothèques connues[5]. Domergue qui possède, depuis 1888, le Mas de Grille, à Saint-Jean-de-Védas, en hypothèque une partie au début du siècle pour pouvoir financer son activité commerciale[6].

À ce capital foncier est associé un capital financier important également. Celui-ci fait massivement son entrée dans les patrimoines bourgeois à la fin du XIXe siècle avec la forte dépréciation de la rente foncière[7] ainsi que le désir de diversification[8]. Tout d'abord, il faut noter qu'il n'y a pas de généralités en la matière à cette période. Certaines maisons disposent d'un capital foncier plus important que le capital financier et inversement. La seule logique qui domine, c'est la faible part du capital financier dans la tranche inférieure de cette élite.

Tab. 72 : Quelques rapports entre la fortune mobilière et immobilière 1900-1914

Nom	*Fortune totale*	*Fortune mobilière*	*Part*
Catalan (Montpellier)	150.000 F	50.000 F	33 %
Lugand (Sète)	250.000 F	150.000 F	60 %
Vic (Sète)	400.000 F	300.000 F	75 %
L. Huc (Béziers)	500.000 F	200.000 F	40 %
L. Chauvain (Sète)	600.000 F	400.000 F	66 %
J. Voisin (Marseillan)	1 M de F	200.000 F	20 %
P. Bret (Montpellier)	1,2 M de F	575.000 F	48 %

Sources : ABDF et ADH : Enregistrement

[1] ABDF : Sète, 1909.
[2] ABDF : Sète, 1884.
[3] ABDF : Béziers, 1903.
[4] ABDF : Béziers, 1905.
[5] Elles ne le sont pas toujours car les hypothèques ne se font pas toujours auprès des banques. Elles sont parfois effectuées auprès de particuliers (des « capitalistes ») et ces derniers sont peu enclins à donner des informations aux inspecteurs de la BDF.
[6] ADH : 5 J 48, Fonds Domergue-Claparède, Domaine Mas de Grille, Titres.
[7] DAUMARD A., *op. cit.* p. 203. Dans l'Hérault, cette dépréciation est renforcée par la crise phylloxérique.
[8] BONIN H., *op. cit.*, p. 80-82.

On note donc que, de manière générale, les fortunes dépassant les 100.000 F disposent d'un capital financier conséquent et plus ou moins important. À Béziers, lorsque les frères Bühler héritent de leur père, le capital financier ne représente qu'une faible part du capital total : 80.000 F sur plus d'1 M de F[1]. À Magalas, Granier, quant à lui, ne dispose que de 5.000 F en titres[2]. Ce faible capital financier chez la famille Granier s'explique certainement car c'est un négociant en zone rurale. Or, si dans les campagnes héraultaises le négociant est indiscutablement un notable, il est encore, en ce début de XXe siècle, peu enclin à adopter des pratiques qu'il considère comme risquées. Il faut attendre la fin des années 1910 pour que Paul Granier diversifie ses placements par des investissements financiers. Les exemples des deux négociants poussannais, Nègre et Soulié, confirment que dans les zones rurales, la terre reste encore un placement sûr au début du siècle[3].

Dans sa grande majorité, ce capital mobilier est essentiellement composé de titres, notamment de titres chez les banques locales (comme la Banque Thel de Béziers, chez qui Castelbon investit 15.000 F en titres en 1905) ou pour les plus fortunés, à la BDF comme la maison Catalan à Montpellier (47.500 F en titres) ou Gross à Béziers (16.600 F en titres). Parfois, ce patrimoine financier est investi dans d'autres sociétés, par le biais d'actions dont la part dans les fortunes mobilières de la bourgeoisie française tend à croître à l'époque[4], particulièrement chez les patrons[5]. Ainsi, en 1912, Léon Botta et Joseph Périer souscrivent 700 actions chacun (soit 7.000 F) dans une société[6]. Il est également investi dans des assurances-vie : à Sète, la moitié de la fortune de la famille Herrero est investie dans une assurance-vie atteignant 50.000 F, tandis que la famille Pujol possède une assurance-vie de 20.000 F qui sert de garantie pour la banque Coste-Dupuy[7]. À Montpellier, la large fortune mobilière (550.000 F) de Paul Bret fait état de l'extrême diversité des investissements. C'est là une stratégie capitalistique classique, soucieuse de diviser les risques[8]. Elle se décompose ainsi :

Tab. 73 : Valeurs mobilières détenues par P. Bret à son décès (1912)	
20 obligations « Panama »	25 obligations « Gouvernement général d'Indochine »
6 actions « Crédit foncier de France »	25 obligations « Chemin de fer du Midi »
10 actions « Compagnie des charbonnages de Prokorow » (Ukraine)	20 actions « Mines de la Grand-Combe »
50 actions « Société Ferreira Deep » (Turquie)	30 action « Société des usines de Maltzof » (Russie)
20 actions « Banque Centrale marocaine »	25 obligations « Chemin de fer de l'Altaï »

[1] ADH : 3 Q 1875, *op. cit.*, Béziers, 93-525/1875.
[2] ADH : 106 J 225, *op. cit.*
[3] BONIN H., *op. cit.*, p. 81. A. Daumard parle d'« un placement de père de famille » (DAUMARD A., *op. cit.*, p. 205).
[4] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 198.
[5] C'est le cas par exemple chez les patrons bordelais qui sont les principaux actionnaires des valeurs françaises dans la ville au début du siècle. Cf. DUPEUX G. et HERPIN J., « Les fortunes bordelaises » in DAUMARD A. (dir), *Les fortunes françaises au XIXe siècle*, Paris, Mouton, 1973, p. 493.
[6] ADH : 3 Q 5302, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 11-183 et 184/1882.
[7] ABDF : Béziers, Montpellier, Sète, 1905.
[8] BONIN H., *op. cit.*, p. 80.

50 actions « Robinson gold »	6 rentes « Gouvernement japonais »
20 actions « Salins du Midi »	20 rentes « Gouvernement du Mexique »
25 actions « Crown Mines »	10 parts « Canal de Suez »
35 actions « Union photographique industrielle »	4 parts « Syndicats des canaux d'irrigation dérivés du Rhône »
350 actions « The Markop Company Limited »	4 actions « Banque de France »
4 obligations « Ville de Paris »	40 actions « Un foyer par l'épargne »
20 actions « Banque française du Rio de Plata »	20 actions « L'étoile commerciale »
10 actions « Compagnie Commentry-Fourchambault & Decazeville»	25 parts « Caisse régionale et agricole du Midi »
20 actions « Société des chargeurs français »	2 actions « Syndicat agricole de Montpellier et du Languedoc »
100 actions « Unions des pétroles d'Oklahoma »	1 bon de liquidation « Société Lumière et fils »
5 parts « Phosphates et chemins de fer de Gafsa » (Tunisie)	25 actions « Pastoria » (Montpellier)
40 actions « Société chimique des usines du Rhône »	2 actions « Société du Mont-Aigoual »
250 actions « Société des phosphates du Dyr » (Algérie)	1 action « Société Zymogène » (Montpellier)
800 actions « Marconis Wireless Telegraph » (Italie)	100 actions « Oil Galician Trust » (G.-B.)
25 obligations « Chemins de fer fédéraux suisses »	20 actions « Franco-Canadian Trust Comp. »
25 obligations « Caisse hypothécaire des villes de Suède »	Une assurance-vie (La nationale)
25 obligations « Compagnie parisienne de distribution d'électricité »	Baux divers
25 obligations « PLM »	Source : 3 Q 10357, *op. cit.*

On le voit, à l'instar des autres grandes fortunes françaises, chez les négociants les plus aisés, la stratégie d'investissements financiers est particulièrement diversifiée. Bret cumule différents types de valeurs mobilières pour des revenus inégaux dans le temps et en terme de rétribution, préférant les actions de sociétés, notamment anonymes, en vogue sur les places boursières et les patrimoines bourgeois de l'époque[1]. Enfin, ces valeurs couvrent un espace géographique très large, depuis le local jusqu'à l'international[2] (tableau 74, page suivante). C'est ici aussi une pratique classique de la haute bourgeoisie parisienne comme le rappelle Adeline Daumard : « À la veille de la Grande Guerre, à Paris, plus le montant de la fortune augmentait, plus croissait le nombre des porteurs et la part des valeurs étrangères dans le patrimoine. »[3] Dans l'Hérault, l'exemple de Bret tend à confirmer la similitude de ces pratiques de capitalisation mobilière et financière.

[1] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 204.
[2] Principalement dans les colonies ou les « pays neufs » (EUA, Russie).
[3] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 206.

Tab. 74 : La diversification des valeurs mobilières chez P. Bret (1912)				
Type de valeurs	**Pourcentage**	**Rendement**		**Valeur**
Actions	63 %	À la revente		Max : 41.625 F[1]
Parts	9 %	À la revente		Max : 27. 985 F[2]
Obligations	21 %	Annuel		Entre 3 et 4,5 %
Rentes	5 %	Annuel		Entre 4 et 5 %
Baux	NC	Mensuel		10.000 F
Assurance-vie	2 %	Décès		10.000 F
Zones géographiques	*Local*	*National*		*International*
	14 %	34 %		52 %
Types d'activité	*Industrie-Énergie*	*Transport*	*Banques*	*Divers*
	44 %	16 %	16 %	23 %

Enfin, cet argent est également investi dans la maison de commerce elle-même, comme capital de base : Pujol investit 100.000 F dans sa société en nom collectif en 1905 tout comme les Bühler en 1910. En 1905, Joseph Thau rachète à la famille de son associé récemment disparu, Joseph Banel, les parts qu'ils détiennent dans la maison « Banel et Thau ». Il doit alors débourser 2.2 M de F, ce qui est un investissement considérable[3]. À sa mort, Bret possède pour plus de 61.000 F de marchandises. À cette époque, d'autres investissements sont également réalisés dans des maisons de commerce gérées en commandite : en 1905, lorsque Barron s'associe avec Bouquet, il lui apporte 50.000 F[4] alors que Boussagol investit dans certaines maisons de sa propre clientèle[5]. C'est là aussi une pratique classique chez les négociants qui investissent une partie de leur fortune dans leurs affaires[6].

L'importance donnée à ce patrimoine pousse les négociants à chercher à le renforcer pour pouvoir disposer d'une aisance financière qui assure son prestige social mais également sa surface commerciale.

Consolidation du patrimoine et emprise sur le marché

À l'origine, l'essentiel du patrimoine mobilier et immobilier provient de la famille. Nous avons évoqué le cas de la puissante famille Voisin où Urbain hérite de son père. Mais il ne s'agit pas ici d'un cas unique ni réservé aux tranches supérieures de la société commerciale héraultaise. À Mèze, le négociant Loubet dispose d'un capital immobilier mis à disposition par son père et de 50.000 F prêtés par sa famille. Les frères Bourdel dans le biterrois sont « soutenus par leur père qui est multimillionnaire »[7]. À Montpellier, Charles Warnery qui, est le fondé de pouvoir de la maison « Leenhardt-Bazille », hérite en 1908 de 880.000 F, après avoir reçu en

[1] « Société des phosphates du Dyr »
[2] « Canal de Suez »
[3] ADH : 3 Q 15410, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Béziers, 37-158/1891.
[4] ABDF : Béziers, 1905.
[5] ABDF : Béziers, 1913.
[6] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 191.
[7] *Idem*.

épousant sa femme, née Leenhardt, près de 1,5 M de F[1]. Cet apport lui permet d'ouvrir sa propre maison à Sète. Dans le port héraultais, Archbold-Aspold hérite de 300.000 F de son père, lui permettant ainsi de régler ses dettes[2]. À Frontignan, à la mort de Frédéric Vivarès en 1905, ce dernier laisse à ses enfants et à sa femme près de 900.000 F. Si une partie est partagée entre les filles déjà mariées sous forme de dot, la plus grande partie est réinvestie dans le négoce des vins, dont le fonds de commerce représente près de la moitié de la fortune[3].

De fait, ce sont des logiques de transmission du patrimoine qui ont cours dans le monde du négoce. Il s'agit d'une consolidation du patrimoine familial par le biais de pratiques communes aux élites[4] : legs et consolidation, notamment au moyen de stratégies endogamiques. Ainsi, l'ensemble des grandes familles du négoce montpelliérain (Leenhardt, Bazille, Cazalis, Warnery) sont liées entre elles par diverses alliances matrimoniales, auxquels se joint la puissante famille Castelnau, impliquée elle dans la finance[5]. Ces pratiques endogamiques et homogamiques sont généralisées dans le département, notamment dans les différents centres d'expédition (Sète, Montpellier, Béziers, Frontignan, etc.) où la domination élitiste passe par la conservation du patrimoine dans un entre-soi social[6]. Il s'agit alors par le biais des unions matrimoniale de « tourner les clés financières [qui] ouvrent la porte de patrimoines susceptibles d'être mobilisés à leur tour dans l'investissement au profit de l'économie moderne. »[7]

Ces familles les plus fortunées sont celles qui sont implantées dans le département et dans le négoce depuis le plus longtemps comme les familles Bühler à Béziers, Leenhardt à Montpellier, Franke à Sète, toutes trois originaires d'Europe septentrionale et dont les arrivées datent du milieu, voire du début du XIXe siècle. Citons également les familles Taillan, Banel ou Chauvain qui ont débuté leur activité à Sète dans la seconde moitié du XIXe siècle. C'est également vrai dans les zones rurales où les maisons – et les familles – les plus puissantes, sont les plus anciennes : Voisin a commencé son activité à Marseillan au début des années 1880 ; la famille Granier à Magalas dans les années 1860 tout comme les Boussagol à Coulobres. Au début du siècle, toutes ces familles fortunées sont, pour l'écrasante majorité, dirigées par la seconde voire la troisième génération de commerçants. Il y a bien évidemment quelques exceptions dans cette période, notamment des familles qui se sont considérablement enrichies au début du siècle ou au tournant des années 1910, mais elles restent relativement rares[8].

Par ailleurs, dans l'ensemble, les difficultés de la filière qui sont récurrentes et paroxystiques ne touchent que modestement cette élite. En effet, les grands livres de « C. Granier » montrent qu'avec une politique ciblée et raisonnée, la croissance, même en période de crise est possible. Cette politique de croissance s'appuie en grande partie sur le patrimoine familial. En

[1] ABDF : Montpellier, 1904 et 1914.
[2] ABDF : Montpellier, 1914.
[3] ABDF : Sète, 1905.
[4] On les retrouve dans d'autres activités comme l'industrie lainière étudiée par J.-C. Daumas. Cf. DAUMAS J.-C., *L'amour du drap…*, *op. cit.*
[5] Voir arbre généalogique page 213-215.
[6] Voir les arbres généalogiques en annexes, p. 1169-1177.
[7] BONIN H., *op. cit.*, p. 76.
[8] Comme la maison biterroise « Diot » en 1904 qui gagne près de 500.000 F en une année grâce à un bénéfice exceptionnel.

1906, le capital immobilier de la maison s'élève à 235.000 F et les effets en portefeuilles à 4.000 F. En 1919, ce capital immobilier est passé à 303.000 F et le capital financier à 46.000 F, soit une augmentation de 30 % pour le capital immobilier et un capital financier multiplié par 10. À Montpellier, lorsque Charles Leenhardt décède en 1900, il lègue à ses héritiers (ses deux filles, ses deux fils et deux de ses petits-fils) une fortune de 2,12 M de F[1]. Lorsque Pierre le fils qui avait repris la maison de commerce décède en 1913, sa fortune s'élève à près de 860.000 F[2]. Alors qu'il n'avait hérité que d'un quart de la fortune de son père (dont le domaine familial de Fontfroide, s'élevant à 200.000 F), Pierre a su capitaliser et faire fructifier son patrimoine grâce à un commerce des vins lucratif et assez stable, en dépit des crises cycliques[3].

Les rapports des succursales permettent de généraliser cette tendance à l'ensemble des maisons de commerce du département et semblent la confirmer[4]. Ainsi, entre le début des années 1900 et la première moitié des années 1910, les familles pour lesquelles nous disposons d'informations chiffrées et qui sont présentes dans les deux tranches chronologiques connaissent une évolution positive.

Tab. 75 : La consolidation des fortunes dans le commerce des vins 1900-1914

Négociant	***Niveau de fortune Années 1900***	***Niveau de fortune Années 1910***
Omer Martel (Béziers)	600.000 F (1901)	950.000 F (1912)
Albert Boussagol (Coulobres)	600.000 F (1909)	800.000 F (1913)
Louis Leenhardt (Montpellier)	350.000 F (1903)	700.000 F (1914)
Louis Chauvain (Sète)	300.000 F (1903)	600.000 F (1910)
Lionel Cazalis (Montpellier)	200.000 F (1901)	« Millionnaire » (1914)

Lorsque les affaires sont « stagnantes », « restreintes » ou « réduites » comme l'indiquent les rapports d'inspection, des apports extérieurs viennent renforcer le capital familial, grâce à une politique matrimoniale réfléchie. Évoquons ainsi à nouveau le cas de la famille Voisin de Marseillan. Le patrimoine familial des Voisin est renforcé par celui du beau-fils Charles Rey qui épouse la fille de Jean Voisin à la fin du XIXe siècle. Ce dernier est propriétaire de nombreux biens dans la région notamment d'immeubles à Florensac (170.000 F), à Marseillan (43.000 F), de divers autres bâtiments (à Pinet, Bessan ou Agde pour une valeur d'environ 1,5 M de F), de deux domaines (un à Narbonne et un dans le Marseillanais pour une valeur de plus de 2 M d F) ainsi que d'une maison et des magasins estimés à 100.000 F[5]. Et lorsqu'Urbain récupère le fonds de commerce de son père en 1906, Charles Rey vend le sien pour s'associer à son beau-frère. Au début du siècle à Sète, la famille Coste reçoit de la famille Amadou avec qui elle est alliée un héritage de 400.000 F qui vient renforcer une fortune déjà

[1] ADH : 3 Q 10285, Enregistrement, Mutations par décès, Montpellier, 21/12/1900-538.
[2] ADH : 3 Q 10359, Enregistrement, Mutations par décès, Montpellier, 25/08/1913-523.
[3] En 1908, sa maison de commerce est répertoriée comme « faisant des affaires importantes » et comme l'une des plus importantes de la place. Cf. ABDF : Montpellier, 1900-1913.
[4] Les chiffres suivants sont tirés de ABDF : Sète, Montpellier, Béziers pour les années 1900-1904 et 1910-1914.
[5] ADH : 3 Q 126, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Marseillan, 37-538/1892.

conséquente[1]. Bonnaventure, lui, est soutenu par son beau-père dont l'apport financier vient consolider un beau patrimoine au début du siècle[2]. À Béziers, Jean Pradal, l'ancien président du tribunal de commerce, est décrit au début du siècle comme n'ayant « aucune fortune personnelle » et étant soutenu par sa femme qui est « riche de 100.000 F en maison et vignes »[3]. À Marseillan, Florentin Fayet, qui est présenté comme « étant bien marié », obtient au début des années 1910 par le biais de sa femme un héritage de 180.000 F qui doublent le patrimoine originel de la famille, évalué entre 150 et 200.000 F au début du siècle[4]. Urbain Voisin, lui, reçoit 200.000 F de sa belle-mère qui complètent le financement d'une activité déjà florissante[5]. Ainsi, les rapports d'inspection de la BDF n'hésitent pas à informer des « beaux mariages » ou des épouses « appartenant à de riches familles » comme l'épouse de Roch Crozals, le fils de Paul Crozals, l'un des négociants biterrois les plus en vue de la place[6]. C'est là un critère primordial dans la bonne tenue des maisons de commerce sur le marché des vins, même les plus modestes[7].

Ces renforcements de patrimoine se convertissent sur le marché des vins par une croissance de la maison de commerce. Ainsi, Jean Voisin profite de ses achats quartier du port et de sa fortune croissante pour acheter des chais sur les quais et les agrandir[8]. Suivant la logique paternelle, Urbain achète un grand domaine (près de 300.000 F) qui lui assure une production et un lien renforcé avec la viticulture, ce qui constitue un signe de légitimité dans les milieux commerciaux[9]. À Frontignan, au fur et à mesure que son activité s'accroît, Victor Anthérieu acquiert de nouveaux magasins (1899, 1911, 1919)[10]. À Sète, Jules Falgueirettes fait lui l'acquisition – grâce à la fois à l'aide paternelle, à la dot de sa femme (21.000 F) et à sa réussite commerciale – de larges magasins, rue de la douane, pour 300.000 F[11]. Cette pratique se généralise également dans les villages. À Poussan, Louis Soulié fait l'acquisition de magasins en 1919 tout comme Jean-Baptiste Tudez qui profite de la fortune de sa famille pour investir dans le commerce des vins et faire l'achat d'un magasin, d'un hangar et d'une cour dans le village en 1916. À Magalas, chez les Granier, fort de l'accroissement de capital relevé par ailleurs, les investissements pour la maison (matériel, mobilier, etc.) sont passés de 60.000 à 157.000 F, soit un investissement qui a quasiment triplé[12] pour permettre à la maison de prendre une nouvelle dimension sur le marché. D'ailleurs, signe de cette croissance, la maison de commerce apparaît dans la rubrique « endosseurs et principaux engagés » de la succursale de Béziers à la fin des

[1] ABDF : Sète, 1901.
[2] *Idem*.
[3] ABDF : Béziers, 1903.
[4] ABDF : Sète, 1900-1914.
[5] ABDF : Sète, 1912.
[6] Cette dernière est qualifiée de « millionnaire » par le rapport de la BDF en 1899. Dans le même ordre d'idées, la belle-fille d'O. Martel, président du syndicat des vins, est présenté comme « ayant de la fortune » en 1909.
[7] C'est le cas, par exemple, à Sète pour la famille Moris dont le mari et l'épouse disposent de 20.000 F en immeuble (ABDF : Sète, 1901).
[8] Cf. *supra*. tab. 69, p. 575.
[9] ADH : 3 Q 127, 138, *op. cit.*, Marseillan, 38-137/1893, 49-1381/1924.
[10] ADH : 3 Q 5303, *op. cit.*, Frontignan, 12-387/1884.
[11] ADH : 3 Q 15418, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Marseillan, 45-689/1908.
[12] ADH : 106 J 225, *op. cit.*

années 1900 avec des avis favorables[1]. Ainsi, sur cette période, pourtant difficile pour le commerce des vins, la surface financière de la famille et de la maison tend à s'accroître.

Néanmoins, certaines trajectoires familiales sont plus compliquées et douloureuses, notamment pour les familles déjà en difficulté au début du siècle et qui ne peuvent faire face aux crises de mévente. C'est le cas de la maison « Perrin et fils» dont le rapport biterrois de 1901 souligne les « mauvaises affaires » et les « effets en souffrance » d'un commerçant pourtant décrit comme « honnête et actif »[2]. Or la maison « Perrin et Fils » fait faillite en 1909 avec près de 400.000 F de passif, soit le double de ses actifs[3]. À Sète, Bonnaventure, qui avait repris la maison de son beau-père, connaît de nombreuses mésaventures commerciales en raison de ses « piètres capacités commerciales » et en 1909, il est noté qu'il a « compromis son patrimoine »[4]. En 1911, Omer Martel connaît également des difficultés financières majeures entamant son patrimoine personnel à la suite de déboires commerciaux[5].

Que leurs larges patrimoines proviennent d'une acquisition verticale par héritage, horizontale par mariage ou capitaliste par accumulation de gains, on ne peut nier la croissance encore marquée des grandes familles héraultaises en ce début du siècle. Elles poursuivent une tendance qui s'était amorcée dès la seconde moitié du XIXe siècle et qui les avaient vues jouer un rôle important dans le financement du commerce des vins[6]. Ainsi, alors que la filière connaît des difficultés, les grandes familles commerçantes accroissent leur pouvoir sur le marché des vins.

Mais la période suivante, synonyme de bouleversements économiques et de profondes mutations sur le marché des vins, remet en question cette hiérarchie.

Années 1920-années 1960 : L'émergence d'une nouvelle bourgeoisie

À l'instar des évolutions en cours dans la société française[7], la guerre de 1914-1918 marque une césure nette dans la hiérarchisation sociale du négoce héraultais, principalement en raison des nouvelles fortunes qui s'y sont construites[8]. Si les grandes familles ont plutôt bien résisté à la crise des années 1900, elles ont plus de difficultés à faire face aux aléas des années 1920-1930 tandis qu'émerge une nouvelle bourgeoisie qui connaît elle-même une mutation dans les années 1950[9].

---

[1] ABDF : Béziers, 1909.
[2] ABDF : Béziers, 1901.
[3] ADH : 6 U 1 98, Tribunal de Commerce d'Agde, Faillite Perrin et fils, 1909.
[4] ABDF : Sète, 1909.
[5] Certains de ses associés se retirent de la société qu'il avait créé et il est « pris » dans la liquidation d'une maison girondine qui lui fait perdre plus de 100.000 F (ABDF : Béziers, 1911).
[6] De nombreuses familles font à la fois fortune dans le commerce des vins et dans l'escompte, à tel point que certaines familles abandonnent le commerce pour se lancer dans la banque comme la famille Thel à Béziers dans les années 1890. A Gignac au début du siècle, les Lavaysse font à la fois du négoce et de l'escompte tandis que Gross lui est spécialisé dans « les vins, les 3/6 et les recouvrements ».
[7] A. Daumard évoque une « bourgeoisie au temps des épreuves ». Cf. DAUMARD A., *op. cit*., chap. VI.
[8] Cf. *supra*, « Le front : une opportunité ? », p. 240-246.
[9] Il est plus délicat ici d'adopter une approche quantitative car les sources se font plus discrètes au sujet de la fortune des familles de négociants.

Le basculement de l'entre-deux-guerres

Si un basculement s'opère au début des années 1920 avec l'établissement d'une nouvelle hiérarchie qui fait disparaître lentement les grandes familles du sommet de la pyramide sociale, c'est en grande partie parce qu'émergent d'autres puissances familiales. Ces dernières bénéficient de plusieurs facteurs qui expliquent leur accession à des niveaux de fortune dépassant le million de F, ce que les rapports d'inspection de la BDF considèrent comme des situations particulièrement confortables[1].

Ainsi, bien que les hiérarchies restent sensiblement les mêmes, on note un renouvellement des patronymes dans les tranches supérieures. Les rapports d'inspection de la BDF permettent de définir une nouvelle hiérarchie pour cette période.

Tab. 76 : Les niveaux de richesse dans le Commerce héraultais Quelques exemples de patrimoines familiaux dans le département 1920-1939	
Jusqu'à 200.000 F	Jeanjean à Saint-Félix-de-Lodez ; Barat à Montpellier ; Bertrand à Sète ; Audibert, Fajon à Pézenas ; Cabrol à Béziers ; Gros à Saint-Thibéry
Jusqu'à 1 M de F	Augé à Cessenon ; Arnal à Lodève ; Coste à Paulhan ; Lavergne à Lansargues ; Chauliac-Lahonde, Roussel-Lacombe à Montpellier ; Arnal-Salze, Milhau, Prat, Sprecher à Sète ; Bouthier à Frontignan ; Abbal, Affre, Marty, Ricard, Rouanet à Béziers ; Baïsse à Marseillan ; Granier à Magalas ; Serre à Maureilhan ; Viste à Saint-Chinian
Entre 1 et 5 M de F	Cazalis à Montpellier ; Guibal à Clermont-l'Hérault ; Alby, Clauzel, Defarge, Herber, Philippon, Pascal, Taillan, Tous à Sète ; Bècle à Frontignan ; Arnaud à Mèze ; Azam à Capestang ; Balmefrezol à Magalas ; Baudassé à Marseillan ; Granaud, Pétrier à Béziers
Plus de 5 M de F	Leenhardt-Bazille, Warnery à Montpellier ; V. Anthérieu à Frontignan ; Prats, Clarac, Domerc, Ravel à Sète ; Bühler, Crozals, Guy, Huc, Meyer à Béziers

Source : ABDF : Sète, Montpellier, Béziers, 1920-1939

On le voit, on assiste à une hausse des bornes (logique en raison de la dépréciation du franc) mais surtout à l'apparition massive de nouvelles familles dans les deux tranches supérieures. Cette évolution résulte de plusieurs facteurs.

Les grandes maisons de commissions qui jusque-là étaient particulièrement limitées en nombre et en surface financière font tout d'abord leur apparition. Ainsi, en 1905, le rapport d'inspection de la succursale de Béziers rapporte, à propos de la maison de commissions en vins « Clément-Pomarède », qu'elle est « sans surface et sans ressources », alors que la toute récente maison « Bouquet et Baron », elle aussi à la commission, dispose de « ressources très

[1] On note ainsi que dès 600 à 700.000 F de fortune dans les années 1920-1930, les inspecteurs de la BDF considèrent que la famille est « riche » ou « très fortunée ».

limitées » et « peu en rapport avec ses frais généraux »[1]. L'ensemble des rapports d'inspection mettent en avant la faiblesse structurelle et financière de ce type de maisons – purement commissionnaires – qui sont des nouveautés sur les marchés héraultais. Néanmoins, à la fin des années 1900 et dans les années 1910, la qualité de la clientèle de ces maisons laisse présager une évolution positive dans la période suivante.

Dans les années 1920, la situation s'est inversée. En 1928, la maison « Allengry » dont le propriétaire Marius Allengry est commissionnaire pour son propre compte depuis 1921 seulement, est l'un des principaux cédants de la succursale de la BDF[2]. Cet exemple est particulièrement caractéristique : Allengry est un ancien employé de la maison « Luques » qui alors qu'elle était l'un des principaux endosseurs de la BDF, dans les années 1910, disparaît des registres de la succursale biterroise[3]. Paul Luques, ancien juge au tribunal de commerce, dont la fortune est évaluée entre 700 et 800.000 F en 1914, « l'un des négociants les plus adroits et considérables de la place »[4], est ainsi remplacé, dans la hiérarchie sociale biterroise, par l'un de ses anciens employés devenu commissionnaire. Si cet exemple est symbolique de la mutation du marché des vins dans l'Hérault et de la montée en puissance des commissionnaires sur ce marché, il est également révélateur de l'inversion sociale qui est en train de se jouer dans le négoce, et en particulier au sein de son élite. À l'image du négoce bourguignon où le petit négoce rural est en train de s'imposer sur le marché[5], dans l'Hérault, ce sont les commissionnaires qui émergent.

Dès lors, à Béziers en 1928, la commission est devenue une activité très rentable et qui par la souplesse qu'elle procure et le peu de fonds qu'elle réclame, s'avère rassurante. Plusieurs endosseurs majeurs de la Banque sont des commissionnaires : Bernard, Bouttes, Cros, Fajon par exemple dans les années, alors que c'était exceptionnel dans les années 1900 et 1910. En outre, dans le même temps, la nouvelle génération de négociants issue des grandes familles n'a plus la même réussite ni la même implication que les générations précédentes dans le commerce des vins. À Frontignan, Jules Chappotin qui a pris la succession de son père au début des années 1920, ne dispose plus de « capitaux liquides » en 1928 et son père est forcé d'hypothéquer pour 500.000 F de ses biens pour couvrir son fils[6]. À Montpellier, la maison « Leenhardt-Bazille » s'effondre en 1923 après de mauvais investissements de Louis, le dernier descendant des Leenhardt, associé à des commissionnaires locaux « trop ardents et sans surface financière ». Les familles Leenhardt et Cazalis sont alors forcées d'avancer plus de 600.000 F pour combler les dettes alors que Mme Leenhardt doit vendre sa collection de tableau pour aider son fils et la société dont elle est la garante principale[7]. À Béziers, la prestigieuse famille Crozals, qui avait fait fortune dans la première partie du siècle[8], vend 66% de son entreprise aux Vissac qui la dirigent après le retrait de Paul Crozals. C'est une rentrée d'argent pour la famille après le décès (et donc le retrait financier) du plus fortuné des fils Cro-

[1] ABDF : Béziers, 1905.
[2] ABDF : Béziers, 1928.
[3] Elle a été rachetée par « Gros et Cie » pour près de 750.000 F.
[4] ABDF : Béziers, 1914.
[5] LUCAND C., *op. cit.*, p. 296.
[6] ABDF : Sète, 1928.
[7] ABDF : Montpellier, 1919-1924.
[8] Et dont le père Paul a été président de la Chambre de commerce.

zals et elle est le symbole du désengagement de certaines vieilles familles biterroises dans le négoce du vin. En effet, Vissac est l'ancien gérant de la maison Crozals à Oran. Ayant fait fortune en Algérie, il rachète la société qui l'employait jusqu'au milieu des années 1920 tandis qu'Alfred, le dernier fils des Crozals, se retire de la direction de la maison. D'ailleurs, en 1930, la fortune de l'ancien gestionnaire est aussi élevée que celle de l'héritier (3 M de F)[1]. À Sète, la famille Chauvain se retire peu à peu du commerce des vins. Dans la période précédente, une grande partie de la famille n'avait pas voulu suivre les traces du père déjà : sur les sept enfants, seuls deux s'impliquent dans le commerce des vins, Louis et Marius, les autres revendant leurs parts dans la société familiale dès 1907[2]. Dès l'après-guerre et après la mort de Louis, Marius s'associe avec leurs fondés de pouvoir, les frères Clarac, pour former « M. Chauvain et Cie » puis « Clarac frères et Chauvain » où Marius n'a plus aucune responsabilité commerciale. Ses fils finissent par vendre les quelques parts qu'ils conservaient à la fin des années 1930[3].

En réalité, cet exemple est symptomatique d'une autre cause du basculement dans l'entre-deux-guerres : le rapide enrichissement de certaines familles jusque-là plus en retrait dans la hiérarchie. De nombreuses maisons se sont enrichies pendant la guerre ou au sortir de la guerre et prennent petit à petit la place des vieilles familles issues de l'aristocratie urbaine ou terrienne héraultaise[4]. C'est le cas par exemple avec Victor Anthérieu dont la puissance financière s'accroit considérablement pendant la guerre comme le souligne le rapport de la succursale de Montpellier en 1924[5]. En fait, Anthérieu a surtout eu, au début des années 1910 une idée lumineuse : concentrer la production de muscat de Frontignan en un seul lieu dont il assurerait l'écoulement. Ainsi, en 1910 est créée la « Société coopérative anonyme de producteurs de muscats de Frontignan ». L'objectif est, comme dans les autres caves coopératives qui voient le jour à cette période, de mettre en commun les moyens de vinification et de stockage. Mais, à la différence des autres caves dont l'objectif est justement de limiter la pression commerciale engendrée par le monopole des négociants, à Frontignan, l'ensemble de la production de la cave est commercialisée par un seul négociant : Victor Anthérieu. En 1912, fort du succès et des retombées économiques, il crée une société de vente qui se substitue à sa maison de négoce mais dont il est le principal actionnaire. En plus des 50 actions dont il dispose et des pouvoirs de directeur gérant statutaire, Anthérieu reçoit 15 % des bénéfices[6]. Pendant la guerre, la coopérative dont Victor est entre-temps devenu le président réalise de gros bénéfices, ce que n'omet pas de souligner le rapport de la banque de 1924 pour expliquer la source principale de cette richesse[7]. C'est un succès éclatant pour Victor, cadet d'une grande famille frontignanaise investie dans le muscat, mais dont la réussite dépasse tous les autres membres de la famille. En

[1] ABDF : Béziers, 1919-1930.
[2] ADH : 3 Q 15418, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 45-530/1908.
[3] ADH : 3 Q 15406, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 33-268/1884. Pour plus de précisions, voir la biographie de la maison en annexes, p. 1203.
[4] A. Daumard relève que « la guerre qui appauvrit la France entraîna de nombreux enrichissements individuels », ce qui est le cas dans le négoce languedocien en général et héraultais en particulier. Ce sont ceux qu'elle nomme « les nouveaux riches ». (cf. DAUMARD A., *op. cit.*, p. 270-275).
[5] ABDF : Montpellier, 1924.
[6] ODAC, *Le Muscat de Frontignan, un vignoble entre tradition et modernité*, Frontignan-La Peyrade, 2000, p. 28-29.
[7] ABDF : Montpellier, 1924.

1930, l'inspecteur de la BDF relève que la famille Anthérieu dispose de plus de 10 M de F de fortune[1].

En conséquence, le patrimoine de la famille Anthérieu est particulièrement important et s'accroît largement durant l'entre-deux-guerres. Désormais les Anthérieu[2] disposent de nombreux biens immobiliers à Frontignan, mais également en dehors de la cité muscatière (tab. 77).

Tab. 77 : La poursuite d'une stratégie d'emprise foncière : les principales acquisitions de la famille Anthérieu à Frontignan et alentours Années 1920-1940

1922	Maison et enclos (1,3 ha)	Frontignan	20.350 F
1922	Maison	Frontignan	22.000 F
1923	Terrain et vignes	Frontignan	31.500 F
1927	Immeubles	Frontignan	230.000 F
1929	Maison et magasin	Frontignan	100.000 F
1930	Vignes (muscat)	Frontignan	50.000 F
1932	Magasin et cour	Frontignan	20.000 F
1935	Immeuble	Sète (quai d'Alger)	150.000 F
1936	Terrain	Sète	?
1937	3 magasins	Frontignan	80.000 F
1943	Magasin et Cour	Frontignan	90.000 F

Sources : ADH : 3 Q 5303 et 5304, *op. cit*.

Ces acquisitions ont pour objectif de répondre à une croissance toujours plus soutenue de la maison « V. Anthérieu », désormais gérés par le fils de Victor et ses beaux-fils, Eugène Orsetti et Georges Soubrier[3]. Ainsi, outre l'acquisition de bâtiments servant aux expéditions et au stockage des VDN (dont la maison concentre les 2/3 de la commercialisation locale) à Sète et à Frontignan, la société fait construire de nouveaux chais à Frontignan (1935) et à Sète (1936). En 1945, la fortune de Mme Anthérieu est estimée à 41 M de F[4].

À Mèze, la maison Guibal a réalisé également de substantiels bénéfices pendant la guerre alors que jusqu'en 1914, c'est une maison de second voire de troisième ordre comme le fait remarquer le rapport sétois de 1922[5]. Parmi les réussites sétoises, notons également la famille Hayat. D'origine tunisienne, issu d'une famille liée par sa femme au Bey de Tunis, Hayat est un habile spéculateur qui a fait fortune au tournant des années 1920 et qui a fondé en 1921 les « Comptoirs de France » qui importent du vin en provenance du Maghreb vers la région parisienne[6]. À Béziers, les frères Guy mènent des affaires florissantes dans les années 1920. Alors qu'ils étaient absents des rapports d'inspection lors de la période précédente, ils sont dé-

[1] ABDF : Sète, 1930.
[2] Victor puis, après son décès, son épouse Rose Anthérieu-Chappotin.
[3] ABDF : Sète, 1931.
[4] ADH : 3 Q 5304, *op. cit.*, Frontignan, 13-142/1885
[5] ABDF : Sète, 1922.
[6] Les « Comptoirs de France » ont été fondés avec un négociant de Charenton qui distribue ensuite le vin à de la clientèle bourgeoise. (cf. ABDF : Sète, 1922).

peints comme « disposant des plus abondantes ressources » et leur maison est « une des premières, si ce n'est la première des maisons de Béziers » à cette époque. En 1935, Joseph Guy dispose d'une fortune s'élevant à plus de 10 M de F[1]. Dans les années 1920-1930, les Huc, décrits comme une famille à la tête d'une maison de second ordre en 1902, assoit sa fortune et les inspecteurs relèvent leur fort patrimoine[2]. À la fin des années 1930, ils possèdent une fortune s'élevant à plus de 6 M de F à laquelle s'ajoutent les 3 M de René Sicard, époux de leur sœur[3]. À Sète, Ernest Alby qui a repris la maison familiale avec son beau-frère dispose à la fin des années 1930 d'une fortune s'élevant à 7 M de F (et 12 M pour son beau-frère)[4], fortune en constante progression durant l'entre-deux-guerres[5]. À Cessenon, Jules Augé, réalise également de gros profits au tournant des années 1930 après un rapide développement[6]. Cela lui permet d'investir dans une propriété qu'il habite avec sa femme[7]. À Clermont-l'Hérault, la famille Salasc poursuit son développement entamé dans les années 1910 et dispose de plus de 500.000 F de propriétés immobilières en 1933[8] auxquels il faut ajouter 600.000 F investis dans la maison de commerce[9].

À Sète, les deux frères Clarac qui ont repris l'activité de la maison « M. Chauvain et Cie », s'enrichissent eux-aussi rapidement. À l'instar des grandes familles du début du siècle, ils s'engagent alors, eux aussi, dans une stratégie d'emprise foncière familiale. Ici l'aspect familial est renforcé par les achats en commun effectués par les deux frères[10] :

Tab. 78 : Les acquisitions d'une nouvelle famille bourgeoise
La famille Clarac à Sète durant l'entre-deux-guerres

1919	Propriété (Butte Ronde – Mont Saint-Clair)	20.000 F
1922	Maison (rue des postes)	160.000 F
1925	Baraquette (Mont Saint-Clair)	?
1920-1930	Immeubles divers	300.000 F

En 1946, Victor Clarac possède une fortune évaluée à près de 7 M de F. Ici aussi, cette puissance est investie dans le commerce : achat de magasins ; construction de chais (1931, quai de Bosc) ; augmentation du capital (1926 et 1942 : 50.000 F à chaque fois)[11].

Enfin, dans le port héraultais émerge durant l'entre-deux-guerres la puissante famille Prats. Il s'agit là d'un cas symptomatique de l'attractivité du négoce des vins en vertu des considérables fortunes que l'on peut y faire. Jean Prats, qui épouse une des filles d'un négociant en vue de l'époque (Henri Mounet), dispose dans les années 1890 d'un petit patrimoine qui lui

[1] ABDF : Béziers, 1921-1935.
[2] En 1930, le rapport de la BDF souligne la « grosse fortune » des deux frères qui ont succédé au père Louis décédé en 1920.
[3] Cette fortune se décompose d'une propriété à Restinclières, d'immeubles à Montpellier, de terrains à bâtir à Béziers et d'une fortune mobilière de près d'1 M de F.
[4] ABDF : Sète, 1945.
[5] En 1930, il ne dispose que d'1 M de F de fortune, soit sur les années 1930, une fortune multipliée par plus de 5.
[6] ABDF : Béziers, 1933.
[7] ADH : 3 Q 13407, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Saint-Chinian, 30-2016/1914.
[8] *Idem*.
[9] Fonds privés familiaux, voir annexes, p. 1056 pour une liste du patrimoine entrepreneurial.
[10] ADH : 3 Q 15385, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 12-534/1869.
[11] *Idem*.

permet lors de la fondation de « Cazalis & Prats » en 1892 d'apporter la moitié du capital de la maison de commerce, soit 15.000 F. Il est également propriétaire au début du siècle d'un terrain et d'une maison dans le quartier de la Caraussane à Sète (environ 30.000 F). Mais il s'agit là d'un patrimoine moyen qui prend une toute autre ampleur dans les années 1920. En effet, c'est surtout durant l'entre-deux-guerres que la puissance des Prats s'étend dans la ville. En 1919-1920, il acquiert une propriété de 50.000 F et trois immeubles quai de Bosc pour près de 300.000 F. Il fait également construire l'imposante villa « Marie-Louise » puis devient propriétaire d'un appartement sur les Champs-Élysées à Paris où il réside à partir des années 1930. Son fils, Jean-Honoré[1], achète en 1928 une maison quai Noel Guignon de 150.000 F puis un immeuble quai de Bosc l'année suivante (250.000 F). En 1931, il investit dans une maison rue des postes et un pavillon sur la plage de la Corniche. À la fin des années 1930, il achète une baraquette sur le Mont Saint-Clair, un immeuble dans le Tarn puis dans les années 1940 une campagne à la Butte-Ronde puis la villa « Saint-Michel » d'une valeur de 400.000 F. Les deux négociants investissent également dans d'autres sociétés : en 1937, Jean achète 50 actions du Crédit marocain tandis que son fils investit sous la forme de prêt 700.000 F dans la « Société sétois de transport » à la même époque. Au milieu des années 1940, la fortune du père et du fils dépasse les 100 M de F. En outre, à cette fortune s'ajoute celle de la belle-fille de Jean, Arlette Ginestet[2], dont le mariage célèbre l'union de deux puissances du négoce sétois et bordelais en 1929. La famille Prats est alors la famille la plus puissante de la ville à cette période. Lorsqu'il décède en 1950, la fortune du seul Jean Prats s'élève à plus de 160 M de F[3].

Néanmoins, certaines anciennes familles résistent à ce renouvellement massif. À Béziers, Paul Granaud poursuit l'œuvre de son père et dispose personnellement (au même titre que son père) d' « une belle fortune mobilière et immobilière »[4]. Celle-ci s'élève à près de 14 M de F à sa mort en 1948[5]. À Montpellier, dans les années 1930, « Parlier & Krüger » dominent toujours le marché montpelliérain, chacun des associés disposant de « larges garanties mobilières et immobilières », sûrement plusieurs millions de F selon l'inspecteur de la BDF[6]. À Sète, la famille Alby, dont le père Jules avait fondé une profitable maison de commerce dans le dernier tiers du XIXe siècle, jouit toujours d'une fortune considérable et connaît même une croissance marquée durant l'entre-deux-guerres. Déjà propriétaire d'un magasin avenue V. Hugo et d'un immeuble à Nîmes, Ernest Alby achète avec sa sœur Émilie pour plus de 250.000 F d'immeubles en 1926 dans lesquels ils logent et installent leurs magasins. Deux ans plus tard, ils achètent une maison de campagne aux Métairies, à la périphérie de la ville, d'une valeur de 150.000 F. Ils sont également propriétaires de vignes, d'oliviers et de terrains[7]. Grâce au mariage d'Émilie avec un autre négociant sétois, Simon Gantet, la fortune de la famille Alby-

[1] Dont l'une des passions était les acquisitions immobilières comme nous l'a appris son fils, Jean-Marie.
[2] Sa propre fortune s'élève à près de 7 M de F à l'époque, notamment en actions et bien immobiliers (dont le château de Marbuzet dans le Bordelais.
[3] ADH : 3 Q 15885, Enregistrement, Mutations par décès, Sète, 18/06/1852-263.
[4] ABDF : Béziers, 1928. En 1930, cette fortune est estimée de 2 M de F contre près d'1 M pour son père à la fin des années 1900.
[5] ADH : 3 Q 3348, Enregistrement, Mutations par décès, Béziers, 27/07/1949.
[6] ABDF : Montpellier, 1933.
[7] ADH : 3 Q 15411, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 38-41/1892.

Gantet s'élève à près de 20 M de F au milieu des années 1940. Cette fortune sert à financer la maison « J. Alby » dont Alby et Gantet sont les principaux actionnaires[1]. Dans la même ville, la famille Coste dispose toujours d'une fortune considérable durant l'entre-deux-guerres. Après avoir fondé la banque « Dupuy-Coste », la famille s'investit dans le négoce. À la mort de son plus illustre représentant, Paul, en 1930, la fortune de ce dernier s'élève à plus de 3 M de F répartis de la manière suivante[2] :

Tab. 79 : État de la fortune de Paul Coste à son décès Sète 1930	
Valeurs mobilières	2,66 M de F
Valeurs immobilières	230.000 F
Dépôts bancaires	168.000 F
Mobilier	96.000 F

On voit qu'ici, la part des valeurs mobilières est considérable, plus de 85 % des actifs identifiés, ici aussi répartis en bons, obligations et rentes (pouvant rapporter jusqu'à 665.000 F pour une rente de 26.300 F, établie en 1918 à un taux de 4 %). C'est là l'un des effets de ce qu'on a appelé « la fin des rentiers », c'est-à-dire le désinvestissement des fortunes de la rente immobilière en raison de l'action combinée de l'inflation et du blocage des loyers et des fermages. Comme Bret dans la période précédente, Coste diversifie ses investissements (tab. 80).

Tab. 80 : La diversification des valeurs mobilières chez P. Coste				
Type de valeurs	**Pourcentage**	**Rendement**		**Valeur**
Actions	59 %	À la revente		Max : 141.300 F[3]
Obligations	26 %	Annuel		Entre 4 et 6 %
Rentes	6 %	Annuel		Entre 4 et 5 %
Bons	6 %	À terme		Max : 8 %[4]
Assurance-vie	3 %	Décès		30.000 F
Zones géographiques	*Local*	*National*		*International*
	24 %	53 %		23 %
Types d'activité	*Industrie-Énergie*	*Transport*	*Banques/assurances*	*Divers*
	28 %	17 %	22 %	33 %

Source : 3 Q 15840, *op. cit*.

Trois notables différences toutefois: Coste investit très rarement à l'étranger, deux fois moins que Bret (dans quelques territoires coloniaux comme le Maroc ou l'Algérie et à proximité en Belgique), dans le monde viticole (Domaines, fûts, CGVMA) et dans de nouveaux secteurs (Magasins du Louvre, Grands hôtels français, Havas). Il y a fort à parier que les investis-

[1] ABDF : Sète, 1926-1945.
[2] ADH : 3 Q 15840, Enregistrement, Mutations par décès, Sète, 27/09/1930-270. Plus de 80 % de cet héritage revient à son fils unique, Gaston, lui aussi négociant en vins.
[3] « Compagnie d'assurances générales Accidents et Incendies »
[4] « Société Hydro-électrique »

sements risqués ou « exotiques » comme ceux de Bret aux États-Unis ou en Russie n'attirent plus les investisseurs français, échaudés par le non-remboursement des emprunts russes. On peut noter également que les obligations auxquelles Coste souscrit ont des taux plus élevés que celles de Bret et qu'il participe à l'élan national en souscrivant des bons nationaux.

Par ailleurs, une des stratégies des anciennes familles pour conserver une position de force sur le marché des vins, et donc une position sociale forte, est l'association commerciale mêlée à l'alliance matrimoniale. Cette dernière peut être à l'intérieur du monde du Commerce comme l'alliance Alby-Gantet ou comme la famille Rieux qui s'allie, par différent mariage croisés, aux Goudet à Marseillan pour fonder « Rieux-Goudet » dans l'entre-deux-guerres. Dans la même logique, en 1927, Raphaël Tous, de la « vieille maison »[1] sétoise « Tous B. » épouse la fille de Pierre Hubidos, négociant sétois prospère à la tête d'une maison de 1er ordre et propriétaire d'immeubles à Barcelone et d'usines de conserves de fruits et légumes à Perpignan[2]. Cette dernière est dotée d'une maison quai de Bosc ainsi que du fonds de commerce de son père. R. Tous profite de sa nouvelle aisance financière pour investir dans d'autres sociétés et faire construire une maison et des chais à Sète en 1934[3]. Il existe également des associations avec des financiers extérieurs comme la famille Bouttes qui fait appel à un ancien avocat de Castres, Rouanet, dont le fils est marié à l'une des filles Bouttes, pour renflouer la société familiale[4]. Toutefois, cet exemple démontre à la fois des velléités de résistance mais également des fragilités, en termes de puissance financière, des anciennes familles qui ne peuvent plus lutter seules comme par le passé.

Mais ces stratégies familiales permettent également de faire émerger de nouvelles puissances. Ainsi, à la faveur d'alliances matrimoniales au sein du négoce sétois, Fernand Clauzel, fils du fondé de pouvoir de la maison « Clarac frères et Chauvain » et neveu des frères Clarac devient, à la fin des années 1930, le seul héritier de la maison mais également de la fortune familiale qui s'élève à plus de 10 M de F[5]. C'est un exemple particulièrement singulier car son père, André, est à l'origine un mécanicien et ne dispose d'aucune fortune (en 1906, il hérite de 1.800 F de ses parents)[6].

Dans les zones rurales, ces logiques sont les mêmes. Si certaines anciennes familles se maintiennent en place, tels les Granier à Magalas, d'autres connaissent des croissances plus ou moins importantes et plus ou moins rapides. À Magalas toujours, les Balmefrezol émergent durant les années 1920-1930 et leur fortune dépasse les 2 M de F au milieu des années 1940[7]. Par ailleurs, la maison « E. Balmefrezol » est décrite dans les années 1930 comme l'une des plus importantes de la région[8]. À Saint-Félix-de-Lodez, les Jeanjean connaissent le même type de trajectoire à cette période alors qu'encore en 1920, leur niveau de fortune était des plus ré-

[1] ABDF : Sète, 1933.
[2] ABDF : Sète, 1921.
[3] ADH : 3 Q 15411, *op. cit.,* 38-163/1892.
[4] ABDF : Béziers, 1921-1935.
[5] ABDF : Sète, 1928-1938.
[6] ADH : 3 Q 15417, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 44-1003/1905.
[7] ABDF : Béziers, 1943.
[8] ABDF : Béziers, 1937.

duit. Cela leur permet d'acquérir en 1936 une propriété de plus de 1000 ha et de moderniser leur maison de commerce[1]. À Poussan, les familles Mazaury ou Poujol impliquées dans le commerce des vins accroissent leur fortune par le biais d'acquisition de terrains et d'immeubles[2]. Néanmoins, dans les zones rurales, les niveaux de richesses et les types d'investissement ne sont pas les mêmes que dans les villes.

Prenons l'exemple de la famille Granier dont les rapports et les archives témoignent de la bonne marche de la maison. Si le patrimoine familial progresse et évolue entre la mort de Camille, le fondateur de la maison de commerce, en 1900 et celle de son fils Paul en 1932, les chiffres et les pratiques sont très éloignées de celles des grands centres d'expédition comme le révèle le tableau 81 où nous comparons pour les deux périodes (avant la Première Guerre mondiale et après) deux fortunes sensiblement semblables.

Tab. 81 : Entre ville et campagne, des disparités nettes (1900-1932)

	Commerce rural		***Commerce urbain***	
	Camille Granier, Magalas (décès en 1900)[3]	Paul Granier, Magalas (décès en 1932)[4]	Alfred Baumel, Montpellier (décès en 1910)[5]	Lucien Naudinat, Béziers (décès en 1922)[6]
Total de fortune dont	80.700 F	1 M de F	119.120 F	549.900 F
Biens mobiliers				
Obligations-Actions-Bons nationaux			7.200 F	443.000 F
Rente		11.650 F		56.250 F
Prêts personnels		195.000 F	1.100 F	
Dépôts bancaires		135.000 F	11.000 F	3.800 F
Vins		54.400 F	1.800 F	
Part biens mobiliers	***0 %***	***40 %***	***18 %***	***91 %***
Biens immobiliers				
Fonds de commerce	36.600 F	150.500 F	1.000 F	
Maison d'habitation principale	24.000 F	152.000 F	39.000 F	40.000
Autres maisons		10.000 F	15.000 F	
Vignes	18.500 F	275.000 F		
Immeubles		1.000 F	22.000 F	
Hermes-Terrains	100 F	2.050 F	21.000 F	
Mobilier	230 F	9.000 F		6.600
Part biens immobiliers	***100 %***	***60 %***	***82 %***	***9 %***

En ville, très clairement, la stratégie est essentiellement celle d'une capitalisation (terrienne puis mobilière durant l'entre-deux-guerres) afin de pouvoir accroître puis transmettre

[1] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 121.
[2] ADH : 3 Q 7854 et 3 Q 7871, Enregistrement, Sommier du répertoire général, 16-50bis/1873 et 33-65/1922
[3] ADH : 3 Q 13283, Enregistrement, Mutations par décès, Roujan, 25/04/1901-85
[4] ADH : 3 Q 13305, Enregistrement, Mutations par décès, Roujan, 13/09/1932-36
[5] ADH : 3 Q 10345, Enregistrement, Mutations par décès, Montpellier, 14/06/1910-322
[6] ADH : 3Q 3183, Enregistrement, Mutations par décès, Béziers, 19/06/1922-234

son patrimoine[1]. Chez les Granier, l'argent est surtout investi dans le cadre de prêts à des connaissances et dans l'activité (vignes, matériel, infrastructures).

En dépit de ces écarts toujours marqués entre commerce rural et urbain, la mutation des pratiques de patrimonialisation est bien commune aux deux espaces. Elle accompagne l'irruption sur la scène départementale de nouvelles richesses comme le prouve la place des nouveaux noms dans les endosseurs et les cédants de la BDF. Les anciennes puissances y laissent la place à de nouvelles fortunes qui ont su – ou pu – mieux s'adapter aux nouvelles contingences du marché des vins[2]. Ainsi, de grandes fortunes disparaissent du négoce pendant l'entre-deux-guerres : Leenhardt, Bazille, Crouzet, Michel, Cazalis à Montpellier ; Crozals, Martel, Diot, Buridon à Béziers ; Sézary, Julien, Pêcheur, Hubidos à Sète par exemple.

Cette dynamique se renforce et s'amplifie après la Seconde Guerre mondiale.

Après 1945, le passage de témoin

La période suivante voit la disparition totale de ces grandes familles qui régnaient sur le négoce héraultais depuis le début du XXe siècle. Dans son ouvrage la structure socio-économique languedocienne, Raymond Dugrand relève que tous les grands noms de l'aristocratie et de la grande bourgeoisie ont disparu des circuits commerciaux. Si, pour lui, « la ville bas-languedocienne peut être un lieu de négoce et d'échange, elle n'est plus actuellement le champ d'action d'une bourgeoisie indépendante »[3]. C'est là, encore une fois, une tendance nationale de disparition des grandes fortunes[4].

L'étude des registres du commerce ou des listes de commerçants confirme cette constatation. À Montpellier, dans les années 1960, l'ensemble des grandes familles dominant auparavant le marché local ont disparu. En 1969, seul un cadet de la famille Cazalis perpétue, modestement, la tradition familiale mais sans commune mesure avec les périodes précédentes. La famille Fournel est également présente dans les années 1900 et 1960, mais sans être une des familles les plus notables de la place. À Béziers, le phénomène est identique. Seuls les Fulcrand et les Huc représentent les familles de négociants à la fois au début et à la fin du siècle. Mais, ce sont, au début du siècle, des richesses locales de second plan. À Sète, l'évolution tendancielle est la même, bien que certaines familles restent plus impliquées que par ailleurs. Mais, petit à petit, les grandes familles ont quitté la scène commerciale et en 1969, les Sprecher, les Taillan, les Déjean, les Euzet et les Prats sont les seuls à toujours pratiquer le commerce des vins mais le plus souvent au prix d'ouverture de capital et de délégation de la direction réelle des entreprises. La résistance des familles sétoises est plus ferme que dans les autres grands centres expéditeurs en raison des spécificités de la ville (aménagements portuaires, typicité des

[1] Ce phénomène est peut-être renforcé par notre outil d'étude, les mutations par décès.
[2] Comme nous l'avons relevé plus tôt, une grande partie de ces nouvelles richesses se sont constituées lors de la Première Guerre mondiale et dans l'immédiat après-guerre.
[3] DUGRAND R., *op. cit.*, p. 175
[4] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 309. L'auteur explique qu' « au lendemain de la guerre, les fortunes privées étaient largement touchées ».

productions, notamment vins de liqueurs et apéritifs) mais le déclin y est également amorcé. Au demeurant, si les identités subsistent, les familles n'y jouent plus qu'un rôle de prête-nom, comme la famille Euzet par exemple. Jean-Marie Prats, dernier dirigeant de la maison « Cazalis & Prats » fondée par son grand-père, reconnaît lui-même n'être resté à Sète que par respect pour son personnel alors que le reste de sa famille avait fait le choix de s'orienter vers le vignoble bordelais où sa mère possédait des propriétés[1].

Dans la réalité, demeurent essentiellement les familles qui ont généralement fait fortune dans l'entre-deux-guerres et dont la surface financière leur permet, par le biais d'alliances commerciales, de résister aux grandes compagnies : Domerc, Nougarède-Bermond, Pascal, Rambaud à Sète ; Marty, Garnier, Sablayrolles, Puech, Pétrier, Rouanet à Béziers ; Cattelat, Jourda, Méloux, Wacrenier à Montpellier. Dans le même temps, quelques rares nouvelles fortunes émergent : Skalli ou Préau à Sète ; Bonnet ou Laurès à Béziers. Dans les centres secondaires, la tendance est notablement différente. À Frontignan, par exemple, les grandes familles, anciennement implantées depuis le début du siècle ou la fin du précédent, sont toujours très actives : Anthérieu, Botta, Périer, Olive, Paloc, Bénézech, Ricard. Dans la continuité des périodes précédentes, Rose Anthérieu-Chappotin perpétue l'investissement familial dans l'acquisition de biens immobiliers au profit de la maison de négoce. En 1954, un terrain inculte est acheté pour 288.000 F et on y construit un immeuble professionnel[2] la même année[3].

Si certaines familles ont disparu (Pastor, Bècle, Vivarès), d'autres ont émergé : Balta, Vernhet, Di Tucci. Là aussi, la survivance du négoce local s'ancre autour de la spécificité locale (ici le muscat et les VDN) et des réseaux commerciaux bien établis autour d'une production bien menée et de stratégies commerciales bien ciblées, notamment la promotion d'un vin de qualité. À Clermont-l'Hérault ou à Lunel, la situation est sensiblement la même : la famille Salasc continue son commerce des vins avec succès, engrangeant les réussites commerciales qui leur permettent d'accroître leur patrimoine (tableau 82, page suivante).

Quelques années avant son mariage en 1948 avec Janine Roux, issue elle aussi d'une famille de négociants sétois, Marcel Salasc se rend acquéreur d'un terrain et d'une bâtisse qui devient, après aménagements, leur résidence principale. Cet achat est financé par la vente d'un domaine familial d'une valeur de 700.000 F à Pradelles dans l'Aude[4]. C'est le début d'une longue liste d'investissements immobiliers dans le village, mais également dans des régions touristiques (Palavas, Courchevel) et en région parisienne. Salasc profite ici de sa fortune et du boom immobilier des années 1954-1974[5] pour investir dans l'immobilier. À nouveau, ce secteur devient une valeur refuge pour les placements à l'instar de ce qu'il fut dans le siècle précédent.

[1] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[2] Situé à la lisière de la ville (rue des Airolles), il s'agit très certainement de chais pour répondre à la croissance de la maison de commerce.
[3] ADH : 3 Q 5304, *op. cit.*
[4] ADH : 3 Q 4680, 1910
[5] BONIN H., *op. cit.*, p. 83.

Tab. 82 : Les acquisitions de la famille Salasc après 1945		
1945	Domaine à Clermont	850.000 F
1949	Terrains à Brignac	50.000 F
1950	Vignes à Clermont	8.000 F
1952	Vignes à Clermont	400.000 F
1953	Vignes	30.000 F
1953	Propriété à Salasc	4.5 M de F
1954	Terrains à Clermont	150.000 F
1956	Maison à Clermont	80.000 F
1959-1962	Vignes à Clermont	20.500 NF
1963	Appartement à Thiais (V.-de-M.)	35.000 NF
1964	Terrain à Grasses (A.-M.)	46.000 NF
1965	Appartement à Palavas	60.000 NF
1966	Appartement à Villeneuve-le-Roi (V.-de-M.)	11.000 NF
1968	Appartement et Cave à Saint Bon (Savoie)	100.000 NF

Source : ADH : 3 Q 4680, *op. cit.* et 3 Q 4689, 45-324 (1947)

Dans les zones rurales également, les dernières grandes familles à la tête des rares maisons de commerce continuent à faire fructifier, avec plus ou moins de réussite, l'activité familiale presque séculaire comme les Jeanjean à Saint-Félix-de-Lodez ou les Granier à Magalas.

Ainsi, les grands familles de l'aristocratie héraultaise disparaissent complètement ou presque du monde des vins dans le département après 1945. Elles sont remplacées par des familles que Raymond Dugrand qualifie de « plus modestes et moins ambitieuses »[1] bien que la comparaison ne soit pas très juste parce que ces familles (les Jeanjean à Saint-Félix-de-Lodez, les Balta à Frontignan, les Salasc à Clermont-l'Hérault ou les Skalli à Sète par exemple) font preuve de leurs ambitions et surtout parce que le contexte économique n'est plus le même. Dans un département où la viticulture perd peu à peu son statut de monoculture, il est somme toute logique que ces familles soient plus en retrait. Cela ne veut pas pour autant dire qu'elles ne sont pas ambitieuses, bien au contraire. En effet, elles pratiquent des stratégies d'acquisition de parts de marché novatrices et réfléchies afin d'enrayer la lente décrue du négoce local et de résister à la double charge des producteurs et du négoce distributeur. En outre, au contraire des grandes familles du début du siècle, elles sont pleinement investies dans le commerce des vins, avec des entreprises très actives. Quant aux négociants déjà très actifs dans les années 1920 ou 1930 comme Ernest Alby, ils persistent dans leurs logiques de capitalisation mobilière[2]. Au décès d'Ernest Alby, les valeurs immobilières ne représentent que 19 % de la fortune totale des Alby (tab. 83, page suivante). Il s'agit de la maison d'habitation du couple et d'appartements qui sont loués.

[1] DUGRAND R., *op. cit.*, p. 175.
[2] ADH : 3 Q 10679, Enregistrement, Mutations par décès, Montpellier, 13/07/1961-363.

Tab. 83 : État de la fortune d'Ernest Alby à son décès 1961	
Valeurs mobilières	280.000 NF
Valeurs immobilières	125.000 NF
Dépôts bancaires	238.000 NF
Mobilier	32.000 NF

Source : ADH : 3 Q 10679, op. cit.

Le reste des actifs consistent dans des dépôts bancaires et des valeurs mobilières qui se répartissent ainsi :

Tab. 84 : La diversification des valeurs mobilières chez E. Alby			
Type de valeurs	**Pourcentage**	**Rendement**	**Valeur**
Actions	86 %	À la revente	Max : 30.500 F[1]
Obligations	10 %	Annuel	6 %
Parts dans le fonds de commerce « Ets J. Alby SA »	4 %	Vendus à « Cazalis & Prats »	105.000 F
Zones géographiques	*Local*	*National*	*International*
	18 %	73 %	9 %
Types d'activité	*Industrie-Énergie*	*Banques*	*Divers*
	72 %	14 %	14 %

Source : ADH : 3 Q 10679, op. cit.

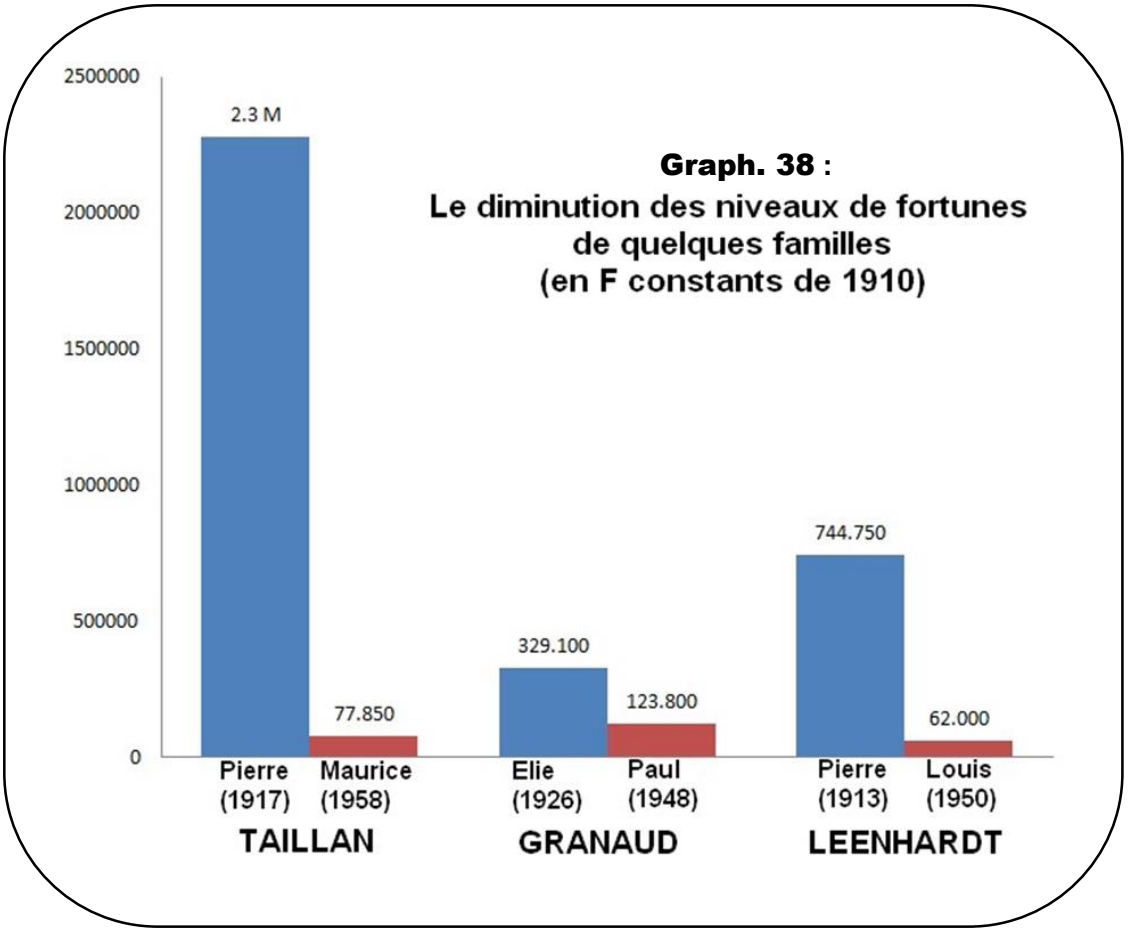
À la différence des investissements mobiliers dans les périodes précédentes, Ernest Alby investit essentiellement par le biais d'actions dans des sociétés solides et réputées (TSF, EDF, Rhône-Poulenc, Compagnie française de l'Afrique occidentale). On est loin des investissements exotiques de Paul Bret voire des investissements de Paul Coste dans des sociétés secondaires ou des banques en Belgique. Ici, Alby ne prend aucun risque dans ses stratégies de rentabilité financière. Autre différence fondamentale, on est très loin des montants de fortune de P. Bret ou de P. Coste, alors qu'Alby a été à la tête d'une des plus grandes maisons de commerce du port sétois, spécialisée dans le commerce florissant de vins vieux algériens.

En effet, comme le souligne R. Dugrand et même si nous ne possédons pas de chiffres précis et généraux pour étudier les familles qui ont fait fortune après 1945, il est certain que les familles du négoce n'accumulent plus, comme les Bühler, les Parlier ou les Leenhardt, des fortunes considérables, parmi les plus élevées du département[2]. Ce constat est confirmé par la tendance qui se dessine dans les années 1950-1960 lors des mutations par décès de négociants ayant fait fortune dans les années 1930 à 1950. Pour effectuer cette comparaison nous avons choisi quelques familles dont nous connaissons le niveau de fortune grâce à l'enregistrement

[1] « Caves de Roquefort SA »

[2] Ces trois familles avaient des fortunes qui dépassaient les 10 M de F dans les années 1900-1910, ce qui représente en francs constants près de 30 M de NF au milieu des années 1960 soit un niveau de fortune très élevé que n'atteignent pas les maisons les plus prolifiques (Jeanjean, Skalli ou Guibal pour en citer quelques-unes).

(droits celés ou mutation par décès) dans les années 1950 ou au début des années 1960. Pour des soucis de cohérence, nous avons décidé de restreindre notre étude à la ville de Sète qui offre une certaine cohérence sociologique (tableau 85, page suivante). On voit très nettement que le niveau de fortune moyen, calculé à l'aide des patrimoines de maisons de premier et second ordres est sans commune mesure. À l'inverse de ce qui peut se passer dans d'autres régions viticoles[1], il chute de près de 85 % marquant ainsi la nette perte patrimoniale des négociants. Même les familles les plus anciennes n'arrivent plus à atteindre le niveau de richesse de leurs ainés. C'est vrai à Sète (Famille Taillan), mais également à Montpellier (Famille Leenhardt) ou à Béziers (Famille Granaud) (graph. 38).



Source : ADH : 3 Q 3348, 10359, 10613, 15398, 15417.

[1] C. Lucand a montré qu'en Bourgogne, entre les années 1900 et la fin des années 1930, le patrimoine moyen étudié est plutôt stable voire même en légère progression. Cf. LUCAND Ch., *op. cit.*, p. 420.

Tab. 85 : L'évolution des niveaux de fortune dans le négoce sétois
Années 1900- années 1960

Fortunes personnelles établies principalement entre la fin du XIXe siècle et les années 1920			Fortunes réalisées principalement entre les années 1920 et les années 1960		
Individu (date de décès)	***Fortune (Francs courants)***	***Fortune (Francs de 1910)***	***Individu (date de décès)***	***Fortune (Francs courants)***	***Fortune (Francs de 1910)***
Gaston Cazalis (†1945)	27, 6 M de F	895.000 F	Maurice Taillan († 1958)	17,3 M de F	77.850 F
Dominique Chauvain († 1902)	1,8 M de F	1,8 M de F	Falgueirettes Jules († 1955)	4,7 M de F	26.100 F
Joseph Thau († 1916)	1,4 M de F	910.500 F	Ernest Alby († 1961)	674.900 NF	267.250 F
Joseph Euzet († 1947)	22 M de F	313.250 F	Gantet Simon (†1951)	15 M de F	93.000 F
Paul Coste († 1930)	3,1 M de F	457.900 F	Georges Sprecher († 1956)	33,6 M de F	179.250 F
Jean Moris (†1932)	226.000 F	38.200 F	Henri Roux (†1956)	4,3 M de F	22.950 F
Moyenne		**735.800 F**			**111.100 F**

Source : ADH : 3 Q 10679, 15398, 15406, 15410, 15417, 15418, 15826, 15840, 15847. 15872. 15897.

Néanmoins, si R. Dugrand constate à juste titre l'effacement de ces grandes familles de la notabilité viticole méridionale, il n'en évoque pas les causes. Il semble que ces dernières soient plurielles.

Quelques facteurs d'explication et éléments de comparaison

La disparition des puissantes familles à la tête des maisons de commerce dans les années 1950-1960 est en réalité le fruit d'un processus amorcé dès le début du siècle et dont les explications sont multiples.

La première, et peut-être la plus importante, tient dans l'essence même des grandes familles bourgeoises. Bien souvent mus par un esprit capitaliste ardent, les chefs de famille ne se contentent pas de se concentrer sur une seule activité. Une fois qu'ils ont fait fortune, une des pratiques les plus courantes est l'investissement dans diverses sociétés afin de limiter les risques inhérents à la mono-activité mais également dans l'optique de constituer une rente pour leur famille (voir tableaux ci-dessus). Ce phénomène est ancien et ne date pas de l'après-guerre. Déjà au début du siècle, Alfred Baumel ou les frères Eugène et Fernand Leenhardt investissaient dans des secteurs diversifiés. Baumel, par exemple, achète des parts de la Caisse régionale du Crédit mutuel agricole du Midi[1] tandis que les Leenhardt « exploitent une forêt en Algérie »[2]. Dans les années 1920, de nombreux négociants sétois (Alby, Domerc, Estève entre autres) sont impliqués dans le Crédit marocain, une société immobilière qui possède des terrains au Maghreb[3]. À la même période, Maurice Taillan investit dans une société de wagons-foudres pour 500.000 F[4]. Dans les années 1940, Joseph Guy investit lui dans une société du bâtiment dont il devient le PDG[5]. Après la Seconde Guerre mondiale, Bernard Taillan, un cousin de Maurice, prend des parts dans une société de tastevins parisienne et rachète les parts d'un bar à Sète tout en continuant son activité de négoce[6]. En 1959, Fernand Clauzel s'engage à hauteur de 90.000 F dans une société marseillaise[7].

Mais il ne s'agit pas que d'une pratique réservée à la bourgeoisie urbaine. À Magalas, les Granier, eux aussi, accroissent leurs investissements dans les titres en portefeuille. Si en 1910, les effets en portefeuille représentent seulement 3 % des possessions en immeubles, ils doublent pour atteindre près de 8 % à la fin des années 1930[8]. Dans les années qui suivent, Joseph Granier multiplie les investissements dans des domaines très divers : Pernod et Caisse nationale de l'énergie en 1946, Banque d'Indochine en 1947, Mines d'Aouli au Maroc en 1955, Française de Crédit et de Banque, Mines de Daggafontein en Afrique du Sud en 1957, Monte-

[1] ADH : 3 Q 10345, Enregistrement, Mutations par décès, 14/06/1910-322.
[2] ABDF : Montpellier, 1902.
[3] ABDF : Sète, 1921-1923.
[4] ADH : 3 Q 15417, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 44-112/1905.
[5] ABDF : Béziers, 1943.
[6] ADH : 3 Q 15403, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 30-214/1881.
[7] ADH : 3 Q 15377, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 4-498bis/1866.
[8] ADH : 106 J 225, *op. cit.*

catini en 1957, Salins du Midi et Banque de Paris et des Pays-Bas en 1959, Boussac Saint Frères, Saint-Gobain, Européenne d'accumulateurs en 1962, Société d'exploitations et d'intérêts chimiques et métallurgiques en 1969. Il acquiert également des obligations chez Organico, filiale de Péchiney, en 1957 et à la Caisse nationale du Crédit agricole en 1958. Il investit également dans le Louvre, la Lyonnaise des eaux ou la Compagnie générale de TSF à des dates inconnues (mais avant les années 1970). En 1956, il participe à l'emprunt national en prêtant plus de 230.000 F, rémunérés à hauteur de 5 %[1].

Le mouvement de renforcement du patrimoine non plus par le biais du commerce mais par la rente s'accélère donc très clairement après la Seconde Guerre mondiale. La famille Granier fait alors le choix de diversifier ses investissements dans des domaines et des pays divers. Dans un contexte économique peu lisible et face aux aléas qui touchent durablement le marché des vins, Granier devient donc un rentier et accumule un capital mobilier non plus grâce à son commerce, dont l'activité se réduit, mais grâce à la finance. Cette démarche volontaire et intéressée se matérialise dans les archives de la famille par l'abondante documentation[2] dont dispose le chef de famille pour investir dans telle ou telle société.

Nous sommes ici face à l'exemple de ces familles qui ont choisi, peu à peu, de quitter un commerce des vins trop risqué, pour investir dans d'autres domaines[3] ou vivre de leur rente[4], souvent par peur d'un déclassement. Ainsi, ce reclassement qui s'amorce dès les années 1930 dans la bourgeoisie française[5], mais dès le début du siècle dans le commerce des vins languedociens, ampute le négoce de ses plus grandes fortunes.

Par ailleurs, les difficultés rencontrées par les maisons de commerce poussent les chefs de famille à vendre une partie de leur patrimoine pour soutenir l'activité commerciale. C'est par exemple déjà le cas dans les années 1930 pour la famille Taillan. À la suite d'une gestion des plus hasardeuses, Maurice Taillan qui a pris la succession de son père, doit vendre entre 1934 et 1935 de nombreux biens immobiliers : l'immeuble quai de la République ; une maison quartier de la Caraussane ; un terrain à La Peyrade[6]. C'est la même chose pour Raphaël Tous qui doit se séparer en 1945 de ses possessions quai de Bosc et rue de la Douane à la suite de la liquidation de la maison « B. Tous »[7]. En outre, il semble que les familles encore en activité ne s'investissent plus autant que lors de la période précédente dans des stratégies foncières tous azimuts, préférant, nous l'avons vu, les placements boursiers. Au contraire, certains accidents

[1] ADH : 106 J 4, Fonds Granier, Revenus boursiers, 1948-1981.
[2] L'information est au cœur des dynamiques spéculatives. Ainsi A. Daumard souligne que dans la première moitié du XXe siècle, « seul un petit nombre de personnes avaient des informations assez étendues […] pour réaliser des spéculations financières intéressantes. » Cf. DAUMARD A., *op. cit.*, p. 277.
[3] C'est une pratique assez récurrente. En 1913, les frères Jullian à Béziers préfèrent continuer la vente de produits chimiques plutôt que celle des vins tandis que dans les années 1920 la puissante famille sétoise Julien préfère s'orienter vers le commerce des soufres plus rentable que celui des vins.
[4] Durant l'entre-deux-guerres, c'est le cas par exemple du fils de P. Crozals à Béziers ou d'André Leenhardt-Bazille, descendant de deux des plus grandes familles de négociants à Montpellier. À Marseillan, après la mort d'U. Voisin, ses enfants décident de ne pas poursuivre l'implication familiale dans une maison de commerce florissante qui avait fait la réputation des produits marseillanais depuis la fin du XIXe siècle.
[5] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 280.
[6] ADH : 3 Q 15417, *op. cit.*, Sète, 44-112/1905.
[7] ADH : 3 Q 15411, *op. cit.*, Sète, 38-163/1892.

de vie ou l'approche de la fin de vie poussent certaines familles à se séparer de leurs biens. Ainsi, après la mort de son époux en 1944, Arlette Ginestet revend la villa « Saint-Michel » quelques années après son achat (1947)[1]. Alice Cazalis, la fille de Gaston Cazalis, revend après le décès de sa mère en 1954, une grande partie de ses possessions : deux immeubles ainsi que la villa « Saint-Anne »[2]. Au milieu des années 1940, à plus de 70 ans, Charles Rey vend une grande partie de ses parts dans plusieurs biens immobiliers : une maison à Marseillan et surtout deux domaines valant près de 5 M de F (à Florensac et le domaine « Fon de Rey » à Pomérols)[3]. Dans les années 1950, à près de 75 ans, Ernest Alby se sépare de deux de ses propriétés à Sète pour près de 3 M de F[4].

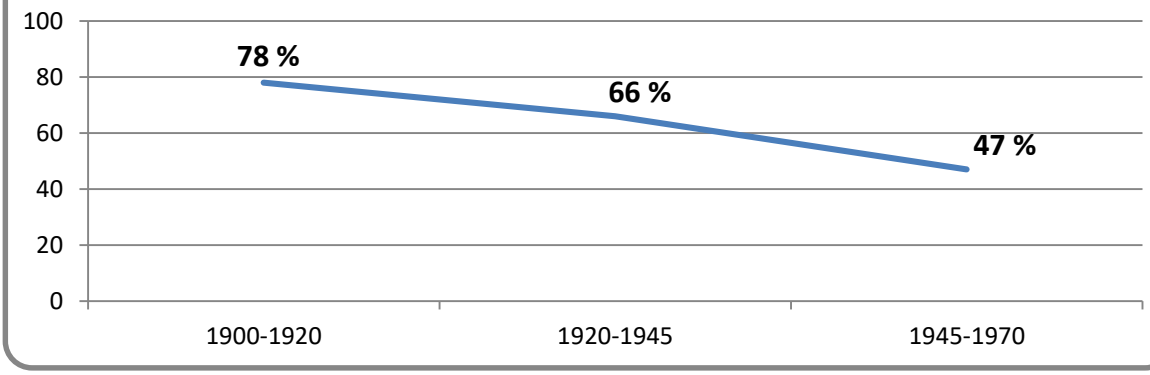
D'autres raisons moins quantifiables et objectivables viennent compléter ce tableau. En premier lieu, des faillites-liquidations touchent les plus grandes maisons depuis le début du siècle et aboutissent peu à peu à l'effacement des grandes familles : « Estève-Sinot » à la fin des années 1900, « Leenhardt-Bazille » en 1923, « J. Meyer » en 1951 en raison du manque de capacité commerciale des successeurs, de mauvaises affaires ou du désintérêt des descendants. Bien évidemment, certaines des maisons de second ordre, tenues par des familles dont le niveau de vie était très confortable et qui avaient fait fortune durant l'entre-deux-guerres, connaissent également ce type de trajectoire. C'est le cas de Jules Augé dont la faillite est prononcée en 1934 et qui est obligé de vendre une partie de ses biens la même année[5]. En conséquence, ces fortunes – plus ou moins importantes – disparaissent du champ commercial au cours de la période de notre étude.

En outre, les descendants de ces grandes familles ne s'impliquent plus dans le négoce pour deux raisons supplémentaires. La première est la nature de la descendance. À Sète par exemple, les grandes familles du début du siècle se caractérisent principalement par une descendance féminine qui rompt la transmission du patronyme mais également l'implication dans le commerce des vins qui se fait alors parfois par l'intercession de la belle-famille[6]. La deuxième raison est le changement d'orientation professionnelle des descendants. Leur nouvelle condition sociale, les difficultés que rencontre le commerce des vins, mais également la fin du statut honorifique exclusif dont jouissait le négociant en vins jusqu'au tournant du XXe siècle, détournent les fils de négociants du métier. Ainsi, forts des études qu'ils ont faites, ils s'orientent vers des professions libérales et deviennent avocats, banquiers, docteurs. À Sète, Henri Gautier, de la famille de négociants sétois Gautier, réussit son agrégation dans les années 1910 puis est nommé chef de cabinet du ministre de l'Instruction Publique dans les années 1930. À la même époque, Emmanuel Gambardella, dont le père était un immigré italien, négociant en vins, devient, après de brillantes études, journaliste sportif et écrivain[7]. Le fils ainé

[1] ADH : 3 Q 15410, *op. cit.*, Sète, 37-328/1891.
[2] ADH : 3 Q 15418, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 45-1448/1908.
[3] ADH : 3 Q 126, *op. cit.*, Marseillan, 37-538/1892.
[4] ADH : 3 Q 15411, *op. cit.*, Sète, 38-41/1892.
[5] ADH : 3 Q 13407, *op. cit.* Il vend sa maison pour 80.000 F.
[6] Information transmise par Mme Lopez-Dréau, Directrice des Archives municipales de Sète. C'est le cas par exemple pour la famille Mounet dont les deux filles épousent J. Prats et G. Cazalis mais également la famille Cazalis dont la fille unique épouse M. Péridier.
[7] *Idem.*

d'Adolphe Herber à Sète, profite des études payées par son père pour devenir docteur en médecine[1]. À Saint-Chinian, les enfants de Raymond Fréchinet dont la maison est décrite comme sérieuse, ancienne et importante, ne veulent pas dans les années 1930 s'impliquer dans le commerce des vins, préférant les carrières libérales[2]. À Montpellier, les enfants de Louis Leenhardt font de brillantes études supérieures et les trois garçons sont ingénieurs à la mort de leur père au début des années 1950[3]. Dans la période suivante, après la Seconde Guerre mondiale, chez les Jeanjean, seuls deux des frères, Bernard et Hugues, participent à la dynamique entrepreneuriale familiale. Maurice, le troisième frère, devenant un cadre haut placé chez Péchiney.. Chez les Prats, l'un des petits-fils de Jean Prats, Yves devient docteur en droit[4]. À la mort d'Ernest Alby en 1961, ses nièces vendent l'ensemble de leurs biens quai Vauban après avoir vendu toutes leurs parts dans la maison « J. Alby » à la fin des années 1950, mettant ainsi un terme à un siècle de présence de la famille Alby dans le commerce des vins sétois[5]. Il est ainsi important de relever que sur l'ensemble des patrimoines familiaux étudiés après 1945, par le biais de l'enregistrement et dont on connaît les modalités de transmissions (35), moins d'un sur deux (17) voit la transmission du patrimoine d'un négociant à un membre de sa famille lui aussi dans le négoce (graph. 39). On est là très loin des taux du début du siècle et dans la continuité d'une érosion entamée dès l'entre-deux-guerres.

Graph. 39 : Part des héritiers identifiés comme « négociants » lors des transmissions de patrimoines 1900-1970



Source : Étude d'un échantillon de 35 négociants héraultais à partir de l'Enregistrement (Mutations par décès et droits celés)

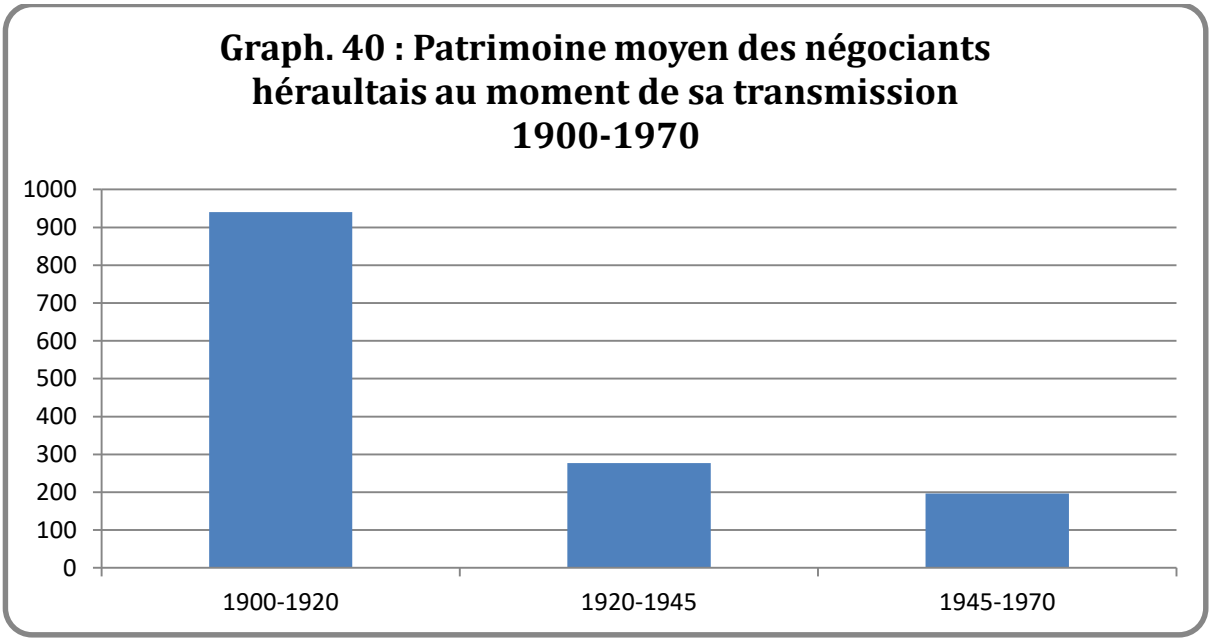
On le voit, en dépit de la forte dimension familiale que l'on retrouve dans le commerce des vins, l'ascension sociale dont bénéficient certaines familles engage leur descendance, au moins en partie, vers d'autres voies que le commerce et souvent dans des métiers qui sont plus prestigieux socialement que celui de négociant.

[1] ABDF : Sète, 1937.
[2] ABDF : Béziers, 1924-31.
[3] ADH : 3 Q 10613, Enregistrement, Mutations par décès, Montpellier, 20/10/1951-852.
[4] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[5] ADH : 3 Q 10677, Mutations par décès, Montpellier, 21/04/1961-078.

C'est là une des causes majeures de la disparition des grandes familles. Alors que dans certaines régions la mutation socioprofessionnelle du négoce a permis à ce dernier de subsister[1], dans l'Hérault où le métier devient de plus en plus risqué et difficile, les familles héraultaises orientent leurs descendants, principalement leurs ainés, vers d'autres carrières, plus sécurisées et plus distinguées socialement[2]. Cette acquisition d'un « capital social »[3] nouveau explique en partie l'effacement du négoce local des sommets de la pyramide sociale héraultaise et donc la perte de ce qui faisait son attractivité au début du siècle. La bourgeoisie issue du négoce héraultais ne fait pas ici figure d'exception dans un contexte d'affaiblissement de la bourgeoisie française après 1945[4]. En revanche, ce qui est surprenant, c'est la puissance de ce mouvement de retrait et sa généralisation à l'ensemble d'un groupe social, essentiellement en raison de la très nette diminution du patrimoine moyen familial dans le négoce des vins.

Notre échantillonnage confirme sur le temps long cette tendance. (graph. 40).

Graph. 40 : Patrimoine moyen des négociants héraultais au moment de sa transmission 1900-1970



Source : Étude d'un échantillon de 35 négociants héraultais à partir de l'Enregistrement (Mutations par décès et droits celés)

On note ici le passage d'une aristocratie viti-vinicole en moyenne très aisée au début du siècle à une bourgeoisie ambitieuse mais au patrimoine moins élevé, phénomène évoqué plus tôt[5]. D'ailleurs, symboliquement, alors que la maison la plus puissante du département au début du siècle, la maison « J.-C. Bühler » à Béziers, pèse 10 à 12 M de F, la maison la plus active à la fin de la période, la maison « P. Guibal et fils » possède une fortune qui s'élève en 1964 à

[1] C'est le cas par exemple dans le Bordelais et en Bourgogne. Cf. ROUDIÉ P., *Vignobles et vignerons du Bordelais (1850-1980)*, Paris, Ed. du CNRS, 1988 et Lucand C., *op. cit.* Dans ces deux cas, la mutation s'est faite autour de la conjonction des intérêts vitivinicoles avec la Propriété et la substitution d'un négoce non-propriétaire à un négoce propriétaire.
[2] À ce sujet, voir certaines des études et des trajectoires familiales, p. XXX.
[3] BOURDIEU P., « Les formes du capital » in RICHARDSON J. (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education*, New York, Greenwood, 1986, p. 241-258.
[4] DAUMARD A., *op. cit.* p. 383.
[5] Cf. *supra*, p. 599

près d'1 M de F courants soit « seulement » 340.000 F de 1910. Cette évolution se remarque également à travers la place relative du patrimoine des négociants en France.

En effet, si on étudie les montants des actifs transmis au moment de l'héritage, on observe un recul marqué des patrimoines des négociants dans l'échelle des fortunes comme l'indiquent les tableaux ci-dessous[1].

1900-1913 (8 négociants)

a	b	c	d
1	1 185 034	31,73%	
500	897 381	24,03%	
2.000	1 052 878	28,19%	
10.000	449 893	12,05%	11,11%
50.000	74 307	1,99%	22,22%
100.000	46 758	1,25%	
250.000	16 343	0,44%	
500.000	7 734	0,21%	22,22%
1 M	3 596	0,10%	44,44%
5 M	308	0,01%	
10 M	100	0,003%	
50 M	13	0,0003%	

1927-1933 (7 négociants)

a	b	c	d
1	192 483	8,65%	
500	326 464	14,67%	
2.000	716 603	32,21%	
10.000	702 988	31,60%	
50.000	149 918	6,74%	
100.000	87 161	3,92%	14,29%
250.000	27 183	1,22%	14,29%
500.000	12 315	0,55%	14,29%
1 M	5 711	0,26%	42,86%
2 M	2 780	0,12%	14,29%
5 M	672	0,03%	
10 M	339	0,02%	
50 M	26	0,001%	

1945-1951 (14 négociants)

a	b	c	d
1	1 282 253	62,76%	
250.000	502 071	24,57%	
500.000	143 919	7,04%	
1 M	69 714	3,41%	14,29%
2 M	33 384	1,63%	7,14%
5 M	10 480	0,51%	50,00%
20 M	1 125	0,06%	21,43%
50 M	185	0,01%	
100 M	40	0,002%	7,14%

1956-1964 (7 négociants)

a	b	c	d
1 M	265 340	42,50%	
2 M	217 422	34,83%	37,50%
5 M	83 282	13,34%	12,50%
10 M	36 570	5,86%	12,50%
20 M	16 595	2,66%	12,50%
50 M	3 533	0,57%	25,00%
100 M	1 539	0,25%	

Tab. 86 : L'évolution relative des fortunes du négoce héraultais en France 1900-1970

Source : ADH : 3 Q, Enregistrement, Mutations par décès

[1] Pour mener l'étude suivante, nous nous sommes appuyés sur les tableaux statistiques établis par l'administration fiscale à partir des déclarations de successions reproduits dans PIKETTY T., *Les Hauts revenus en France au XXe siècle. Inégalités et redistributions, 1901-1998*, Paris, Grasset, 2001, p. 746 et sq. Nous avons ensuite choisi quatre périodes caractéristiques et pour lesquelles nous disposions de suffisamment de données répertoriées à l'enregistrement.
a = seuils des tranches de successions en F utilisés par l'administration fiscale ; b = nombre de successions comprises entre les seuils au niveau national ; c = pourcentage de successions comprises entre les seuils au niveau national ; d = pourcentage de successions comprises entre les seuils chez les négociants héraultais échantillonnés.

En raison de l'étroitesse de notre échantillonnage, il est difficile de tirer des conclusions générales de cette étude. Néanmoins, elle permet de tracer quelques tendances. Alors que dans la période de rayonnement du négoce héraultais, c'est-à-dire jusqu'aux années 1930, la majorité des individus étudiés se situe dans les tranches supérieures, on relève, à partir des années 1950, une nette contraction du patrimoine avec une majorité des individus étudiés dans les tranches inférieures. Entre les deux, la période 1945-1951 fait office de transition car elle concerne des négociants ayant fait fortune depuis le début du siècle et qui décèdent au milieu de celui-ci. Ainsi, dans cet ensemble statistique, à de rares exceptions (Jean Prats en 1951 dont le patrimoine dépasse les 100 M de F[1]), les fortunes du négoce héraultais évoluent dans un espace médian supérieur jusqu'aux années 1950 où elles rétrogradent dans l'échelle des richesses nationales. Cela traduit en partie la désaffection des grandes familles aisées pour un métier risqué, mais également les difficultés à faire fortune dans la profession. Enfin, cela explique le recul de l'attractivité d'un commerce qui jusqu'à l'entre-deux-guerres – voire même jusqu'aux années 1950 – attirait un nombre considérable de nouveaux négociants. Mais il ne faut pas négliger des causes plus générales. Le département perd, petit à petit, après les années 1950 sa coloration viticole et il donc logique que les négociants, dont le nombre diminue largement dans cette période, soient moins présents dans la hiérarchie sociale départementale. Par ailleurs, cette large diminution des « grosses successions » est un phénomène national connu[2]. Néanmoins, le glissement vers les seuils les plus bas des fortunes transmises dans les familles de négociants ainsi que la forte diminution des transmissions moyennes révèlent une certaine dégradation du positionnement social du négoce héraultais.

Toutefois, il faut nuancer ce constat d'ensemble sur la longue durée. En effet, la présence jusqu'aux années 1950 puis la surreprésentation dans les années 1950 et 1960 des négociants dans les tranches supérieures (c'est le cas pour les seuils 4 à 6 de la période 1956-1964) indiquent bel et bien que le négoce, en dépit de son déclin et de sa perte d'attractivité est une élite sociale forte, une « classe aisée du vignoble » comme le dit Christophe Lucand dans son étude du négoce bourguignon[3]. Si elle tend à s'effacer et à s'affaiblir après 1945, elle n'en reste pas moins un groupe social solide.

D'ailleurs, les familles toujours impliquées dans le négoce dans les années 1950 et 1960 disposent encore de niveaux de fortune importants. À la mort de Simon Gantet, ses filles héritent de plus de 15 M de F de fortune auxquels s'ajoutent les 7 M de F de leur mère en 1958 et les 10 M d'anciens F de leur oncle en 1961[4]. Après la Seconde Guerre mondiale, Léon Bessière qui a pris la suite de son père dispose d'une fortune avoisinant les 3 M de F et son patrimoine s'accroit par la suite[5]. Au décès de Maurice Taillan en 1958, son épouse hérite d'une partie des 10 M de F de fortune de son mari, ainsi que d'immeubles à Nice et à Courbevoie[6]. À la même époque, la famille Anthérieu dispose d'une fortune de plus de 40 M de F, principalement gérés

[1] 157 M de F exactement.
[2] PIKETTY T., *op. cit.*, p. 456.
[3] LUCAND C., *op. cit.*, p. 425.
[4] ADH : 3 Q 15410, 3 Q 15403 et 3 Q 3 Q 10679, *op. cit.*
[5] ADH : 3 Q 7868, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 30-2013/1898.
[6] ADH : 3 Q 15417, *op. cit.*, Sète, 44-112/1905.

par Rose, la veuve de Victor[1]. À la fin des années 1960, le couple Péridier-Cazalis pèse plus de 35 M de F[2]. Même Raphaël Tous dont la carrière à la tête d'une maison regroupant les intérêts des familles Tous et Hubidos s'est avérée être un échec cuisant, dispose d'une fortune confortable de plus d'1 M de F dans les années 1950[3]. Dans les villages, la dynamique est la même. Si les négociants tendent à disparaître du paysage viti-vinicole héraultais, ceux qui restent en activité disposent d'une fortune confortable. À Poussan, au début des années 1950, François Poujol qui tient une maison de commerce entre Poussan et Balaruc, est propriétaire de biens immobiliers de près d'1 M de F[4]. Et tant au début du siècle qu'à la fin de la période de notre étude, les négociants transmettent toujours un capital à leurs descendants, signe ici aussi de l'appartenance à une élite socio-économique[5].

Mais, incontestablement, sur le temps long et dans sa globalité, une dynamique négative caractérise l'évolution patrimoniale d'un négoce en recomposition entre 1900 et 1970.

En effet, à la suite d'une mutation majeure dans l'entre-deux-guerres, peu à peu, les grandes familles de l'aristocratie commerciale départementale s'effacent au profit d'une bourgeoisie plus diverse mais également plus fragile. Dès lors, dans un climat commercial négatif et à la suite d'un processus d'effacement déjà engagé dans les années 1920, les années 1950-1960 se caractérisent logiquement par la disparition, à quelques exceptions près, de la puissance patrimoniale des familles issues du Commerce.

Néanmoins, en dépit de ces profondes mutations qui touchent les familles de négociants, une continuité est particulièrement notable : la distinction sociale par l'habitat et le mode de vie.

[1] ADH : 3 Q 5304, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 13-142/1887.
[2] ADH : 3 Q 15418, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 45-1447 et 1448/1908.
[3] ADH : 3 Q 15411, *op. cit.*, Sète, 38-163/1892.
[4] ADH : 3 Q 7871, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 33-65/1922.
[5] PIKETTY T., *op. cit.*, p. 448 et sq.

CHAPITRE 2 : MODES ET STYLES DE VIE : UNE NOTABILITÉ AFFIRMÉE

Au même titre que les fortunes immobilières et financières qui supportent l'activité commerciale des familles impliquées dans le négoce des vins, l'apparence extérieure et l'affirmation de valeurs et d'un comportement propres à une classe sociale sont primordiales dans le positionnement social[1]. En conséquence, dans une logique de distinction sociale, les familles de négociants prêtent la plus grande des attentions à plusieurs marqueurs qui légitiment leur désir d'excellence sociale.

L'habitat bénéficie tout d'abord d'une attention particulière, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur dans un désir de manifestation spatiale du pouvoir économique sur la *polis*. Le mode de vie, les valeurs, les loisirs et l'extraversion de cette notabilité dans la société héraultaise assurent ensuite aux familles de négociants une place particulière tout au long de la période étudiée.

Dans tous les cas, cet ensemble de facteurs permettent aux familles de négociants de bénéficier d'une position sociale forte qui est indissociable de son rôle commercial dans une société viti-vinicole héraultaise particulièrement dépendante de l'écoulement de sa production.

L'habitat comme marqueur social fort

Adeline Daumard dans sa synthèse sur la bourgeoisie française insiste sur les enjeux autour du domicile en région parisienne, signe de visibilité sociale[2]. Dans la même logique, les négociants héraultais se caractérisent, dans leur grande majorité, par un habitat bien distinctif au cœur de la société héraultaise. Il s'agit là très clairement à la fois de marquer sa différence avec les autres classes sociales voire avec la plupart des autres professions de la filière mais également de symboliser, par la majestuosité des demeures, sa domination sur cette dernière.

Un signe de différenciation

Dans la première moitié du XXe siècle, les négociants se singularisent par des habitations de premier ordre, particulièrement bien identifiées et visibles. Ils s'inscrivent là dans des pratiques que l'on retrouve dans d'autres vignobles[3] ou d'autres territoires[4]. Il est ainsi important, dans une logique concurrentielle avec les autres grandes familles, d'avoir « pignon sur rue » mais également d'être différent. Ici aussi, cette démarche recoupe les logiques commer-

[1] N. Renahy, dans un article retraçant les contours de la domination d'une famille patronale dans un village de la Côte-d'Or aux XIXe et XXe siècles, souligne l'importance de cette extériorisation du positionnement social qui « permet de maintenir la distance sociale dans l'espace villageois, matérialisée par l'habitat […] tout autant que par le mode de vie qui en découle. (cf. RENAHY N., « Une lignée patronale à la mairie. Genèse et vieillissement d'une domination personnalisée (1850-1970) », *Politix*, 2008/3 n° 83 , p. 85).

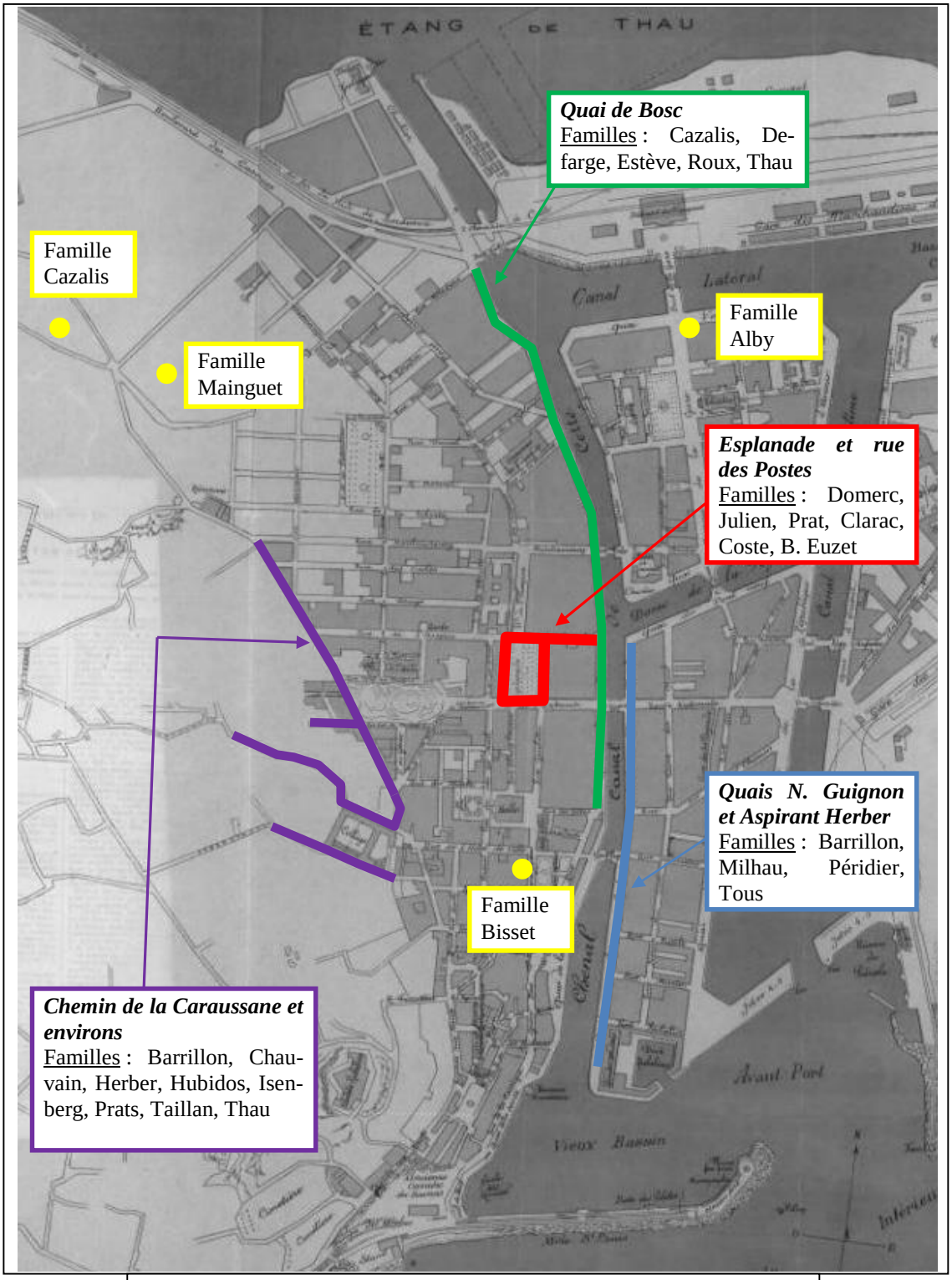
[2] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 105-111.

[3] LUCAND C., *op. cit.*, p. 494

[4] LAMBERT D., *op. cit.*, p. 256. L'auteur évoque à propos de l'habitat une « grammaire de l'importance ».

ciales de concurrence et de singularisation. Cette territorialisation de leur présence se matérialise de différentes manières.

C'est tout d'abord l'emplacement des demeures qui permet aux familles de négociants de territorialiser leur présence. À Sète (carte 19), on les retrouve dans des zones bien localisées.



Carte 19 : La localisation des grandes familles du négoce à Sète dans le premier XXe siècle

Ces grandes maisons des négociants sont de trois types[1]. Dans une ville collinaire, à mi-hauteur, entre les classes les plus populaires qui vivent au contact du centre-ville et le mont Saint-Clair qui est encore peu urbanisé au début du siècle, s'érigent de grandes villas, propriétés de l'aristocratie locale. Ainsi, toute une ceinture de belles villas domine la ville. Elles appartiennent le plus souvent à des grandes familles du négoce local, au moins jusqu'aux années 1940. Face à l'étang de Thau, par exemple, le « château Mainguet » qui appartient à la famille des négociants du même nom domine l'étang et les norias de barques, péniches, vapeurs qui acheminent la futaille depuis Mèze ou Marseillan. Autour et le long du chemin[2] de la Caraussane qui sépare l'espace urbain du mont Saint-Clair, de nombreuses familles ont fait construire de splendides villas. La famille Taillan et la famille Prats (la villa « Marie-Louise ») marquent leur présence par des villas et des jardins imposants. Preuve de la taille de ces demeures, le chemin qui mène à la villa « Marie-Louise » des Prats est dénommée « l'impasse du Château ». Un peu à l'écart de cet ensemble, la « Villa Stella », la villa de la famille Cazalis, domine les contreforts septentrionaux de la ville. Véritable folie néo-gothique avec ses trois tourelles et ses créneaux, elle surplombe la route qui relie les plages au quai de Bosc où vivait encore la famille dans les années 1910.

C'est là le second emplacement des logements des négociants sétois. Les quais, où les maisons de type haussmannien marquent l'appropriation territoriale d'une profession omniprésente, accueillent de nombreuses demeures bourgeoises. Ces maisons, souvent attenantes aux chais, sont sur deux ou trois étages et se distinguent par leur richesse architecturale : porte travaillée qui évoque la puissance et la grandeur de la famille ; blason avec armes qui rappellent la lignée (comme la maison de la famille Philéas où s'incrustent au-dessus du fronton central les initiale du fondateur Louis) et le lien avec le commerce (feuille de vigne ou grappes de raisins) ; hauteur des multiples pièces symbolisant le confort et le luxe[3]. Les murs extérieurs sont même parfois décorés de bas-reliefs. Quai Vauban par exemple, un rond de foudre symbolise le commerce florissant des apéritifs sétois tandis que, quelques mètres plus loin, un immeuble (peut-être celui de la puissante famille Alby qui vit sur ce quai) est frappé des armes de Mercure, dieu du commerce[4].

Un dernier ensemble se trouve autour de l'esplanade centrale, véritable cœur économique et social de la ville, où se tient tous les mercredis le marché aux vins. Ici vivent certaines des grandes familles de négociants comme les Domerc ou les Coste dans des immeubles eux aussi de style haussmannien. C'est là un véritable ensemble architectural homogène qui symbolise bien cette volonté d'appartenance à une même classe mais dont la différenciation par certains détails révèle le désir de se démarquer.

Dans les autres villes, la même logique est de mise. À Béziers, l'immense maison Bühler domine l'une des avenues les plus cossues de la ville, l'avenue Saint-Saëns. Sise sur

[1] L'ensemble des informations ci-dessous (sauf mention contraire) proviennent de renseignements locaux, de l'Annuaire de l'Hérault et d'enquêtes sur le terrain.
[2] Qui devient « Rue de la Caraussane » par la suite.
[3] Dans son livre sur les rues de Sète, A. Degage évoque « trois étages qui en feraient six aujourd'hui », p. 79.
[4] DEGAGE A., *Les rues de Sète*, Sète, Ville de Sète, 1988, p. 119.

quatre étages et avec une façade de type haussmannien longue de plus de quinze mètres, elle impose son volume aux hôtels particuliers avoisinants. L'ensemble est embelli par une tourelle surmontée d'une coupole et des balcons néo-gothiques qui frappent par leur puissance. Construite en 1903 par les architectes Louis et Léopold Carlier[1], elle marque, en pleine centre-ville, réussite et la puissance de la famille Bühler.

Fig. 57 : Maison de la famille Bühler
Béziers, 1914
Source : ADH : 2 Fi CP 3480/68

À la périphérie directe de la ville ou dans les proches villages alentour, d'autres familles de négociants résident dans des folies construites à la fin du XIXe siècle et à qui on donne le nom de « pinardiers » en raison de l'origine de la richesse de leurs propriétaires. À Puissalicon, la branche des négociants des de Crozals font bâtir par l'architecte Garros une imposante demeure sur le domaine de Saint-Pierre-de-Serjac[2]. À Murviel-lès-Béziers, François Guy fait l'acquisition, dans les années 1910, du château Coujan où sa famille réside quand elle ne loge pas dans la villa biterroise, la « Villa Guy », rue Verdi. Dans les années vingt, la famille Meyer, d'origine suisse et qui a fait fortune au début du siècle puis surtout pendant la guerre, dispose de demeures luxueuses à Agde (domaine de Trédos), à Saint-Thibéry (château Sainte-Cécile)

[1] *Carlier : Travaux d'Architecture 1870-1930*, Strasbourg, Edari, 1930. D'après cet ouvrage, on y apprend que les Carlier étaient également impliqués dans la construction de chais, prouvant ainsi que les bâtiments commerciaux eux-mêmes étaient un symbole extérieur fort de luxe et de puissance.
[2] BERGASSE J.-D., *op. cit.*, notice sur « Saint-Pierre-de-Serjac ».

ou à Béziers (« Villa de Valrose »)[1] qui, à la mort de Jean, le père, valent plus de 30 M de F[2]. C'est ici un signe de prospérité évidente pour une famille dont le commerce est considéré par les observateurs des années 1920 comme le premier de la place biterroise. La famille Huc possède, quant à elle, le domaine et le château de Restinclières (350 ha), acquis pour près de 300.000 F au début du siècle[3]. À cet ensemble majestueux s'ajoutent des immeubles à Montpellier (3 M de F de valeur) et une résidence familiale biterroise. L'objectif est le plus souvent de posséder une bâtisse luxueuse mais également, en achetant ces domaines au cœur des vignobles, de renforcer le lien avec ces derniers. Elle assure dès lors une double crédibilité, commerciale et sociale.

À Montpellier, le même processus est en œuvre : on retrouve des négociants dans le cœur de la ville, vivant dans de luxueux appartements (les familles Catalan, Messine ou Malet), des hôtels particuliers (Louis et Pierre Leenhardt) ou dans des villas à la lisière de la ville comme la famille d'Eugène Leenhardt qui vit route de Mauguio, « Villa Pinville ». Son père, Jules, est le propriétaire du Château de Verchant à la périphérie de la ville. Bien souvent, ces familles disposent de plusieurs résidences comme Charles Warnery qui est propriétaire d'un appartement sur le Cours Gambetta et d'un château à Saint-Jean-de-Védas, le Château de la Lauze[4], acquis par son mariage avec une des filles de Charles Leenhardt. Au décès de celui-ci en 1900, ses possessions immobilières sont considérables[5] :

Tab. 87 : Les possessions immobilières de Charles Leenhardt en 1900

Type de bien	Description	Localisation	Estimation	Propriété
Maison d'habitation	Jardin et dépendances	Cours Gambetta, Montpellier	260.000 F	100 %
Château Leyris	Deux parcelles de terre attenantes	Montpellier	264.000 F	33 %
Domaine de Gramont	Campagne de 106 hectares	Lattes	120.000 F	33%
Domaine de la Lauze	Maison d'habitation, bâtiments ruraux et campagne de 134 ha.	Saint-Jean-de-Védas	324.000 F	100 %
Villa	Terrain clos	Quartier des Arcades, Montpellier	38.000 F	100 %
Domaine de Fontfroide	Maison d'habitation et campagne de 204 ha.	Montferrier, Saint-Gély-du Fesc, Saint-Clément	410.000 F	100 %

[1] *Ibid*., notice sur « Sainte-Cécile ».
[2] ABDF : Béziers, 1931.
[3] ABDF : Béziers, 1903.
[4] *Qui êtes-vous ? Annuaires des Contemporains*, Paris, Ehret et Duffy Ed., 1924, p. 767.
[5] ADH : 3 Q 10285, Enregistrement, Mutations par décès, 21/10/1900-538

Mais même les familles plus modestes cherchent à imiter les maisons les plus renommées : Domergue vit dans un appartement, avenue de Toulouse et possède le mas de Grille à Saint-Jean-de-Védas également.

Dans les centres secondaires d'expédition ou dans les campagnes, les maisons de négociants témoignent aussi de la prospérité de la famille. À Marseillan, la maison des Voisin domine le port du haut de ses quatre étages[1].

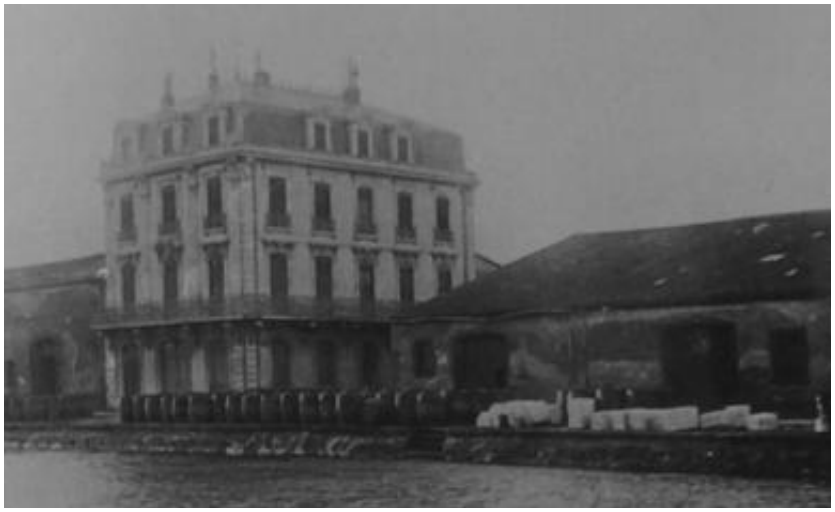


Fig. 58 : La maison des Voisin à l'entrée du port Marseillan, début du siècle
Source : MOLINO J.-V., *op. cit.*, p. 55

Symbolisant la puissance de la maison de commerce, elle s'impose au regard de toutes les personnes entrant ou sortant du port. Si le style est ici moins recherché qu'en ville où une véritable compétition semble se jouer entre les négociants, elle surplombe l'ensemble du port et des chais alentours, marquant la domination et la réussite de la famille.

Dans les zones rurales, c'est au cœur de vastes domaines que se logent des habitations de grandes tailles qui regroupent – comme en ville d'ailleurs – plusieurs générations d'une même famille. À Pézenas par exemple, à la sortie de la ville, le logement de la famille Hugues, le « clos Monrêve », domine la campagne environnante (fig. 59, page suivante). À Saint-Jean-de-Védas, le Mas de Grille, acheté en 1888 et où la famille Domergue réside une partie de l'année, se niche au cœur d'un vaste domaine de plus de 37 ha[2]. À Cessenon, Jules Augé possède, quant à lui, une demeure cossue[3] tandis qu'en 1936, les Jeanjean font l'acquisition à Aumelas du mas de Lunès, dans un domaine de plus de 1000 ha[4]. À Magalas, les Granier vivent dans un grand ensemble à l'entrée de la ville et à proximité de la gare. La situation de la résidence familiale recoupe alors la double dimension commercialo-sociale : à proximité de l'interface d'expédition et incontournable dans le paysage local. C'est bien là une appropriation territoriale indéniable et d'autant plus importante que la possession de propriétés est un gage de

[1] MOLINO J.-V., *Marseillan, T II, op. cit.*, p. 55.
[2] ADH : 5 J 48, *op. cit.*
[3] ABDF : Béziers, 1933.
[4] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 121.

sérieux et de respectabilité comme le souligne, à de multiples reprises au début du siècle, Lucien Rassiguier dans sa correspondance avec sa clientèle[1].

Fig. 59: Le clos « Monrêve » à Pézenas - Famille Hugues, 1906
Source : ADH : 2Fi CP 1646

Toutes ces demeures rivalisent alors avec celles des grands propriétaires, dont les négociants sont sociologiquement et financièrement assez proches. Néanmoins, après la Seconde Guerre mondiale, les négociants sont moins présents, notamment dans les villes. Ce phénomène d'effacement, concomitant au déclin numérique des maisons de commerce départementales, s'explique de plusieurs manières. Tout d'abord, les habitations, qui se démarquaient par leur grandeur et leur isolement, sont rapidement entourées d'immeubles ou de villas. À Sète, le quai de Bosc est réaménagé en grande partie et tandis qu'il est amputé, il perd de sa typicité commerciale tandis que d'autres catégories socioprofessionnelles et d'autres activités investissent le quai (comme par exemple le « Grand Garage du Centre » dont l'un des actionnaires principaux est un Chauvain, héritiers de la maison du même nom[2]). Les négociants sétois se réfugient alors sur les villas luxueuses du Mont Saint-Clair où ils se sont portés acquéreurs de nombreux terrains entre 1900 et 1940, à l'abri des regards et au milieu d'une nouvelle bourgeoisie d'affaires ou commerciale. Ils logent également dans des immeubles luxueux et modernes tels Maurice Péridier qui fait l'acquisition d'un appartement rue P. Bousquet en 1958[3] ou Fernand Clauzel sur le quai F. Maillol en 1960[4].

[1] Par exemple en novembre 1905, il écrit à l'un de ses clients potentiels pour justifier de son sérieux : « Je puis vous donner l'assurance que si j'ai l'avantage d'être favorisé de vos ordres, je ferai tout mon possible pour sauvegarder vos intérêts et mériter la confiance que vous voudrez m'accorder. Je suis propriétaire et possède pour une centaine de milliers de francs d'immeubles, ce dont vous pourrez vous assurer. C'est vous dire que vous trouverez en moi toutes les garanties désirables pour vos intérêts. » (ADH : 3 U 4 981, Faillite Rassiguier, Lettre à Pelletier à Bercy, le 27/11/1905).
[2] ADH : 3 Q 15406, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 33-268/1884.
[3] ADH 3 Q 15410, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 37-321/1891.
[4] ADH : 3 Q 15406, *op. cit.*, Sète, 33-272/1884.

D'autres demeures disparaissent dans les méandres de l'histoire. À Marseillan, la demeure de la famille Rey, bâtisse imposante, dans le style caractéristique des folies pinardières de la fin du XIXe siècle, au cœur du domaine de Richemont, est rasée par les Allemands en 1944 lorsqu'ils quittent la ville. À Sète et à Frontignan, certaines maisons souffrent des bombardements alliés de la même année, notamment sur les quais, particulièrement visés. Ainsi, à Sète, la maison construite par les frères Chauvain dans les années 1930 est détruite sur la Corniche[1]. À Frontignan, en 1950, Rose Anthérieu fait détruire la maison familiale boulevard V. Hugo[2]. À Montpellier, certaines familles continuent à vivre au cœur de domaines, comme les André, au domaine de Vaissette ou les Cazalis, route de Grabels, à la lisière de la ville, mais c'est de plus en plus rare. La grande majorité réside désormais dans des appartements luxueux, mais anonymes, du centre-ville[3]. Dans le Biterrois, les anciennes familles vendent leurs châteaux à d'autres professions, plus prospères. Ainsi, dans les années 1940, le domaine de la Trésorière à Maureilhan est alors vendu par la famille Claudon au propriétaire du garage Citroën de Béziers[4]. De fait, alors que le négoce perd de son influence dans l'économie locale, logiquement, il perd également de son emprise spatiale. Alors concurrencés par de nouvelles professions et en proie à des difficultés économiques, les négociants visent à réduire un train de vie luxueux et l'une de leurs plus importantes dépenses qui est l'habitation[5]. Finalement, seules les familles connaissant une certaine réussite continuent d'investir dans l'immobilier et d'acquérir des habitations prestigieuses et de caractère comme les familles Jeanjean, Skalli ou Salasc[6]. Les autres se contentent d'investir dans des actions en bourse[7] et dans des biens immobiliers locatifs : Ernest Alby possède ainsi à la fin de sa vie un immeuble à Montpellier dans lequel il vit et dont il loue les autres appartements. Il est également propriétaire d'un autre appartement qu'il loue aussi. Il investit d'ailleurs à la fin de sa vie dans une société civile immobilière dont l'objet est « l'édification d'un groupe d'immeubles à usage d'habitation » à Montpellier[8]. Dans la plupart des cas, il y a une très forte contraction des possessions immeubles : à Sète, à son décès en 1956, Henri Roux, héritier d'une famille de négociants en vins, ne possède plus qu'un seul immeuble de 235 m², rue des Postes, d'une valeur de 3 M de F[9]. pour sa part, Louis Vassal, dispose pour seule fortune d'un immeuble estimé à 5 M de F en 1956 au moment de son décès[10].

Ainsi, la disparition quantitative des maisons de commerce héraultaises et la diminution des fortunes s'accompagnent, fort logiquement, d'un effacement spatial. Toutefois, si

[1] ADH : 3 Q 15406, *op. cit.*, Sète, 33-268/1884.
[2] ADH : 3 Q 5304, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 13-142/1887.
[3] Très certainement faut-il voir là le désir d'accéder à un nouveau type de confort que les nouveaux immeubles urbains ou péri-urbains apportent (Cf. MONNIER G., *Histoire de l'architecture*, Paris, PUF, 2010). Il est dès lors logique de retrouver, à leur décès, les négociants dans des immeubles récents, tels E. Alby à Montpellier ou M. Péridier et F. Clauzel à Sète.
[4] BERGASSE J.-D., *op. cit.*, notice sur « Domaine de la Trésorière ».
[5] C'est d'ailleurs une remarque récurrente dans les rapports d'inspection de la BDF. Les inspecteurs y pointent souvent les dépenses inutiles, notamment en train de vie, des familles de négociants.
[6] Cf. *supra*, p. 595.
[7] Cf. *supra*, l'état de fortune d'E. Alby à sa mort, tab. 83 et 84, p. 597.
[8] ADH : 3 Q 10679, *op. cit.*
[9] ADH : 3 Q 15897, Enregistrement, Mutations par décès, 26/03/1956-36.
[10] *Ibid*., 12/02/1965-17

l'extérieur est un symbole manifeste de représentation sociale, c'est également le cas pour l'intérieur de l'habitat auquel un soin tout particulier est apporté.

Un aménagement raffiné : confort et luxe

L'intérieur des demeures est particulièrement bien agrémenté, ici aussi dans une logique de distinction sociale. En effet, le luxe est une composante fondamentale de l'hégémonie culturelle[1] et dans ce cadre, les négociants, comme l'ensemble des bourgeois[2], veillent à soigner leur aménagement.

Le mobilier et les pièces sont particulièrement nombreux, même dans les familles les plus modestes, car il semble qu'il y ait dans les familles de négociants le désir de vivre dans des conditions les plus confortables et les plus modernes possibles. Ainsi Domergue, qui loue un appartement à Montpellier, refuse de payer son loyer car il y a des réparations à faire et que le standing de l'appartement ne correspond pas à ce que lui avait promis son bailleur[3]. Quelques années plus tard, en 1908, il déménage pour un appartement plus grand, avenue de Toulouse[4]. Augé, lui, dans sa correspondance se targue d'être joignable nuit et jour car il dispose d'un téléphone à domicile[5]. Dans cette première moitié du XXe siècle, les rapports de la BDF insistent régulièrement sur le train de vie des négociants, dont une partie des dépenses est consacrée à l'aménagement intérieur[6]. Les archives de l'enregistrement permettent également de quantifier ce luxe intérieur :

Tab. 88 : Évaluation du mobilier de quelques familles de négociants au XXe siècle
Estimations à partir des déclarations d'assurance

Nom	***Résidence(s)***	***Date***	***Estimation du mobilier familial***[7]
Pierre Leenhardt	Montpellier ; Saint-Clément-de-Rivière (Fontfroide)	1913	24.750 F (33 % de la police d'assurance)
Lucien Naudinat	Béziers	1922	10.000 F (50 % de la police d'assurance)
Paul Granier	Magalas	1932	9.000 F (60 % de la police d'assurance)
Victor Anthérieu	Frontignan	1932	120.000 F (60 % de la police d'assurance)
Jean Moris	Sète	1933	108.000 F (60 % de la police d'assurance)
Gaston Cazalis	Sète	1945	812.000 F (60 % de la police d'assurance)
Paul Granaud	Béziers ; Saint-Martin-d'Agel ; Tarn	1948	367.500 F (60 % de la police d'assurance)
Ernest Alby	Montpellier	1961	32.140 NF (5 % du patrimoine total)

Source : ADH : 3 Q, Enregistrement, Mutations par décès

[1] GRENIER J.-Y., « Travailler plus pour consommer plus. Désir de consommer et essor du capitalisme, du XVIIe siècle à nos jours », *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 2010/3, 65e année, p. 792.
[2] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 112.
[3] ADH : 5 J 48, Fonds Domergue, Correspondance, Lettre du 3 juillet 1906.
[4] *Ibid*., lettre d'octobre 1908.
[5] ADH : 6 U 2 754, Fonds Augé, Correspondance, 1929.
[6] Ainsi, en 1902, l'inspecteur à Béziers relève que la famille Huc mène un train de vie luxueux. En 1926, c'est à Sète que l'inspecteur note à propos de la famille Thau : « train de vie onéreux ».
[7] Le mobilier est estimé par rapport à la police d'assurance contractée. Ce taux varie de 33 à 60 %. Dans les années 1960, un taux de 5 % du patrimoine total peut être appliqué.

Quelles que soient les époques, on relève des montants considérables, représentant en moyenne, dans les villes et les centres d'expédition, environ 5 à 10 % du patrimoine immobilier total. Seules les familles rurales, comme la famille Granier à Magalas, semblent prêter un intérêt moins important au confort intérieur que les familles urbaines. Toutefois, la police d'assurance contractée par Paul Granier en 1925 pour son mobilier personnel (15.000 F) représente 10 % de la valeur de la propriété familiale, ce qui est relativement important et se rapproche des pratiques urbaines.

On retrouve dans ces appartements ou ces maisons, l'ensemble des marqueurs propres à la bourgeoisie. Ainsi, lors de la faillite de la maison Perrin, en 1909 à Marseillan, un inventaire des possessions de la famille est dressé[1]. On y apprend que la famille vit dans une maison collée aux chais, disposant d'une cuisine, de deux salles à manger, d'un salon, de trois chambres et d'une chambre de bonne. L'ensemble est abondamment doté. La cuisine dispose de deux tables, plusieurs lampes à essence, des bougeoirs, un pendule, un fourneau, un garde-manger, de nombreux ustensiles de cuisine, dont un presse-viande et un gros tournebroche. Les salles à manger disposent de nombreuses tables, fauteuils, chaises, de nombreuses décorations et agréments (miroir, cache-pots sculptés, tableaux, dessous de plat en faïence), de la vaisselle décorée, un service en porcelaine, des buffets. Le tout est de qualité comme le prouvent la grande table avec rallonges et les dix chaises (en « acier repoussé ») qui occupent la grande salle à manger. Le salon est décoré de statues, paré d'une grande bibliothèque et la table principale est « laquée en noir et or ». Dans les chambres, le confort est assuré par des lits de grandes tailles, un lavabo, des fauteuils, des consoles ou des armoires ornées de miroirs. Ainsi, dans cette famille d'une fortune moyenne[2], la notabilité se remarque par un intérieur fourni et soigné, signe d'un confort recherché par les négociants mais également signe de distinction sociale, notamment vis-à-vis des autres professions de la filière[3]. Dans les familles les plus aisées, le décor est particulièrement soigné dans les nombreuses pièces qui agrémentent la maison comme le bureau de Jean Prats durant l'entre-deux-guerres : le luxe et le raffinement sont présents depuis les tapis au sol jusqu'aux appliques aux murs, en passant par l'imposant bureau ou le chandelier qui l'éclaire (fig. 60, page suivante).

Dès qu'il est possible des travaux de modernisation sont réalisés pour les faire correspondra aux normes conventionnelles de l'époque (eau courante, évacuation des eaux usagées, téléphone, électricité) car la modernité est également un marqueur distinctif. Ainsi, lorsque la famille Huc rachète le château de Restinclières, il y est rapidement fait pour plus de 200.000 F de travaux pour le rendre habitable et surtout fréquentable par les amis de la famille[4]. Dès lors, il n'est donc pas étonnant que lorsqu'il est question de la famille Huc au début du siècle dans le rapport d'inspection de la BDF, il est évoqué « le train de maison luxueux » en dépit du clas-

[1] ADH : 6 U 1 111, Tribunal de commerce d'Agde, « Faillite Perrin et Fils », 1909.
[2] Les actifs lors de la déclaration de faillite sont évalués à plus de 200.000 F et au milieu des années 1900, la fortune de la famille est évaluée à 50.000 F par l'inspecteur de la BDF.
[3] P. Bourdieu évoque même la lutte pour la distinction sociale et c'est dans cette optique qu'il faut voir, chez les négociants, ce souci de se démarquer. Cf. BOURDIEU P., *La distinction. Critique sociale du jugement*, Paris, Ed. de Minuit, 1979.
[4] ABDF : Béziers, 1903-04.

sement en retrait des activités de cette maison[1]. C'est là une dimension psychologique importante d'extériorisation qui se retrouve tout au long de la période : le paraître, dans un milieu soucieux des codes et de la hiérarchie, est primordial. À l'instar de ce que font les grands propriétaires viticoles de la fin du XIXe siècle[2], il s'agit, surtout lorsqu'on reçoit, d'afficher sa position sociale par un luxe et un décor ostentatoire – mais tous deux contrôlés[3].

Fig. 60 : Jean Prats dans son bureau
Villa « Marie-Louise », Sète, Années 1920-1930
Source : Fonds privés familiaux

Les maisons les plus luxueuses sont également dotées de décorations extérieures et de jardins qui rehaussent le caractère majestueux de la bâtisse. À Murviel-Lès-Béziers, François Guy fait aménager des jardins richement travaillés, des ornementations sculpturales, une architecture extérieure riche et personnalisée par l'architecte à la mode de l'époque, Alexandre Garros, qui dirige la construction ou la rénovation de nombreuses demeures de l'aristocratie viticole biterroise à la suite de son père, Louis[4]. Ces grands jardins permettent à la famille et aux amis de profiter de ballades sur parfois plusieurs hectares. Après la Première Guerre mondiale, les fils Guy demandent à l'architecte-paysagiste Jean-Claude-Nicolas Forestier de réaménager le jardin de la « Villa Guy » qui avait été bâtie - tout comme la maison des Bühler – par l'architecte Léopold Cartier pour un négociant allemand, Meister, avant sa fuite en 1870[5]. Ra-

[1] ABDF : Béziers, 1902.
[2] FERRAS C., *Architecture privée au XIXe siècle. Les « châteaux » du vignoble en Bas-Languedoc occidental*, Thèse de doctorat, Montpellier III, 1987, p. 169.
[3] À ne pas confondre avec un luxe ostentatoire extérieur trop étalé qui est souvent signe de mauvais goût, de vulgarité et l'apanage des nouveaux riches, souvent méprisés pour ces pratiques. Cf. DAUMARD A., *op. cit.*, p. 219.
[4] DANTARRIBE C., « Le *Château Garros* en Médoc et Biterrois dans la seconde moitié du XIXe siècle », *Livraisons d'histoire de l'architecture*, 2002, p. 107-130.
[5] FERRAS C., *op. cit.*, p. 30.

chetée par François Guy pour servir de maison de repos en périphérie de la ville, elle est la résidence des fils Guy, Jean et Joseph, au moment du décès de leur père en 1922[1]. Sur un hectare, le paysagiste redessine les contours d'un espace d'inspiration méditerranéenne et néo-mauresque où trônent des sculptures de Jean-Antoine Injalbert et Jean Magrou, deux des grands artistes locaux de l'époque et proches de la famille Guy[2]. À Restinclières, la famille Huc, encore modeste et qui cherche à s'affirmer tant commercialement que socialement au début du siècle, embellit le vieux château bordé par le Lez et le Lirou de grands jardins à la française, sur un domaine de plus de 100 ha. À Marseillan, la famille Rey fait réaménager chaque année ses jardins à la française, elle aussi. À Clermont-l'Hérault, la maison achetée par Marcel Salasc à la fin des années 1940 possède des jardins dessinés par le concepteur de la promenade du Peyrou à Montpellier, l'architecte, Jean-Antoine Giral. Ils nécessitent une personne qui s'en occupe à temps complet[3]. Cette démarche ostentatoire vise à faire état à la fois de son goût, de sa richesse mais également de son rang par l'intérêt porté à des détails ornementaux. Ces derniers peuvent apparaître comme futiles et secondaires pour une grande majorité de la population qui est néanmoins impressionnée par les jardins aménagés dans les propriétés urbaines ou rurales. À l'intérieur, on retrouve également des peintures, parfois de grands maîtres comme à Poussan-le-haut, propriété du négociant sétois Eugène Thomas[4] dans les années 1900 ou chez les Leenhardt-Bazille à Montpellier dont la mère possède une galerie de tableaux d'une valeur d'1 M de F[5].

Bien évidemment, il y a une domesticité à demeure, qui vit dans les étages supérieurs en ville ou dans un logis annexe à la campagne. Même les familles de négociants ruraux disposent de domestiques comme nous l'a confirmé Hugues Jeanjean à propos de son grand-père dont pourtant la maison est de second ordre durant l'entre-deux-guerres[6]. Il en va de même à Clermont-l'Hérault pour la famille Salasc sur l'ensemble de la période[7]. Cette pratique, commune à la bourgeoisie[8], est dans le département, commune à la bourgeoisie du négoce mais également à la bourgeoisie viticole[9]. Il est dès lors logique que cette pratique soit récurrente chez les familles de négociants. Au début du siècle, Domergue dispose d'une domestique dans la maison qu'il loue à Montpellier et qui le suit au mas de Grille lorsqu'il y vit[10]. Rassiguier lui aussi engage un domestique qui travaille à la fois chez lui et pour son commerce[11]. À Sète, Joseph Euzet a lui aussi une domestique qui est référencée lors du recensement sétois de 1926 comme

[1] ADH : 3 Q 3183, Enregistrement, Mutations par décès, 25/08/1922-105.
[2] Informations transmises par Y. Comte, de la DRAC Languedoc-Roussillon.
[3] Entretien avec la famille Salasc, mars 2013.
[4] Ce dernier possède également le domaine de la Roquette à Mèze, des immeubles à Paris, Montpellier, Nice, Villefranche-sur-Mer. CF. BERGASSE J.-D., *op. cit*., notice sur Poussan-le-Haut
[5] ABDF : Montpellier, 1921.
[6] Entretien avec H. Jeanjean, avril 2011.
[7] Entretien avec la famille Salasc, mars 2013.
[8] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 111.
[9] Édith Claustres a montré dans sa thèse sur la ville de Béziers que le train de maisons des riches propriétaires biterrois comprend une large domesticité (près de 80 % des propriétaires intra-muros ont plus de six domestiques). Cf. CLAUSTRES É., *Le centre ancien de Béziers : essai sur l'évolution des quartiers et des classes sociales*, thèse de doctorat, Montpellier III, 1982, p. 169
[10] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, 1899-1910.
[11] ADH : 3 U 4 981, Faillite Rassiguier, Lettre du 22/08/1905 au juge de paix de Peyirac-Minervois.

« cuisinière »[1]. À Frontignan, on apprend dans le testament de Victor Anthérieu qu'une partie du mobilier assuré l'est pour « les deux femmes de service »[2] qui travaillent donc à demeure. C'est là un signe de distinction sociale dans cette première moitié du siècle. Après la Seconde Guerre mondiale, il est difficile d'avoir des informations précises sur ce sujet, mais, d'après les témoignages recueillis, les familles Jeanjean, Prats ou Salasc conservent toujours des domestiques et il est probable que la grande majorité des familles qui ont une activité rentable et un souci de distinction, continuent à disposer de domestiques.

L'habitat est ainsi pour un négoce qui cherche à s'affirmer dans la société viti-vinicole languedocienne un marqueur distinctif fort de son désir de domination. Il symbolise l'émergence et la réussite sociale et économique d'une élite en pleine recomposition comme en témoignent les acquisitions au fil des décennies. Au même titre que la concurrence commerciale exacerbée qui s'opère à l'époque, cette emprise immobilière démontre des rivalités entre les familles de négociants, grandes ou petites, urbaines ou rurales.

En outre, symboles de distinction par leur modernité, de confort voire de luxe somptuaire, ces habitations, tant à l'intérieur qu'à l'extérieur, participent à un style de vie qui fait du négociant un notable bien identifié.

Un style de vie distinctif

Être bourgeois ne se limite pas à l''effort, financier et d'aménagement, assuré dans le cadre de l'habitat. C'est également le souci de se distinguer des masses par son éducation et ses manières[3], nettement perceptibles dans le style de vie. Le négociant aime, surtout dans le premier XXe siècle, faire montre de sa puissance et de son rang social car ce sont les signes qui en font véritablement – au-delà du patrimoine – un notable. Cela se traduit par une extraversion singulière dans une société héraultaise encore largement en retard dans le processus de modernisation qui touche le pays, mais également par l'adoption de valeurs et de loisirs[4] propres à la bourgeoisie.

Une notabilité extravertie et sollicitée

Par son apparence, le négociant cherche à mettre une distance à la fois avec les professions qu'il encadre (courtiers, ouvriers, représentants), mais également avec la grande majorité de ses fournisseurs, les petits propriétaires. Cette distinction se marque essentiellement, à

[1] Notice biographique de J. Euzet sur http://euzet.genealogie.free.fr/
[2] ADH : 3 Q 15847, *op. cit*.
[3] BLOCH M., *L'étrange défaite*, Paris, Gallimard, 1990, p. 179.
[4] La notion de loisirs est ici particulièrement intéressante car comme le fait remarquer C. Charle, il s'agit de l'élément « le plus éloigné des déterminismes sociaux les plus directs. Alors que le choix de la résidence principale ou secondaire, les types de sociabilité peuvent être corrélés a priori avec des variables économiques, sociales ou professionnelles, l'adoption d'une distraction privilégiée, la pratique d'un sport […] pourraient être supposées indépendantes de ces contraintes. En fait, cet espace de liberté subit indirectement les effets de ces conditionnements et résume l'image publique des élites. » (cf. CHARLE C., *op. cit.*, p. 399). Il en va finalement de même avec la thématique des valeurs qui suit la même logique d'imprégnation mentale que l'on peut rapprocher de la « civilité bourgeoise » évoquée par A. Daumard et qui fonde également l'appartenance à ce groupe social (cf. DAUMARD A., *op. cit.*, p. 34).

l'extérieur de la maison, au travail, dans les loisirs, par l'habillement. Cette notabilité physique se double d'une notabilité symbolique qui lui attire de nombreuses sollicitations.

Sa tenue permet tout d'abord au négociant de se démarquer. L'ensemble des témoignages iconographiques démontre de cette différence entre le négociant et ses employés ou le négociant et les propriétaires. Ainsi, lorsqu'il pose avec sa famille ou avec ses ouvriers des chais, le négociant se singularise toujours par ses vêtements, signe d'une bourgeoisie exacerbée : il porte le costume et le chapeau à la mode du moment, il se promène avec une canne, il possède une montre-gousset. Tous les éléments qui lui permettent de se distinguer de ses ouvriers ou de ses fournisseurs sont mis en valeur : depuis la fine moustache bien peignée jusqu'aux chaussures lustrées, en passant par la cravate soignée et le port du chapeau, impeccable. Ainsi, sur les clichés, il est aisé le chef de la maison de commerce, « le patron », au milieu de ses employés. Ainsi, sur un cliché du début du siècle de la maison « P. Bousquet jeune » (fig. 61), le patron est facilement reconnaissable : son style, sa tenue et sa pose sont impeccables. Posant avec une main sur le buste et une autre dans la poche de son veston, son attitude tranche avec celle de ses employés, plus nonchalants ou négligés.

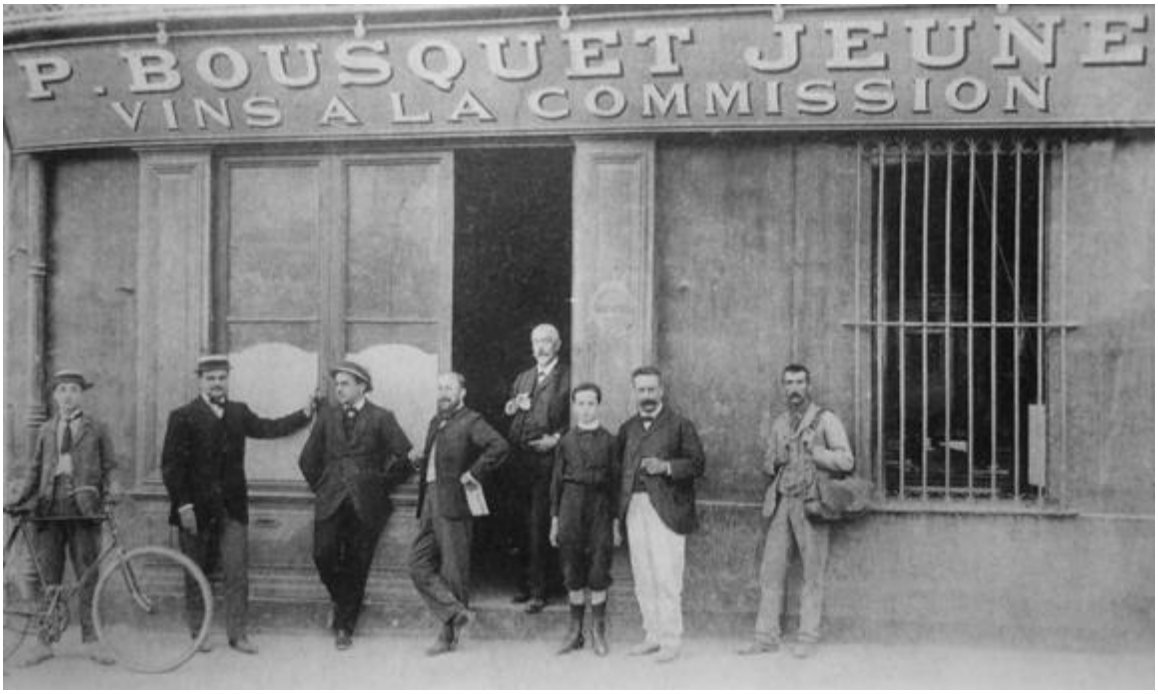


Fig. 61 : P. Bousquet et ses employés
Béziers, début du siècle
Source : VIALA M., *op. cit.*, p. 49

Une trentaine d'années plus tard, la hiérarchisation vestimentaire est semblable chez « C. Salasc ». On remarque à leur vêtements Clovis et Marcel aux costumes et accessoires plus soignés que leurs représentants et employés administratifs (sur la gauche et sur la droite) et surtout que leurs ouvriers des chais (fig. 63, page suivante).

M. Ricard et ses employés
Source : VALETTE J., *Frontignan, op. cit.*, p. 6

Années 1910

Marcel et Clovis Salasc et leurs employés
Source : Fonds privés familiaux

Années 1930

Les frères Cazalis et leurs employés
Source : Fonds privés familiaux

Années 1960

Fig. 62 : Le vêtement, un signe distinctif en effacement

En cette première partie du XXe siècle, dans les maisons de commerce, petite société miniature, une hiérarchie interne s'instaure dont la matérialisation est la tenue, avec à sa tête le négociant au style irréprochable. Même si l'habillement a connu à partir des années 1920 une certaine uniformisation[1] et les différences moins marquées qu'auparavant (maison « Ricard-Roche », fig. 62), elles sont encore perceptibles. Après la Seconde Guerre mondiale, la différenciation est moins marquée, en raison notamment de l'élévation du niveau de vie en France qui permet aux ouvriers des chais et aux employés de s'offrir des vêtements plus élégants et soignés. Ainsi, sur une photo de remise de récompenses à la maison « Cazalis & Prats » au début des années 1960, on ne fait plus la différence entre certains employés et les dirigeants de l'entreprise (à l'extrême-droite) (fig. 62). Peu à peu, la différenciation vestimentaire s'estompe dans les maisons de commerce.

Dans la société languedocienne, les négociants se distinguent donc par leur apparence jusqu'aux années 1950. À Agde au début du siècle, le Grand Café du commerce est le lieu de rendez-vous des négociants. Ces derniers s'y distinguent par leur tenue : complet trois pièces, chemises claires, fines cravates régates, ainsi que par leur canotier, à la mode à l'époque[2] :

Fig. 63 : Le Grand café du commerce, Agde, début du siècle
Source : CARLES A., BENTAJOU L., *Agde, mémoire en images*, Saint-Avertin, Alan Sutton Ed., 2005, p. 34

Il est d'ailleurs hors de question, au début du siècle, de porter les casquettes qui sont le symbole des ouvriers et des classes populaires. La mode est très importante également. Ainsi, lorsqu'il pose avec sa famille en 1920, Maurice Jeanjean porte un élégant complet-veston

[1] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 291.
[2] GRAU F.-M., *Histoire du costume*, Paris, PUF, 2007.

sombre et un chapeau mou, de type « borsalino », très en vogue à l'époque[1]. À la même période, Jean Prats pose avec distinction, en costume trois-pièce, pantalons et chaussures blanches, canne à la main, dans une tenue typique de la bourgeoisie de l'époque[2] (fig. 64).

Fig. 64 : Jean Prats en 1921 à Luchon
Source : Fonds privés familiaux

Si ce type de documents fait état d'un raffinement classique qui peut s'expliquer par la préparation qui est induite par la prise d'une photographie où l'on pose, les clichés pris sur le vif confirment, surtout jusqu'aux années 1940, les dispositions vestimentaires des négociants. Ainsi, sur un cliché des années 1930, certains membres de la famille Jeanjean posent de manière impromptue pour le photographe (fig. 65).

Fig. 65 : La famille Jeanjean, années 1930
Source : JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 68.

[1] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 58.
[2] GRAU F.-M., *op. cit.*

L'impréparation est trahie par la tenue des femmes, peu élaborée et usuelle. Les hommes au contraire, portent eux, leur costume trois-pièce de tous les jours et, signe d'un certain relâchement (mais également de la mode populaire à la fin des années 1930), une casquette plate en tissu à bouton central[1].

Néanmoins, cet exemple, comme d'autres plus anciens ou plus récents[2] font preuve de la volonté des négociants de porter, dans la vie de tous les jours, un costume, symbole de sérieux et d'honorabilité, deux valeurs fortes dans la profession. De fait, tout comme l'habitat, l'habillement est un marqueur social fort qui fait état à la fois de la réussite commerciale et, concomitamment, de la réussite sociale. Ainsi, l'élégance et la bonne tenue participent à la fois à la crédibilité et à la respectabilité commerciales, mais également à la justification (*a priori* ou *a posteriori*, tout dépend de la personne et de son ambition) d'un rang social élevé.

Les clichés pris lors des réunions de négociants permettent également d'apprécier le soin apporté aux vêtements, notamment lors des événements exceptionnels comme le Congrès annuel de la Fédération méridionale ou la réception en l'honneur d'un négociant du département comme c'est probablement le cas pour le document ci-dessous[3].

Fig. 66 : « Jean Prats et ses collaborateurs »
Date inconnue
Source : Fonds privés familiaux

Mais si cette attention portée à l'apparence extérieure est compréhensible et somme toute logique lors des certaines occasions inhabituelles, il en va de même lors des événements

[1] *Ibid*., p. 68.
[2] Voir l'abondante iconographie dans le dossier sur l'extraversion des négociants héraultais en annexes, p. 1159.
[3] Hormis Jean Prats (4e, assis), il nous a été impossible d'identifier quiconque sur ce cliché annoté de la main de celui-ci « Jean Prats et ses collaborateurs ». Il y a de fortes chances qu'il s'agisse des membres du bureau de la Fédération méridionale qui se réunissent en 1931 pour célébrer la fin de la présidence de J. Prats et la remise d'un bronze d'honneur. D'ailleurs, ce cliché se trouve dans les mêmes papiers que le discours prononcé par celui-ci en 1931 à la fin de sa présidence (reproduit en annexes, p. 1108).

plus routiniers. En effet, le mardi, jour de marché à Montpellier, la place de la Comédie est engorgée de négociants dont le costume tranche avec les habits des propriétaires ou des courtiers, plus relâchés. D'ailleurs, la visite du marché est souvent préparée bien en amont et les observateurs et les témoins rappellent que les négociants y sont particulièrement « endimanchés »[1]. Les femmes, qui accompagnent leur mari pour profiter de faire les boutiques, portent, elles aussi, de belles toilettes[2]. Les enfants sont habillés avec soin, notamment lors des sorties[3] et, bien sûr, des photographies de famille, tant au début qu'au fil du siècle (fig. 67 et 68, page suivante).

Ainsi, l'ensemble de la famille est concernée par cette distinction vestimentaire, avec un raffinement et un luxe différents selon le niveau de richesse ou la localisation de la maison familiale (ville ou campagne), mais tous les témoignages iconographiques ou oraux de la période permettent de conclure à un habillement bourgeois qui distingue le négociant et sa famille des autres[4]. Les habits des hommes sont élégants et soignés, les parures des femmes distinguées et raffinées voire luxueuses[5].

Fig. 67 : Félix Michel (en haut à gauche) et sa famille
Montpellier, début du siècle
Source : Fonds privés familiaux

[1] Comme le prouvent les témoignages iconographiques de l'époque.
[2] *MV*, 26/01/1956.
[3] Cf. photo de B. Jeanjean avec sa mère en 1943 dans JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 68. Voir également les documents en annexes, p. 1159 et sq.
[4] Un membre de la famille Granier allant même jusqu'à dire pour marquer ce clivage vestimentaire : « Chez nous, tout le monde portait le chapeau ! » On est là dans ce que René König appelle « parure et distinction », thématique généralisable à l'ensemble du monde du Commerce héraultais. (Cf. KÖNIG R., *Sociologie de la Mode*, Paris, Payot, 1969, p. 59 et sq.).
[5] Lors du décès de Pierre Leenhardt, son épouse, Albertine Bazille, récupère son trousseau personnel qui consiste en plusieurs « bijoux, diamants et joyaux quelconques ». (Cf. ADH : 3 Q 10359, *op. cit.*).

Fig. 68 : Fernand Leenhardt, son épouse et leurs fils
Montpellier, Château de Verchant, 1936
Source : Fonds privés familiaux

Cette extraversion – que l'on retrouve jusqu'au cimetière[1] – identifie bien la place du négociant dans la société viti-vinicole. Cette dernière est doublée par une dimension symbolique forte qui le place également dans une position singulière d'entremetteur. Ainsi, les négociants sont particulièrement sollicités, en grande partie en raison des réseaux dans lesquels ils sont impliqués, mais également par leur positionnement social. Leur aide est ainsi réclamée à de nombreuses reprises et dans de nombreux cas. Rémy Pech souligne que les négociants sont omniprésents dans la sociabilité languedocienne, parce qu'ils permettent notamment l'organisation des fêtes et du carnaval, en prêtant des attelages ou de l'argent[2].

Il est vrai que le concours des négociants est sans cesse requis, dans les villages comme dans les villes. Ainsi, au début du siècle, Domergue est fréquemment sollicité. Ces sollicitations sont intra-locales mais également extra-locales. Le négociant fait figure de lien social à la fois au sein de sa communauté mais aussi d'interface avec l'extérieur. Personnage bien identifié et identifiable, on fait appel à lui pour établir des liens, demander un service, dans le domaine viticole ou non. Ainsi, en 1900, un propriétaire vendant des plants de vigne contacte Domergue pour savoir s'il ne connaît pas un acheteur qui serait susceptible d'être intéressé par ce commerce. Quelques mois plus tard, l'école nationale d'agriculture qui cherche un treuil pour un défoncement fait appel à ses réseaux. Dans la correspondance du négociant montpelliérain, on retrouve la trace de très nombreuses demandes pour un emploi, soit dans sa propriété, soit chez une de ces connaissances[3]. Le négociant fait alors incontestablement figure d'intercesseur et son entremise est sans cesse réclamée.

En 1919, à Marseillan, Charles Rey se fait l'intermédiaire entre la mairie et la famille Voisin pour que l'un des bâtiments appartenant aux Voisin mais originellement acquis par Jean

[1] Le tombeau de la famille de vermouthiers biterrois Chappaz est sculpté par le prestigieux artiste A. Injalbert.
[2] PECH R., « L'organisation du marché du vin en Languedoc-Roussillon aux XIXe et XXe s. », *Études Rurales*, avr.-déc. 1980, 78-80, p. 106.
[3] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, 1899-1910.

Voisin pour la mairie revienne à cette dernière. Ici, Charles Rey marié avec une fille Voisin mobilise à la fois sa position de notable et ses liens familiaux dans l'intérêt de la communauté[1]. Au niveau national, Jean Meyer finance le mouvement spirite, mais également la recherche scientifique s'intéressant aux phénomènes paranormaux en fondant l'Institut métapsychique international en 1919.

À la fin des années 1920, une connaissance s'adresse à Dourlan pour un prêt d'argent. Le négociant le met alors en rapport avec une autre de ses connaissances, qui est un client, ce qui n'est pas sans lui créer de soucis lorsque ce dernier veut récupérer son argent[2]. À la charnière des années 1920 et des années 1930, Augé est également sollicité par des connaissances pour des prêts d'argent ou un emploi. Il faut dire que la famille Augé jouit d'une certaine fortune dans un petit village[3], ce qui accentue les sollicitations et les pressions diverses. C'est un peu le même cas de figure pour la famille Granier auprès de laquelle les sollicitations directes ou indirectes sont fréquentes. On réclame ainsi un poste pour un membre de la famille ou pour soi-même, soit à la propriété de la famille, soit dans les chais[4]. On cherche alors à profiter des réseaux professionnels et sociaux que le négociant a construit. Dans le même esprit, mais à une autre échelle, à Sète, au début du siècle, le consul d'Espagne écrit au maire pour essayer de placer son fils dans un institut œnologique. Le maire afin de renseigner le consul demande des informations aux négociants locaux afin de savoir où l'adolescent pourrait suivre des cours[5].

Cette honorabilité bien identifiée au sein de la société méridionale se retrouve également au sujet de l'orientation que les négociants cherchent à donner à leurs loisirs ou aux valeurs qu'ils promeuvent.

Des loisirs et des pratiques bourgeois

Le négociant se singularise également par ses loisirs typiquement bourgeois. Ces derniers sont multiples mais démontrent, là aussi, une volonté de se démarquer dans la population héraultaise.

Tout d'abord, la chasse est abondamment pratiquée par les négociants, tant au début du siècle[6] que par la suite[7]. Les négociants se retrouvent souvent au mas de l'un d'entre eux afin de partir chasser ensemble puis finissent l'après-midi à discuter dans la gardiole frontignanaise, entre les pins sétois du mont Saint-Clair ou dans la garrigue montpelliéraine. Encore au début du siècle, la chasse est un marqueur social[8] et les négociants semblent l'investir comme tel.

[1] La maison dite « Bouisset » (du nom de l'ancienne famille qui en était propriétaire) est achetée en 1888 par J. Voisin avec promesse de la louer à la commune pour en faire la nouvelle marie. Mais Voisin préfère y habiter jusqu'à sa mort en 1912. Cf. FAYET J., *Marseillan, un village du bas Languedoc - TOME 1 : Histoire générale des origines à nos jours*, Marseillan, Mairie de Marseillan, 1985.
[2] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Lettre du 29/09/1926.
[3] Selon le rapport de la succursale de Béziers, Augé dispose de 200.000 F et ses parents également.
[4] ADH : 106 J 1092 ou 1304, Fonds Granier, Correspondance, 1903 ou 1932.
[5] AMS : 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Syndicat de Commerce en gros des vins et spiritueux, Lettre de la mairie, 16/04/1907.
[6] Dans un des rapports de la BDF, on apprend qu'un négociant a perdu la vue lors d'un accident de chasse (ABDF : Béziers, 1937, maison « Martin H » de La Tour-sur-Orb).
[7] Entretien avec H. Jeanjean en avril 2011. Lui-même, tout comme son père et son grand-père, pratiquent régulièrement la chasse.
[8] CORVOL A., *Histoire de la chasse : L'Homme et la Bête*, Paris, Perrin, 2010.

D'ailleurs, il n'est pas rare de retrouver des négociants investis dans des sociétés de tir comme Jules Herber qui est impliqué dans diverses associations de tir comme « La Sétoise », société de tir dont il est le président honoraire au moins jusqu'en 1939. Dans les années 1930, les sports considérés comme bourgeois occupent les loisirs des négociants, tels le tennis[1] ou l'escrime. À Sète, lorsqu'ils en ont les moyens, ils pratiquent également certains sports nautiques, notamment les courses de frégates[2] ou l'aviron[3].

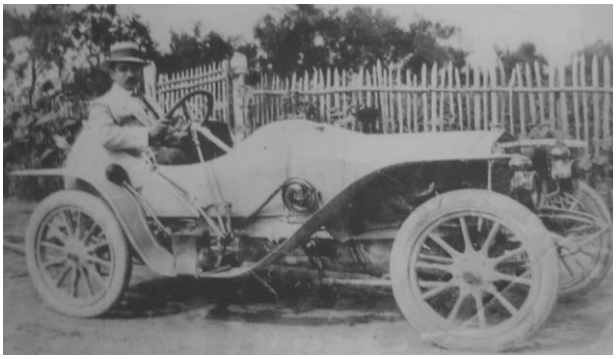
Lorsqu'ils sont spectateurs, les loisirs se divisent en deux : les loisirs populaires, tout d'abord, auxquels assistent les négociants ruraux ou issus des classes populaires comme Augé qui se rend à un match de Rugby en 1929[4] à Albi où il rencontre un client. Les négociants issus de la haute bourgeoisie et de l'ancienne aristocratie assistent quant à eux à des représentations théâtrales, lyriques ou musicales, qu'ils financent parfois[5]. C'est là une pratique classique d'investissement social pour une bourgeoisie qui cherche à s'affirmer dans un espace culturel concurrentiel[6]. Il faut donc au milieu des propriétaires et des intellectuels se faire une place dans des loisirs élitistes, synonyme de rayonnement social et, au-delà, de renforcement de sa réputation, fondement de la crédibilité commerciale.

D'autres loisirs mettent en lumière leur fortune et de leur modernité. Les négociants sont ainsi les premiers à posséder des voitures. À Frontignan, par exemple, une des premières voitures appartient à Marcel Labarthe. C'est une Darracq une place, qui en 1905 impressionne les Frontignanais par sa vitesse et sa motorisation. En 1911, toujours à Frontignan, Léon Botta achète une Torpédo Peugeot pour pouvoir promener sa famille[7]. Ces deux exemples similaires diffèrent sur un point. Si la pratique de Labarthe est une pratique sportive, celle de Botta est tout autre. En effet, alors que le premier conduit sa propre voiture, marquant ainsi sa pratique d'un sport que seuls les plus fortunés peuvent se permettre, Botta se paye les services d'un chauffeur, signe ici d'une domesticité externalisée, comme le font également Victor Anthérieu à Frontignan ou Félix Michel à Montpellier. Dans les deux cas néanmoins, il s'agit de bien montrer que, par sa position sociale, le négociant est le vecteur d'une modernité ostentatoire et coûteuse, que seuls quelques-uns peuvent se payer (fig. 69, page suivante). D'ailleurs, entre 1929 et 1933, Augé change régulièrement de voiture[8] tandis que dans les années 1930, la famille Jeanjean s'offre une nouvelle berline à traction avant. Avec la croissance de la maison, Paul Jeanjean s'offre des berlines de plus en plus luxueuses[9] tandis que ses fils roulent, après-

[1] LACOMBRADE P., « Le tennis du jeu mondain au phénomène de société », *Études Héraultaises*, numéro spécial « Cent ans de sport dans l'Hérault », 2010, p. 167-178.
[2] BRUGIDOU G., « L'Élodie, un yacht de la société nautique de Cette », *BSESSR*, 2008, p. 84-93.
[3] L'un des frères Chauvain est le président du « Rowing-club sétois » dans les années 1930 et Louis Koester remporte de nombreuses courses d'aviron.
[4] ADH : 6 U 2 746, Faillite Augé, Correspondance, mars 1929.
[5] Voir à ce sujet MASSABIAU F., « Petite histoire du théâtre de la Grand-rue, 1846-1926 », *BSESSR*, 1991, p. 77-89 et LOPEZ-DRÉAU C., « La destinée sétoise d'un jeune Brémois, généreux donateur du kiosque de l'esplanade : Johan Franke », *BSESSR*, 2003, p. 155-171.
[6] C. Ferras relève que lors de l' « âge d'or biterrois » (qui correspond sensiblement à la Belle époque), « la bourgeoisie biterroise fréquente assidument le théâtre, les spectacles, les réceptions ». Cf. FERRAS C., *op. cit.*, p. 175.
[7] VALETTE J., *Frontignan, un siècle d'histoire par la photographie*, Béziers, Aldacom, 2007, p. 116.
[8] Il est le propriétaire de plusieurs Citroën dont une B2 et une C6.
[9] Il achète une Berlier d'occasion puis une Matford et une Simca 5.

guerre, en 2 CV[1]. À Clermont-l'Hérault, Marcel Salasc se passionne également pour les voitures et, dès sa jeunesse, il pose fièrement avec ses amis devant sa berline flambant neuve (fig. 69). Il n'est ainsi par rare de retrouver dans les mutations par décès des voitures que les négociants lèguent à leur descendance, notamment à partir des années 1940[2].

Fig. 69 : La voiture, un marqueur social ostentatoire à la symbolique multiple



La voiture de sport, symbole de modernité et d'exception

Marcel Labarthe dans sa Darracq Frontignan, 1905
Source : VALETTE J., *op. cit.*, p. 116

La voiture avec chauffeur, symbole de l'élitisme bourgeois extraverti

Félix Michel et son chauffeur Montpellier, 1929
Source : Fonds privés familiaux

La voiture passion, symbole d'un loisir de luxe

Marcel Salasc et des amis autour d'une berline Clermont-l'Hérault, 1934
Source : Fonds privés familiaux

Dans le même ordre d'idées, les négociants s'adonnent – et c'est finalement logique pour une profession basée sur la spéculation – aux jeux de l'argent. Ainsi, dans les rapports de

[1] Entrevue avec H. Jeanjean, avril 2011. C'est le cas également pour G. Granier.
[2] C'est le cas par exemple lors du décès de Gaston Cazalis en 1945. Il lègue deux automobiles d'une valeur de 135.000 F dont une luxueuse « Hispano-Suiza » achetée en 1935. (Cf. ADH : 3 Q 15872, *op. cit.*). Louis Leenhardt en 1950 lègue de son côté une « Citroën 11 CV 1939 » d'une valeur de 250.000 F. (Cf. ADH : 3 Q 10613, *op. cit.).*

la BDF, il est parfois fait état des penchants pour le jeu de certains négociants sétois. Dans l'Île singulière, le Casino Kursaal est le lieu de rencontre, au milieu de la bourgeoisie locale, de nombreux négociants les soirs de week-ends. Ainsi, au début du siècle, Bonnaventure, héritier d'une grosse fortune, est décrit comme « dépensier et joueur », tout comme Barthélémy Tous. En 1920, Jules Julien est présenté comme un « gros joueur » alors qu'en 1933, le rapport de la BDF nous apprend que le sétois Rieunier vient de perdre 300.000 F au jeu. La référence au jeu revient à de multiples reprises dans les rapports de la BDF, chez des familles plus ou moins modestes et plus ou moins installées (comme les Taillan)[1]. Après la Seconde Guerre mondiale, le mouvement semble se perpétuer : Raphaël Tous, le fils de Barthélémy, fréquente ainsi jusqu'à la fin des années 1960 le Casino de Sète et son employeur Jean-Marie Prats le décrit comme « un gros joueur »[2]. Il est frappant de noter que, dans les rapports d'inspection, seuls les négociants sétois sont stigmatisés comme étant des joueurs, sûrement en raison de la présence du casino dans la ville, mais certainement également de la plus grande discrétion ou la plus grande prudence des autres familles héraultaises[3].

En outre, certains des membres des familles du négoce s'investissent dans certains loisirs plus rares, mais qui participent de cette différenciation avec des occupations originales. Citons l'exemple de René Ricard (1885-1950) de la famille de négociants frontignanais Ricard. Très jeune, il démarche les fournisseurs à cheval pour le compte de ses parents et se prend d'une passion pour l'équitation. Il participe ensuite à de nombreux concours internationaux qu'il remporte avant de devenir jockey[4]. Dans un tout autre registre, à Mèze, le négociant Émile Boucassert (1885-1982) pratique la poésie[5], preuve d'un certain raffinement dans les loisirs intellectuels alors que Joseph Granier joue, pour sa part, du violon[6]. D'autres sont passionnés d'horticulture comme Marcel Salasc ou Gaston Cazalis. Enfin, Ulysse Vergnes est un pilote d'avion confirmé. Représentant de commerce dans une maison montpelliéraine, il finance son baptême de l'air en 1929 grâce à des économies réalisées auprès des courtiers à qui il revend leurs propres échantillons non-agrées. Il passe ensuite son brevet de pilote à la fin des années 1940, après avoir réalisé de substantiels bénéfices à la tête d'une nouvelle maison. La prospérité commerciale lui permet de s'adonner à un loisir onéreux « que seuls quelques nantis » peuvent se payer[7].

Plusieurs fois par an, les négociants partent également en vacances. Augé part ainsi en vacances en avril et en juillet, à Luchon et à Vichy notamment[8]. Domergue lui aussi se rend à Vichy tous les étés, mais c'est, à la fin de sa vie, pour soigner des rhumatismes qui lui rendent

[1] ABDF : Sète, 1904, 1920, 1933,
[2] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[3] Ainsi a-t-on appris que Camille Granier avait menacé son fils de le déshériter s'il jouait et que Paul Bret était un grand joueur de cartes, engageant de fortes sommes d'argent. Il avait fait promettre à ses enfants de ne jamais jouer aux cartes. Cette prudence s'explique aussi car les jeux d'argent, assimilés à de la « spéculation pure », sont mal perçus dans la société française du premier XXe siècle (cf. STANZIANI A., *« Les deux sens… »*, *art. cit.*, p. 267
[4] VALETTE J., *Frontignan en Languedoc, au seuil de son histoire*, Lacour-Ollé Ed. , Nîmes, 2005 p.159-160.
[5] CAMBON A., *Mèze, mémoire en images, T. II*, Saint-Avertin, Alan Sutton Ed., 2006, p. 127.
[6] Entretien avec la famille Granier, oct. 2012.
[7] Vergnes U., L'odyssée autobiographique contemporaine d'Ulysse né Vergnes, autoédition, [s.d.], p. 4-6.
[8] ADH : 6 U 2 746 et 6 U 2 754, Faillite Augé, Correspondance, 1929 et 1933.

la marche difficile[1]. Les négociants dont les moyens financiers sont plus élevés que la majorité de la population héraultaise, relativement pauvre jusqu'au milieu des années 1950, peuvent se permettre de prendre plusieurs semaines de vacances, notamment lors des périodes de creux de leur activité, au printemps et en juillet. Les Jeanjean passent ainsi le mois de juillet à Palavas pour profiter de la mer, tout comme les Prats à Saint-Raphaël[2]. Gabriel Granier, de son côté, voyage chaque année avec son épouse après leur mariage au milieu des années 1960. Il y a bien évidemment une différence en ce qui concerne les destinations de villégiature des négociants selon leur niveau de vie, mais dans l'ensemble tous semblent prendre des vacances dès le début du siècle.

Par ailleurs, pour les week-ends, les courtes périodes de repos ou leurs vacances, les familles de négociants disposent souvent de résidences secondaires à proximité de leur domicile ou parfois, plus loin. C'est là un signe d'appartenance à la bourgeoisie relevé par de nombreux auteurs[3]. Ainsi, Saquary, petit négociant en vins d'Agde au début du siècle, dispose d'un chalet au Grau d'Agde, près de la mer Méditerranée[4]. Si ce chalet est relativement modeste (environ 3.200 F), d'autres familles peuvent s'offrir un mas (« baraquette ») sur le mont Saint-Clair à Sète (les frères Chauvain ou les frères Clarac par exemple), dans la gardiole à Frontignan, sur la plage (la famille Anthérieu) ou dans les environs de Béziers (François Guy) ou de Montpellier (Paul Bret ou la famille de Jules Leenhardt par exemple). C'est d'ailleurs à cette occupation secondaire qu'est destiné le Mas de Grille de la famille Domergue, qui vit principalement à Montpellier[5]. À Poussan, le négociant Louis Soullié dispose d'une « baraquette » à la périphérie du village pendant l'entre-deux-guerres[6]. À Marseillan, la famille du négociant Émile Rieux est propriétaire d'un chalet au bord de la plage qui porte le nom de « Cottage Robinson ». Ce type de possessions est source de fierté car synonyme de réussite et on n'hésite pas à poser devant comme sur le document suivant.

Fig. 70 : La famille du négociant E. Rieux au « Cottage Robinson » Marseillan, années 1900
Source : MOLINO J.-V., *op. cit.*, p. 101

[1] ADH : 5 J 35, *op. cit.*, Lettre de juillet 1908.
[2] Entrevues avec M. Jeanjean, avril 2011 et J.-M. Prats, oct. 2012.
[3] A. Daumard ou C. Charle auxquels nous avons fait référence ici à de multiples reprises.
[4] ADH : 6 U 1 110, Tribunal de commerce d'Agde, Faillite Saquary, 1902.
[5] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, 1899-1910.
[6] ADH : 3 Q 7867, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Mèze, 29-150/1896.

Les familles les plus aisées disposent de résidences secondaires d'un grand standing comme les Meyer dans les années 1920 qui vivent dans leur hôtel particulier à Béziers, la « Villa Valrose », et disposent ensuite de résidences luxueuses dans le sud de la France : une à Agde, une à Saint-Thibéry, trois dans l'Aude, une dans le Tarn. Les Prats, eux, ont hérité par leur mère, née Ginestet, de nombreuses résidences secondaires dans le Bordelais[1]. Les Taillan, pour leur part, peuvent profiter dans les années 1950 d'une résidence secondaire à Nice et d'une autre à Courbevoie[2]. Dans les campagnes, la réalité ne semble pas être différente, même si les résidences secondaires sont de moindre envergure. Ainsi, les Granier disposent d'un chalet au Grau d'Agde[3]. Les Jeanjean, eux, possèdent comme résidence secondaire la maison familiale de Nant, dans l'Aveyron[4]. Dans tous les cas, la pratique des vacances et la possession de résidences secondaires est là aussi un marqueur fort de l'appartenance à une bourgeoisie, plus ou moins haute, mais qui se caractérise par ces pratiques identitaires exclusives, surtout jusqu'aux années 1950.

De plus, afin de profiter de leurs moments de détente, il n'est pas rare que les négociants proches des rivages se portent acquéreurs d'une petite embarcation. Tel est le cas de Charles Rey à Marseillan en 1900[5], Victor Anthérieu à Frontignan en 1929[6] ou Gustave Chauvain en 1959[7].

Enfin, les négociants attachent, là aussi selon un idéal bourgeois qui s'est façonné au XIXe siècle[8], à offrir à leurs enfants une éducation plus ou moins poussée. D'abord parce qu'ils en ont les moyens. Ainsi, les deux frères Jeanjean, Hugues et Maurice, sont inscrits à la fin des années 1930, dans une école privée réputée de la ville de Rodez, la pension Saint Joseph. Si Hugues arrête l'école assez tôt, la famille dispose des moyens pour envoyer Maurice étudier pendant quatre ans au prestigieux lycée Louis-le-Grand à Paris[9]. Jules Augé, quelques années plus tôt, inscrit son fils au lycée de Béziers afin de lui assurer une bonne éducation tout comme Paul Granier qui envoie son fils dans un pensionnat à Saint-Affrique[10] puis faire des études de droit à la faculté de Montpellier. Le petit-fils, Gabriel, fait sa scolarité dans un collège religieux réputé, le Collège de la Trinité à Béziers, tandis que l'un de ses frères, Émile, poursuit des études d'ingénieur. À Clermont-l'Hérault, Geneviève Salasc la fille de Marcel entame des études d'Anglais puis d'Histoire des arts à la fin des années 1960. Son frère Jean-Claude suit lui des études d'œnologie à Montpellier afin de perpétuer la tradition commerciale familiale.

Ces études peuvent ainsi être parfois en lien avec l'activité commerciale mais ce n'est généralement pas le cas. Si Charles Warnery a suivi des études de commerce à Lyon à la fin du

[1] Des domaines viticoles comme le Cos d'Estournel ou le Château Marbuzet.
[2] ADH : 3 Q 15417, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 44-112/1905.
[3] Entrevue avec la famille Granier, nov. 2012.
[4] Entrevue avec M. Jeanjean, avril 2011.
[5] ADH : 3 Q 126, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Marseillan, 37-538/1892.
[6] ADH : 3 Q 5303, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Frontignan, 12-387/1884.
[7] ADH : 3 Q 15406, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 33-268/1884.
[8] MAYEUR F., *Histoire générale de l'enseignement et de l'éducation en France, 1789-1930*, tome 3, Perrin, 2004.
[9] Entrevue avec M. Jeanjean, avril 2011.
[10] La pension religieuse Saint Gabriel dont les religieux sont des clients de la famille.

XIXe siècle, l'un des fils du négociant sétois Adolphe Herber, Joseph, entreprend des études de médecine au tournant du XXe siècle tout comme Maurice Péridier ou Louis Huc fils durant l'entre-deux-guerres. Les fils de Paul Bret, poursuivent des études de droit : Paul-Louis devient journaliste[1] et Jean-Jacques avocat[2]. Dans les années 1950, les héritiers de la famille Prats suivent eux aussi de solides études, Yves devient docteur en droit et Jean-Marie est diplômé de l'Institut de Sciences politiques de Paris. La pression familiale est très forte pour poursuivre l'œuvre commerciale familiale, mais dans l'ensemble, face aux vicissitudes d'une profession de plus en plus compliquée, les négociants cherchent à assurer à leurs enfants des conditions d'enseignement favorables. Ces dernières apparaissent surtout comme une sécurité dans le cas d'un arrêt de l'activité, ce qui est par exemple le cas pour la famille Augé dès les années 1930. Parfois, il s'agit également d'un atout supplémentaire dans une logique d'ascension sociale et une autre voie lorsqu'il y a plusieurs héritiers. En effet, c'est l'assurance de la transmission de l'activité familiale à l'un des enfants et de la poursuite de carrières confortables pour les autres[3]. Ainsi, la transmission patrimoniale s'opère sans avoir à partager l'héritage commercial familial, ce qui est potentiellement risqué. Cela explique que l'on retrouve dans plusieurs familles un frère impliqué dans le négoce et un autre dans un autre domaine. C'est le cas par exemple avec le négociant Félix Michel qui reprend la maison de commerce familiale et dont le frère, André, après des études d'histoire, devient professeur au Collège de France, conservateur des musées nationaux et membre de l'Institut. À Sète, dans le premier tiers du XXe siècle, les fils d'Adolphe Herber deviennent négociant dans la maison familiale pour l'un (Jules), médecin pour l'autre (Joseph).

En outre, s'il semble que les négociants aient conscience d'appartenir à une classe à part[4], dans un milieu bourgeois qui valorise fortement la méritocratie, l'éducation est un levier important dans ce désir de progresser et de se stabiliser socialement. Cela s'explique, en grande partie, par la nature même du négoce, profession particulièrement risquée et les conditions de développement de nombreuses familles, issues d'un milieu plutôt modeste (hormis dans les grandes familles aristocratiques où les héritiers deviennent plutôt des rentiers). Ainsi, il n'est pas rare de trouver parmi les descendants des négociants, des docteurs, des professeurs de faculté ou des avocats, signe avéré d'une pérennisation sociale dans la bourgeoisie. Mais il s'agit désormais d'une autre bourgeoisie, éloignée des vicissitudes de la bourgeoisie d'affaires et plus proches de la bourgeoisie libérale et intellectuelle. D'ailleurs, cette dimension intellectuelle dans certaines familles languedociennes se manifeste dans l'Hérault dès le début du siècle, par la proximité de plusieurs d'entre-elles avec le mouvement Félibrige : citons par exemple la fa-

[1] Il assure la direction de l'AFP entre 1947 et 1950 (renseignement transmis par M. et Mme Coulet, descendants de Paul Bret).
[2] *Annuaire de l'Hérault*, 1914.
[3] A. Daumard indique qu'une certaine latitude est offerte aux enfants quant à leurs études tant que l'un des héritiers s'engage à poursuivre l'entreprise familiale. Elle souligne également que l'instruction est une manière d'éviter les déclassements. (Cf. DAUMARD A., *op. cit.*, p. 152-155).
[4] Paul Jeanjean se considère, d'après son fils Hugues, comme un notable et son fils, Maurice, reconnaît avoir eu conscience dès son enfance de vivre dans des conditions privilégiées. L'ensemble des témoignages et des entretiens vont également dans ce sens.

mille Brouillonnet à Sète, proche au début du siècle des félibres Galibert et Soulet[1] ou Antoine Affre, lui-même félibre à Montpellier[2].

Enfin, la volonté de permettre aux enfants d'entrer dans la vie d'adulte de la meilleure manière possible se caractérise également par les aides financières qui sont versées à ceux-ci[3]. Ainsi, Jean Voisin lors du mariage de sa fille à Marseillan lui octroie une pension de 6.000 F par an[4]. Son fils Urbain reçoit lui aussi la même pension[5]. En 1905, Maurice Taillan reçoit de son père une rente annuelle de 4.800 F[6] tandis qu'Alice Cazalis reçoit pour sa part une rente de 6000 F par an[7]. Dans le même esprit, lors des mariages, les filles reçoivent des dots conséquentes. Ainsi, lors du mariage de leurs filles entre 1927 et 1936, Émilie Alby et Simon Gantet, actionnaires majoritaires dans la maison familiale « J. Alby », dotent leurs trois filles de montants allant de 10.000 à 75.000 F[8]. Ces deux pratiques inscrivent concrètement le négoce héraultais dans des trajectoires sociales propres à la bourgeoisie occidentale contemporaine.

En définitive, le négociant, véritable notable à géométrie variable (ancienne aristocratie, récente haute bourgeoisie, moyenne et petite bourgeoisie), s'inscrit dans une logique ostentatoire par son style de vie, ses loisirs ou les valeurs qui le supportent.

Les familles de négociants s'inscrivent alors, tout au long de la période, à la fois dans leur habitat et dans leur mode de vie, dans une démarche de distinction et de démarcation au sein de la société viti-vinicole languedocienne. En dépit de l'hétérogénéité qui marque ce groupe social, c'est là une pratique homogène qui les caractérise pour l'ensemble de la période étudiée[9]. Cela leur offre dans la société méridionale une place à part qu'ils cherchent à affirmer et à défendre, faisant d'eux des notables très bien identifiés et sollicités.

Cette dimension publique se retrouve également dans leur implication active dans la société méridionale.

[1] DEGAGE A., *op. cit.*, p. 33.
[2] *Dictionnaire biographique de l'Hérault*.
[3] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 155.
[4] ADH : 3 Q 97, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Marseillan, 8-341/1868.
[5] ADH : 3 Q 127, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Marseillan, 38-137/1893.
[6] ADH : 3 Q 15417, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 44-112/1905.
[7] ADH : 3 Q 15418, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 45-1448/1908.
[8] ADH : 3 Q 15410, Enregistrement, Sommier du répertoire général, Sète, 37-347/1891
[9] L'ensemble de nos entretiens nous ont révélé que les négociants se considèrent comme un groupe social à part (sans toutefois que cela soit verbalisé par un déterminant – bourgeois, élites, notables – bien précis).

CHAPITRE 3 : L'IMPLICATION SOCIALE D'UN NOTABLE RECONNU

En quête de légitimité et de visibilité dans une société où le positionnement social est primordial pour la construction et la consolidation de réseaux, les négociants investissent divers champs sociaux qui leur permettent d'asseoir leur notabilité. Cette démarche est particulièrement importante car elle vise à accroître la crédibilité et l'honorabilité dans la société viti-vinicole languedocienne, mais également sur le marché des vins où la réputation et le renom sont des outils commerciaux vitaux. Par ailleurs, dans le même temps, leur réussite économique affirmée et confirmée conditionne le recours aux négociants dans différentes institutions ou associations afin de renforcer le pouvoir d'action, la respectabilité et le rayonnement de ces dernières.

Cette excellence sociale s'exerce dans une double dynamique et une forte interaction. Elle se définit par le biais de différentes formes de légitimité, notamment l'engagement associatif et la recherche du prestige. Ici aussi, ces démarches sont opérées avec en arrière-plan le renforcement du positionnement social et, fort logiquement, commercial.

L'engagement associatif comme outil de valorisation et de promotion

En tant que notable, le négociant use de ses réseaux et de son influence pour s'inscrire durablement à la tête de mouvements associatifs divers. Si Rémy Pech a mis en avant le rôle des négociants dans la création et le financement des clubs de rugby entre 1910 et 1914[1], leur rôle ne s'arrête ni à ce sport, ni à cette période. C'est un engagement à plus large échelle qui vise à renforcer le rayonnement social du négoce dans l'Hérault. Ce processus témoigne également du crédit et de la considération dont jouissent les négociants dans l'Hérault.

Le sport à Sète au début du siècle, une entreprise orientée

À la période contemporaine, le sport a toujours représenté des enjeux dépassant la simple pratique d'un jeu plus ou moins codifié[2] dans lequel les notables ont souvent joué un rôle d'encadrement[3]. Récemment, Marion Fontaine a démontré comment à Lens le club de football avait servi d'outil pour affirmer l'emprise des patrons des mines, mais également d'exutoire pour les revendications ouvrières[4]. Le sport – et son encadrement – recouvrent ainsi des champs sociaux, culturels et politiques souvent synonymes de pouvoir.

Dans ce domaine sportif, les négociants sont à l'origine de nombreuses associations, notamment dans la ville de Sète où leur action a laissé une trace durable dans les années 1900 et 1910.

[1] PECH R., « L'organisation du marché du vin en Languedoc-Roussillon aux XIXe et XXe siècles », *art. cit.*, p. 106.
[2] ARNAUD P. et CAMY J. (dir.), *La naissance du mouvement sportif associatif en France. Sociabilités et formes de pratiques sportives*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1986.
[3] GOUJON P., « La naissance des sociétés sportives en Saône-et-Loire avant 1914 : la sociabilité sportive entre la tradition et la nouveauté » in ARNAUD P. et CAMY J., *op. cit.*, p. 205-211.
[4] FONTAINE M., *Le RC Lens et les « Gueules noires ». Essai d'histoire sociale*, Paris, Rivages des Xantons, 2008.

Christian Guiraud et Guy Laurans, dans un article récent portant sur la création du comité régional de l'USFSA[1], mettent en exergue le rôle des notables locaux dans la genèse de la délégation régionale[2] où l'on retrouve de nombreux négociants sétois. Il s'agit très clairement pour ces derniers de s'inscrire dans une démarche d'appropriation de l'espace public grâce à des associations où ils imposent leurs valeurs (laïcité, méritocratie, républicanisme) mais également leur personnalité, dans une logique de recherche de prestige propre à cette classe sociale. C'est donc dans une conduite de « valorisation personnelle ou sociale »[3] active que les négociants en vins s'imposent grâce à l'investissement de postes de dirigeants dans les clubs sportifs locaux. C'est ainsi, particulièrement dans l'Île singulière, un domaine supplémentaire dans lequel ils affirment leur soif de domination, de pouvoir et de distinction.

La délégation régionale de l'USFSA Languedoc naît à Sète en 1906. On retrouve parmi ses membres directeurs ou ses dirigeants de nombreux négociants en vins sétois et plusieurs autres membres qui y sont liés[4]. C'est particulièrement le cas au début du siècle :

Tab. 89 : Les membres du bureau directeur de l'USFSA Languedoc 1906-1909

Louis Koester	Négociant	Isidore Crémieux	Médecin	René Pons	?
Henri Dollard	Médecin	Paul Sabatier	Négociant en engrais	Gabriel Caffarel	Négociant
Louis Bordes	Médecin	Antoine Conge	Négociant	Henri Beaux	?
Jules Falgueirettes	Négociant	Ernest Ribes	?	Louis Castel	Enseignant
Félix Cortade	Négociant	Paul Morange	Militaire	Maurice Roux	Négociant
Nicolas Barber	Banquier	Albert Léo	Pasteur	Henri Diffre	Docteur
Jean-Jacques Scheydt	Fils de négociant	Hippolyte Bras	Photographe	Rodéric Égal	?
Joseph Durand	Propriétaire	Auguste Fabregat	Médecin	Henri Amadou	Fils de négociant
Paul Gautier	Fils de négociant	Georges Maderon	Fonctionnaire	Émile Génie	Négociant (Carcassonne)
Henri Monnier	Banquier	**En grisé, les membres ayant un lien avec le commerce des vins sétois**			

Source : GUIRAUD C. et LAURANS G., *op. cit.*

Si Guiraud et Laurans voient dans le choix de Sète plusieurs facteurs géographiques (ouverture sur le bassin méditerranéen, ouverture vers le reste de la France) ou sociaux (intégration des flux migratoires importants dans la ville, pacification sociale[5]), il semblerait que cette analyse oublie l'importance pour les négociants locaux d'être reconnus par et pour leur

[1] Union des sociétés françaises de sports athlétiques : c'est une fédération sportive française omnisports qui est fondée le 20 novembre 1887 à Paris et dispose de comité régionaux dont un en Languedoc.
[2] GUIRAUD C. et LAURANS G., « Sète et l'organisation du sport moderne en Languedoc (1906-1920) », *BSESSR, 2008, p. 131-151.*
[3] GUAY D., *La culture sportive*, Paris, PUF, 1993, p. 53.
[4] Sur 28 membres-dirigeants jusqu'aux années 1930, un tiers sont des négociants.
[5] Ce point est largement à nuancer tant la ville est parcourue de flambées contestataires jusqu'aux années 1920 (cf. *infra*, graph. 48, p. 600).

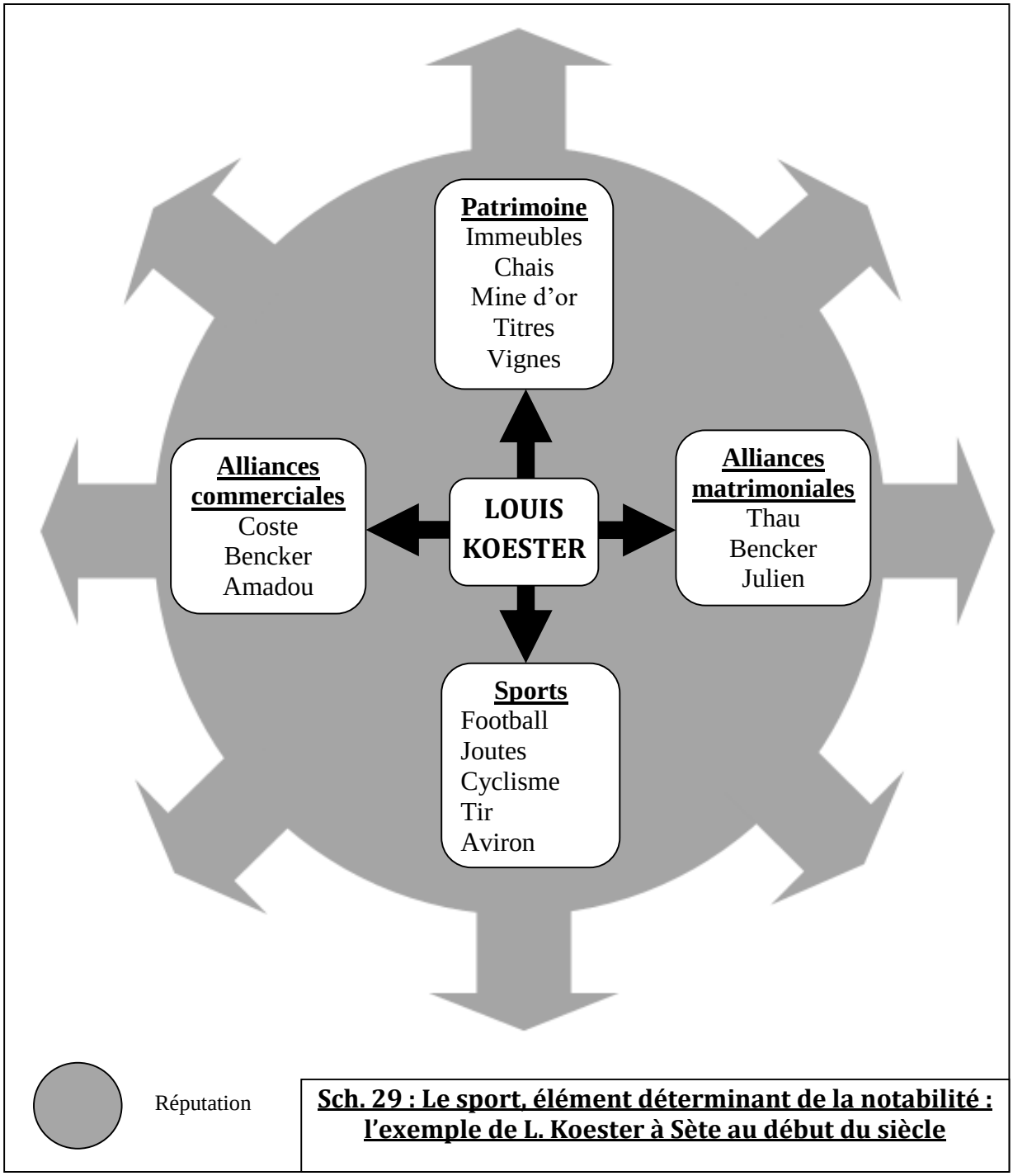
implication dans la vie associative régionale. Dans cette logique, l'objectif des négociants est multiple. Il est déjà de s'affirmer et de s'afficher comme un notable bien établi, au-delà des limites de la ville. Or l'acquisition de positions de force, notamment dans les instances sportives régionales voire nationales, permet de renforcer la figure du notable. De plus, ces postes à responsabilité offrent un prestige local qui compte dans les relations commerciales. Rappelons que la question de la réputation, récurrente dans le monde du négoce, est primordiale dans un commerce des vins où la notoriété de telle ou telle maison participe à sa prospérité. Ainsi, lorsque Gaston Cazalis veut être nommé membre du jury de l'Exposition universelle de Saint-Louis en 1904, le préfet de l'Hérault réalise une enquête auprès de la Mairie sétoise. Bien évidemment, la réussite professionnelle du commerçant sétois est mise en avant mais il est également fait question de « l'estime et de la considération publique »[1] dont jouit Cazalis. Être un citoyen connu et respecté est donc un atout majeur pour les négociants et leur investissement dans les associations sportives, par essence populaires, procèdent de cette logique.

Si les éléments avancés par Guiraud et Laurans peuvent sembler importants, ils ne sont pas les seuls. En effet, l'intérêt accordé aux sports, à la création, à la direction et au financement d'associations sportives s'inscrit vraisemblablement dans une logique réticulaire d'appropriation de l'espace public dans le but de satisfaire un souci de domination et de rayonnement. Si les négociants sont favorables à une paix sociale dont le sport serait le vecteur comme le soulignent les auteurs, c'est vraisemblablement pour éviter les désordres commerciaux qui affaibliraient une ville qui, comme l'ensemble de la région, traverse une période économique chahutée dans les années 1900. Par ailleurs, ce souci n'est pas une fin en soi et il participe d'une réelle logique réfléchie de domination sociale et économique. C'est d'autant plus vrai – et possible – à Sète, que le négoce y est au début du siècle très puissant et dominateur.

Il n'est ainsi pas surprenant de voir que le siège social de la nouvelle association régionale est situé quai de Bosc (n°12) à quelques encablures des grandes maisons de commerce. Surtout, le premier président est Louis Koester, l'un des négociants les plus en vue de la ville. Koester est un syndicaliste actif, à la tête d'une grosse fortune et est déjà impliqué dans diverses associations de la ville comme « l'Aviron cettois », le club de joute « le Pavois d'or » ou le « Véloce club cettois ». Allié de la famille de négociants-banquiers Bencker par son premier mariage, il unie ses filles avec les puissantes familles de négociants sétois Thau et Julien[2]. Il possède en outre, avec un autre négociant en vins, Paul Coste, une mine d'argent, de plomb et de cuivre. Coste[3] pour sa part est lié à la famille Amadou avec qui il gère la banque « Coste-Dupuy & Amadou » qui devient « Dupuy-Coste » en 1889[4]. Koester est donc au croisement d'intérêts industriels, commerciaux et bancaires et sa place de président-fondateur, somme toute légitime étant donné l'étendue de sa puissance dans la ville, valorise encore plus sa position dominante. Au demeurant, le choix de Koester (et ensuite d'autres négociants) est logique car le pragmatisme, la faculté d'organisation et la forte personnalité des négociants sont des

[1] AMS : 2 F 14, Liste des commerçants sétois, Syndicat de Commerce en gros des vins et spiritueux, Lettre du maire au préfet, 22/03/1904.
[2] Voir les arbres généalogiques en annexes, p. 1172 et la biographie de L. Koester p. 1231.
[3] Sa fortune personnelle est estimée à 200.000 F et la fortune familiale à 600.000 F, il jouit d'une « très grande honorabilité ».
[4] DE GMELINE P., *op. cit.*, p. 17-19.

atouts essentiels dans cette période de gestation du sport organisé[1]. Ainsi, le sport se sert du négoce et le négoce se sert du sport dans une interaction bénéfique à deux activités pourtant éloignées. Pour les négociants, c'est un facteur essentiel dans l'accroissement de leur notabilité comme le montre l'exemple de Louis Koester avant-guerre[2] (sch. 29).



Sch. 29 : Le sport, élément déterminant de la notabilité : l'exemple de L. Koester à Sète au début du siècle

[1] C'est le cas également dans l'exemple de la Saône-et-Loire (cf. GOUJON P., *op. cit.*) ou dans le Rhône. Cf. ARNAUD P., « Pratiques et pratiquants : les transformations de la sociabilité sportive. L'exemple de Lyon et du département du Rhône entre 1850 et 1914 »in ARNAUD P. et CAMY J., *op. cit.*, p. 174-198. L'auteur y explique que reconnaissance sociale et succès sportifs sont étroitement liés pour les notables encadrant ces premières associations. Pour de plus amples détails sur la naissance de ces mouvements sportifs, voir ARNAUD P. et CAMY J., *op. cit.*

[2] Ce dernier n'hésite pas d'ailleurs à reprendre cette thématique sportive dans son commerce avec la marque « Rugby ». Cf. *supra*, fig. 24, p. 225.

En 1908, Koester renforce sa renommée extra-sétoise, en créant un challenge de football qui porte son nom et est attribué au vainqueur du Championnat du Languedoc[1]. D'ailleurs, le football, sport populaire qui assure une assise forte et des réseaux solides aux négociants est une des cibles prioritaires de ces derniers. C'est surtout vrai à Sète où le football a été introduit dans la ville par deux fils de négociants qui revenaient d'un séjour linguistique en Angleterre : Jean Dugrip et Jean-Louis Julien[2]. En plus de ces derniers, on retrouve dans la première équipe de football sétoise de nombreux enfants de négociants : Jean Lemaresquier ou Marcel Brouillonnet, par exemple. Ainsi, en 1912, l'Olympique de Cette, le club local est présidé par Koester et les deux vice-présidents viennent du commerce des vins : Georges Bayrou est courtier et Jules Falgueirettes[3] est négociant. Dans les années 1920, Joseph Euzet est lui le vice-président du Football Club de Sète, le nouveau nom de l'Olympique. Il semblerait également que plusieurs joueurs des clubs de foot sétois, notamment ceux venus de l'étranger ou d'autres localités, soient salariés dans certaines maisons jusqu'à la mise en place du professionnalisme dans le sport au début des années 1930. De fait, le football sétois, entre les mains des négociants, est donc très clairement un outil de rayonnement et de constitution-affermissement de réseaux et ce, chose rare, quelle que soit la typicité de ce sport.

En effet, c'est le cas dans le football où de nombreuses personnalités issues du Commerce sont impliquées au début du siècle[4], mais également dans des sports plus élitistes ou confidentiels. Ainsi, au tournant du siècle, on retrouve au bureau de l'« Aviron club cettois » pas moins de neuf négociants sur vingt membres dont le président Jules Déjean et le vice-président Jean Prats[5]. Avec une moyenne d'âge d'une trentaine d'années, nous avons ici affaire à des hommes qui tissent des liens qu'ils savent ménager et exploiter pendant plusieurs décennies comme le prouve l'association entre Félix Cortade et Jules Falgueirettes – tous deux dirigeants de l'USFSA – dans un commerce des vins dans les années 1910[6]. Au même moment, Charles Barrillon, l'un des négociants les plus en vue durant l'entre-deux-guerres[7], acquiert une certaine notoriété en organisant des championnats de gymnastique à dimension nationale[8].

Au cœur de ces associations, les négociants peuvent côtoyer des notables d'autres milieux qui pourraient leur permettre d'avoir des appuis dans des domaines bien particuliers. Ainsi, de nombreux médecins font partie de l'équipe dirigeante et, très certainement, alors que se développent les campagnes antialcooliques[9], l'appui de médecins dans cette lutte n'est pas négligeable. Les négociants font vraisemblablement jouer leurs relations pour s'opposer aux arguments antialcoolique voire infléchir ce discours. Enfin, on retrouve également dans ces associations de nombreux banquiers dont on connaît l'importance dans le commerce des vins. Le

[1] Il en avait fait de même à Sète avec les joutes avec le « Challenge du Pavois d'or » en 1903. Informations transmises par Mme Lopez-Dréau, directrice des archives municipales de Sète.
[2] GUIRAUD et LAURANS, *op. cit.*, p. 140.
[3] Il prend la succession de Koester en 1910 à la tête de l'USFSA.
[4] J. Falgueirettes participe à la création de l' « Olympique de Cette » en 1901 avec M. Roux, fils d'un négociant.
[5] *Annuaire de l'Hérault*, 1903.
[6] *Annuaire de l'Hérault*, 1914.
[7] Chevalier de la Légion d'honneur, secrétaire de la CCS, administrateur de la BDF.
[8] *Journal de Cette*, 09/04/1902.
[9] Dont l'un des promoteurs est le père d'un dirigeant de l'USFSA d'ailleurs (Henri Diffre).

sport apparaît donc comme un lien entre divers intérêts qui participent au même objectif : la domination économique et sociale. À l'inverse, encore une fois, l'honorabilité et la puissance financière des familles de négociants permettent de défendre les intérêts du sport à Sète. Ainsi, lorsqu'un conflit éclate au sein de la fédération au sujet de la qualification des joueurs étrangers de l'Olympique de Cette, le club a gain de cause, en raison notamment de l'appui local « des notables personnalités dont l'affirmation ne saurait être mise en doute »[1]. Ces notables personnalités sont, bien entendu, majoritairement des négociants. Enfin, en 1907, l'implication forte des négociants sétois dans la Société de Gymnastique et de Tir Cettoise (où l'on retrouve Jules Herber[2] et Charles Barrillon) permet d'organiser une grande manifestation nationale qui attire plusieurs milliers de personnes, jusqu'à 100.000 selon certains témoignages[3]. Incontestablement, les réseaux et les qualités d'organisation des grands négociants sétois bénéficient au prestige de la ville et inversement. C'est un cercle vertueux dans lesquels les négociants, hommes de réseaux, s'investissent largement.

Mais cette démarche ne s'arrête pas au sport et à la ville de Sète : les négociants s'impliquent dans d'autres localités, à d'autres époques mais également pour d'autres types de causes.

Des démarches ciblées et intéressées

L'exemple de Sète au début des années 1900 est unique dans le sens où par son articulation autour d'intérêts multiples, il est particulièrement remarquable. Toutefois, dans d'autres domaines et dans les autres localités, les négociants sont également impliqués dans des associations qui leur permettent d'afficher leur notabilité et de nouer des contacts, bien que cela soit avec une intensité plus réduite.

La promotion de loisirs tout d'abord reste un objet de prédilection de l'implication des négociants héraultais. C'est somme toute logique dans une période où les loisirs prennent une part de plus en plus importante dans la vie des Français[4]. Enjeu de pouvoir et de visibilité, le sport – en tant de loisir mais également en tant que pratique d'excellence – devient alors l'une des cibles privilégiées pour la bourgeoisie du négoce. En effet, dans cette période de codification et d'unification des pratiques où les rivalités sont nombreuses, l'appropriation du champ organisationnel sportif permet d'imposer son influence dans un jeu réticulaire des plus complexes. C'est ce qu'Eric Dunning met en exergue lorsqu'il évoque cette période où l'on passe d'un « sport pour soi » à un « sport vers autrui » avec l'apparition de « chaînes d'interdépendance plus longues »[5] qu'auparavant. Hommes de réseaux, les négociants veillent

[1] Rapport de M. Bordes au sujet de la plainte déposée par le Rugby Club Cettois, 25/01/1914 (transmis par Mme Lopez-Dréau). Le RCC porte plainte devant les instances fédérales car il considère que les étrangers jouant pour l'Olympique Cettois ne sont pas des amateurs, ce qui est une obligation à l'époque.
[2] Il est le délégué (local ? départemental ? régional ?) de l'Union des sociétés de tir de France dans les années 1920 (cf. Annuaires de l'Hérault, années 1920).
[3] *Annuaire de l'Hérault*, années 1910.
[4] Voir à ce sujet les nombreuses contributions de CORBIN A. (dir.), *L'avènement des loisirs, 1850-1960*, Paris, Aubier, 1995.
[5] ELIAS N, DUNNING E., *Sport et civilisation, la violence maîtrisée*, Paris, Fayard, 1994, p. 301.

à s'inscrire dans cette évolution, tel un chaînon incontournable. Le sport devenant « l'un des principaux moyens d'identification collective »[1], il est essentiel pour les négociants d'être associés à cette représentation collective. Au demeurant, le sport se construit comme la domination d'un groupe sur un autre et il est ainsi peu surprenant de retrouver des négociants, avides de domination sociale ou commerciale, s'investir dans ce domaine. C'est enfin également, la possibilité de continuer à alimenter ses réseaux, à les renforcer, à les amplifier[2].

Ainsi, Élie Cousin est membre de l' « Association d'escrime Jean-Louis » qui a pour but de développer le goût et la pratique de l'escrime dans la capitale héraultaise. Membre de premier plan[3], Cousin y côtoie des propriétaires, des rentiers, des industriels. Dans les années 1920, il y retrouve Georges Quesnel, directeur de l'école de commerce de la ville et Paul Arnavielhe, président de la Chambre de commerce de Montpellier et de la Xe Région économique. Ainsi, par la pratique d'un sport élitiste, dans lequel Cousin fréquente des notables de la ville, il tisse des relations qui, vraisemblablement, peuvent lui servir d'appuis par la suite. À Sète toujours, et à Montpellier également, dans le tennis cette fois-ci, Ph. Lacombrade a montré l'implication dans les années 1900-1930 des négociants dans la diffusion d'un sport, qualifié de « mondain » et donc là aussi porteur d'une image valorisante forte. À Sète, la pratique du tennis est ainsi soutenue par deux familles de négociants : les Dugrip et les Caffarel avant 1914 puis, durant l'entre-deux-guerres, Dugrip qui crée un club en 1928. À Lunel, deux commerçants participent à la création du Tennis-club local tandis qu'à Montpellier, des négociants participent activement à la fondation du club local où s'illustre la famille Bret[4]. À Béziers, les négociants sont également impliqués dans de nombreuses associations sportives à l'exemple de Jean Guy, le fils de François Guy (tab. 90).

Tab. 90 : La forte implication associative du négociant Jean Guy durant l'entre-deux-guerres

Union Sportive biterroise	Vice-président
Association sportive biterroise	Vice-président puis président
Société tauromachique de Béziers	Président
Automobile Club	Secrétaire

Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1920-1939

Ce sont parfois des postes au rayonnement important. Lorsqu'il devient président de l'Association sportive biterroise dans les années 1930, c'est l'association sportive la plus grande de la ville, regroupant près de 400 membres dans l'entre-deux-guerres. Fort de leur notabilité et de leur désir de s'inscrire dans des réseaux multidimensionnels, il est donc logique

[1] *Ibid*., p. 303.
[2] Les informations ci-dessous sont tirées de l'*Annuaire de l'Hérault*, aux dates ou périodes citées.
[3] Il semble être l'un des membres-fondateurs de l'association. Il en devient le vice-président dans les années 1920 puis le président dans les années 1930. Cf. *Annuaire de l'Hérault*.
[4] LACOMBRADE P., « Le tennis du jeu mondain au phénomène de société », *Études Héraultaises*, numéro spécial « Cent ans de sport dans l'Hérault », 2010, p. 167-178.

d'y retrouver d'autres négociants comme Émile Aïn, qui en est le secrétaire au début des années 1920.

Jean Guy est l'exemple d'un négociant qui s'inscrit de manière active dans la promotion des activités sportives locales et traditionnelles, ici, rugby et tauromachie, mais également modernes et élitistes avec l'automobile-club. À Sète, dans les années 1930, les négociants sont toujours impliqués dans le football, notamment la nouvelle génération de dirigeants[1].

Après la Seconde Guerre mondiale, les négociants tendent à s'effacer dans ce domaine également. Nous avons retrouvé des calendriers sportifs dans la correspondance privée de Joseph Granier dans les années 1950[2], mais il semblerait que c'était en qualité de maire de la ville que ce dernier s'intéressait aux résultats du club fanion. Il n'avait semble-t-il pas d'attirance particulière pour le sport, d'autant plus qu'une blessure à la jambe l'avait handicapé dès son adolescence[3]. Aucun des négociants ou des enfants de négociants que nous avons pu rencontrer n'ont évoqué de responsabilités associatives. Seul Ulysse Vergne s'implique avec ferveur dans l'aéro-club de Montpellier dont il est le trésorier, le vice-président puis le président à partir de 1946[4].

Outre le sport, les négociants sont également impliqués dans d'autres types de loisirs, culturels cette fois-ci[5]. Ils assurent ainsi la promotion de divertissements plus raffinés et plus en adéquation avec l'éducation bourgeoise qu'ils ont reçue ou dont ils s'inspirent. Cette démarche vise également à se singulariser et à se distinguer par des occupations perçus souvent comme élitistes. Ainsi, essentiellement par le biais des associations de diffusion de la connaissance et du savoir, les négociants se positionnent comme des notables incontournables. À Sète par exemple, Gaston Cazalis est président de la Société d'Horticulture de Cette au début du siècle. Après une scission, les deux sociétés d'horticulture sont encore présidées par des négociants (Jules Herber et Maurice Laurens) durant l'entre-deux-guerres. Dans les années 1920, on retrouve un négociant, J. Peyrolles, à la commission de surveillance du Conservatoire de Musique de Montpellier tandis qu'à Béziers, Paul Bühler est activement impliqué dans la Société d'études des sciences naturelles dont il est l'un des secrétaires. Le but de ces associations est de propager l'étude de loisirs de type bourgeois comme la musique classique ou l'étude des sciences naturelles. Elles permettent aux négociants, ici aussi, grâce à des excursions ou des rencontres de nouer des liens d'amitiés avec des notables de leur ville ou des villes extérieures. Par exemple, la Société d'étude des sciences naturelles de Béziers dispose de liens avec les Sociétés savantes de France et ouvre donc à ses membres un réseau de type régional-national qui peut servir les intérêts des familles de négociants. Cette sociabilisation autour des loisirs participe à cette création de réseaux et les négociants n'hésitent pas à se rendre aux différentes manifestations où ils peuvent multiplier les rencontres.

[1] E. Gambardella, fils d'un négociant sétois d'origine italienne instaure le professionnalisme dans le football en 1932. Il est assisté en cela par G. Bayrou, ancien employé des Koester. Joueur au début du siècle, il est le président du Football Club de Sète de 1908 à 1950 puis président de la Ligue de Football dans les années 1950.
[2] ADH : 106 J 1433, Fonds Granier, Correspondance privée, 1900-1960.
[3] Entretien avec la famille Granier, oct. 2012.
[4] VERGNES U., *op. cit.*, p. 27.
[5] Les informations ci-dessous sont tirées de l'*Annuaire de l'Hérault*, aux dates et périodes citées.

Ainsi, au début du siècle, Domergue répond favorablement aux sollicitations des différents cercles ou associations qui lui proposent rencontres ou randonnées[1]. Joseph Granier lui, dans les années 1950-1960, est membre de la Société des amis du Louvre et, outre le bulletin qu'il reçoit régulièrement, il participe aux assemblées générales de la société à Paris[2].

Enfin, les négociants sont en outre investis également dans la diffusion du savoir par le biais des bibliothèques, notamment la Bibliothèque Populaire de Montpellier. Créée en 1900 et établi par la Ligue de l'enseignement[3], son objectif est de « faciliter l'éducation du peuple par lui-même » par un accès gratuit à plus de 6.000 ouvrages. Louis Servel, négociant montpelliérain, participe activement à cette institution en tant que trésorier adjoint dans les années 1920[4]. Une autre dimension de la notabilité entre ici en compte : le patronage par le biais d'actions bienveillantes et charitables qui ont une dimension psychologique forte en positionnant très clairement le négoce local comme un bienfaiteur[5].

Parallèlement à ce type d'investissements associatifs, on retrouve tout un ensemble de sociétés philanthropiques ou de patronage dans lesquelles les négociants s'impliquent. S'il ne faut pas minimiser le rayonnement dont bénéficient les négociants en participant à de telles institutions, il s'agit là d'une démarche qui relève de la volonté de se présenter comme un protecteur et qui s'inscrit ici dans une logique d'investissement charitable dont il ne faut pas nier la dimension religieuse[6] ou civique[7]. Cet évergétisme bourgeois prend alors plusieurs formes. Depuis le début des années 1910, Gustave Malet est un membre actif de la Maison du Peuple de Montpellier dont l'objectif est de « rapprocher dans un sentiment commun de fraternité sociale tous ceux qui n'ont pu jusqu'à ce jour se grouper et se connaître »[8]. Dans ce cadre, la Maison du peuple offre des services ludiques mais également professionnels (comme un bureau de placement). Gustave Malet en est le vice-président au début des années 1910[9]. Voilà pour lui un premier pas dans le monde associatif qui lui permet de s'aguerrir au nom de la collectivité et de tisser des relations qui, indéniablement, lui serviront par la suite à la fois dans son commerce et dans son activité syndicale. C'est, ainsi, un moyen utile de se faire connaître et de s'inscrire dans une démarche d'intérêt général et une expérience personnelle profitable.

Les négociants participent également activement aux bureaux des associations d'aide ou d'entre-aide comme l'Établissement des bains de mer du Lazaret à Sète[10] ou le Bureau de bien-

[1] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, 1899-1910.
[2] ADH : 106 J 1433, *op. cit.*
[3] RICHTER N., *Les bibliothèques populaires*, Paris, Cercle de la Libraire, 1978.
[4] *Annuaire de l'Hérault*, 1920.
[5] Pour A. Daumard, il s'agit là d'un des principes majeurs de la bourgeoisie française : se mettre au service de l'intérêt général (cf. DAUMARD A., *op. cit*., p. 172). C'est finalement une préoccupation qui est vraisemblablement en œuvre dans l'ensemble des implications associatives des négociants héraultais.
[6] RAMÈS A.-M., *op. cit.*, p. 261 et sq.
[7] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 227.
[8] *Annuaire de l'Hérault*, 1910.
[9] J. Claparède en était le secrétaire général dans les années 1900 (cf. *Annuaire de l'Hérault*, 1900-1914).
[10] On y retrouve de nombreux négociants dont Koester. Cet établissement veille à offrir aux nécessiteux de confession protestante un accueil pour les soigner par des bains de mer de juin à août.

faisance[1] à Montpellier. Dans la capitale régionale, de riches familles de négociants, comme les Bazille ou les Warnery s'investissent particulièrement dans des œuvres charitables pendant l'entre-deux-guerres[2]. Jean Prats, pour sa part, est depuis 1898, vice-président du bureau de bienfaisance de Sète[3] tandis que son beau-frère Gaston Cazalis est membre du conseil d'administration des Société de secours aux blessés « La Croix Rouge » et les « Dames de France » ainsi que de « diverses sociétés civiles et mutuelles »[4]. À Sète toujours, Néri Julien, négociant et membre de la Chambre de commerce est le président de l'Association de bienfaisance protestante au début du siècle[5]. À Béziers, l'épouse de Paul Granaud dirige la Société de bienfaisance des dames protestantes de la ville à la fin des années 1930[6]. Dans un autre domaine, certains négociants cherchent à défendre les intérêts régionaux comme en 1920, Eugène Leenhardt, qui est élu au sein de l'association des Amis de l'université de Montpellier dont le but est « d'aider à la reconnaissance et au développement d'une Université régionale à Montpellier »[7]. Il est également présent, avec Félix Michel, dans l'Association amicale des anciens élèves du lycée de Montpellier[8]. C'est, là aussi, la possibilité par l'investissement dans des associations transversales, d'asseoir sa notabilité et de nouer des contacts avec d'autres notables de la ville, du département ou de la région dont le soutien pourrait être profitable commercialement parlant.

Ici encore, il est difficile de savoir après1945 quelle est la place des négociants dans ce monde associatif et caritatif. Sans nul doute, quelques familles restent impliquées dans ces actions. Mais la nette diminution de leur implication sociale après la Seconde Guerre mondiale entraîne très certainement un désengagement général du négoce héraultais dans ce type de structures. Jusqu'en 1939, celles-ci apportent une excellence sociale dont sont avides les négociants, notamment en terme de reconnaissance sociale et commercial, les deux étant particulièrement imbriquées.

Dans cette logique, les négociants cherchent ainsi à acquérir des postes et des récompenses qui renforcent leur prestige, leur notoriété et leur notabilité.

Une question de prestige(s)

Nous avons remarqué précédemment que l'implication sociale des négociants visait à leur offrir une honorabilité et une visibilité qui leur permettait d'étendre leur influence mais également d'étayer leurs réseaux personnels dans l'optique d'un plus grand rayonnement sur le

[1] F. Michel est le vice-président de la Commission administrative dans les années 1920. Il est l'administrateur du bureau et il a en charge un quartier de Montpellier (le quartier de l'Abattoir) pour la distribution des secours aux plus indigents.
[2] Asile de vieillards, Association protestante d'Assistance, Sociétés protestantes de secours mutuel.
[3] ANF : 19800035/39/4926, Fonds de la Légion d'honneur, J. Prats.
[4] ANF : 19800035/215/28189, Fonds de la Légion d'honneur, G. Cazalis.
[5] *Annuaire de l'Hérault*, 1910
[6] *Ibid.*, 1939.
[7] *Ibid.*, 1920.
[8] *Idem*.

marché des vins. Cette démarche est renforcée par l'obtention de postes de prestige et d'honneurs multiples et variés, reconnus au niveau local et national.

À la conquête de postes prestigieux

Au-delà de leur engagement associatif, les négociants participent à de nombreux comités, jury ou conseils d'administration qui rehaussent leur prestige et accroissent leur notoriété. Ces missions lui permettent, au même titre que les élites de la fin du XIXe siècle[1], de bâtir ou de renforcer son capital social. Citons par exemple Gustave Malet et Félix Michel qui, durant l'entre-deux-guerres, sont membres du prestigieux jury chargé de statuer sur les concours de l'école des Beaux-Arts de la ville de Montpellier. C'est là une place de choix dans la vie culturelle montpelliéraine et les deux négociants y sont présents pendant toute la période[2]. Les négociants sont également particulièrement présents dans les structures chargées d'encadrer l'enseignement (tab. 91). Ainsi, dans le primaire, un conseil départemental de l'instruction publique est chargé d'assurer les grandes orientations et l'application des programmes. Ce conseil est assisté de délégations cantonales dans lesquelles on retrouve de très nombreux négociants.

Tab. 91 : Quelques exemples de négociants héraultais dans les conseils scolaires
Années 1930

Primaire - Conseil départemental de l'Instruction publique	
Montpellier	Cousin (Élie)
Clermont-l'Hérault	Balestrier, Salasc, Valette
Frontignan	Anthérieu, Chappotin
Mèze	Poujade
Ganges	Auzillon, Clavel
Sète	Audoye, Euzet (Joseph), Laurens, Vézy
Béziers	Biscaye (Henri)
Agde	Rols
Florensac	Laval
Secondaire	
Collège de Lunel	Christol, Fabre
Collège de Clermont-l'Hérault	Guibal
Inspection départementale de l'Enseignement technique	Granaud (Paul)
Lycée national de Montpellier	Leenhardt (Fernand), Michel (Félix)

Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1930-1939

Ces postes sont parfois très prestigieux comme la participation au conseil d'administration du Lycée national de Montpellier où Michel et Leenhardt sont les seuls à ne

[1] CHARLE C., *op. cit.*, p. 136.
[2] *Annuaire de l'Hérault*, années 1920-1930.

pas provenir d'une profession intellectuelle et où ils côtoient le préfet, le recteur, le maire de Montpellier et d'autres notables de la ville[1].

Cette implication ne fait que perpétuer une entreprise déjà en cours au début du siècle[2]. Elle s'explique en grande partie par la dimension de rassemblement que représente l'institution scolaire et surtout par l'audience qu'elle permet de toucher. En effet, alors que l'école devient obligatoire, elle est un support particulièrement important pour les négociants. Tout d'abord, leur présence dans les conseils d'administration renforce leur image de personnalités incontournables dans la cité. Ensuite, ici aussi, cette présence permet de consolider un réseau où se rencontrent plusieurs intérêts : commerciaux, politiques et sociaux. Ainsi, lorsque l'on prend les membres de la délégation cantonale de la ville de Sète en 1910, on retrouve quatre négociants, des docteurs, des élus ou anciens élus, des professions libérales, des intellectuels[3]. Cela permet aux négociants de s'insérer dans des réseaux auxquels ils n'avaient pas forcément accès *a priori*, tout en renforçant leur prestige de notables.

Cette démarche est symbolisée dans le domaine mutualiste par le négociant montpelliérain Charles Warnery. À la tête d'une des plus grosses fortunes montpelliéraines[4] et d'une des plus grosses maisons sétoises, Warnery est particulièrement investi dans de nombreux conseils d'administration liés au mutualisme ou à la bienfaisance[5]. Ainsi, depuis la fin des années 1900, il est le président de « La Famille Montpelliéraine », une société de secours mutuel dont le but est de venir en aide aux familles nombreuses. Il est également depuis cette période, président de l'Union des sociétés de secours mutuels (USM) du département de l'Hérault et directeur du journal le *Mutualiste du Midi*. Il fait également partie du Comité des habitations à bon marché depuis 1908 dont l'objet est de faire concéder aux mairies des terrains pour la construction de HBM et dont il devient le président dans les années 1920[6]. En 1909, il est le président-fondateur d'une clinique chirurgicale mutualiste afin de permettre une prise en charge des plus nécessiteux et en 1911, il fonde la Caisse de retraites ouvrières et paysannes. Au début des années 1910 enfin, il apparaît dans la liste des membres élus des commissions cantonales chargées de statuer sur les réclamations formulées à l'encontre des conseils municipaux ayant refusé l'inscription sur les listes des vieillards, infirmes et incurables ayant droit à l'assistance publique. Président du IInd Congrès Languedocien mutualiste en 1900, il est à la tête du XIe Congrès national mutualiste en 1913. Au niveau national, il est nommé vice-président de la Fédéra-

[1] Paul Pezet, ancien maire et député ou Louis Ricateau, premier président honoraire de la cour d'appel de Montpellier.

[2] La liste des négociants présents dans les institutions scolaires serait trop longue à établir mais, à quelques nuances près, on retrouve les mêmes proportions des années 1900 aux années 1940. Seuls les noms changent et tandis que quelques négociants disparaissent ici, d'autres émergent ailleurs.

[3] *Annuaire de l'Hérault*, 1910.

[4] Ch. Warnery et sa femme sont millionnaires selon les rapports de la BDF. Il est lié par sa femme aux Castelnau ainsi qu'aux Bazille et aux Leenhardt. C'est une notabilité importante de la région et il dispose même de sa notice dans le *Qui êtes-vous*, l'ancêtre du *Who's Who*, de 1924. Voir sa biographie en annexes, p. 1263.

[5] L'ensemble des informations ci-dessous proviennent de l'*Annuaire de l'Hérault* (dates spécifiées) ou du dossier d'informations de promotion dans l'Ordre de la Légion d'honneur (ANF : 19800035/240/31919, Fonds de la Légion d'honneur, Ch. Warnery).

[6] En 1920, il est également nommé à l'office public des HBM de l'Hérault qui est chargé de l'aménagement et de la création des HBM dans le département (cf. *Annuaire de l'Hérault*, 1920).

tion nationale de la mutualité française dans les années 1900. Enfin, par des discours et des associations, il promeut l'hygiène sociale dans le département[1]. C'est là l'exemple caractéristique d'un négociant qui, dans un domaine bien précis, ici la prévention sociale, concentre une grande partie des pouvoirs locaux et départementaux. Si la dimension religieuse n'est pas à exclure[2], Warnery, qui a fait une partie de sa fortune dans les vins, y trouve la possibilité de gagner un prestige bien plus grand[3] que le simple prestige commercial. En outre, pour le monde mutualiste, avoir à sa tête un homme de réseaux et capable de faire pression sur les pouvoirs publics est un atout indéniable. Dans le même temps, cette position de force[4] octroie à Warnery un surplus de respectabilité dans son commerce alors que son activité est inégale[5].

Dans le même ordre d'idées, au début du siècle, Alfred Baumel, le président du Syndicat des vins de Montpellier, est administrateur de l'Asile d'aliénés départemental[6] tandis qu'Hector Maurin est pour sa part, jusqu'aux années 1940, membre de la Caisse de compensation des allocations familiales du département et membres de l'Office des Pupilles de la nation de Clermont-l'Hérault[7]. Félix Michel est lui nommé administrateur du Bureau de bienfaisance par la mairie de Montpellier et délégué du préfet à la Commission administrative de ce Bureau. Administrateur comme Baumel de l'Asile des aliénés, il est également curateurs des aliénés[8]. Dans les années 1920, Joseph Euzet est administrateur de l'hôpital-hospice dont il est le vice-président[9]. Ces postes sont prestigieux : reconnus par les pouvoirs publics et par ses pairs, ils rehaussent le prestige d'un négociant de premier plan, perçu comme un bienfaiteur.

On le voit, les intérêts, dans leur multiplicité, sont donc liés les uns aux autres et les négociants, avertis de cette dimension, usent de l'espace public comme d'un levier pour leur promotion sociale et commerciale. D'ailleurs lorsqu'en dépit de la note négative du commissariat de Sète[10], Émile Isenberg veut lui aussi être nommé au poste de délégué du Commerce extérieur en 1911, la mairie émet un avis favorable en raison de son honorabilité mais également de sa fortune. Dans cette même logique (respectabilité et réussite commerciale), en 1936, Joseph Granier est nommé à la tête de la distillerie coopérative de Magalas, poste qu'il occupe jusqu'en 1965[11] ou que Gustave Malet est placé à la tête de la commission départementale du Travail de l'Hérault dans les années 1920[12]. On prend ainsi en compte à la fois leur image mais également leurs compétences pour gérer des infrastructures parfois complexes et soumises à

[1] C'est-à-dire « la moralisation des comportements individuels pour garantir la santé publique » (cf. SEIGNAN G., « L'hygiène sociale au XIXe siècle : une physiologie morale », *Revue d'histoire du XIXe siècle*, 40, 2010, p.113-130)
[2] Warnery est un protestant, très actif et investi dans l'univers réformé. Voir sa biographie, p. 1263.
[3] Il est dans les années 1930 le délégué tout-puissant de la Fédération nationale de la Mutualité française dans le département.
[4] Dans l'entre-deux-guerres l'USM de l'Hérault comprend entre 60.000 et 70.000 adhérents et regroupe près de 540 sociétés (cf. *Annuaire de l'Hérault*).
[5] Les rapports de la BDF soulignent les difficultés de l'entreprise mais l'honorabilité de Ch. Warnery est souvent soulignée.
[6] *BMS*, janv. 1910, p. 2 et sq.
[7] ADH : 14 ETP 117, Fonds Xe Région, Enquête sur les syndicats, Lettre manuscrite du 04/12/1941
[8] *BMS*, mai 1910, p. 141.
[9] ANF : 19800035/264/35307, Fonds de la Légion d'honneur, J. Euzet.
[10] Essentiellement car « il ne s'est jamais occupé d'exportations » (AMS : 2 F 14, note manuscrite du Commissariat de Sète, 08/02/1911).
[11] ADH : 106 J 930, Fonds Granier, Distillerie coopérative de Magalas, Correspondance, 1936-1965.
[12] *AM*, mars 1935.

des intérêts contradictoires. De la même manière, Joseph Catalan est nommé, à la fin des années 1930, directeur de l'École de commerce de Montpellier[1], consolidant ainsi le contrôle des négociants sur l'institution consulaire, vitale aux intérêts commerciaux.

Dans les années 1950, en dépit du manque de sources sur la question, on note la présence du sétois Georges Sprecher, dans diverses commissions consultatives : commission paritaire départementale de lutte contre l'inflation ; commission consultative paritaire départementale du travail ; commission chargée de l'examen du coût de la vie[2]. Ici encore, c'est en tant que notable respecté et expert dans le domaine économique que l'on fait appel à ce négociant avisé. Max Warnery, le fils de Charles, poursuit l'implication familiale dans le mutualisme en étant président de l'Union départementale de l'Hérault en 1953 et membre du conseil d'administration de la Fédération nationale (1948-1966).

Cette reconnaissance assurée par la nomination à des postes prestigieux localement voire nationalement se double d'une reconnaissance par le biais de distinctions honorifiques.

Une implication récompensée

Tout d'abord, l'honorabilité et la respectabilité tant convoitées par les négociants peuvent se mesurer par la Légion d'honneur. L'ensemble des figures de proue du négoce départemental sont décorées au cours de leur carrière par la Légion d'honneur (tab. 92) et ils gravissent les échelons de la distinction nationale.

Tab. 92 : La reconnaissance de l'implication sociale par le biais de la Légion d'honneur : les grandes figures du négoce décorées au XXe siècle
(La date correspond à leur nomination au grade de chevalier)

1900-1939			
Louis-Martin Estève	1903	Maurice Laurens	1925
Gaston Cazalis	1906	Jean Guy	1927
Charles Barrillon	1909	Gustave Malet	1929
Félix Michel	1910	Maurice Péridier	1936
Jean Prats	1911	Georges Domerc	1938
Jules Herber	1918	François Pétrier	1938
Charles Warnery	1919	Eugène Orsetti	?
Louis Estève	1919	Victor Anthérieu	?
Joseph Euzet	1923	Élie Cousin	?
Eugène Leenhardt	1923		
1945-1970			
André Méloux	1950	Ernest Alby	?
Paul Villeneuve	1952	Warnery Max	?
Georges Sprecher	1956	Maurice Taillan	?
André Montet	1959	Paul Rouanet	?

Sources : Base Léonore (dossiers de la Légion d'honneur), *Annuaire de l'Hérault* et presse diverse.

[1] *Annuaire de l'Hérault*, 1938.
[2] ANF : 19800035/264/35307, Fonds de la Légion d'honneur, G. Sprecher.

On peut noter ici que ces distinctions concernent essentiellement des négociants des grands centres d'expédition (Sète, Montpellier, Béziers) et que surtout, après 1945, le rythme des nominations décélère largement par rapport à la période de fort rayonnement du négoce héraultais (1900-1930). Si certaines d'entre elles sont d'ordre militaire (Herber, Méloux ou Rouanet), la plupart viennent récompenser l'implication commerciale en France (proposée par le ministère du Commerce et de l'Industrie) ou à l'étranger (Ministère des colonies).

La remise de la Légion d'honneur est l'occasion d'articles retraçant la carrière des négociants nommés, notamment leur implication dans la lutte syndicale ou dans le combat pour la promotion des vins régionaux. C'est le cas pour la promotion de Gaston Cazalis au rang de chevalier en 1906 en raison de son investissement en faveur des vins méridionaux (conseiller du Commerce extérieur, participation à de nombreuses expositions internationales)[1]. Gustave Malet est pour sa part élevé au rang d'officier en 1938[2], après son participation à l'Exposition universelle de 1937 où il dirige le Comité Languedoc-Méditerranée[3]. Joseph Euzet est, quant à lui, promu par le ministre des colonies en tant qu'exportateur de vins et acteur majeur de l'enseignement commercial à Sète et dans le département (Inspecteur départemental de l'Enseignement technique, membre du conseil de perfectionnement de l'École pratique du Commerce et de l'Industrie, administrateur de l'École professionnelle de Marine)[4]. En 1919, Charles Warnery est lui honoré pour son action dans le mutualisme[5]. Mais cette récompense sert également ses intérêts commerciaux car elle renforce sa notoriété et sa notabilité dans une période où les affaires commerciales sont irrégulières et sa gestion remise en cause[6].

Ces distinctions sont l'occasion de rassemblements afin de célébrer le gradé. Le négociant honoré accroit ainsi sa respectabilité par une récompense très prestigieuse et d'ordre national, reconnue par tous lors de grandes cérémonies. Ainsi, en octobre 1931, Jean Prats reçoit les insignes de Commandeur[7] et « invite à déjeuner ses amis et de nombreuses notabilités du commerce des vins et de la Xe Région économique »[8]. Se trouvent rassemblés à la fois des élus (comme le maire de Montpellier), des représentants nationaux (le président du Syndicat national), des représentants locaux et régionaux. Au total, près de 150 invités sont présents, prouvant le degré de respectabilité mais aussi la puissance d'une personnalité peu commune. Ce banquet suit d'ailleurs une réception quelques mois plus tôt où, pour fêter son départ du Syndicat national, un bronze est remis au président sortant devant plus de 200 convives réunis au Kursaal de Sète[9]. Elles participent de la notabilité d'une personnalité au rayonnement local, départemental voire national certain. D'ailleurs, en 1948, lors du décès de Paul Granaud, Émile Claparède souligne que l'État « tint à réparer – oh ! partiellement – un oubli » en décernant la Croix de

[1] ANF : 19800035/215/28189, *op. cit.*
[2] Il est fait chevalier de la Légion d'honneur en 1929 (*Le Petit Méridional*, 5/05/1931).
[3] *AM*, déc. 1938.
[4] ANF : 19800035/264/35307, *op. cit.*.
[5] ANF : 19800035/240/31919, *op. cit.*
[6] Le rapport de la BDF de 1926 souligne que la maison de commerce est « mal gérée ». En 1931, les compétences commerciales des Warnery sont jugées « douteuses ». Pourtant, la maison dispose d'un crédit bancaire assez important au regard de ses capacités et de son rendement.
[7] Il a été fait Chevalier en 1911 et Officier en 1924.
[8] *AM*, 01/11/1931.
[9] *AM*, 01/07/1931.

chevalier du Mérite commercial à celui-ci en 1947[1]. En creux, on peut relever l'importance que ces notables accordent aux distinctions honorifiques, ici, l'oubli de récompense de dimension nationale pour l'ancien président de la Chambre de commerce de Béziers. Quand Paul Villeneuve est promu à son tour au rang de chevalier de la Légion d'honneur en 1952, sa nomination est célébrée par l'ensemble des syndicalistes régionaux devant le syndicat biterrois qui en profite pour inaugurer ses nouveaux locaux. Ces récompenses sont d'ailleurs souvent perçues comme une récompense collective de l'action syndicale comme l'évoque alors Paul Rouanet : « C'est un honneur à tous qui a été fait. »[2]

Cette reconnaissance d'ordres national et local est mise à profit par les négociants dans leurs actions de lobbying mais également dans leurs relations commerciales où l'honorabilité des maisons est un critère fondamental de leur survie. Par ailleurs, cette dimension collective de la remise de récompenses est également perceptible lors de distinctions récompensant les employés des maisons de commerce. Ainsi, en 1960, une vingtaine d'employés de la maison « Cazalis & Prats » sont décorés de la Médaille du travail. C'est l'occasion de réunir l'ensemble des employés de la maison de commerce ainsi que la famille Prats dont l'un des grands-oncles qui tient un discours devant la presse (fig. 71).

LES MÉDAILLÉS DE CAZALIS ET PRATS

Fig. 71 : Les employés de la maison « Cazalis & Prats » récompensés et honorés par la presse locale
Source : Midi Libre, 1960 (date inconnue)

En 1964, cinq employés de la maison « P. Jeanjean et fils » sont également distingués par l'obtention de la médaille du travail remise par la CNVS. L'ensemble de l'entreprise se

[1] ADH : 10 ETP 1, NC, Listes des membres de la CCB, Oraison funèbre de Paul Granaud, 18/05/1948.
[2] *MV*, 18/06/1952.

joint aux employés honorés par ces récompenses lors d'une réception suivie d'un banquet[1]. Au même titre que les récompenses individuelles, il s'agit d'une opportunité de saluer la qualité, le sérieux, la rigueur et la longévité de la maison de commerce, par le biais cette fois-ci de ses employés.

D'autres récompenses viennent enfin valoriser l'implication sociale des négociants héraultais comme les Palmes académiques pour des ouvrages et des actions en faveur de l'enseignement, le Mérite Commercial ou le Mérite agricole qui valorise l'action en faveur de la viticulture locale[2].

La remise de décorations parachève ainsi la recherche d'honorabilité par la reconnaissance de l'implication des négociants dans des actions reconnues par les pouvoirs publics ou les institutions. Si cette reconnaissance sert indéniablement les intérêts commerciaux des négociants, cet investissement est encore plus marqué quand les institutions au sein desquelles les négociants s'impliquent sont directement liées au Commerce.

Le prestige utilitaire : la défense directe des intérêts commerciaux

Si l'ensemble des implications associatives, charitables et bienfaitrices évoquées précédemment ont comme arrière-plan l'utilitarisme commercial, d'autres engagements sont plus directs et orientés vers la défense active des intérêts du Commerce dans son ensemble et de sa propre maison de commerce en particulier.

Ainsi, au début du siècle, Gaston Cazalis est nommé membre du jury pour le concours des vins à plusieurs expositions internationales. En 1900, il participe à celle de Paris, en 1904 à celle de Saint-Louis et en 1905 à celle de Liège[3]. À chaque reprise, c'est l'occasion pour Cazalis de présenter les vins de la maison « Cazalis & Prats », mais également l'opportunité pour lui de s'affirmer sur une scène qui dépasse le cadre local. D'ailleurs, son honorabilité et son influence le font nommer « Conseilleur au commerce extérieur de la France » en 1903[4]. À Saint-Louis, il est également nommé secrétaire général et rapporteur[5] du concours des vins, preuve d'une aura incontestable dont il peut se targuer par la suite dans ses relations commerciales ou dans les publicités qu'il fait pour sa maison. Du reste, lorsqu'il demande à être reconduit dans son poste de délégué au commerce extérieur en 1908, il insiste sur ses participations à des concours internationaux, la réussite de sa maison et son honorabilité locale[6].

Par ailleurs, les négociants investissent également des postes commerciaux prestigieux à l'échelon national ou international, qui, dans le même temps, servent leurs intérêts. L'État s'appuie sur leurs réseaux et leur expertise en les nommant à des postes de conseillers dans des

[1] *Midi Libre*, 14/02/1964.
[2] G. Cazalis est fait chevalier du mérite agricole en 1901. Roussel-Lacombe et Prats reçoivent les honneurs universitaires et agricole par exemple dans les années 1910-1920. Warnery est promu officier de l'Instruction publique pour, semble-t-il, la traduction d'un ouvrage sur la fabrication industrielle de l'alcool.
[3] AMS : 2 F 14, *op. cit.*, Correspondance, Diverses lettres entre 1904 et 1908.
[4] AMS : 2 F 14, *op. cit.*, Lettre de la mairie au préfet, déc. 1908.
[5] Auteur d'un « rapport brillant » selon les services municipaux pour qui il y a joué « un rôle éminent » dans la promotion des vins de la ville et de la ville elle-même.
[6] AMS : 2 F 14, *op. cit.*, Lettre de la mairie au préfet, déc. 1908.

domaines divers (tab. 93) où ils peuvent, souvent en cumulant plusieurs postes, privilégier leurs intérêts.

Tab. 93 : La reconnaissance de l'expertise commerciale des négociants héraultais par l'État : les postes de conseillers	
Conseillers du Commerce extérieur	
1900-1920	Félix Michel ; Gaston Cazalis ; Jean Prats
1920-1939	Georges Domerc ; Joseph Euzet
1945-1970	Maurice Corbéry ; Maurice Taillan ; Charles Déjean
Comité consultatif des chemins de fer	
Louis-Martin Estève ; Jean Prats ; Georges Domerc ; Paul Granaud	
Accords franco-grecs (1929, 1931, 1934)	
Georges Domerc	
Comité du Carburant national (années 1920-1930)	
Jean Guy	
Groupement national d'Achat des boissons (1945-1948)	
Georges Sprecher	

Sources : Base Leonore (dossiers de la Légion d'honneur) et *Annuaire de l'Hérault*.

Dans le même esprit, de nombreux négociants dont l'activité est tournée vers l'exportation sont nommés consuls ou vice-consuls de pays étrangers (tab. 94).

Tab. 94 : Quelques négociants consuls dans le premier XXe siècle		
Pays	***Noms des négociants***	***Lieu de résidence***
Argentine	H. Gautier puis J. Gautier (vice-consul)	Sète
Autriche-Hongrie	Ch. Scheydt	Sète
Belgique	É. Isenberg	Sète
Brésil	Ch. Scheydt (v-c) puis A. Conge	Sète
Grèce	M. Laurens (v-c)	Sète
Hollande	J. Bergeyron puis B. Duffour	Sète
Norvège	L. Laurens (v-c)	Sète
Paraguay	G. Cazalis	Sète
Portugal	J. Boggiano (v-c)	Sète
Turquie	P. Hubidos (v-c)	Sète
Uruguay	F. Gautier puis J. Gautier (v-c)	Sète
Espagne	E. Bucher	Agde
	M. Roche	Montpellier
Suisse	T. Bühler puis P. Bühler	Béziers

Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1902-1939

Il s'agit là de postes qui, s'ils renforcent leur prestige, permettent aux négociants de nouer des contacts commerciaux privilégiés (et exclusifs) avec les pays qu'ils représentent dans le département. Cette dimension est fondamentale lorsqu'on sait que certaines maisons ont axé

une partie de leur développement entrepreneurial sur les activités d'importation et/ou d'exportation comme les Gautier à Sète ou les Bühler à Béziers. Et il n'est ainsi pas surprenant de noter, dans cette démarche, la surreprésentation des négociants basés dans le port sétois, principale interface avec l'étranger. D'ailleurs, au plus fort de leur domination dans la ville, ceux-ci représentent jusqu'à 40 % des consuls ou vice-consuls basés dans le port. De manière identique, la puissante famille Bühler conserve les postes de consul et de vice-consul au moins jusqu'aux années 1940.

Mais surtout, afin de défendre leurs intérêts commerciaux mais également de disposer de postes prestigieux et à responsabilité dans la société héraultaise, les négociants investissent les conseils d'administration des institutions financières[1] : Caisses d'épargne, banques locales et succursales départementales de la BDF.

Dans les Caisses d'épargne, pour l'ensemble des données qui nous sont connues, c'est-à-dire pour la période courant de 1900 à 1939, les négociants sont présents de manière tempérée dans le conseil des directeurs de la Caisse d'épargne de Montpellier, qui est la Caisse d'épargne centrale du département. Néanmoins, hormis en 1925 où le seul Étienne Roussel-Lacombe suite à une réorganisation du Conseil[2] est présent, il y a toujours au minimum deux négociants qui figurent en tant qu'administrateurs ou directeur[3]. En 1914, le premier président du conseil élu est d'ailleurs un négociant, Camille Cousin. C'est ici essentiellement un poste à prestige car d'un point de vue commercial, les négociants n'ont aucun intérêt à siéger au conseil. Toutefois, il est bien précisé dans les documents officiels au sujet des membres nommés, qu'une grande majorité (environ les 2/3) est nommée « parmi les citoyens les plus honorables de la cité »[4]. Il s'agit donc d'un honneur de servir pour la ville et d'y gagner, ici aussi, du prestige.

Dans le cas des conseils d'administration des banques, le prestige utilitariste est encore plus grand parce que ce sont des institutions, bien plus puissantes et qui financent le Commerce. Ainsi, on retrouve des membres du négoce dans l'ensemble des conseils d'administration des banques locales[5] tandis que la présidence de la succursale de la Banque populaire départementale à Montpellier est assurée par Félix Michel puis par Élie Cousin durant l'entre-deux-guerres[6]. À Béziers, Marcel Biscaye assure la fonction de président du conseil

[1] Selon la logique des *interlocking directorates* développée par Caroline Fohlin et reprise par Annabelle Perdriau. Il s'agit des liens multiples qui se créent entre conseils d'administration via l'existence d'administrateurs communs. Ils sont ici primordiaux pour assurer le financement des maisons de commerce mais également dans une dimension de visibilité et d'excellence sociales. CF. FOHLIN C., « The Rise of Interlocking Directorates in Imperial Germany », *The Economic History Review*, v. n°52, 1999/2, p. 307-333 et PERDRIAU A., « Banques et financement des entreprises… », *art. cit.*, p. 112.

[2] Et le décès récent de C. Cousin.

[3] Sur environ 25 membres. En 1928 par exemple, il y a trois négociants : Lacombe-Roussel, Tricou et Cousin.

[4] CAEF : B-0014720/1, Caisse d'Épargne de Béziers (1834-1961), Statuts et règlement intérieur de la Caisse d'épargne.

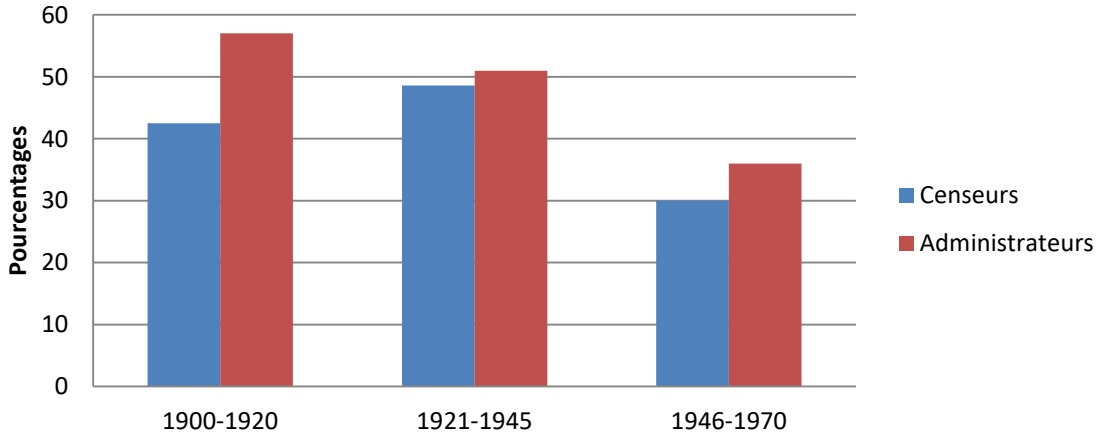
[5] Warnery dans la banque Castelnau par exemple, Coste dans la banque Dupuy-Coste, les deux en raison de leurs liens familiaux mais également de leur respectabilité ; J. Prats dans la Banque populaire de l'Hérault. Cette pratique est classique dans l'univers des banques privées. Cf. LASTÉCOUÈRES C., *op. cit.*

[6] Il est fort probable qu'É. Cousin conserve ce poste jusqu'en 1956, date à laquelle il abandonne l'ensemble de ses mandats syndicaux et de ses postes honorifiques.

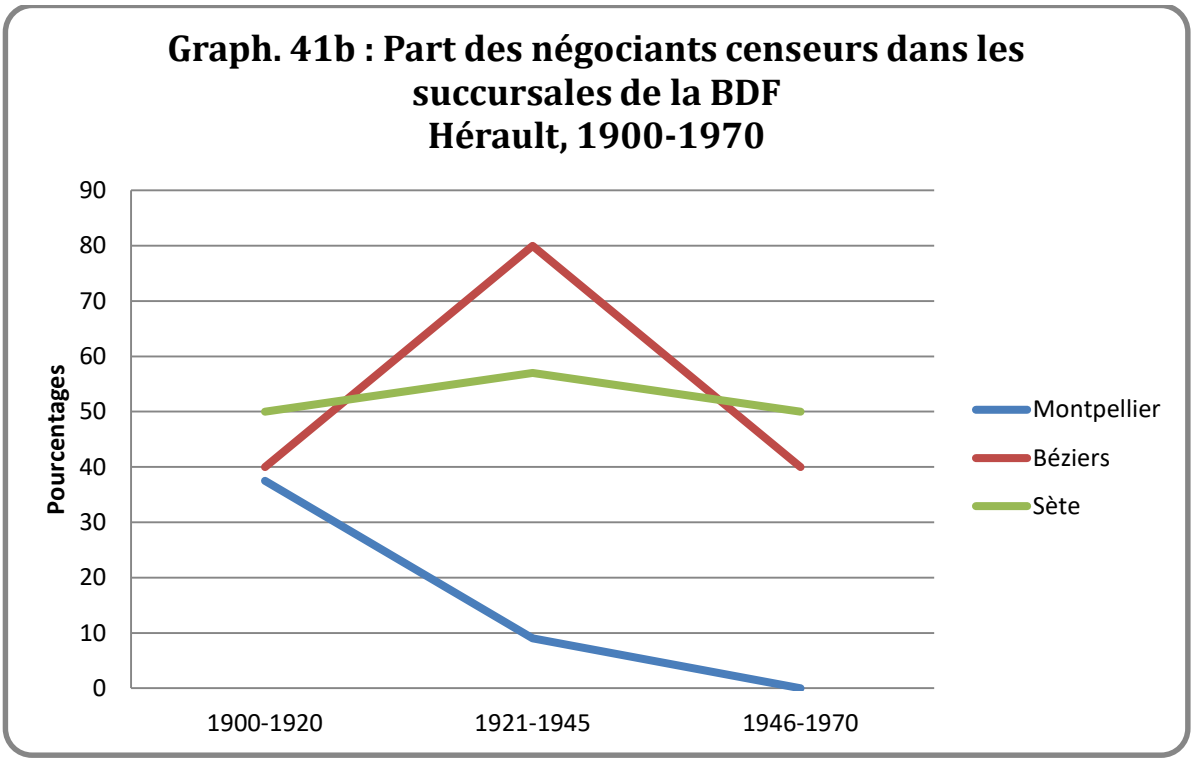
d'administration de la Banque populaire de la ville dans les années 1930[1]. Leur rôle est fondamental pour le financement de l'activité commerciale dans le département car ils avalisent le crédit et la respectabilité des négociants-clients. Ainsi, l'inspecteur de la succursale de la Banque Populaire de Béziers relève-t-il en 1935 au sujet de la situation de François Pétrier : « Ce client possède une importante situation immobilière et commerciale et est d'après M. Biscaye[2], un très bon crédit »[3]. Ainsi, Marcel Biscaye, un syndicaliste de premier plan dans la ville comme Pétrier, appuie son collègue et lui permet d'avoir un large crédit auprès de la banque.

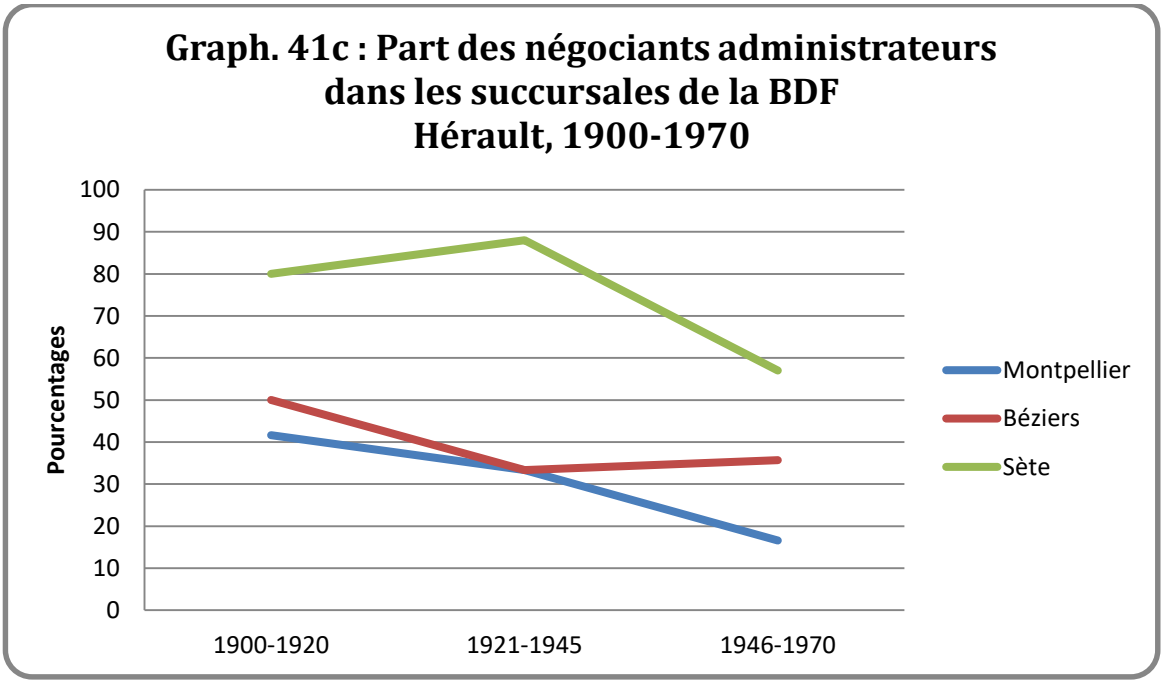
À la BDF, cette dimension de prestige utilitaire est encore plus grande : l'institution préside, par son impact sur le système bancaire et donc sur les crédits, à la bonne marche des maisons de commerce et du marché des vins dans le département. Ainsi, tout au long de la période, les négociants accaparent les sièges des conseils d'administration des trois succursales[4]. Ce conseil d'administration est composé pour chaque succursale de 2 ou 3 censeurs et de 6 à 8 administrateurs (qui prennent à la fin des années 1930, le nom de « conseillers »). Leur rôle est de contrôler les opérations de la banque et d'orienter l'activité de cette dernière. Il est donc primordial, dans un secteur qui nécessite de très nombreux investissements et où les paiements sont différés de 30, 60 voire 90 jours, de s'assurer que le commerce des vins n'est pas lésé par la politique locale de la BDF. En effet, cette dernière, en amont, débloque les fonds nécessaires au financement du marché des vins. Il est donc primordial pour les négociants en vins de siéger dans le conseil d'administration d'une institution qui, outre le prestige qu'elle octroie, assure le financement du marché des vins. Au cours de la période, cette présence évolue notablement dans l'ensemble du département, avec des nuances locales comme on peut le voir sur les figures ci-dessous.

Graph. 41a : Part des négociants dans les succursales de la BDF Hérault, 1900-1970



[1] CAEF : B-0034219/2, Banque Populaire, Inspection de la succursale de Béziers, 1935.
[2] Alors président du conseil d'administration.
[3] *Idem*.
[4] L'ensemble des informations ci-dessous proviennent des Archives de la BDF, notamment les « Cartes des conseillers et censeurs de la BDF » des succursales de Montpellier (ABDF : 1069198818/6), Béziers (ABDF : 1069198818/2), Sète (ABDF : 1069198818/9), de 1900 à 1970.





Source : ABDF, 1900-1970

Ainsi, jusqu'en 1945, les négociants représentent pour le département 45,5 % des censeurs de la BDF et 54 % des administrateurs. À une échelle plus fine, la capitale régionale, comme souvent en vertu des rivalités qui existent entre les différents corps de métiers, est la succursale où la présence des négociants est la moins élevée : 37 % des censeurs jusqu'en 1920 puis 9 % ; 42 % des administrateurs puis 33 %. Néanmoins, entre le début des années 1910 et le début des années 1930, il y a toujours un négociant parmi les censeurs et il y a toujours au minimum deux administrateurs. Cette stabilité est assurée par des personnalités de premier plan qui sont présentes sur l'ensemble de la période ou presque : Élie-Émile Cousin puis son neveu

Élie, Lionel Cazalis, Eugène Leenhardt, censeur pendant plus de vingt ans (1914-1935)[1]. À Béziers, les négociants sont toujours majoritaires (plus d'un tiers des membres des administrateurs et plus d'un censeur sur deux jusqu'en 1939), avec là aussi des personnalités de premier plan parmi les censeurs : François Guy, Henri Biscaye, Jean Bastide d'Izard. Les administrateurs dans la cité biterroise voient arriver, fort logiquement, la nouvelle bourgeoisie qui fait fortune dans les années 1920-1930 : les Martel, Meyer, Huc. Mais, c'est surtout à Sète que l'emprise des négociants est la plus forte. Dans le port méditerranéen, la totalité des censeurs sont des négociants dans les années 1920 et surtout, l'écrasante majorité des administrateurs font partie de la profession : au minimum trois sur six au milieu des années vingt, au moment d'un changement de générations. Mais hormis cette courte période, les administrateurs de la succursale de la BDF sont largement et majoritairement des négociants durant cette période.

Cette stratégie, si elle est guidée en partie par le prestige qui entoure la nomination à un tel poste, délimite surtout les contours d'une logique de défense des intérêts du Commerce héraultais. Tout comme la mainmise sur les organes de décision économique que sont les chambres de commerce, les tribunaux de commerce et les commissions de cotation sont primordiales, le contrôle – ou tout au moins la régulation dans le cas de Montpellier où les négociants sont une minorité puissante – des orientations des succursales de BDF sont vitales. En effet, dans une période de crise où l'argent disponible est plus que jamais nécessaire pour financer une profession dont les besoins se font de plus en plus grands, l'accès aux décisions en matière d'approvisionnement financier ou de crédit est essentiel. Alors que le marché se tend et est soumis à des forces contradictoires brusques, le négoce par cette domination des succursales de la BDF s'assure une sécurité financière non négligeable. D'ailleurs, dans les rapports d'inspection, la situation des censeurs et des administrateurs est très souvent appréciée de manière bienveillante, prouvant ainsi que si les négociants cherchent à défendre les positions du Commerce en général, ils y voient aussi leur intérêt particulier. Ceci explique que certaines maisons, en dépit de leur réussite commerciale limitée, peuvent bénéficier de découverts importants, notamment dans les banques locales qui sont sous la surveillance directe de la BDF[2].

Dans la période suivante, la tendance est très nette : la dynamique suit celle des difficultés que rencontre le négoce local[3]. Ainsi, le contrôle des crédits par l'État et les restrictions qui s'ensuivent dès l'immédiat après-guerre, tout comme la disparition progressive des négociants dans le tissu économique départemental, s'accompagnent d'un effacement des négociants dans les conseils d'administration : entre 1950 et 1970, sur les 13 conseillers biterrois en fonction, seuls 4 sont des négociants, tandis qu'à Montpellier sur les 18 en fonction, seuls 3 font partie de la profession. Dans la capitale régionale où de nouvelles professions font leur apparition[4], aucun d'entre eux n'est nommé conseiller ou censeur entre 1951 et 1967, date de l'entrée dans le

[1] La liste de l'ensemble des administrateurs et censeurs des succursales de Béziers, Montpellier et Sète se trouvent en annexes, p. 1164.
[2] Citons par exemple les maisons sétoises « Warnery et Cie» ou « P. Taillan et Cie » auprès de Castelnau dans les années 1920.
[3] Seule la courbe de Béziers connaît une légère croissance en raison du maintien en place après 1945 de négociants nommés dans les années 1930 : L. Huc, L. Meyer ou P. Granaud. Mais après 1945, seuls 2 négociants sont nommés conseillers.
[4] Travaux publics, bonneterie, informatique (IBM) à l'extrême fin de la période.

conseil d'administration de René Guibal. Seule la ville de Sète résiste à cet effacement avec 9 négociants sur les 14 conseillers en poste entre 1950 et 1970. Mais preuve irréfutable de cette perte d'influence et de rayonnement notable dans la société héraultaise, il n'y a plus en 1970 que 3 négociants sur les 6 conseillers en poste. La résistance sétoise s'explique à cette époque en grande partie par la nature de l'activité des négociants locaux : l'importation. Or l'activité réclame, contrairement aux autres maisons qui se tournent majoritairement vers la commission à cette époque, des fonds importants. L'appui des banques et les facilités de crédit sont donc primordiales pour le Commerce sétois, encore dans les années 1950-1960.

Cette recherche du prestige est un élément fondateur de la sociabilité des négociants héraultais au même titre que chez les élites étudiées par Christophe Charle[1]. À la fois facteur et manifestation de leur notoriété et de leur respectabilité, elle engage les négociants dans la poursuite de postes et de récompenses qui, indéniablement, légitiment leur excellence sociale. Celle-ci renforcent la visibilité de négociants qui tentent de se distinguer à la fois des autres acteurs de la filière mais également des autres négociants. Ainsi, l'ultra-compétitivité commerciale se diffuse également dans ce domaine et pousse les négociants à chercher des stratégies de distinction sociale qui les crédibiliseraient et les singulariseraient.

Dès lors, au plus fort de la domination de la filière, l'élite commerciale occupe les postes prestigieux et accumule les récompenses comme elle contrôle les organes de décision économique. Logiquement, elle s'efface lentement après la Seconde Guerre mondiale, dans un contexte de remise en question de sa position sociale, notamment dans les grandes villes où elle est concurrencée par de nouvelles bourgeoisies.

Au demeurant, c'est avec des nuances marquées toutefois, la même dynamique temporelle qui opère dans les rapports qu'entretiennent les négociants avec le monde politique.

[1] CHARLE C., *op. cit.*, p. 393-399.

CHAPITRE 4 : L'AMBIGUÏTÉ DU JEU POLITIQUE

Les liens qu'entretiennent les élites – et plus particulièrement les élites économiques – avec le pouvoir politique sont bien connus des chercheurs en histoire et en sciences sociales[1]. Il s'agit le plus souvent de relations complexes et ambigües qui ont parfois « généré des représentations négatives »[2] mais qui autorisent également à s'interroger sur l'entrée en politique des patrons.

Dans le Commerce héraultais, le rapport entretenu avec les milieux politique recouvre une dimension particulièrement équivoque. En effet, les négociants, tant individuellement que lorsqu'ils sont regroupés dans diverses institutions, n'hésitent pas à interpeller les hommes politiques. Ces pratiques corporatistes, aux niveaux local, régional ou national, nécessitent de disposer de réseaux plus ou moins développés qui leur assurent un poids et une écoute non négligeables, comme c'est le cas dans de nombreux autres secteurs[3]. Toutefois, les négociants hésitent à investir personnellement le champ politique et à s'engager dans les combats électoraux. Ils semblent préférer une « politique du ricochet », c'est-à-dire indirecte, qui leur permet de bénéficier de solides appuis, sans pour autant s'investir directement et personnellement, à quelques exceptions, dans l'arène politique.

Ainsi, bien qu'ils soient porteurs de valeurs politiques fortes, notamment dans la première moitié du siècle, ils préfèrent afficher une neutralité de façade qui ne risque pas de léser leurs intérêts commerciaux.

Un investissement limité

Assez paradoxalement, les négociants, alors qu'ils cherchent à s'assurer le contrôle de plusieurs institutions publiques, n'ont qu'un engagement politique limité. Ceci n'est pas une particularité propre au commerce des vins car on la retrouve dans d'autres domaines[4] ou d'autres espaces[5]. Néanmoins, c'est une attitude générale d'autant plus étonnante qu'ils dispo-

[1] Citons JEANNENEY J.-N., *L'argent caché. Milieux d'affaires et pouvoirs politiques dans la France du XXe siècle*, Paris, Fayard, 1981 ; BARJOT D., « Les entrepreneurs et la politique. L'exemple du bâtiment et des travaux publics », *Politix*, Vol. 6, n°23, 1993/3, p. 5-24 ; GARRIGUES J., *La République des hommes d'affaires (1870-1900)*, Paris, Aubier, 1997 ; MARNOT B., *Les ingénieurs au parlement sous la IIIe République*, Paris, CNRS Éditions, 2000 ; ZALIO P.-P., « D'impossibles notables ? Les grandes familles de Marseille face à la politique (1860-1970) », *Politix*, Vol. 17, n°65, 2004/1, p. 93-118 ; ANCEAU É., BARJOT D., DARD O., GARRIGUES J., MUSIEDLAK D. (dir.), *Industrie et politique en Europe occidentale et aux États-Unis (XIXe-XXe siècles)*, Paris, Presses de l'Université de Paris-Sorbonne (Paris IV), 2006. Pour une bibliographie complète, voir la synthèse de HAMMAN P., « Patrons et milieux d'affaires français dans l'arène politique et électorale (XIXe-XXe siècles) : quelle historiographie ? », *Politix*, 2008/4, n° 84, p. 35-59.

[2] HAMMAN P., *art. cit.*, p. 37.

[3] GARRIGUES J. (dir.), *Les Groupes de pression dans la vie politique contemporaine en France et aux États-Unis de 1820 à nos jours*, Rennes, PUR, 2002.

[4] J.-N. Jeanneney évoque le cas de François de Wendel, maître des forges, qui s'engage en politique et suit un parcours bien en-deçà de ses autres positions sociales tandis que son entourage s'oppose à cet engagement politique au nom de la sauvegarde des intérêts commerciaux (cf. JEANNENEY J.-N., *François de Wendel en République*, Paris, Seuil, 1976).

[5] P.-P. Zalio revient sur les facteurs explicatifs de la « faiblesse politique » de la bourgeoisie patronale marseillaise entre 1860 et 1970 dans ZALIO P.-P., « D'impossibles notables ? Les grandes familles de Marseille face à la politique (1860-1970) », *art. cit.* D. Lambert évoque pour sa part les tergiversations des notables coloniaux au Maroc et en Tunisie face à la chose politique (cf. LAMBERT D., *op. cit.*, p.261 et sq.).

sent des atouts pour pouvoir s'intégrer au jeu politique : réseaux, moyens financiers, réussites personnelles. Mais, dans leur grande majorité, au contraire de la « minorité remarquable »[1] et de quelques rares exemples[2], ils font un choix différent qui a pour conséquence leur timide investissement dans quelques mandats locaux.

Une distance revendiquée

Dans la première moitié du XXe siècle, la question du rapport au politique est un thème récurrent dans les débats entre négociants, notamment dans le cadre du mouvement syndical. Invariablement, en dépit de discussions parfois houleuses, la consigne est celle de la retenue et de la distance quant à l'implication politique directe. Cette prise de position n'est pas propre au seul négoce héraultais puisque le journaliste Georges Bourdon est, lui aussi, partisan d'un syndicalisme neutre, « uniquement placé sur le terrain professionnel »[3].

Ainsi, en 1909, à l'approche des élections législatives de 1910, le Syndicat national des vins est divisé en deux courants : d'un côté, une tendance non-interventionniste qui cherche à éviter l'intervention du mouvement syndical dans les débats politiques, notamment en période électorale ; d'un autre côté, une tendance interventionniste dont l'objectif est de faire participer les délégués, au nom des syndicats, aux débats politiques nationaux et locaux. Dans la région languedocienne, cette fracture oppose principalement le Syndicat de Lézignan, favorable à l'implication politique, au syndicat montpelliérain, favorable à la neutralité. Après discussion devant le Bureau, le Syndicat de Montpellier prend officiellement la position suivante : « M. Roussel-Lacombe[4] est absolument convaincu que nos syndicats ne doivent intervenir en aucune façon dans les discussions politiques. C'est aussi l'avis unanime de la Chambre. »[5] Cette décision est particulièrement intéressante pour plusieurs raisons.

La première tient à l'orientation prise par le syndicat local, orientation qui sera suivie pendant près de cinquante ans. En effet, cette condition de neutralité sera la conduite suivie par le syndicat jusqu'à l'émergence d'Ulysse Vergnes au milieu des années 1950. Cette décision exprime le désir d'assurer la nécessaire préservation des intérêts commerciaux. En effet, les prises de position politiques ont comme risque principal la possible aliénation d'une partie de la clientèle voire des fournisseurs[6]. Pour s'assurer une bienveillance de tous, il est important de ne froisser personne, surtout dans un département comme l'Hérault, particulièrement soumis à la bipolarisation politique. D'ailleurs, pour Paul Bret, figure emblématique du Commerce local, l'action syndicale dans la sphère politique doit s'arrêter au travail d'un groupe de pression auprès des élus voire de la justice. Mais il est hors de question de s'impliquer de manière plus active car l'effort lobbyiste et propagandiste est, selon lui, largement suffisant pour faire avan-

[1] RICHARD G., « Patronat et politique. Comment défendre les intérêts patronaux dans le cadre de la République ? », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2012/2 N° 114, p. 157. L'auteur indique que 8 à 12 % des députés furent des patrons sous la IIIe République ; 6 % sous la IVe ; 10 à 14 % sous la Ve.
[2] VALENTIN M. et MICHEL R., « Le fait municipal dans les politiques spatiales et sociales du patronat : les Menier et Noisel entre 1871 et 1914 », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 4 | 1988.
[3] BOURDON G. (et al.), *Le journalisme aujourd'hui*, Paris, Delagrave, 1931, p. 107.
[4] Il est alors le secrétaire général du syndicat.
[5] *BMS*, août-sept. 1909, p. 432.
[6] D'autant plus que les milieux viticoles locaux sont particulièrement politisés. Voir à ce sujet, les différentes publications de Jean Sagnes, dont par exemple SAGNES J., *Le Midi Rouge. Mythe et réalité*, Paris, Anthropos, 1982.

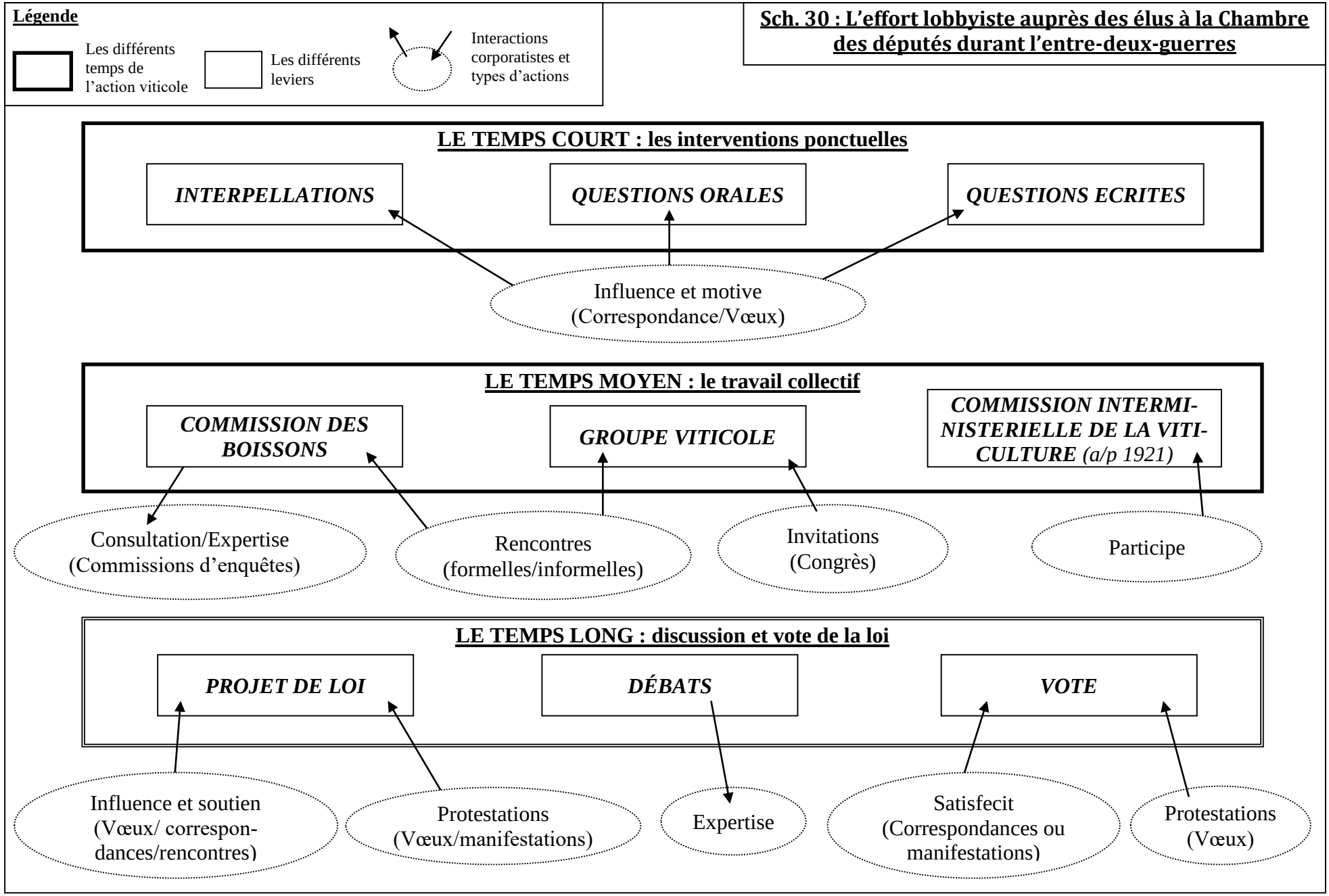
cer la cause et les intérêts commerciaux[1]. Les syndicalistes audois, de leur côté, promeuvent plutôt une action politique par le biais d'un programme soumis aux candidats, lesquels devraient s'engager à le respecter. Or, le souci qui semble émerger à ce sujet est la question du parrainage. En effet, si on suit la logique des syndicalistes audois, dans l'esprit de l'opinion publique, le candidat qui se rapprocherait le plus près des revendications syndicales serait, *de facto*, adoubé par le mouvement syndical. Or, sur un marché où l'importance des non-dits, de la réputation, de la discrétion est essentielle, prendre une telle position équivaudrait à une exposition bien trop dangereuse. Ainsi, pour le Syndicat de Lézignan cette démarche permet de renforcer « un Commerce des liquides, sans entente et sans cohésion [dans] un état de faiblesse qui lui enlève toute autorité pour la défense de ses intérêts »[2]. Mais pour la grande majorité des autres syndicats, et notamment le syndicat montpelliérain, il n'est pas de la responsabilité du mouvement syndical de « tomber dans la politique pure »[3]. D'ailleurs, le Syndicat régional lors de l'AG de mai 1909 se range derrière cette décision. Quelques années plus tard, en janvier 1923, en préparation cette fois-ci des élections législatives de 1924, cette prise de position est réitérée à la suite d'un débat concernant un article paru dans le bulletin dont l'orientation politique est critiquée par certains adhérents. Le Bureau décide alors « qu'à l'avenir, aucun article à tendance politique ne sera inséré dans le *Bulletin* de la Fédération »[4]. Aller au-delà serait prendre un risque inutile pour la bonne marche du Commerce local et seule l'intervention lobbyiste à divers stades est approuvée. Au début du siècle et durant l'entre-deux-guerres, elle peut prendre plusieurs formes auprès des élus (sch. 30, page suivante)[5].

Le second intérêt est l'aspect paradoxal de cette décision, entérinée par l'ensemble du mouvement syndicat régional. Il y a tout d'abord, nous y reviendrons, parmi les syndicalistes des hommes politiques, engagés à divers degrés, dans des combats électoraux comme Henri Biscaye, à l'origine de la motion de janvier 1923 et qui a été élu conseiller général avant-guerre puis conseiller municipal. Il y a également de nombreux proches de syndicalistes qui ont été ou sont des élus. Ainsi, alors qu'en 1909-08, le Syndicat de Montpellier se veut le porte-étendard de la neutralité, il est dirigé par Alfred Baumel dont le père, François Baumel, lui-même ancien négociant, a été maire de la ville dans les années 1890. Enfin, l'un des président honoraire du syndicat montpelliérain, son fondateur, Élie-Émile Cousin, a été élu député à la fin du XIXe siècle. Il semblerait donc que, dans une logique purement corporatiste, les négociants, au sein des syndicats, décident de faire le choix de la neutralité politique pour ne favoriser aucune brèche dans une unité syndicale primordiale. Ils préfèrent assurer une politique de clientélisme avec les élus locaux, à l'instar de ce qui se pratique en Bourgogne à la fin du XIXe siècle[6]. Mais cela n'empêche pas certains syndicalistes de mener, à titre personnel, des carrières politiques, même si elles sont rares.

---

[1] *BMS*, déc. 1908, p. 209.
[2] Vœux du Syndicat de Lézignan proposés pour le Congrès de 1909, *BMS*, avril 1909, p. 340.
[3] CR, AG SR., 1909, *BMS*, mai 1909, p. 375.
[4] *BMS*, janv. 1923, p. 235.
[5] Ce schéma est basé en partie sur le travail réalisé par J.-M. Bagnol sur « Les leviers de l'action viticole à la Chambre de députés ». Nous y avons emprunté son découpage en trois temps et les différents types de leviers. Cf. BAGNOL J.-M., *op. cit.*, p. 386.
[6] LUCAND C., *op. cit.*, p. 600 et sq. L'auteur y dévoile les réseaux de notables du négoce local qui soutiennent, influencent et ancrent Sadi Carnot dans le territoire local.

Sch. 30 : L'effort lobbyiste auprès des élus à la Chambre des députés durant l'entre-deux-guerres



En réalité, en faisant le choix du non-partisianisme, le négoce ne se désinvestit pas du champ politique, bien au contraire. Cet investissement peut prendre plusieurs formes comme lors des manifestations de soutien contre un projet de loi (février 1923 – loi de finance prévoyant un relèvement des taxes) ou au contraire pour appuyer une loi récemment votée (mai 1930 – loi sur la taxe unique, fig. 72).

Dimanche 11 Mai à Lézignan-Corbières

Grande Manifestation Corporative

Organisée par la Fédération Méridionale du Commerce des Vins
et la Confédération du Commerce des Vins des régions vinicoles.

A l'occasion de la réforme de la taxe sur le chiffre d'affaires
et en l'honneur de MM. les Parlementaires qui ont fait réaliser cette réforme.

A 10 heures du matin, Réunion au Théâtre des Variétés.
A 13 heures, Grand Banquet dans les Magasins de la Maison Estadas.

Les adhérents des Syndicats affiliés sont instamment priés d'assister en grand nombre à cette manifestation corporative.

Fig. 72 : Appel à une manifestation pour célébrer la réforme de la Taxe unique
Action méridionale, 15/05/1930

Par ailleurs, le discours commercial est constamment *politique*[1]. Le meilleur exemple est l'une des interventions les mieux connues de la période, celle de Gustave Malet devant le Congrès de la Fédération en 1923. Dans son allocution, le président du syndicat des vins montpelliérain et de la Fédération méridionale, résume l'ensemble des prises de position syndicales pour la période[2]. Libéré des contraintes partisanes, il peut dans son discours d'ouverture du banquet, assurer la défense des intérêts corporatistes du négoce par une intervention qui est essentiellement politique.

Elle est politique tout d'abord car Malet s'adresse à des hommes politiques, les haranguant directement (« Messieurs les Parlementaires »), se positionnant à la fois comme un allié et comme un adversaire. Elle est politique également parce que le bouillonnant président se veut le catalyseur d'une prise de conscience, collective, favorable à l'intérêt général, celui de la nation toute entière quand il affirme : « Et soyez-en certains, notre amour de la France est tel que nous ne sacrifierons jamais une parcelle, si petite soit-elle, de son beau patrimoine. » Elle

[1] Dans le sens où nous suivons la définition donnée par G. Richard : « [La politique] consiste à transformer les besoins, les aspirations, les craintes, les rêves, en un mot les intérêts, dans tous les sens du terme, des individus, qu'ils existent à l'état explicite ou implicite, en projets collectifs et en enjeux de pouvoir à l'échelle de la société à laquelle les individus concernés appartiennent par nécessité. » RICHARD G., *art. cit.*, p. 154.
[2] Discours de G. Malet, Banquet du Congrès, 1923, *BMS*, avril-mai 1923, p. 366 et sq.

est politique enfin car le syndicaliste se veut une force de proposition dans la *polis*, un partenaire actif et exigeant du pouvoir institutionnel qu'il oriente : « La grande majorité des négociants a tendance à vouloir se libérer de toute immixtion dans le domaine de la politique pure et à demander à ses représentants une politique économique. C'est ce qui explique cette poussée vers le syndicalisme professionnel. » Ainsi délié de toute suspicion partisane, Malet peut alors se permettre de s'afficher comme un intervenant crédible et un partenaire légitime, soucieux de l'intérêt général. Ici, indubitablement, la distance avec l'engagement politicien renforce la portée du discours corporatiste.

Néanmoins, cette vision n'est pas partagée par tous. En effet, en mai 1924, le *Bulletin* se fait l'écho d'un article paru dans le journal *Le Combat*, et qui critique la neutralité des négociants[1]. L'auteur y exprime son regret de ne voir rentrer à la Chambre que deux ou trois « techniciens du Commerce » qui risquent de « succomber à la peine » devant l'étendue de leur tâche et leur isolement. Il est reproché aux organisations syndicales d'avoir, en ne prenant pas position officiellement, laissé battre les élus issus du monde commercial, témoignant ainsi « d'un manque total d'intérêt et de solidarité ». Le polémiste reproche aux négociants de d'abord penser à leurs intérêts individuels – en ne voulant froisser personne – plutôt que de penser à l'intérêt général qui nécessite prises de position et soutiens. En cela, les commerçants refusent d'être les « arbitres de la situation », rôle qu'ils pourraient jouer en vertu de leur poids et de leurs réseaux. L'auteur conclut sur l'inefficacité d'une position de neutralité dans « un Parlement mal documenté sur les questions commerciales ». Ce constat, amer, n'en est pas moins réaliste : dans leur écrasante majorité, les syndicalistes – notamment les plus impliqués dans le mouvement syndical – ne s'investissent pas directement dans un soutien à tel ou tel mouvement politique. Jusqu'aux années 1950 et l'émergence du mouvement poujadiste[2], l'implication politique partisane est des plus limitée. Ainsi, lors des enquêtes réalisées par la police sur les syndicats professionnels pendant la Seconde Guerre mondiale, la plupart des négociants recensés sont répertoriés comme n'ayant « aucune action politique »[3]. Seul André Méloux, le président du Syndicat des expéditeurs-directs montpelliérain, est décrit comme « ayant participé à des activités politiques dans les partis nationaux et a été candidat aux élections législatives de 1936 »[4].

Cela démontre que certains négociants tentent tout de même de conquérir des mandats électoraux. Mais ils sont assez peu nombreux, notamment en comparaison avec leur implication dans les autres institutions locales ou régionales. Surtout ce sont souvent des négociants de second ordre, sauf à de rares exceptions.

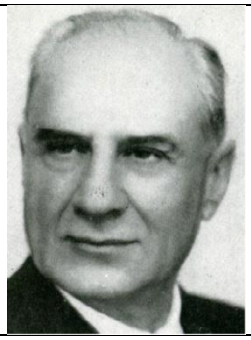
[1] *BMS*, mai 1924, p. 2 et sq.
[2] Et encore s'agit-il d'un mouvement de réaction éruptive, très limité dans le temps.
[3] ADH : 2 W 202, Fonds de la préfecture, Enquête sur les syndicats, Note du commissariat de police de Montpellier, 23/01/1941 ou Béziers 08/02/1941 par exemple.
[4] *Ibid*., note du 21/10/1941. En réalité Méloux est candidat au nom du parti de droite, le Parti républicain indépendant et il obtient lors de cette élection moins de 10 % des voix.

Quelques mandats épars

En effet, les négociants qui s'engagent en politique sont, finalement, assez peu nombreux en regard de leur puissance financière et de leur poids dans les différentes institutions économiques. Dans les faits, ils peuvent être étudiés à différentes échelles.

À l'échelon national, sur l'ensemble de la période, seuls trois élus nationaux[1] sont liés au commerce des vins héraultais[2].

Tab. 95 : Les négociants héraultais élus nationaux

Justin Augé	Camille Reboul		Cerf Lurie
			
Député	Député	Sénateur	Député
1897-1910	1910-1919	1924-1939	1958-1962
Radical-socialiste	Pari socialiste		UNR

Si ces élections sont parfois célébrées par la presse[3], il n'en reste pas moins qu'à plusieurs raisons, elles apparaissent insuffisantes pour défendre les intérêts du Commerce. En effet, si le *Midi Vinicole* applaudit l'élection d' « un commerçant en vins dans la circonscription de Sète-Pézenas » en 1958, il reconnaît que la profession n'est pas assez représentée « dans une Assemblée nationale où les commerçants en vins sont très peu nombreux »[4]. Au demeurant, tout comme Augé et Reboul, Lurie n'est pas vraiment un négociant de premier plan. Les deux premiers n'ont exercé le métier de négociants qu'épisodiquement : Augé fonde un commerce en vins dès sa démobilisation après la Guerre de 1870-71 mais il l'abandonne rapidement pour se consacrer à la viticulture ; Reboul, lui, n'a exercé ce métier que quelque temps (deux ans semble-t-il), après avoir exercé d'autres professions sans rapport avec le commerce en gros des vins (garçon de café par exemple). D'ailleurs s'il est négociant lorsqu'il est élu en 1910, il n'en est fait aucune mention dans le *BMS* et quand il est battu en 1919, il devient imprimeur. Lurie, lui, a été inspecteur dans les compagnies de chemin de fer avant de devenir négociant à la Libération.

[1] JOLLY J. (dir.), *Dictionnaire des parlementaires français; notices biographiques sur les ministres, députés et sénateurs français de 1889 à 1940*, Paris, PUF, 1960, p. 418-19 (pour J. Augé) et 2805 (pour C. Reboul) et Assemblée nationale, *Notices et portraits des députés de la Ve République*, [en ligne], Cerf Lurie (1897-1987).

[2] Dans les autres départements méridionaux, la proportion est encore plus faible. Ainsi relève-t-on par exemple l'élection du gardois Georges Bruguier aux élections sénatoriales de 1924.

[3] C'est le cas pour G. Bruguier dont le *BMS* se félicite de l'élection d'un membre de la Fédération méridionale et se dit convaincu que le commerce « aura en la personne de M. Bruguier un défenseur dévoué sur lequel il pourra compter pour soutenir ses revendication. » Cf. *BMS*, mai 1924, p. 195.

[4] *MV*, 03/12/1958.

Ainsi, contrairement aux autres négociants impliqués dans la défense des intérêts du négoce, ces trois négociants-là ne sont ni des négociants de longue date ni provenant de maisons – et de familles – anciennes et reconnues. Ils ne s'inscrivent pas dans la trajectoire traditionnelle des négociants de premier plan dans le département et semblent d'ailleurs déconnectés d'elle[1]. Par ailleurs, leur implication lors des débats parlementaires, dans la défense des vins du Midi l'est au nom des intérêts de la viticulture[2] et non au nom des intérêts commerciaux ni même de la viticulture méridionale. D'ailleurs, Lurie, lors de ses prises de paroles, se montre surtout un défenseur des viticulteurs dont il déplore les conditions d'existence et d'exercice. En outre, il est un farouche opposant aux importations[3], ce qui est contraire au discours syndical majoritaire de l'époque, surtout à Sète d'où il vient. Faut-il y voir chez Lurie la seule préoccupation électoraliste ? C'est en tout cas un discours qui tranche avec ceux tenus dans les milieux commerciaux dont Lurie est pourtant issu. Enfin, ces députés sont noyés dans la masse des députés héraultais, languedociens ou extra-méridionaux favorables à la Propriété dont certains sont originaires comme Coste-Floret et Grasset-Morel. Ces derniers, lors de leur élection en 1958, sont du reste présentés par le *Midi Vinicole* comme des « viticulteurs […] qui seront nous en sommes sûrs, d'excellents défenseurs de la viticulture »[4]. Ainsi, ces trois députés négociants, s'ils défendent l'économie viti-vinicole ne défendent pas véritablement les intérêts des négociants comme ces derniers seraient en mesure de l'attendre[5].

À l'échelon intermédiaire, les négociants sont un peu plus représentés au sein des Conseils Généraux, mais là encore, la représentation est assez limitée. Avant 1939, quelques sièges de conseillers sont occupés par des négociants héraultais :

Tab. 96 : Les négociants héraultais conseillers généraux
Années 1900
Vacassy (Mauguio), H. Biscaye (Béziers)
Années 1910
Guiraudon (Clermont-l'Hérault), Maurin (Brignac), Anthérieu (Frontignan), Bertouy (Agde)
Années 1920
Anthérieu (Frontignan), Bertouy (Agde), Vézy (Sète), Euzet (Sète), Laval (Florensac)
Années 1930
Bony (Clermont-l'Hérault), Anthérieu (Frontignan), Poujade (Mèze), Bertouy (Agde)

Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1900-1939.

Finalement, il n'y a pas de période au Conseil Général avant la Seconde Guerre mondiale où les négociants ne sont pas représentés par un membre de la profession. Mais cette représentation est limitée et on peut s'interroger sur leur influence dans une assemblée largement dominée par les élus issus de la Propriété et des professions libérales. Ainsi, en prenant en con-

[1] Ni Lurie ni Reboul ne semblent être syndiqués.
[2] J. Augé est très actif dans les années 1900-1907 dans la défense des vins naturels, des tarifs de transports, la circulation des vins. Il est le seul à rappeler dans les débats parlementaires, notamment lors de la crise de 1907, qu'il a tenu un commerce des vins.
[3] Séance du 16/06/1961.
[4] *MV*, 03/12/1958.
[5] *Idem*.

sidération la période la plus faste en termes de représentativité, le milieu des années 1920, le chiffre atteint quatre unités soit 11 % des élus seulement. Sur l'ensemble de la période 1900-1939, 8 % en moyenne des élus sont des négociants, ce qui est relativement modeste.

À l'échelon intermédiaire inférieur, dans les Conseils d'arrondissement, la présence est encore plus faible, de nombreux conseils étant dépourvus de négociants. Exemple très symbolique, la ville de Sète où le négoce règne en maître ne donne aucun négociant élu. À Béziers, Henri Biscaye, qui est particulièrement impliqué dans la défense des vins, n'est élu qu'une fois au début de sa carrière.

Dans un contexte de défense des intérêts collectifs, c'est trop insuffisant face aux professions libérales et aux propriétaires qui représentent l'écrasante majorité. C'est d'autant plus gênant pour le commerce des vins que les conseils général ou d'arrondissement sont, eux, impliqués sur le marché des vins, comme le prouve leur action en faveur des foires annuelles aux vins de Pézenas et de Clermont-l'Hérault ou dans l'établissement d'une commission des cotations à Pézenas ou à Saint-Chinian. Il est délicat de saisir les raisons de cette non-implication[1]. Très certainement, les joutes électorales pour un poste syndical ou consulaire sont très vraisemblablement moins difficiles, moins coûteuses et moins risquées que les élections politiques. En outre, au même titre que la position prise par le mouvement syndical, la volonté de ne pas s'impliquer dans des luttes politiques trop partisanes et qui pourraient aliéner une partie des partenaires commerciaux est également un élément à retenir. On peut également considérer, à la suite de Dominique Andolfatto[2], que les élections à la tête des chambres de commerce ou des tribunaux de commerce offrent une légitimité suffisante aux négociants. Néanmoins, il est certain que l'élection à un poste de conseiller général ou d'arrondissement sert les intérêts à la fois du négoce mais également de sa propre maison comme en atteste les témoignages[3].

Après 1945, l'influence du négoce se fait encore plus diffuse, seuls quelques rares négociants obtenant les suffrages nécessaires pour être élus Conseillers généraux : Rouaud à Clermont-l'Hérault ; Chappotin à Frontignan ; Montet à Mèze pour ceux qu'il nous a été possible d'identifier[4]. Dorénavant, les places sont accaparées par des anciens députés-sénateurs (Bayou, Bène, Ponseillé par exemple), des maires[5] ou d'autres professions (fonctionnaires ou avocats par exemple). Encore une fois, ici dans le domaine politique départemental, l'influence du négoce dans la société héraultaise – même limitée à l'origine – connaît une nette inflexion à partir des années 1950.

À l'échelon local, la situation est plus contrastée. Les grandes villes du département ne sont jamais – ou à de très rares exceptions – aux mains des négociants, ce qui n'est pas le cas des centres secondaires et de certains petits villages. Dans les grands centres urbains, si les né-

[1] D'autant plus qu'il existe des négociants battus lors des élections (Malet dans les années 1930 aux législatives, Paul Granier dans les années 1920 aux cantonales) mais l'écrasante majorité échappe à notre état des lieux.
[2] ANDOLFATTO D., « Les élections consulaires. Histoire politique et état des lieux », *Politix*, vol. 6, n°23, 1993, p. 25-43.
[3] ABDF : Montpellier, 1924. L'inspecteur de la BDF sous-entend que V. Anthérieu est entré en politique essentiellement pour des raisons commerciales.
[4] *Bottin du Commerce*, années 1950-1960.
[5] C'est d'ailleurs le cas de J. Rouaud ou A. Montet.

gociants ne sont pas présents au poste de maire, on en retrouve quelques-uns dans les conseils municipaux. Les négociants étant clairement reconnus comme des notables locaux au cœur de vastes réseaux protéiformes, les maires cherchent à s'attacher leurs services et leur appui. Ainsi, en 1908, lorsque Paul Pezet monte une liste pour l'élection municipale à venir à Montpellier, il insiste auprès d'Alfred Baumel pour que ce dernier rejoigne son équipe. D'ailleurs, le maire lui-même célèbre son oraison funèbre en 1910, louant les qualités qui ont fait de lui un membre « apprécié au Conseil municipal », très impliqué dans l'évolution de la capitale montpelliéraine et de son propre quartier[1]. Les négociants investissent donc les conseils municipaux des trois grandes villes héraultaises avec une constante au moins jusqu'en 1939 : leur présence continue dans les instances municipales. Néanmoins, il est frappant de relever tout de même leur faible représentativité[2]. Elle s'explique en grande partie par les tensions qui naissent souvent autour des élections municipales et qui, ici peut-être encore plus que lors des autres élections, risquent de nuire à la réputation du négociant et à ses intérêts commerciaux.

Sur l'ensemble de la période, quelques rares exceptions viennent rompre l'absence commerciale au poste de premier édile municipal dans l'un des trois grands centres expéditeurs : Maurice Laurens et Émile Aïn (tableau 97, ci-dessous). Mais ce sont là les seuls négociants à accéder au poste de maire dans deux villes pourtant particulièrement orientées vers le commerce des vins et où les négociants sont puissants.

Tab. 97 : Quelques négociants maires dans l'Hérault au XXe siècle[3]

Jean Bertouy	Marseillan	1886-1913
Paulin Arnaud	Mèze	1892-1901
J.-N. Périer	Frontignan	1904-1912
Jules Balestier	Clermont-l'Hérault	1908-1915
Victor Anthérieu	Frontignan	1912-1932
Maurice Laurens	Sète	1912-1919
Paul Granier	Magalas	1920-1932
Méril Poujade	Mèze	1925-1941
Thomas Bessière	Mèze	1941-1944
François Poujol	Poussan	1947-1954
André Montet	Mèze	1947-1971
Émile Aïn	Béziers	1948-1953
Jean Rouaud	Clermont-l'Hérault	1949-1971
Gabriel Granier	Magalas	1959-1977

Source : *Annuaire de l'Hérault* et *Bottin-Didot*, 1900-1970

[1] *BMS*, janv. 1910, p. 2.
[2] De 1900 à 1939, on ne relève jamais dans les trois grandes villes héraultaises la présence de plus de 3 négociants dans les conseils municipaux. Et, ici encore, il s'agit la plupart du temps de négociants de second voire de troisième ordre.
[3] Sources multiples : Annuaire de l'Hérault, oraisons funèbres, Bottin du commerce, entretiens, dossiers de la Légion d'honneur, etc.

On note que dans les centres secondaires, la situation est différente. Dans les villes moyennes ou dans les petits villages, l'accession au poste convoité de premier élu de la commune est le triomphe de la reconnaissance de l'honorabilité et de la respectabilité locale. Ainsi, il n'est pas rare sur l'ensemble de la période de trouver des maires négociants qui restent à la tête d'une ville ou d'un village pendant plusieurs mandats et marquent ainsi l'emprise du négoce sur des centres d'expéditions secondaires comme Frontignan, Mèze ou Clermont-l'Hérault. Dans les petits villages, les négociants accèdent parfois au poste de maire. À Magalas, la famille Granier occupe la place de premier magistrat du village par Paul jusqu'à sa mort en 1932 puis par Gabriel à partir de l'extrême-fin des années 1950, renforçant les logiques déjà bien connues de lignées patronales investies en politique[1]. Ces quelques exemples démontrent qu'au niveau local, l'honorabilité émanant de la profession de négociants permet d'accéder à des responsabilités électives, tout comme ces postes peuvent permettre aux négociants de s'inscrire dans une notabilité respectée et reconnue, pouvant servir les intérêts de leur commerce[2].

Néanmoins, en dépit du peu d'implication dans la chose politique et ses âpres combats électoraux – perçus comme des dangers par les négociants – ces derniers sont, jusqu'en 1939, particulièrement proches de milieux républicains avec lesquels ils partagent de nombreuses valeurs.

1900-1939 : la proximité avec les milieux républicains

Même s'il reste éloigné du combat politique à proprement parler, le monde du négoce des années 1900-1930 est très proche des milieux républicains. Cette proximité offre aux négociants des contacts précieux dans la défense de leurs intérêts. Elle s'explique par le partage de valeurs communes que les négociants s'efforcent de promouvoir à la fois dans le discours et dans la participation à des organisations de défense républicaines bien précises.

Des contacts précieux

Les négociants disposent de contacts précieux dans les milieux politiques et ces derniers sont essentiellement ceux issus du radicalisme et de divers partis de la gauche républicaine.

[1] RENAHY N., « Une lignée patronale à la mairie », *Politix* 3/2008 (n° 83), p. 75-103 ou VALENTIN M. et MICHEL R., « Le fait municipal dans les politiques spatiales et sociales du patronat : les Menier et Noisel entre 1871 et 1914 », *Revue d'histoire du XIXe siècle* [En ligne], 1988/4.

[2] Cette question mériterait un plus large débat et d'apporter de nombreuses nuances. En effet, si les conséquences commerciales d'une entrée en politique sont manifestes dans de nombreux exemples (Bertouy, Périer, Anthérieu, Rouaud), cela n'est, semble-t-il, toujours pas le cas. Ainsi, G. Granier devient maire par la force des choses car un ensemble de personnalités de la commune (dont le curé) lui en font la demande expresse. Si dans cette configuration, c'est bien le négociant-notable que l'on vient chercher pour occuper un poste à responsabilités, il n'y a pas de démarche intéressée de la part du commerçant. Par ailleurs, d'après lui, cette position ne lui a rien rapporté d'un point de vue commercial. Mais il faut noter que, dans le cas de G. Granier, la maison de commerce existait depuis près d'un siècle et surtout, elle connaît à ce moment-là un net ralentissement de son activité. Ces deux raisons peuvent expliquer que l'accession à la mairie n'ait eu que peu d'impacts sur l'activité commerciale.

Ces contacts sont importants car dans le discours syndical et consulaire, l'action auprès des élus est primordiale pour pouvoir « les intéresser au succès de nos revendications »[1]. En Bourgogne, Olivier Jacquet a montré combien ces relations avec les parlementaires étaient primordiales dans le cadre d'un contrôle du marché[2]. Les négociants héraultais s'engagent donc dans une démarche interventionniste positive comme le souligne Paul Bret, le président du Syndicat des vins montpelliérains en 1908 :

> « Les représentants des départements méridionaux, à part quelques rares exceptions, ont payé de leur personne pour attirer l'attention des Pouvoirs publics sur nos revendications justes et sensées. Les résultats obtenus sont là pour prouver que c'est encore la meilleure manière d'aboutir quand il s'agira d'obtenir l'intervention législative pour modifier une loi ou en éviter de nouvelles. »[3]

En conséquence, si les milieux commerciaux se refusent à faire de la « politique pure », ils veillent à disposer de solides appuis auprès des élus. Ces derniers sont principalement des élus « républicains » comme on les nomme alors, c'est-à-dire l'ensemble d'un bloc de gauche/centre-gauche qui est sollicité de manière abondante. Et c'est lui qui répond le plus favorablement à ces sollicitations.

Ainsi, lors de la création de l'Office du vin en 1908, les deux députés qui se montrent les plus enthousiastes et les plus actifs dans leur correspondance avec l'Office sont Justin Augé et Emmanuel Brousse, respectivement député de l'Hérault radical-socialiste et député des Pyrénées-Orientales de la Gauche républicaine[4]. D'ailleurs, à la fois Augé et Brousse soutiennent un projet pour lequel le premier assure de ses « encouragements indispensables »[5] tandis que le second y « puisera largement […] une source d'informations de premier ordre »[6]. Jules Razimbaud, le député radical indépendant de l'Hérault, se dit prêt à s'associer aux revendications mais il est plus distant[7] que son collègue Brousse qui affirme que « les revendications [de l'Office] sont très bien comprises, très raisonnables, me paraissant des plus justes. Je les appuierai vigoureusement »[8]. Preuve de l'importance et de la nécessité de ces contacts de premier ordre, l'Office du vin se félicite de ces contacts qui lui offrent des appuis là où est décidé l'avenir économique de la Nation.

Déjà, en 1907, lors des vifs échanges au Parlement au sujet de la crise viticole, lorsque la question de la fraude chez les commerçants est évoquée, les députés républicains méridio-

---

[1] *BMS*, déc. 1908, p. 209.
[2] JACQUET O., *Les syndicats viti-vinicoles en Bourgogne de 1884 à la mise en place des AOC*, thèse de doctorat d'Histoire, sous la dir. de Serge Wolikow, Université de Bourgogne, 2005.
[3] *Ibid*. p. 209-210.
[4] JOLLY J. (dir.), *op. cit.*, p. 781-782 (pour E. Brousse).
[5] ADH : 8 M 219, Fonds de la CCB, Office du vin, Lettre d'Augé, 07/11/1908.
[6] *Ibid*., lettre de Brousse, 27/10/1908.
[7] Razimbaud est un radical indépendant, opposé aux radicaux-socialistes, notamment en raison de l'importance de la franc-maçonnerie dans le mouvement radical-socialiste.
[8] ADH : 8 M 219, op. cit, Lettre de Brousse, 25/11/1908.

naux[1] prennent soin de ménager les intérêts commerciaux. En conséquence, les commerçants extra-méridionaux sont le plus souvent visés[2]. On est là alors en adéquation parfaite avec la rhétorique commerciale méridionale de l'époque (et des époques suivantes) : il existe bel et bien de la fraude dans le négoce mais elle est pratiquée soit à l'extérieur de la région soit par des commerçants méridionaux malhonnêtes travaillant directement pour l'extérieur[3].

Il ne faut pas non plus négliger l'intérêt que représentent les groupes de pression ou les relais professionnels pour les politiques eux-mêmes. Ainsi, Justin Augé n'hésite pas à contacter directement l'Office du vin et la Chambre de commerce de Béziers pour leur demander d'appuyer, dans les milieux du Commerce héraultais et languedociens, son projet de loi tendant à favoriser la distillation des vins. Augé indique alors à la CCB et à l'Office de faire pression sur Armand Gauthier, qui est le sénateur président du groupe viticole au Parlement, pour lui soumettre l'idée que « la seule solution pour régler le problème de la surabondance est la distillation *sans tarder[4] »* grâce au projet Augé auquel il faut « apporter le plus grand soutien »[5]. La séance suivante, l'Office émet plusieurs vœux qui reprennent les dispositions générales du projet du député héraultais, d'autant plus que ces derniers vont dans le sens des revendications patronales de l'époque.

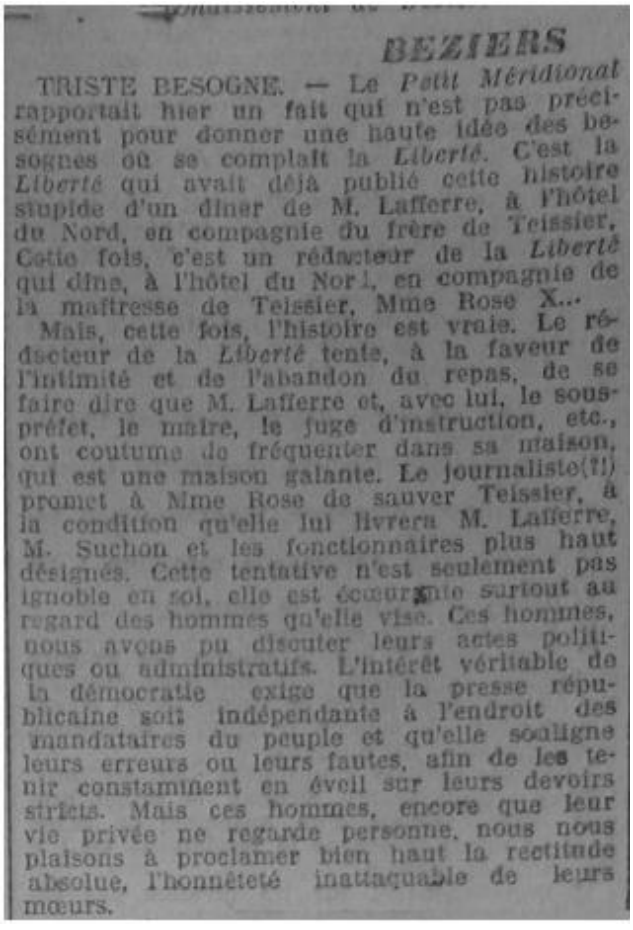
Les intérêts sont donc réciproques et les alliances dans l'intérêt de la filière viti-vinicole méridionale sont fréquentes et solides. Les autres groupes parlementaires (extrême-gauche, extrême droite, partis conservateurs, etc.) sont, eux, absents de la correspondance des groupements corporatistes et les rares fois où ils sont contactés (le conservateur Henri de Rodez-Bénavent dans les années 1920-1930), il ne semble pas y avoir de réponse ou alors uniquement de principe.

Outre Justin Augé, d'autres députés assurent, en partie, la défense des intérêts des commerçants. Le premier est le député de la gauche radicale Jacques Salis (1881-1910). Déjà défenseur des intérêts commerciaux en voulant limiter les privilèges des bouilleurs de cru dans les années 1880, il s'investit à la charnière du siècle nouveau dans la Commission du budget chargée d'examiner le projet et les propositions relatifs aux fraudes en matière de commerce des vins[6]. Dans une logique de rationalisation et d'épuration du marché, ce qui est déjà l'une des principales revendications du Commerce méridional, il défend l'idée d'une régulation du marché par l'assainissement en supprimant les petits vins et les vins fraudés sur un marché qui s'encombre de plus en plus. Tout comme Augé, il appuie, en 1905, les grandes lois sur la répression des fraudes sur les vins et le régime des spiritueux. En 1907, les deux dénoncent la crise qui frappe le secteur viti-vinicole et pointent du doigt – au même titre que les représen-

[1] J. Salis, L. Lafferre, J. Augé, P. Pélisse, J.-A. Razimbaud pour ne citer que les héraultais.
[2] Brousse dès l'ouverture de son intervention en janvier 1907 donne l'exemple d'un négociant fraudeur à Béziers, en précisant bien qu' « il est le dirigeant d'une succursale d'une maison des vins de Paris » (cf. SAGNES J., *Députés et sénateurs face…*, *op. cit.*, Séance du 18/01/1907, Chambre des députés, p. 17 et sq.).
[3] C'est, en substance, le discours qui est tenu par exemple lors des enquêtes de 1907 et 1930.
[4] Le mot est souligné par Augé.
[5] ADH : 8 M 219, *op. cit.*, Lettre d'Augé, 07/11/1908.
[6] JOLLY J. (dir.), *op. cit.*, p. 2953.

tants syndicaux encore une fois – la loi de 1903 sur les sucres qui permet, indirectement, le sucrage. D'ailleurs, Augé, qui dit avoir été « commerçant de vin pendant [ses] jeunes années » dédouane les quelques négociants fraudeurs méridionaux, frappés par la crise de mévente et obligé de fuir alors qu'ils sont des « pères de familles »[1].

Le second député particulièrement proche des intérêts commerciaux est le député (1898-1919) puis sénateur (1920-1924) de Béziers, Louis Lafferre[2]. Très intéressé aux questions viticoles, il intervient lui aussi en faveur d'un assainissement du marché, dont il considère qu'il est gonflé de vins de seconde cuvée (vins de marc ou piquettes) et de vins artificiels (vins de raisins secs ou de sucre). Lors du débat de 1907, s'il défend la thèse de la fraude, il avance un nouvel argument : la fraude chez les viticulteurs. En donnant l'exemple de la récolte de 1903, particulièrement mauvaise, il évoque le sucrage et le mouillage chez les producteurs[3]. Là encore, le discours syndical est repris en grande partie : il appelle à une plus grande vigilance à la source, c'est-à-dire dans les caves des propriétaires. Lafferre, dont l'un des cousins par alliance est négociant, défend en l'espèce les intérêts du négoce en détournant le feu des critiques qui s'abattent sur les commerçants depuis le début de cette session parlementaire consacrée à la crise viticole[4]. Cette prise de position lui est d'ailleurs vigoureusement reprochée lors des débats parlementaires et, soupçonné de protéger les fraudeurs, Lafferre est régulièrement mis en cause par la presse qui épie ses moindres faits et rencontres (fig. 73).



BEZIERS

TRISTE BESOGNE. — Le *Petit Méridional* rapportait hier un fait qui n'est pas précisément pour donner une haute idée des besognes où se complaît la *Liberté*. C'est la *Liberté* qui avait déjà publié cette histoire stupide d'un dîner de M. Lafferre, à l'hôtel du Nord, en compagnie du frère de Teissier. Cette fois, c'est un rédacteur de la *Liberté* qui dîne, à l'hôtel du Nord, en compagnie de la maîtresse de Teissier, Mme Rose X...

Mais, cette fois, l'histoire est vraie. Le rédacteur de la *Liberté* tente, à la faveur de l'intimité et de l'abandon du repas, de se faire dire que M. Lafferre et, avec lui, le sous-préfet, le maire, le juge d'instruction, etc., ont coutume de fréquenter dans sa maison, qui est une maison galante. Le journaliste(?!) promet à Mme Rose de sauver Teissier, à la condition qu'elle lui livrera M. Lafferre, M. Suchon et les fonctionnaires plus haut désignés. Cette tentative n'est seulement pas ignoble en soi, elle est écœurante surtout au regard des hommes qu'elle vise. Ces hommes, nous avons pu discuter leurs actes politiques ou administratifs. L'intérêt véritable de la démocratie exige que la presse républicaine soit indépendante à l'endroit des mandataires du peuple et qu'elle souligne leurs erreurs ou leurs fautes, afin de les tenir constamment en éveil sur leurs devoirs stricts. Mais ces hommes, encore que leur vie privée ne regarde personne, nous nous plaisons à proclamer bien haut la rectitude absolue, l'honnêteté inattaquable de leurs mœurs.

Fig. 73 : Lafferre mis en cause
Source : *La Dépêche*, 13/02/1907

Teissier est un gros fraudeur biterrois mais qui a évité toute condamnation. On le soupçonne d'être protégé par des élus. Son cas est débattu devant le parlement et il est l'un des symboles –négatif – de la crise de 1907.

[1] SAGNES J., *op. cit.*, Séance du 25/02/1907, Chambre des députés, p. 29 et sq.
[2] JOLLY J. (dir.), *op. cit.*, p. 2091-2092.
[3] SAGNES J., *op. cit.*, Séance du 22/02/1907, Chambre des députés, p. 25 et sq.
[4] Cf. *supra*, « Autour de 1907 », p. 497

En 1908, lorsqu'il interpelle le ministre des Travaux publics au sujet des transports des vins, il reprend là-aussi de nombreuses revendications du Commerce : harmonisation des tarifs ; égalité avec les autres marchandises ; gratuité des futs en retour ; principe de dégressivité ; simplification tarifaire[1].

Enfin, le dernier élu héraultais proche des milieux commerciaux est Édouard Barthe (député de 1910 à 1942 puis sénateur de 1948 à 1949). La relation entre Barthe et les négociants est une relation paradoxale. Tout d'abord car il est membre de la SFIO avec laquelle les négociants n'ont que peu de contacts voire une certaine aversion. Mais Barthe, au sein de la SFIO est un réformiste qui choisit, au Congrès de Tours, de suivre la minorité refusant l'adhésion au communisme. Par ailleurs, c'est un indépendant au sein du parti, ce qui a sûrement pour effet de rassurer les négociants avec qui il entretient des rapports personnels et privilégiés depuis son installation comme pharmacien à Sète au début du siècle[2]. Cela explique en partie sa position : bien que proche des milieux de la production comme l'a démontré Jean-Marc Bagnol[3], il défend également les intérêts des négociants. Barthe reprend en réalité un discours qui est récurrent dans les milieux commerciaux : la nécessaire alliance des intérêts de la Production et du Commerce pour la sauvegarde de la filière[4]. Ainsi, plutôt que d'opposer Production et Commerce comme peuvent parfois le faire ses prédécesseurs, Barthe intervient sans cesse dans l'intérêt général et il sait, de la sorte, ménager les intérêts des négociants. En 1923, lorsqu'il intervient durant le rapport sur les vins avariés présenté devant le Congrès de la Fédération méridionale, il justifie l'action répressive de la Commission des boissons en la matière. Il s'agit, selon lui, de « sauvegarder l'intérêt du Commerce. On ne peut admettre que certains négociants malhonnêtes achètent intentionnellement des vins piqués pour vendre à la baisse et faire ainsi au commerce honnête une concurrence déloyale »[5]. Cette intervention, en adéquation avec le ton du discours syndical de l'époque, est particulièrement bien reçue par les négociants présents, d'autant plus qu'Édouard Barthe s'engage à limiter « le zèle intempestif de certains agents des Contributions indirectes », ce qui est là aussi l'une des principales doléances du Commerce. Lorsqu'il reçoit dans le cadre de la commission d'enquête les négociants locaux en 1930, il fait également preuve d'une grande bienveillance à leur encontre et appuie, directement lors des audiences, certaines de leurs propositions, comme l'interdiction de circulation des petits vins et le contrôle des vins à la propriété[6].

Ces appuis, nombreux, se font essentiellement sur la base d'un partage de valeurs communes.

[1] ADH : 8 M 216, Fonds de la CCB, Office du vin, Affiche reprenant les propos du député Lafferre lors devant la chambre des députés lors de la séance du 21/11/1908.
[2] Dans ce cadre, il vend des « vins fortifiants », comme le font les maisons de commerce de la ville. Il s'inscrit alors surement dans des réseaux commerciaux qui lui font percevoir la difficulté de la profession de négociant.
[3] BAGNOL J.-M., *Le Midi viticole au Parlement. Édouard Barthe et les députés du vin de l'Hérault (années 1920-1930)*, Montpellier, PULM, 2011.
[4] À plusieurs reprises, il appelle Production et Commerce à marcher « main dans la main ».
[5] *BMS*, avril-mai 1923, p. 328.
[6] *Rapport Barthe (1930),* voir les audiences de Montpellier (p. 2-63) ou de Béziers (p.72-162).

La défense de valeurs communes

Les négociants sont proches des milieux républicains à divers degrés. C'est particulièrement vrai au début du siècle avec le Parti Radical, alors à son apogée, qui diffuse des idéaux de laïcité et de défense de la propriété privée. Si le thème de la laïcité n'est abordé que très ponctuellement, celui de la propriété privée est, lui, plus récurrent.

En réalité, la laïcité est appréhendée dans le discours des négociants comme une forme de neutralité qui épouse les thématiques de la non-intervention politique ou tout autre sujet pouvant diviser le groupement patronal. D'ailleurs, lorsqu'il est employé, le terme de laïcité l'est en contrepoint du non-engagement politique : les intérêts religieux ou politiques passent ainsi au second plan. En outre, à Montpellier, à Sète et à Béziers, les plus grandes familles de négociants sont, jusqu'aux années 1920, des familles protestantes[1]. Or les grandes associations protestantes sont d'ardents défenseurs de la laïcité[2]. Rappelons également que la laïcité est, pour les radicaux, l'un des moteurs de la jeune République française. Cette dernière valorise la méritocratie[3] dont profitent pleinement les négociants par le biais de l'éducation qu'ils offrent à leurs enfants. Il existe donc une conjonction d'intérêts et de discours qui explique le partage de cette valeur. Il n'est ainsi pas étonnant de voir Victor Anthérieu à la tête du patronage laïque de Frontignan au début du siècle[4] ou certains négociants siéger aux différents conseils d'administration d'institutions scolaires[5].

La défense de la propriété privée, pour sa part, est également un thème commun aux radicaux et aux milieux commerciaux. Les négociants, en propriétaire de maisons de commerce, sont des patrons soucieux de leur outil de production. Ils veillent à sa bonne marche et au respect de son intégrité, notamment vis-à-vis de tout ce qui est perçu comme une intrusion dans l'ordre commercial : employés de la régie, syndicalistes ouvriers, inégalités fiscales par exemple. Ainsi, bien souvent dans le discours des négociants, au-delà de l'intérêt général qui est loué, c'est l'intérêt de la maison de commerce qui est défendu. Derrière le thème de la défense de la collectivité, c'est bel et bien l'intérêt de la propriété privée qui prime avant toute chose et conditionne la défense des intérêts de la collectivité.

Enfin, avec les milieux radicaux, les négociants partagent le souci d'investissement de réseaux multipolaires, symbolisé par l'adhésion au mouvement franc-maçon[6]. Il est difficile de quantifier réellement cette adhésion, notamment pour les personnalités les plus en vues du département (Jean Prats[7], Élie Cousin, François Pétrier, Gustave Malet, Paul Bret) mais il est in-

[1] RAMÈS A.-M., *op. cit.*, p. 261 et sq. Voir leur investissement dans les conseils presbytéraux, p. 1166.
[2] CABANEL P., *Le Dieu de la République. Aux sources protestantes de la laïcité (1860-1900)*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2003.
[3] BERSTEIN S., *Histoire du parti radical. Vol 1 : La recherche de l'âge d'or, 1919-1926*, Paris, les Presses de Science-Po, 1980, p. 259 et sq.
[4] DEGAGE A., *Histoire de Frontignan*, Frontignan-La Peyrade, 1989.
[5] Comme Félix Michel qui est membre du conseil d'administration du Lycée de garçons et du conseil d'administration du Lycée de jeunes filles de Montpellier au moins jusqu'aux années 1930 (ANF : 19800035/205/26834, Fonds de la Légion d'honneur, F. Michel) ou G. Cazalis qui est administrateur des cours secondaires de Jeunes filles à Sète (ANF : 19800035/0215/28189, op. cit.).
[6] Dont l'influence dans le parti radical est bien connue. Voir BERSTEIN S., *op. cit.*, à ce sujet.
[7] Pour ce dernier, son petit-fils assure ne pas être au courant de liens avec la franc-maçonnerie sétoise.

déniable que la franc-maçonnerie est particulièrement investie dans les milieux commerciaux urbains et leurs institutions représentatives. D'ailleurs, dans son ouvrage sur la ville de Sète, Jean Sagnes souligne que l'influence de la loge maçonnique locale y est considérable et que son recrutement « intéresse la bourgeoisie du négoce »[1]. En 1907, en pleine crise viticole, la presse se fait l'écho d'un négociant franc-maçon fraudeur protégé par les autorités maçonniques à Béziers[2]. En outre, à Montpellier, la « Loge des Vrais Fidèles » est située dans le même immeuble que le syndicat de Commerce et lors des obsèques de Paul Bret et d'Alfred Baumel, des membres des loges maçonniques sont présents (Gariel par exemple, le directeur du *Petit méridional*). Enfin, l'annuaire des personnalités françaises, le *Qui êtes-vous* de 1924, nous apprend que Charles Warnery est membre du « Cercle de la Grande Loge »[3] et il est vraisemblable que l'ensemble de ses alliés familiaux et commerciaux (les Parlier, Krüger, Leenhardt, Cazalis, Castelnau) qui dominent la bourgeoisie montpelliéraine de l'époque en soit de même.

Toutefois, si par essence l'appartenance au mouvement franc-maçon reste obscure, il en va différemment dans les comités dits « républicains ».

En effet, les négociants investissent des associations républicaines comme, par exemple, le « Comité républicain du commerce, de l'industrie et de l'agriculture », fondé en 1898 par le sénateur Alfred Mascuraud[4]. Comme le stipule l'article 2 des statuts du comité, son but est de « donner au gouvernement des avis et renseignements qu'il juge utile sur les questions commerciales, industrielles et agricoles » dans l'optique « d'accroître la prospérité » de l'économie française. Mais c'est également une institution intermédiaire composée d'experts, chargés de faire connaître leur avis sur les évolutions de la législation ou de promouvoir en France ou à l'étranger des expositions valorisant la production française. Enfin, le Comité est chargé d'organiser des cours pour assurer « la propagation des connaissances commerciales et industrielles »[5]. Il s'agit en conséquence d'un outil défendant les valeurs républicaines auxquels sont attachés les négociants mais également d'un outil de pression, véritable corps intermédiaire, assurant la défense de leurs intérêts commerciaux. Cela explique qu'ils l'investissent en masse et que l'on retrouve des membres éminents du Commerce héraultais dans les comités locaux : à Montpellier, Alfred Baumel puis Félix Michel en sont les vice-présidents dans les années 1910, Galtier et Roussel-Lacombe durant l'entre-deux-guerres, tandis que Tricou en est le trésorier[6]. À Sète, Jean Prats en est le vice-président fondateur dans les années 1910 et Joseph Euzet le président pendant l'entre-deux-guerres[7]. Par leur inscription dans cet organisme, les négociants s'engagent ainsi à défendre leur « attachement aux institutions républicaines » mais également leurs propres intérêts, ceux du Commerce. Il y a donc, là aussi, conjonction entre les valeurs

[1] SAGNES J., *Histoire de Sète*, Toulouse, Privat, 1991, p. 272.
[2] « Jugement maçonnique », *L'Autorité*, 25/06/07.
[3] Qui êtes-vous ? Annuaire des contemporains, notices biographiques, Paris, Erhet et Duffy Ed., 1924, p. 767.
[4] VIVIER J.-L., *Des commerçants à la conquête de la République, Mascuraud et son comité*, 1899-1926, Paris, L'Harmattan, 2009.
[5] *Annuaire de l'Hérault*, années 1900-1910.
[6] *Ibid*., 1902-1939.
[7] Cf. fiches de renseignements des dossiers de promotion de l'ordre de la Légion d'honneur, *op. cit*.

personnelles défendues individuellement par les négociants et leurs intérêts commerciaux. Par ailleurs, outre ces fonctions représentatives, de nombreux négociants adhèrent au Comité, comme nous l'apprennent leur notice biographique : Élie Cousin, Gustave Malet ou Paul Bret par exemple.

On reconnaît encore des négociants dans des institutions républicaines visant à la diffusion du savoir, comme Denis Galtier qui est le trésorier dans les années 1920-1930 de la Chambre des métiers de l'Hérault dont le but est de permettre l'apprentissage des adultes par des services tels que des cours, une bibliothèque et une orientation professionnelle[1]. Enfin, ils s'inscrivent également dans des associations républicaines locales comme Paul Bret qui est au début du siècle le président de « Famille républicaine » à Pignan[2] ou Joseph Euzet qui est durant l'entre-deux-guerres président du « Cercle républicain de l'avenir sétois » où se réunissent des patrons (commerce et industrie) soucieux d'interagir avec les pouvoirs publics[3].

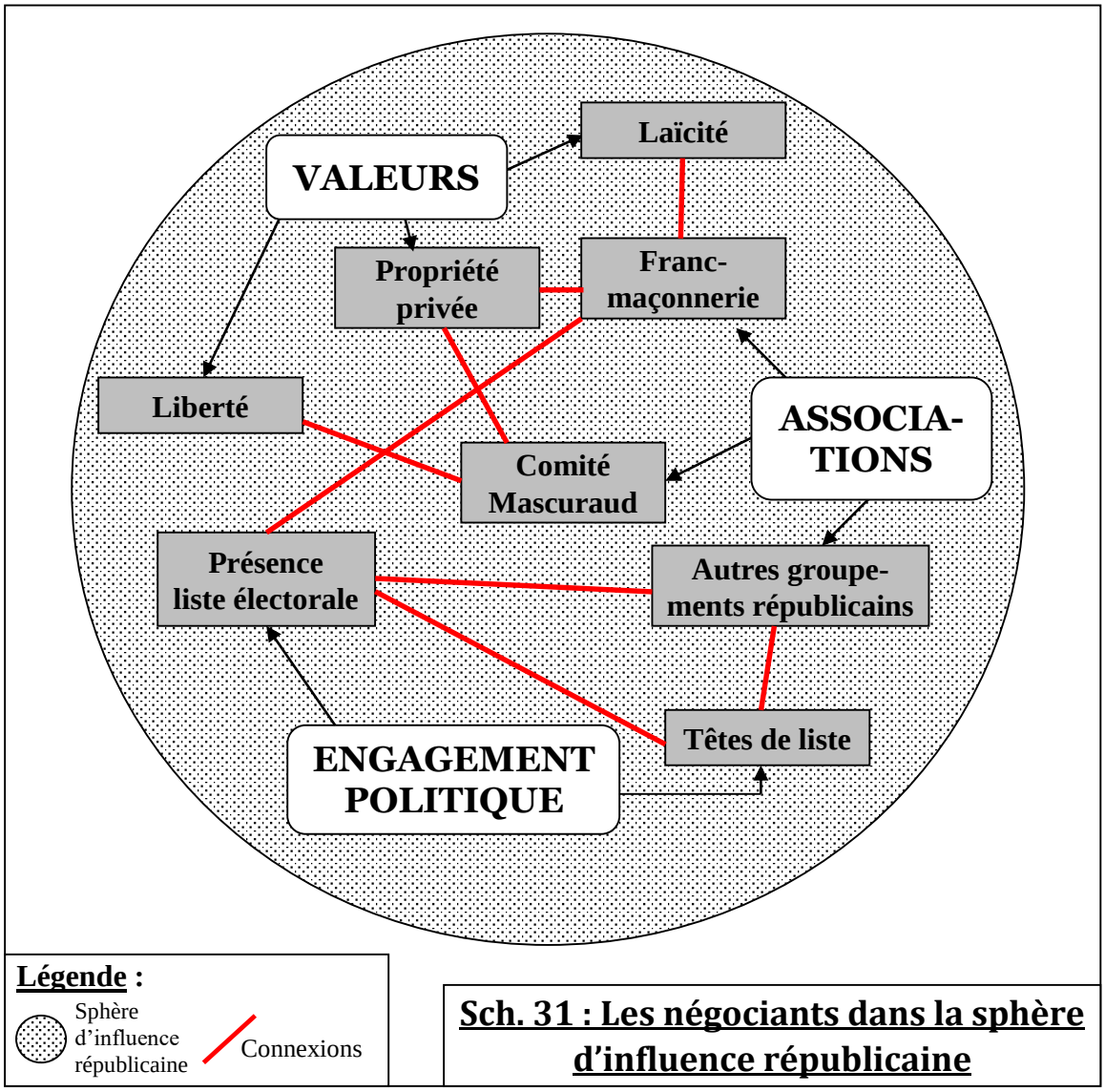
La dimension républicaine est donc l'un des catalyseurs de l'engagement des négociants. S'il ne faut pas oublier que cela s'inscrit également dans une démarche qui sert – directement ou indirectement – les intérêts commerciaux, cette dimension civique n'est pas négligeable dans leur implication au sein de la société héraultaise. D'ailleurs, lorsqu'ils font le choix de se présenter à des élections locales, c'est le plus souvent sous une étiquette politique républicaine : en 1908, Alfred Baumel, dont le père était un radical, s'engage sur la liste de Paul Pezet lui-même radical. À Sète, à la même date, la liste menée par le frère de Joseph Euzet, Honoré, ancien négociant, est une liste d'alliance entre radicaux et républicains-socialistes. Dans cette liste, on retrouve, par exemple, les négociants Auguste Taillan, Adrien Sézary et Adolphe Steinmann. Son successeur, le négociant Maurice Laurens, qui est élu de 1912 à 1919, se présente lui sous l'étiquette républicain-socialiste[4]. À Mèze, Méril Poujade qui domine la vie politique pendant près de quinze ans (maire et conseiller général) durant l'entre-deux-guerres[5] est un élu radical tout comme Henri Biscaye, élu conseiller général en aout 1904[6]. Pierre Bertouy, conseiller général dans les années 1920-1930, siège, pour sa part, avec les républicains-socialistes[7]. Nos entretiens enfin, nous ont confirmé ce tropisme radical : Paul et Joseph Granier, Jean Prats, Maurice Salasc ou Paul Jeanjean sont tous décrits par leurs descendants comme étant sensibles aux idées radicales, ce qui est somme toute logique lorsque l'on sait que ce dernier était considéré comme un parti de notables[8].

Ainsi, en dépit de la diversité des parcours et des nuances politiques, l'inclinaison républicaine – et plus généralement radicale – est particulièrement marquée. De fait, les négociants, dans cette période optent, assez naturellement, pour les partis républicain de notables voire

[1] *Annuaire de l'Hérault*, années 1920-1930.
[2] Obsèques de P. Bret, *BMS*, août-sept. 1912, p. 146-148.
[3] ANF : 19800035/264/35307, *op. cit.*
[4] SAGNES J., *op. cit.*, p. 252.
[5] CAMMAS C., *Histoire de la ville de Mèze*, Mèze, autoédition, 1989.
[6] *L'Éclair*, 08/08/1904.
[7] *L'Éclair*, 15/12/1919.
[8] BERSTEIN S., *op. cit.*, p. 293 et sq.

pour la non-affiliation de proximité (V. Anthérieu à Frontignan est sans étiquette bien qu'il partage assez largement les idéaux radicaux). Ces idéaux républicains expliquent vraisemblablement également que pendant la Seconde Guerre mondiale, les négociants soient référencés par les enquêtes de police comme n'ayant « aucun problème de moralité ou politique » ou ne participent à « aucune action politique »[1]. Cette neutralité politique vis-à-vis de Vichy est dépassée par certains négociants qui s'engagent dans des réseaux de résistance (comme André Montet[2]) ou dans les Forces françaises libres (un des frères Tirat, sans que l'on sache s'il s'agit de Marius ou Charles[3]).

Les négociants s'inscrivent ainsi dans une mouvance politique républicaine, laïque et modérée aux contours et connexions multiples (sch. 31), ce qui n'est plus le cas de la période suivante.



Sch. 31 : Les négociants dans la sphère d'influence républicaine

[1] ADH : 2 W 202, Fonds de la préfecture, Syndicats professionnels (1939-1941), Notes de police, février et mars 1941.
[2] ANF : 19800035/1139/30380, Fonds de la Légion d'honneur, A. Montet. Il est membre du réseau de résistance COTRE.
[3] AN : BB 18/3851, Correspondance générale de la division criminelle, Collaboration avec l'ennemi, Dossier Tirat.

1950-1970 : le virage à droite

L'après-guerre se caractérise par un basculement politique assez net avec un virage à droite bien marqué, tant dans les discours que dans l'implication politique. Ainsi, devant la montée de nombreux périls, les négociants s'arc-boutent autour de la défense de leurs acquis, ce qui les conduit à tenir un discours conservateur voire parfois réactionnaire qui se matérialise par une large adhésion au mouvement poujadiste.

Un fort conservatisme

La nouvelle République qui émerge des cendres de la Seconde Guerre mondiale se traduit par un redéploiement des forces politiques et une redéfinition des adhésions politiques du peuple français[1]. Les négociants ne divergent pas de cette situation d'ensemble et avec l'affaiblissement constant du Parti Radical dont la voix devient inaudible dans le jeu politique, le discours du Commerce prend une nouvelle inflexion.

Engoncée entre une droite conservatrice et une gauche plus ou moins révolutionnaire, la bourgeoisie du négoce héraultais ne tarde pas à faire le choix, dans son discours en tout cas, de la première option. C'est, somme toute, là aussi en accord avec les grandes tendances nationale et le basculement d'une partie des notables vers la droite républicaine et son discours rassurant de préservation des intérêts privés. Ce n'est pas vraiment surprenant car l'idéologie conservatrice de droite est en adéquation avec les valeurs d'une bourgeoisie locale qui se sent de plus en plus menacée. Ainsi, la droite exalte l'exploitation personnelle, dans un cadre familial, « aux dimensions suffisantes mais limitées »[2], comme le sont la plupart des maisons de commerce héraultaises.

D'ailleurs, la maturation de ce discours qui remonte au milieu des années 1930, gagne dès cette époque certains des négociants qui se sentent les plus en danger[3]. On peut supposer que c'est pour cette raison qu'André Méloux se présente en 1936 sous l'étiquette d'une formation conservatrice, les Républicains indépendants, dans la seconde circonscription de Montpellier[4]. En effet, Méloux est à cette époque le président du Syndicat des négociants-expéditeurs directs de l'arrondissement de Montpellier, c'est-à-dire du syndicat de la barricaille, l'une des branches de la profession qui se sent la plus menacée. Dès les années 1930, il adhère donc logiquement, alors que la situation devient de plus en plus difficile pour les négociants barricailleurs, au discours conservateur qui est en train de se façonner à droite, notamment autour de la

[1] WINOCK M., *La France politique, XIXe-XXe siècle*, Paris, Seuil, 1999, « Une nouvelle République », p. 425 et sq.
[2] SIRINELLI J.-F., *Histoire des droites en France. Tome 1 : Politique*, Paris, Gallimard, 1992, p. 63.
[3] Selon C. Zalc, la genèse de ce virage à droite est due à un « sentiment de malaise […] de l'inconfort d'un positionnement dans l' « entre-deux » de la société française », c'est-à-dire entre les ouvriers et les grands patrons. L'auteur estime, par ailleurs, que la prise de conscience dans le petit patronat d'un danger de déclassement (économique et politique) remonte aux années 1930. Nous pensons pour notre part que cette crainte de déclassement, notamment économique, existe dès le début du siècle mais qu'elle ne prend une coloration politique qu'après la Seconde Guerre mondiale. (cf. ZALC C., « Les petits patrons en France au 20e siècle ou les atouts du flou », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 2012/2 N° 114, p. 58-59).
[4] *Le Petit Méridional*, Lundi 27 avril 1936.

survie des métiers traditionnels[1]. Après la guerre, ce discours est amplifié par les mutations structurelles de l'économie française et qui frappent de plein fouet les milieux commerciaux : restructurations, étatisation, concentrations, raccourcissement des circuits de distributions. Il n'est donc pas surprenant que le seul élu d'envergure nationale issu du Commerce héraultais, Cerf Lurie, soit un élu UNR, le parti majoritaire à droite à l'époque.

Dans la presse spécialisée ou lors des Congrès, les milieux commerciaux regrettent l'époque d'un âge d'or, souvent mythifié, et de la prospérité commerciale avant-guerre, elle aussi largement surévaluée. Ses représentants tiennent là un discours qui s'articule parfaitement avec les mots de Georges Pompidou, qui se voulait un « conservateur de civilisation ». Face à l'ensemble des mutations qui frappent le pays et la société, le discours commercial se fait passéiste et nostalgique.

Ainsi, dans le *Midi Vinicole* ou dans les communications syndicales, de manière récurrente, le ton est au regret d'un temps passé où la situation était différente. En 1956, la question de la reconversion de l'économie viticole régionale est perçue comme une calamité pour la région et cette évolution est comparée à la fable de La Fontaine « le Laboureur et ses enfants ». L'avenir de la région voulu par l'État serait, pour le journal, l'inverse de l'épilogue de la fable[2]. Cette mutation est même assimilée à la douleur d'un accouchement[3]. Au-delà des métaphores et du lyrisme qui jalonnent cet article, une vraie crainte et un vrai malaise semblent toucher les milieux commerciaux. Ces derniers se réfugient alors dans l'espoir d'un retour à un passé glorieux mais pourtant mythifié.

En effet, régulièrement, ce passé glorieux est évoqué par des articles de presse, des éditoriaux, des discussions syndicales[4] ou des rapports d'experts[5]. Pourtant, déjà en 1907 ou en 1930, il était question d'une crise et d'un âge d'or passé. Mais à la différence des années 1900-1930 où le ton était volontaire et ambitieux, le discours du monde du Commerce dans les années 1950 s'arc-boute sur le mythe d'un âge d'or révolu. C'est particulièrement flagrant à la fin des années 1950 au moment du déplacement du marché aux vins de Montpellier. Ce marché est un véritable symbole car, situé au cœur de la ville, il marquait depuis des décennies, l'attachement symbiotique d'une ville et d'une économie, toutes deux tournées vers le commerce des vins. Son déplacement à l'extérieur du cœur urbain puis en sa périphérie est pour Jean Valéry la manifestation concrète d'une société languedocienne qui bascule dans un nouveau monde. Alors que le marché change d'emplacement sur la place de la Comédie, la municipalité, pour ne pas gêner la circulation, installe une barrière, « comme un ring de boxe où [les négociants sont] parqués comme des animaux ». Le journaliste regrette amèrement « le téléphone qui permet des contacts rapides, l'automobile et la vie chère. […] Les contacts directs [qui] n'existent presque plus. […] Où est le temps, qui n'est pas encore bien éloigné où le viti-

[1] SIRINELLI J.-F., *op. cit.*, p. 63.
[2] C'est-à-dire, assurer sa propre prospérité par le travail.
[3] *MV*, 01/02/1956.
[4] Principalement lors des Congrès de la Fédération méridionale où s'évacue la frustration d'une déconsidération sans cesse répétée.
[5] Comme les rapports de R. Tirat dans les années 1950 sur la fiscalité ou les transports.

culteur venait à Montpellier dès le lundi, faire un bon dîner, […] le lendemain matin faisait ses courses et enfin venait sur le marché ? »[1]

Si le constat est pertinent sur certains points (l'automobile et le téléphone notamment), il est profondément passéiste et abusif. En effet, déjà dans les années 1930, les observateurs se plaignent de la désaffection des marchés et du délitement des contacts directs. Surtout, ces contacts n'ont pas disparu, ils s'opèrent dans un autre cadre, celui de l'entreprise et de la propriété. Dorénavant, on reçoit les clients chez soi, à l'abri des regards et des oreilles. Enfin, c'est là le refus d'une modernité stigmatisée pour sa vie chère mais qui améliore incontestablement les conditions d'exercice (téléphone, automobiles). Toutefois, ce constat est largement partagé dans le monde des vins. Il exprime surtout la peur d'un déclassement social[2] qui est en train de frapper durement le négoce des vins qui peu à peu est dépossédé de sa position médiatrice sur le marché des vins. Dès lors, cette crainte décliniste associée à la mythification du passé expliquent le basculement vers un conservatisme rassurant que représente, en partie, l'idéologie de la droite française en cette période. En partie seulement car, lorsque les gouvernements de droite font preuve de modernité et d'idées réformistes, les négociants s'opposent à ces mesures. C'est le cas avec la réforme de la TVA, au milieu des années 1960, qui suscite interrogations, craintes et rejet dans les milieux commerciaux ou lors du projet de modernisation des circuits de commercialisation qui s'attire les foudres des milieux du négoce à la même période.

Ainsi, leurrés par un passé magnifié où ils disposaient d'un rayonnement et d'une liberté d'action plus vastes, les négociants se tournent vers le discours sécurisant qu'offre alors la droite conservatrice française. Cette une évolution est logique si l'on en croit René Rémond. En effet, selon lui, la droite trouve généralement à cette époque ses appuis auprès « des milieux d'affaires, des grandes entreprises et des intérêts organisés »[3]. Dans les années 1950-1960, voilà un ensemble qui correspond à ce qu'est, en partie, un négoce héraultais qui y trouve l'assurance de la défense des valeurs traditionnelles. Ce renversement s'explique aussi par la disparition du radicalisme. Une grande partie de ses troupes rallie la droite modérée qui se fait le champion de la liberté d'entreprise, de la propriété privée, de l'initiative individuelle[4], autant d'éléments structurant le discours commercial. D'ailleurs, Hugues Jeanjean reconnaît lui-même ce basculement, soulignant son propre attachement aux valeurs d'une droite républicaine alors que son père était, lui, proche des radicaux-socialistes. Il en va de même avec Gabriel Granier ou Jean-Honoré Prats qui rompent avec la tradition radicale familiale[5].

Néanmoins, aux côtés de ce discours conservateur émerge un discours plus vindicatif et agressif qui trouve son exutoire dans le mouvement poujadiste.

---

[1] *MV*, 23/11/1960.

[2] Geoffrey Crossick évoque le « démon du déclassement » en Angleterre, terme qui est approprié pour les négociants héraultais (cf. CROSSICK G., « La bourgeoisie britannique : recherches, approches, problématiques », *Annales HSS*, 6, novembre-décembre 1998, p. 1099). D'ailleurs, cette peur du déclassement est une préoccupation récurrente dans la bourgeoisie française et le négoce héraultais n'y fait pas exception. (Cf. Daumard A., op. cit., p. 152, 155, 281, 309-311.

[3] RÉMOND R., *Les Droites en France*, Paris, Aubier-Montaigne, 1992 (1954), p. 412.

[4] *Ibid*., p. 306.

[5] Entrevue avec H. Jeanjean, G. Granier et J.-M. Prats.

La tentation poujadiste

L'État a toujours été une cible privilégiée des négociants et du discours syndical. Déjà en 1923, Gustave Malet insistait sur « le réseau de lois et décrets qui réduisent tous les jours nos moyens d'action et rendent notre commerce impossible »[1], reprenant là une antienne bien connue depuis le début des années 1900[2] et largement réinvestie par la suite, notamment dans les articles polémiques de *l'Action Méridionale*.

Après 1945, le ton se durcit pour plusieurs raisons. La première est la conséquence de l'accroissement de l'emprise de l'État sur l'économie nationale. Nationalisations, planification et dirigisme sont peu appréciés par un monde commercial empreint de libéralisme économique. Cette nouvelle orientation de l'État est stigmatisée dans le *Midi Vinicole* qui titre en une, en janvier 1952, sur les « mensonges du dirigisme »[3] et sur les « projets de fonctionnarisation de la production et du commerce des vins »[4]. On y regrette la « psychose du vin cher » qui pousse le gouvernement, influencé par les journaux parisiens, à vouloir encadrer une profession éprise de libertés[5]. L'État devient ainsi une cible de plus en plus violemment attaquée, notamment ses représentants locaux, les fonctionnaires, souvent méprisés. En 1955, lors du Congrès, lorsqu'il est question du prix minimum, celui-ci est comparé à un « cauchemar » et à un « poison »[6] ou lors du rapport sur la lutte contre la fraude, on y évoque le service des répressions qui « frappe souvent comme un aveugle »[7].

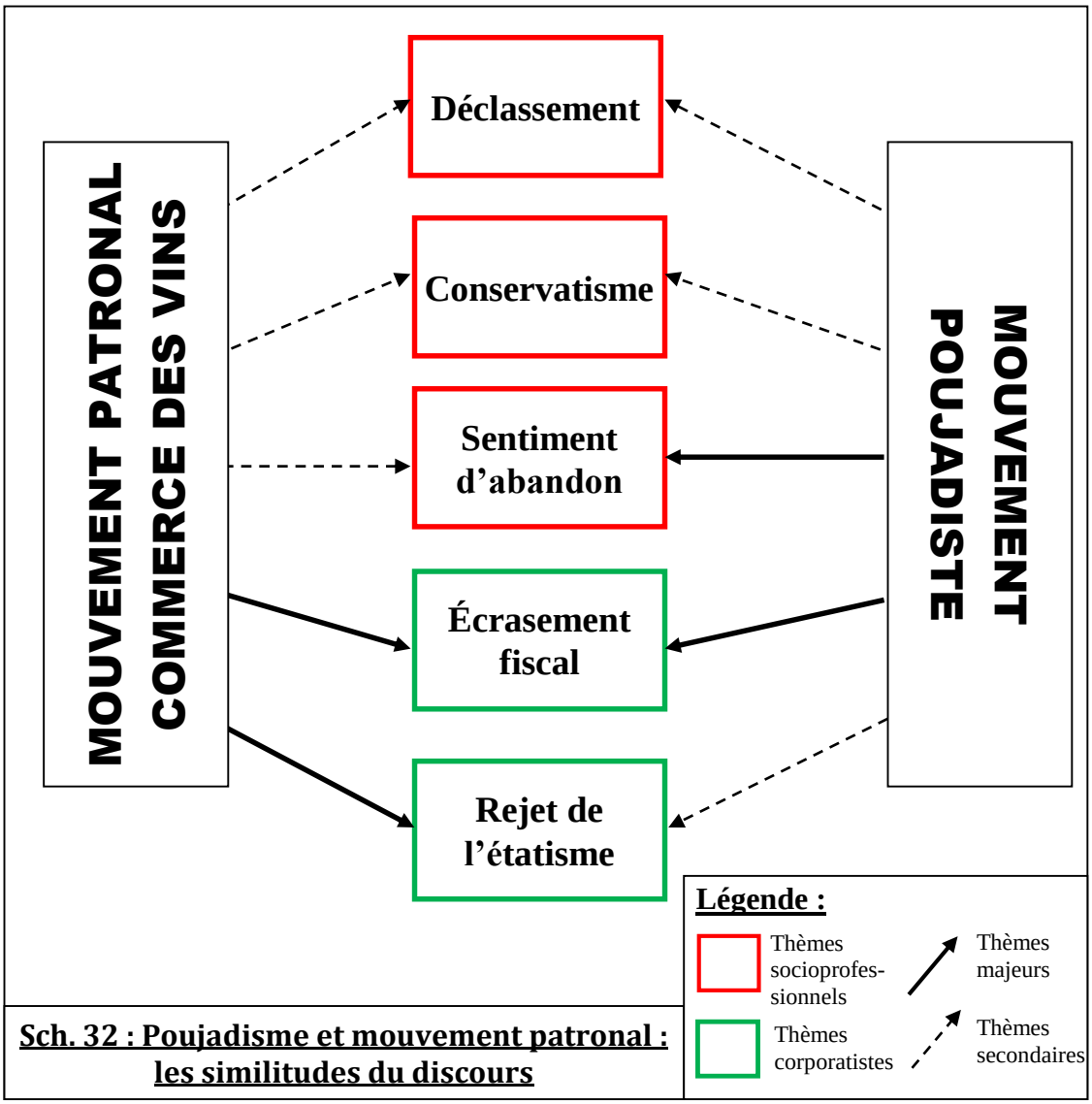
La seconde raison est le très fort sentiment de persécution qui émane des milieux commerciaux. Les négociants ont très clairement, au tournant des années 1950, le sentiment d'être persécutés par l'État : lourdeur des charges, pratiques abusives des administrations, décrets divers qui se multiplient. Si c'était déjà le cas avant la guerre, le fait que la communication directe entre l'État et les milieux commerciaux soit dorénavant rompue, exacerbe ce discours antiétatique. Face à la surdité du gouvernement, voire des élus avec qui ils n'ont plus de relations privilégiées, les mots se font de plus en plus durs et agressifs. Ainsi, en 1951, alors qu'il est question du financement d'un centre de stockage intercoopératif dont le projet est proposé par deux sénateurs de l'Hérault (Bène et Péridier), le négoce riposte au projet par une lettre ouverte dans le *Midi Vinicole* dans laquelle il entend répondre à l' « injure » des élus[8] et à « la menace injuste et lourde de conséquences que fait poser sur nous votre proposition »[9]. Lors des Congrès annuels, la liste des charges ou des difficultés auxquelles doit faire face le Commerce sont sans cesse l'objet de discours virulents, surtout car « sous les coups des Administrations et

[1] Discours inaugural de G. Malet, Congrès 1923, *BMS*, avril-mai 1923, p. 312.
[2] AMM : 2 F NC, PV de la Réunion de formation du Syndicat régional à Montpellier, 23/10/1900. P. Bret, le président du syndicat montpelliérain, y évoque les pressions incessantes de la fiscalité et des services de l'État.
[3] *MV*, 09/01/1952.
[4] *MV*, 23/01/1952.
[5] *MV*, 12/01/1952.
[6] ADH : 4 ETP 257, Fonds CCM, CR, Congrès FM, 1955, p. 2.
[7] *Ibid.*, p. 51.
[8] Ces derniers sous-entendent que le commerce est responsable de la crise car il n'apporte pas son soutien au projet de stockage et est peu enclin à investir dans de nouveaux outils de stockage – ce qui est en partie vrai.
[9] « À propos du projet de création de chais de stockage intercoopératif », *MV*, 05/01/1952.

du Fisc, le Commerce méridional est en voie de disparition »[1]. Le constat, sévère et abrupt, n'est alors que l'expression du malaise du négoce vis-à-vis des pouvoirs publics.

Enfin, les négociants font part d'un fort sentiment d'abandon. Ils ont très clairement l'impression d'être sacrifiés, notamment au profit d'autres professions : courtiers qui obtiennent un statut et une carte professionnelle en 1949 ; représentants dont ils doivent assumer les charges ; caves coopératives surtout qui bénéficient d'exemptions fiscales et de prêts préférentiels. Ici aussi, les Congrès sont l'occasion d'une litanie de complaintes vis-à-vis d'un État qui les a laissés pour compte : « Le Commerce est chaque jour frustré de ses moyens de remplir sa mission économique par des organismes para-commerciaux [et] par la règlementation du marché »[2] et pour les responsables syndicaux, la région méridionale est, depuis des décennies, défavorisée par rapport aux autres[3].

Par conséquent, il est logique que les négociants soient alors, en partie, attirés par le mouvement poujadiste tant certaines de leurs revendications se recoupent.



Sch. 32 : Poujadisme et mouvement patronal : les similitudes du discours

[1] CR, Congrès FM, 1954, *MV*, 02/06/1954.
[2] *Idem*.
[3] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, p. 28.

Le Mouvement de Saint-Céré, né à l'été 1953, reprend largement certains thèmes récurrents des milieux du commerce des vins : injustice fiscale, rejet de l'étatisme et du « planisme », dangers des grandes concentrations industrielles, refus de la grande distribution. D'ailleurs, dès août 1954, Ulysse Vergnes évoque sous le titre « Le commerce expéditeur du Midi se meurt », la tragique destinée du Commerce méridional que le mouvement de Saint-Céré peut freiner voire inverser[1]. Quelques mois plus tard, en octobre 1955, le *Midi Vinicole* se félicite en Une de l'intervention de l'UDCA[2] à Lunel.

Le mouvement de Saint-Céré à Lunel

DEUX MILLE ADHERENTS S'OPPOSENT A UN CONTROLE FISCAL CHEZ UN NEGOCIANT EN VINS ET MANIFESTENT LEUR VOLONTE D'OBTENIR UNE REDUCTION DE LA FISCALITE.

Fig. 74 : Article en Une
Source : *Midi Vinicole*, 30/10/1954

Le 28 octobre, plus de deux mille adhérents à la cause poujadiste se sont opposés à un contrôle fiscal chez un négociant en vins. Après avoir repoussé les agents de l'Administration, ils y affirment leur volonté d'engager un processus de contestation qui aboutira à une réduction de la fiscalité. Ces contrôles fiscaux ont toujours été problématiques dans les chais des négociants et ils sont sources, outre de nombreux PV, d'une très grande tension et d'une forte inquiétude, comme le rappelle Maurice Jeanjean, en évoquant « l'état d'anxiété » de son grand-père lors de la visite des agents des CI[3]. Il est donc logique que les négociants instrumentalisent le mouvement de Saint-Céré pour faire avancer leurs revendications vis-à-vis des pouvoirs publics. Ainsi, lors de l'intervention à Lunel, une motion est remise, reprenant les arguments des syndicats du Commerce : réforme fiscale, égalité fiscale, égalité des charges, réduction des taxes. Faute de sources précises, il est difficile de connaître l'implication réelle des négociants dans le mouvement ; néanmoins, certains éléments, notamment discursifs, permettent de conclure à une conjonction de vue, *a minima*. C'est d'autant plus probable que Poujade, après le vote par le Parlement de décrets sur l'alcool en novembre 1954, se fait le champion de l'économie viti-vinicole nationale[4].

Ainsi, dans un département où le mouvement de Poujade réalise des scores plus qu'honorables aux élections[5], le discours contre les « Bastilles fiscales » est investi par les né-

[1] *MV*, 14/08/1954.
[2] Union de défense des commerçants et des artisans. C'est le nom du syndicat dirigé par P. Poujade.
[3] JEANJEAN M., *op. cit.*, p. 60. Ce sentiment est également partagé par les Granier.
[4] RIOUX J.-P., « La révolte de Pierre Poujade » in *Études sur la France de 1939 à nos jours*, Paris, Seuil, 1985, p. 253.
[5] Entre 15 et 20 % des inscrits en 1956.

gociants, notamment par le plus contestataire d'entre eux, Ulysse Vergnes. En 1956, ce dernier lors de son arrivée à la tête du Syndicat montpelliérain se dit prêt, dans une tonalité toute poujadiste, à « bousculer le pot de fleur, du moins d'aller de l'avant dans un esprit révolutionnaire »[1]. Déjà en 1955, alors secrétaire général de la Fédération méridionale, il avait affirmé qu'était « fini le temps des révérences empanachées » et que, dorénavant, « dans le cadre de la justice et de la logique, seule l'action [paierait] »[2]. D'ailleurs, lors de cette allocution, Vergnes appelle à un accord avec les commerçants de détail dont il rappelle le soulèvement, sous l'influence de Pierre Poujade, pour mettre fin à l'apathie gouvernementale et l'obliger à se pencher sur la réforme fiscale. Il appelle même à un comité d'action qui, s'il ne voit apparemment pas le jour, marque là une nette césure avec la période précédente où le dialogue avec les autorités était constant et policé. Ce message est repris en substance par d'autres responsables syndicaux comme André Méloux ou Paul Villeneuve dont les propos sont également virulents et rejoignent le vocabulaire poujadiste. Enfin, dans les articles qu'il rédige dans le *Midi Viticole*, Vergnes qui est la figure de proue du négoce héraultais dans les années 1950-1960, n'hésite pas à rappeler son engagement auprès de la cause poujadiste. Dans une interpellation au Commissaire général au Plan vantant les mérites de la coopération et la nécessité de réduire les circuits de distribution, Vergnes fait planer la menace d'une « lutte ouverte jusque dans la rue contre cette socialisation et cette collectivisation de [notre] patrimoine »[3]. Par la suite, nulle référence directe n'est plus faite au mouvement, mais U. Vergnes qui reste à la tête du syndicat des vins jusqu'à la fin de la période, reprend, lors de ses interventions, les métaphores chères au mouvement de Saint-Céré[4], d'autant plus que la profession est de plus en plus menacée. Il se fait toutefois moins virulent, notamment en raison de l'échec et de la condamnation générale du mouvement dans les années 1960, mais également en raison de son accession à des postes à responsabilité nationale (président du Syndicat national des expéditeurs en 1967) où son discours se doit d'être adouci.

Ainsi, en dépit de leur peu d'implication dans les combats électoraux et les mandats électifs, les négociants sont particulièrement soucieux de l'attention des milieux politiques locaux et nationaux. Groupe d'intérêt actif dans un premier XXe siècle, ils investissent le champ politique par ricochet, grâce à des relations personnelles avec certains élus républicains et par le biais d'un discours qui se veut, lui, politique.

Si ce dialogue est de manière constante axé autour des difficultés que rencontre le négoce et leurs incidences pour l'économie régionale en particulier et nationale en général, il connaît une nette évolution, avec un basculement du côté des mouvements conservateurs et une radicalisation du discours après la Seconde Guerre mondiale.

Cette radicalisation s'opère dans un climat de tensions alors que les négociants s'effacent peu à peu de la société méridionale et que les contacts directs avec les pouvoirs pu-

[1] « Élection d'U. Vergnes au Syndicat de Montpellier », *MV*, 31/03/1956.
[2] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, p. 49.
[3] *MV*, 20/03/1957.
[4] Voir, par exemple, « Haro sur le baudet », *MV*, 14/01/1959.

blics s'amenuisent. Cela explique et conditionne en grande partie leurs inquiétudes, leur frustration et leur crainte de ne plus être utiles ou écoutés.

Conclusion de la section 5

Un événement pourrait en grande partie résumer à lui tout seul les logiques qui structurent la notabilité du négoce pendant la période étudiée. Il s'agit du mariage du fils de Jean Prats, Jean-Honoré, avec Arlette Ginestet en 1929 en Gironde. La photo qui immortalise la cérémonie permet, en un instant, de retrouver les grands traits de cette notabilité (fig. 75, p.).

La puissance du négoce tout d'abord. La réception et le banquet célébrant le mariage se tiennent au château de Marbuzet, à Saint-Estèphe, qui vient de passer, par cette union, dans le giron de la famille Prats. Il renforce la puissance patrimoniale d'une famille de négociants sétois qui dispose déjà à Sète d'un large patrimoine immobilier, comme une grande partie des négociants de la période. Cette acquisition marque l'émergence de cette nouvelle bourgeoisie commerciale qui s'impose durant l'entre-deux-guerres dans le département.

La distinction sociale ensuite. Le luxe des tenues, le nombre de convives (près d'une centaine), la majesté du lieu de réception assurent la visibilité d'une notabilité pour qui les apparences et leur déploiement sont fondamentaux. Avec un souci constant de se différencier par le raffinement, le confort, le luxe et le prestige, le négociant veille à s'inscrire ainsi dans une culture bourgeoise qui légitime *a priori* ou *a posteriori* son statut au sein de la société viti-vinicole languedocienne.

L'homme de réseaux enfin. On retrouve dans cette cérémonie des membres de la chambre et du tribunal de commerce, des administrateurs de la succursale de la BDF, des syndicalistes, des partenaires commerciaux, des journalistes. L'ensemble de ces relations forment un vaste réseau multidimensionnel local et extra-méridional[1] dans lequel le négociant s'investit et assure sa respectabilité, son honorabilité et sa crédibilité.

Ces trois critères sont fondamentaux pour valoriser son image de notable, mais ils sont également primordiaux dans le domaine commercial. En effet, indéniablement, le négociant use de cette notabilité pour assurer son prestige commercial et inversement. En définitive, seule la dimension politique est absente de ce tableau, ce qui en creux, permet de noter la distance et la défiance qui caractérisent, pendant la période, les relations entre le monde du négoce et le monde politique.

Symboliquement, cet événement marque l'apogée d'un groupe de notables sur une société viti-vinicole d'où ils s'effacent petit à petit quelques décennies plus tard. Après 1945, alors que le remodelage de la bourgeoisie française est évident[2], le négoce héraultais, au contraire d'autres qui ont su plus ou moins résister[3], perd peu à peu les attributs de son excellence sociale d'alors (patrimoine largement supérieur à la moyenne, visibilité communautaire, distinctions, postes prestigieux).

[1] Il y a bien évidemment des invités sétois mais aussi bordelais et parisiens.
[2] DAUMARD A., *op. cit.*, p. 315 et sq.
[3] LUCAND C. *op. cit.* pour la Bourgogne ou GUILLAUME P., *Histoire sociale de la France*, Paris, Masson, 1993, p. 143 pour le Bordelais.

Fig. 75 : Le mariage de J.H. Prats et A. Ginestet
Château Marbuzet, 1929
Source : Fonds privés familiaux

Conclusion de la deuxième partie

Au terme de cette deuxième partie qui visait à déterminer dans quelle mesure les négociants arrivaient à assouvir leur désir de s'imposer dans la société viti-vinicole héraultaise comme une élite, le constat est ambivalent.

On ne peut nier la « tentation hégémonique » d'une large part des négociants qui veillent à assurer leur domination sur le marché mais également sur la société dans son ensemble. Conscients de l'importance fondamentale de la réputation et de l'honorabilité sur un marché des vins de plus en plus concurrentiel, les négociants cherchent à s'imposer à la filière comme une notabilité incontournable, véritable relais entre l'échelon local et les pouvoirs publics.

Dans cette optique, afin de renforcer leur positionnement réputationnel[1] et décisionnel[2], ils investissent les différents postes-clés des organes consultatifs locaux et régionaux qui leur donnent une prééminence à la fois dans le contrôle des orientations présidant à la destinée économique du département et dans la sauvegarde de leurs intérêts au sein de la filière.

Ainsi, dans le premier XXe siècle, véritables initiateurs de certaines des décisions prises dans le domaine viti-vinicole, ils cherchent à assurer l'efficacité de leur influence depuis l'échelon local jusqu'à l'échelon national, autour de syndicalistes de premier plan tels Paul Bret, Félix Michel, Jean Prats, Gustave Malet ou Ulysse Vergnes. Indiscutablement, l'action des syndicats locaux ou du syndicat régional permet de condenser cet effort de propagande et de relations directes avec les pouvoirs publics et l'administration. Dans une logique de « corporatisme sectoriel »[3], ils veillent donc à assurer la défense de leurs intérêts commerciaux et au-delà de la filière dans son ensemble. Véritable groupe d'intérêt inscrit dans l'action publique[4], ils interagissent ainsi, à différentes échelles, avec les pouvoirs publics afin d'assurer la régulation du marché des vins en leur faveur.

Dans le même temps, les négociants s'assurent une prééminence, une visibilité et une honorabilité dans l'espace viti-vinicole héraultais par l'extraversion des signes d'une notabilité ostentatoire indéniable. Au-delà de logiques de classe qui assurent aux négociants une identité sociale forte, ces atouts multidimensionnels sont particulièrement utiles à leurs intérêts commerciaux.

Dès lors, au cœur de vastes réseaux où se croisent les intérêts politiques, économiques et financiers, ils apparaissent, au sein de la sociabilité héraultaise, comme une élite de premier plan, visible et reconnue, enviée et puissante, véritablement multipositionelle[5].

---

[1] HUNTER F., *op. cit.*
[2] DAHL R.A., *op. cit.*
[3] JOBERT B. et MULLER P., *L'État en action*, Paris, PUF, 1987.
[4] HASSENTEUFEL P., « Chronique politique - Les groupes d'intérêt dans l'action publique : l'État en interaction », *Pouvoirs, revue française d'études constitutionnelles et politiques*, n°74, 74 - Les juges, p.155-168.
[5] BOLTANSKI L., « L'espace positionnel : multiplicité des positions institutionnelles et habitus de classe », *Revue française de sociologie*, 1973, 14-1. p. 3-26.

Mais, ici encore, après la Seconde Guerre mondiale, le négoce se trouve confronté à une double dynamique qui lui est fatale. En premier lieu, il doit affronter la profonde mutation que connaissent la société française en général et la société héraultaise en particulier. Dans un département où le secteur viticole n'est plus l'unique priorité et l'unique source de revenus, les négociants, victimes collatérales de la réorientation économique, quittent les postes de premier plan et les places d'honneur acquis dans la période précédente. Dans une société méridionale qui n'est plus entièrement tournée vers la vigne, où les élites ne se construisent plus uniquement sur la puissance terrienne ou sur la puissance financière, les négociants qui partageaient avec les grands propriétaires les postes à prestige et à responsabilité, sont, petit à petit, évincés des sommets de la hiérarchie sociale. Dorénavant, ces places sont trustées par d'autres professions, notamment les professions libérales dont une partie des acteurs sont eux-mêmes issus du monde du négoce et de la propriété.

En effet, contrairement au début du siècle, très rapidement, le métier devient trop risqué pour une élite qui se réfugie alors dans le confort et la sécurité des carrières intellectuelles et libérales. En conséquence, de nombreuses familles, faute de filiation commerciale, quittent le monde du négoce tandis que les quelques puissantes familles survivantes se font plus discrètes ou moins impliquées. C'est ainsi un acteur devenu invisible ou presque et dont l'effacement est patent, tant dans les institutions économiques qu'il accaparait dans les années 1920-1930 que dans l'espace social qu'il dominait jusqu'aux années 1950.

Quasi-absents du jeu politique tout au long de la période, les négociants disparaissent également lentement des postes prestigieux qu'ils couraient avant 1945 et dans lesquels ils disposaient de position de force, leur permettant de construire des réseaux protéiformes qui servaient leurs intérêts commerciaux et personnels.

C'est ainsi, en grande partie[1], en raison de cette dynamique négative que l'on ne peut parler que d'une « tentation » hégémonique et non pas d'une hégémonie à part entière.

D'ailleurs, ce déclin marqué est d'autant plus inquiétant que le négoce doit faire face, sur l'ensemble de la période, à tout un ensemble de tensions et d'obstacles qui limitent son activité, sa réputation ou sa prospérité. Ce sont ces facteurs négatifs itératifs que nous nous proposons d'étudier dans une troisième partie.

[1] Il ne faut pas oublier non plus les résistances et conflits avec les partenaires commerciaux, comme les propriétaires ou les courtiers, qui visent à briser cette hégémonie, notamment sur le plan économique.

TROISIÈME PARTIE

Le négoce héraultais sous tension(s) : dérives, répression, perturbations et déboires dans le commerce des vins

INTRODUCTION DE LA TROISIÈME PARTIE

Après avoir étudié dans un premier temps les grandes évolutions de la profession de négociant pendant ces soixante-dix années, puis avoir évalué dans un second point la portée de la stratégie de conquête du négoce dans la société viti-vinicole héraultaise, cette troisième partie se consacre aux différentes fragilités structurelles qui expliquent, sur le long terme, l'affaiblissement puis l'effacement du négoce héraultais.

L'élément structurant cette analyse est la notion de « tension ». En effet, à la lumière de l'étude des éléments précédemment exposés, cette dernière est omniprésente tout au long de la période : détérioration de la réputation des vins héraultais, dérives douteuses ou procédés frauduleux, poursuites judiciaires, conflits et menaces dans la pratique quotidienne, concurrence entre les produits et les marchés, pressions extérieures. Le négoce héraultais est ainsi constamment sous l'effet de tensions, sources de dysfonctionnements.

Or, l'activité commerciale est logiquement génératrice d'une partie de ces tensions, notamment en raison des dynamiques concurrentielles qui la sous-tendent[1]. Mais elle repose également sur un fragile équilibre entre celles-ci et la confiance de ses partenaires commerciaux[2]. Cet équilibre est primordial pour permettre la mise en œuvre de stratégies entrepreneuriales efficaces et l'acquisition de positions pérennes sur un marché des vins ultra-concurrentiel depuis le début du siècle.

De facto, ces tensions, dans toutes les acceptions qu'elles recoupent, jouent donc un rôle manifeste sur le développement du marché des vins héraultais en général et des maisons de commerce en particulier.

Cette dernière partie vise donc à contribuer à une meilleure compréhension générale des différentes défaillances structurelles qui fragilisent le négoce héraultais sur l'ensemble de la période et qui nuisent à cet équilibre psychologique[3] précaire entre tension et confiance. En nous appuyant sur des cas concrets et variés, nous chercherons alors à expliquer pourquoi et comment le négoce héraultais se trouve sous tension tout au long du XXe siècle.

Dès lors, émerge une série de questions : Quelles sont ces tensions qui fragilisent les maisons de commerce ? Quelles sont les causes (internes et externes) de ces tensions ? Quelles sont les défaillances structurelles qui expliquent l'effacement du négoce pendant la période étudiée ? Quelles sont les réactions des institutions (corporatives et étatiques) face à certaines de ces tensions et de ces dérives ? Comment s'expriment les conflits dans et autour des maisons de commerce et pourquoi ces dernières sont-elles prises pour cibles ? Quel en est

[1] LIARTE S.et CAILLUET L., « Mais où s'affrontent les entreprises ? » De l'étude de la concurrence aux lieux de cette concurrence, *Entreprises et histoire*, 2008/4 n° 53, p. 7-11.
[2] SIMON É., « La confiance dans tous ses états », *Revue française de gestion*, 2007/6 n° 175, p. 83-94.
[3] Voir à ce sujet GUINNANE T. W., « Les économistes, le crédit et la confiance », *Genèses*, 2010/2 n° 79, p. 6-25. L'auteur revient abondamment sur les différentes dimensions « affectives » qui façonnent les relations entre partenaires commerciaux (bien que pour l'auteur, ce ne soient pas les seules).

l'impact global pour un commerce déjà fragilisé par un contexte tumultueux et contraire à ses intérêts ?

C'est ainsi face à la diversité des difficultés et des tensions auxquelles le négoce doit faire face que nous avons organisé cette dernière thématique, dans l'objectif de mieux saisir et cerner les fragilités qui le traversent et le conditionnent depuis 1900 jusqu'en 1970.

Dans un premier temps, nous nous intéresserons plus particulièrement aux déviances et dérives sur le marché des vins héraultais ainsi qu'à la réponse de la justice face à ces dernières. Il s'agira de mettre en lumière les différentes stratégies commerciales douteuses qui accréditent la mauvaise réputation des vins héraultais et conséquemment des maisons de commerce héraultaises. Puis, nous veillerons également à montrer que, si l'activité commerciale est une activité risquée, l'action de la justice est à la fois répressive et structurante, dans une logique de rationalisation et d'épuration du marché. Pour bien saisir cette problématique, il sera nécessaire, au préalable, d'évoquer les nombreuses responsabilités (vinification, gestions des stocks, régularité des circulations) auxquelles les maisons de commerce doivent faire face et dans quelles mesures ces responsabilités peuvent fragiliser ces dernières.

La dernière section, elle, porte plus précisément sur les conflits générés directement ou indirectement par le commerce des vins : conflits avec les salariés, avec les clients, avec d'autres productions viticoles. Après une étude des conflits de travail et des conflits interprofessionnels dans le monde du négoce, nous nous attacherons à comprendre comment certains facteurs extérieurs à la région mettent en exergue et renforcent les fragilités du négoce héraultais. Il sera alors question de comprendre comment et pourquoi la solution des exportations n'a jamais été véritablement investie par le Commerce héraultais et quelles furent ses réactions face à une construction européenne en gestation.

SECTION 6

Responsabilités, déviances et justice dans le négoce héraultais

La question de l'honorabilité et de la réputation d'un produit est une problématique fondamentale dans le milieu commercial et plus particulièrement dans le domaine alimentaire. Ces deux notions, sur un tel type de marché, renvoient en effet à la question de la « sécurité alimentaire » que Martin Bruegel et Alessandro Stanziani scindent en trois volets : les règles gouvernant la production et la transformation des denrées, la police des marchés et l'évolution des normes de salubrité[1]. Ce sont les deux derniers points qui nous intéressent plus particulièrement ici. En effet, les vins héraultais, dans leur grande majorité, jouissent d'une mauvaise réputation sur le marché des vins. Ce déficit d'image résulte de plusieurs facteurs.

En premier lieu, l'ensemble des manipulations que subissent les vins héraultais – au même titre d'ailleurs que tous les vins produits dans le monde, même les plus « nobles »[2] – tend à brouiller l'image de ces derniers. Ainsi, au-delà de l'incompréhension entre un client qui cherche à consommer un vin « naturel » et un négociant, obligé de traiter les vins, ne serait-ce que pour leur conservation, ces manipulations nuisent aux marchandises et à la profession. En effet, dans un contexte de renforcement législatif, l'ombre menaçante de la fraude et de la tromperie plane sur l'ensemble des opérations assurées par les maisons de négoce.

Dans ce contexte, l'action de la justice dès le tournant du XXe siècle est primordiale car elle permet de sauvegarder les intérêts des négociants honnêtes tout en assurant la défense de la respectabilité commune. Elle permet également de fixer, dans le droit positif et par le biais de la jurisprudence, les us et coutumes commerciales du département, démarche fondamentale dans la construction du marché[3]. Enfin, elle assure la promotion de certains combats des responsables patronaux, notamment autour de la question qualitative, intimement liée à la réputation des vins héraultais.

Cette action est d'autant plus nécessaire que le métier de négociant est un métier risqué à fortes responsabilités. Le pas entre une opération licite et une opération illicite est alors rapidement franchi, souvent de manière involontaire, parfois de manière volontaire. En conséquence, dès la crise phylloxérique et la multiplication des opérations visant à combler le déficit de l'offre sur le marché des vins, les vins héraultais sont singulièrement soumis aux soupçons et à la méfiance, de surcroit quand régulièrement des affaires éclatent dès 1900 et impliquent des maisons de premier plan ou un nombre conséquent de négociants.

[1] BRUEGEL M.et STANZIANI A., « Pour une histoire de la "sécurité alimentaire" », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 2004/3, no51-3, p. 7.

[2] Voir les travaux de Ch. Lucand sur les vins de Bourgogne par exemple. Cf. LUCAND C., *op. cit.* Les vins doivent, au XIXe siècle comme au XXe de nombreuses manipulations dans lesquelles la chimie et la science interviennent largement.

[3] TORRE-SCHAUB M., *Essai sur la construction juridique de la catégorie de marché*, Paris, LGDJ, 2002.

CHAPITRE 1 : LES VINS HÉRAULTAIS : LA MAUVAISE RÉPUTATION

Dès 1900, la question de la réputation des vins héraultais est particulièrement sensible. En dépit de la diversité des vins qui sont produits dans le département, les vins méridionaux en général, et les vins héraultais en particulier, jouissent d'une mauvaise réputation, née, en partie, des contrecoups de la crise phylloxérique et des choix d'une production à outrance[1]. Si les syndicats cherchent à promouvoir un vin de qualité par un discours énergique et multidimensionnel, dans les faits, la réalité est tout autre, notamment en raison des nombreuses manipulations que subissent les vins et les pratiques litigieuses dans le cadre de leur commercialisation.

Dans ce contexte, les maisons de commerce sont en première ligne car, jusqu'aux années 1950, ce sont elles qui majoritairement « confectionnent » les vins.

« Soigner les vins » : négoce et vinification

Pour bien saisir pourquoi la mauvaise réputation des vins héraultais nuit au Commerce, il faut comprendre qu'en plus de sa commercialisation, les maisons de négoce assurent une activité majeure : la vinification.

Or, la question de la vinification est une question centrale et brûlante dans la filière viti-vinicole, et notamment dans le négoce, car elle met en jeu la qualité du produit qui est un préalable fondamental dans la commercialisation des vins. Dans cette optique, l'action du négociant, de plus ne plus encadrée par l'État et la loi, est primordiale.

Le négociant, véritable artisan des vins ?

Selon la législation, « le vin est le produit exclusif de la fermentation alcoolique du raisin frais ou du jus de raisin frais. »[2] Pourtant, en dépit de cette définition restrictive voire « intransigeante »[3], les vendanges subissent de nombreuses transformations avant d'arriver sous forme de vin dans les verres des consommateurs.

Dans ce processus, si le rôle d'une maison de commerce est bien de servir de relais transactionnel entre les producteurs et les débitants-consommateurs, son implication dans la constitution des vins (leur goût, leur couleur, leur consistance) est bien plus considérable que ne le laisse présager leur statut juridique. De fait, comme le souligne Gustave Malet[4] dans un article de *l'Exportateur français* paru en 1929, après avoir acheté auprès de la propriété les

[1] À titre d'exemple, en 1952, les groupements viti-vinicoles du Biterrois s'émeuvent de la mauvaise réputation des vins de la région et des attaques dont ils sont victimes dans la presse (*MV*, 20/02/1952). C'est déjà le cas un demi-siècle plus tôt lorsqu'un rapport officiel vient stigmatiser les vins du Midi (rapport du Pr. Daniel cité plus bas, note 1091). De manière régulière sur l'ensemble de la période, la presse se fait l'écho des délégations venues de l'Extérieur et qui se montrent surprises de la qualité des vins comme la délégation belge venue dans la région en 1925 et qui se dit étonnée des vins héraultais, loin des « boissons vineuses » habituellement servies sous le nom « Vins du Midi » dans le pays (*AM*, .

[2] Loi dite « Griffe » du 14 août 1889, art. 1.

[3] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit*, p.415.

[4] Alors président du Syndicat des vins de Montpellier.

stocks nécessaires, les négociants en vins du Midi « les entreposent dans leurs chais, les clarifient, les traitent et les revendent selon les besoins de la clientèle »[1]. Ils dépassent ainsi leur rôle de simples commerçants, pour offrir des vins qui correspondent à l'attente des consommateurs comme le soulignait déjà un tract du « Touring Club de France » à la fin des années 1900 : « le vin est un grand enfant qui a besoin d'être soigné et d'être élevé »[2]. Dès lors, pour le traiter, le soigner et le vendre, le négociant lui fait subir plusieurs opérations qui visent à faire correspondre la couleur, le degré, les qualités œnologiques aux demandes des clients dont il connaît la particularité des goûts[3]. Ces opérations majeures sont les suivantes :

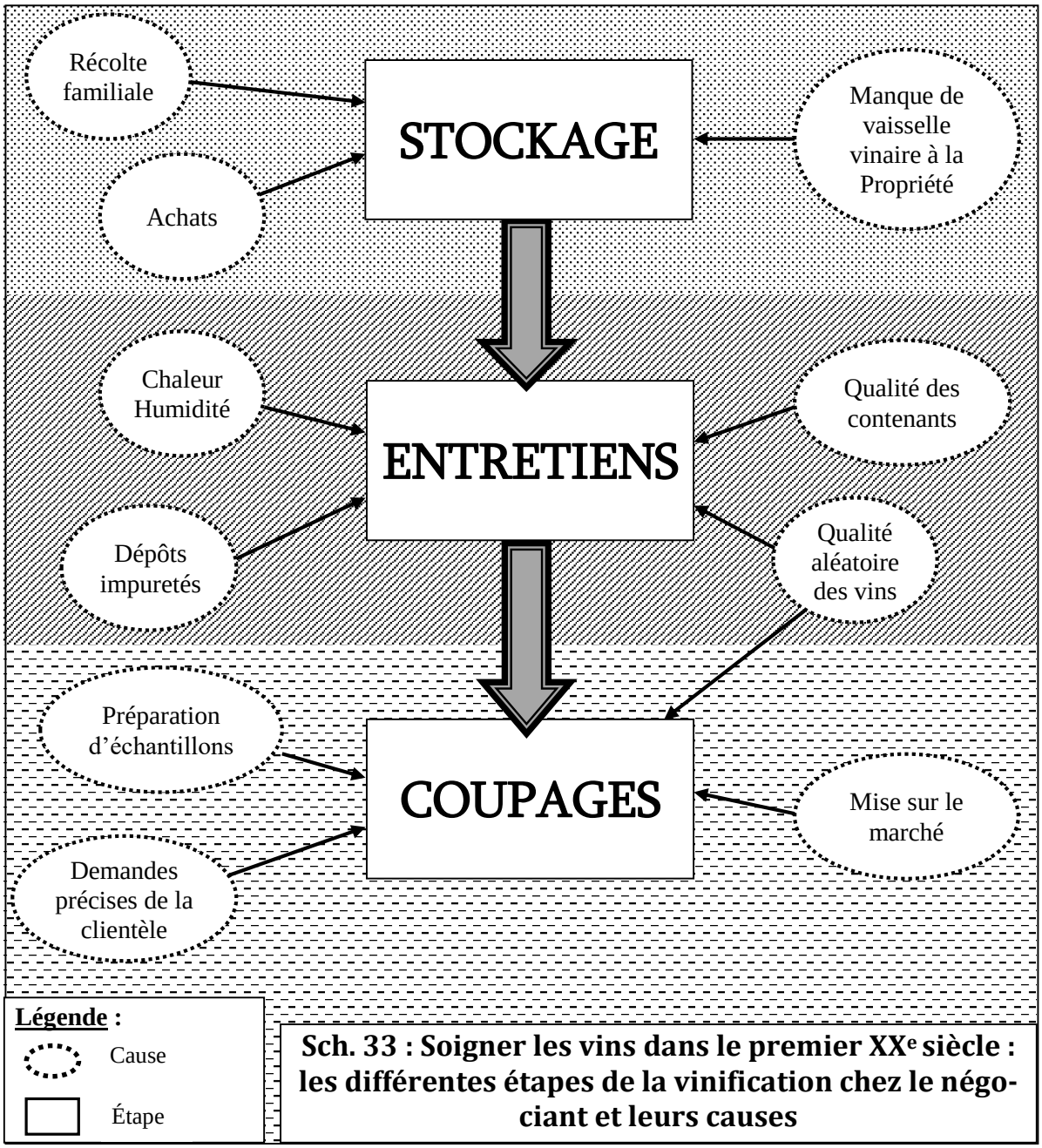
- Ouillage : maintenir les récipients toujours pleins afin d'éviter les contacts avec l'air ;
- Soutirage : éliminer les impuretés qui se déposent au fond des récipients ;
- Clarification : éviter que les vins ne présentent un aspect trouble, obtenue par collage ou filtrage ;
- Stabilisation : conserver la limpidité du vin grâce, à partir des années 1930 à la réfrigération, par exemple, voire à partir des années 1950 dans les grandes sociétés par la pasteurisation en bouteille ;
- Coupage : mélanges de vins provenant de régions-terroirs différents.

Ainsi, comme le souligne le Syndicat national dans une circulaire du début du siècle, c'est au négociant de « corriger les défauts (…) des vins choisis parmi les meilleurs »[4]. Ce rôle incombe au négociant, car au début de la période, avant que le mouvement coopératif ne se généralise à l'ensemble du monde viti-vinicole héraultais, les propriétaires souvent isolés, ne disposent pas des moyens techniques (vaisselle vinaire, chai, matériel œnologique) ni financiers (investissements dans le matériel, possibilité de conserver la marchandise sans la vendre, achats de produits) pour assurer cette étape de confection et d'assemblage[5] des vins.

En fait, le négociant est celui qui « sait parfaitement soigner les vins, beaucoup mieux que le propriétaire. Quand ils sont mal soignés, ils s'abiment. (…) Posséder la science de maintenir, par des moyens naturels, par des soins constants et éclairés, les vins en bonne santé (…), c'est la ligne de conduite des négociants sérieux »[6]. Au-delà du message propagandiste et corporatiste, cette circulaire souligne le rôle prépondérant des négociants dans le façonnage des vins héraultais (sch. 33, page suivante). En effet, au terme de la chaîne productive, ils assurent la compatibilité entre les attentes des clients (débitants ou autres négociants) et les ressources issues des vendanges locales. De fait, comme le décrit Pierre Bergé : « Le négociant achète [sur le marché] suivant ses inspirations qui sont en général influencées par les demandes de la clientèle. »[7] Cette transformation de la matière première en un produit de meil-

[1] *AM*, 31/12/1929.
[2] Cité dans le *BMS*, nov. 1907, p. 12.
[3] Au moins jusqu'aux années 1950, car par la suite, l'ensemble des observateurs s'accordent à dire que les vins deviennent standardisés.
[4] *BMS*, nov. 1907, *op. cit.*
[5] Ces deux termes n'ont pas le caractère négatif qu'ils prennent pas la suite, dans les années 1960 et surtout 1970.
[6] *BMS*, nov. 1907, *op. cit.*
[7] BERGÉ P., *op. cit.*, p . 32.

leure qualité est possible par toute une série d'opérations qui sont répertoriées et détaillées dans les manuels de marchands en gros qui paraissent sur l'ensemble de la période[1].



Sch. 33 : Soigner les vins dans le premier XXe siècle : les différentes étapes de la vinification chez le négociant et leurs causes

Ces opérations visent selon Casanova et Marre à « améliorer la qualité intrinsèque [des vins] ou à faciliter leur bonne vinification »[2]. Le négociant assure donc un rôle à la fois sensoriel et gustatif, mais également technique. Dans cette optique, les traités d'œnologie décryptant et encourageant ces pratiques se multiplient au tournant du siècle et jusqu'aux années 1950[3] tout comme les conférences d'œnologie à destination des négociants, qui sont reprises

[1] Comme *Le code du négociant en Vins et Spiritueux* de Casanova et Marre (1926), *Le commerce des vins et des spiritueux* de Brunet (1933), *Le code du Vin* de Blanchet (1970) sans compter les informations reprises dans le *Bottin du Commerce* ou *l'Annuaire général du Commerce des Vins, Cidres, Vinaigres, Spiritueux et Liqueurs* qui paraît au moins jusqu'aux années 1940.

[2] CASANOVA P. et MARRE F., *Op. cit.*, p. 409.

[3] Voir les publications et les rééditions de VENTRE J., *Traité de vinification pratique et rationnelle* dans les années 1930 et 1940.

par la presse spécialisée[1]. Les bulletins syndicaux enfin assurent également un suivi technique des soins à apporter aux vins entreposés dans les chais[2].

Ils ont tous comme objectif fondamental de prémunir les négociants contre les maladies du vin (acescence, piqure, tourne, casse pour les principales[3]) en leur offrant des réponses techniques alliant chimie moderne et pratiques traditionnelles. Ils visent également à assurer la formation gustative des négociants, même si cette dernière se fait généralement de manière empirique, le plus souvent dans la jeunesse auprès d'un membre de la famille[4]. Ainsi, tout un chapitre du manuel de Marre et Casanova porte sur l'art et le vocabulaire des dégustateurs et développe des thèmes tels que les goûts du vin, leurs odeurs, leurs robes, etc.[5]. Ce sont là des éléments nécessaires au métier de négociant, tant pour la transaction que pour la transformation des vins.

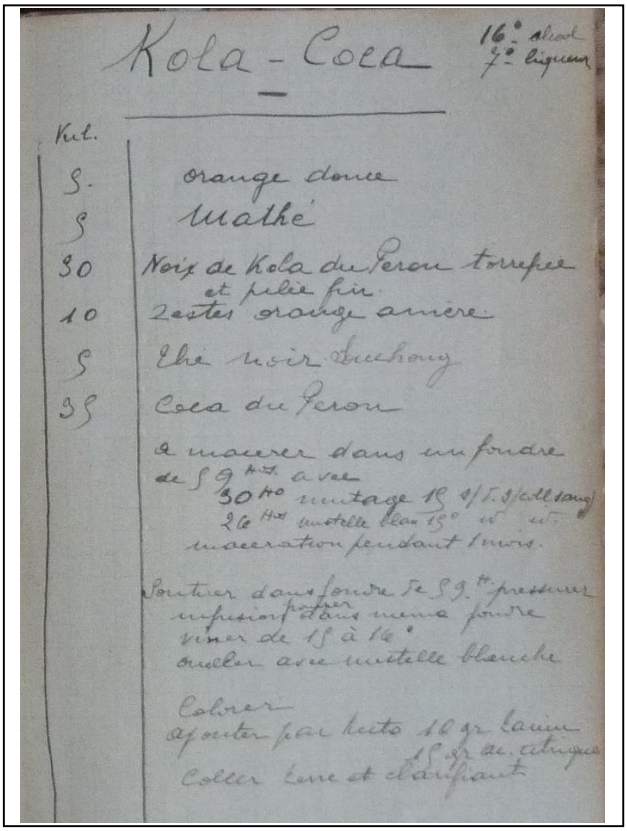
Dans la réalité des pratiques, au-même titre que d'autres vins[6] ou d'autres produits alimentaires[7], ces transformations sont très nombreuses. Ainsi, la provenance des vins de Jules Augé ne laisse aucun doute sur sa propension à faire des mélanges et des coupages. Lorsqu'un de ses clients lui reproche le manque de couleur de l'un de ses vins, le négociant cessenonais n'hésite pas à lui recommander de « le remonter avec de l'Alicante algérien, ce qui fera remonter le degré également »[8]. Les documents officiels eux-mêmes recommandent les coupages comme l'indique la notice de présentation des vins montpelliérains : « Les plaines qui bordent les rives du Lez, depuis Salaison jusqu'à la limite de la commune de Lattes, produisent des Aramons ayant assez de plein, fruités, un peu tendres, 8°, mélangés avec le Carignan et l'Alicante-Bouschet, ils donnent de bons vins courants ordinaires, 8° à 9°. »[9]

Dans un autre registre, Denis Dourlan en 1925 et 1929 écrit à un chimiste toulousain pour lui demander s'il dispose de « procédés permettant de faire vieillir les vins plus vite » ainsi qu'un produit pour « faire des vins doux ». En décembre 1925, il achète alors un litre de produit pour faire vieillir les vins et deux litres d'une solution entrant dans la composition des vins doux[10]. En 1929, quand il reprend son activité, une des premières lettres qu'il écrit est à ce même chimiste, pour cette fois trouver un « produit qui puisse rendre le vin madérisé ou bien le vieillir rapidement avec bon goût »[11]. Entre temps, il écrit à un chimiste de Gaillac pour connaître la marche à suivre pour faire des vins moelleux ou des vins blancs mutés.

Dans les maisons qui vendent des vins spéciaux, on apporte le plus grand des soins à ces coupages et aux préparations des vins qui sont vendus sous des marques différentes. Ainsi, chez « Cazalis & Prats », le maître de chai consigne dans un carnet, jour après jour, les

[1] « Pesage des vins à l'ébullioscopie » dans l'*AM*, 15/09/1927 par exemple.
[2] « Cours d'œnologie », *BMS*, janv. 1910, p. 21, par exemple.
[3] Voir le lexique pour plus de précisions sur les maladies.
[4] C'est le cas par exemple pour Joseph Granier auprès de son père Camille puis de Gabriel auprès de son père.
[5] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 431 et sq.
[6] Voir les travaux de C. Lucand sur la Bourgogne, P. Roudié sur le Bordelais ou B. Musset sur la Champagne
[7] Voir les travaux de S. Vabre sur le fromage roquefort.
[8] ADH : 6 U 2 754, Tribunal de commerce de Béziers, Faillite Augé, Lettre à Suard, sept 1933.
[9] *Annuaire de l'Hérault*, 1930.
[10] ADH : 6 U 5 526, *op. cit.*, Lettre à Castanet, oct. 1925.
[11] *Ibid*., Lettre du 15/12/1929.

différentes préparations avec de nombreux détails (vins utilisés, produits ajoutés, quantités, temps voire même le coût) (fig. 76). Il dispose également d'un autre carnet dans lequel sont répertoriés l'ensemble des « recettes » pour confectionner tel ou tel vin (fig. 77). Lorsqu'il quitte la maison, il est de coutume que le maître de chai laisse ses carnets à son successeur ou à son patron qui peuvent ainsi appliquer les mêmes « recettes » [1].



Kola-Coca 16° Alcool 7 ° Liqueur

5 kg d'orange douce
5 kg de Mathé
30 kg de Noix de Kola du Pérou, torréfiée et pilée fin
10 kg de zestes d'orange amère
5 kg de thé noir Souchong
35 kg de Coca du Pérou

À macérer dans un foudre de 59 hl avec 30 hl mutage 15 s/d (?) s/collage sang et 26 hl mistelle blanche 15° idem. Macération pendant un mois.
Soutirer dans un foudre de 59 hl, pressurer infusion dans même foudre.
Viner de 15 à 16°.
Ouiller avec mistelle blanche.
Colorer.
Ajouter par hecto : 10 gr de tanin et 15 gr d'acide citrique.
Coller terre (?) et clarifiant.

Fig. 76 : La recette du Kola-Coca chez « C&P »
Milieu des années 1930
Source : fonds privés familiaux

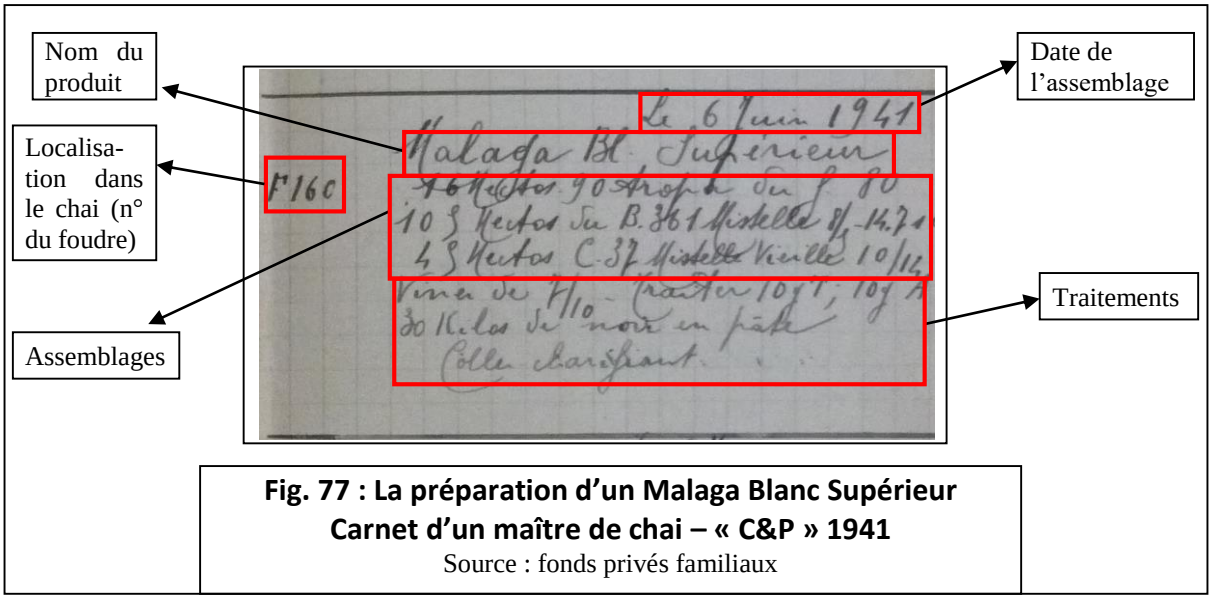


Fig. 77 : La préparation d'un Malaga Blanc Supérieur
Carnet d'un maître de chai – « C&P » 1941
Source : fonds privés familiaux

[1] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.

Après la Seconde Guerre mondiale, le négociant joue toujours un rôle dans le processus de vinification des vins héraultais mais le cadre d'exercice et son incidence sont différents. En effet, avec l'essor des caves coopératives qui s'accentue dans les années 1950, les maisons de commerce doivent choisir de nouveaux modèles de développement. Si certains centres comme Sète, Frontignan ou Pézenas précisent et renforcent leur orientation vers des marchés spécialisés : apéritifs pour Sète, Muscat et VDN pour Frontignan ou pour Pézenas, la situation est différente pour les VCC. En effet, nous avons vu que les maisons de commerce spécialisées dans les VCC et qui continuent à travailler au forfait, limitent dorénavant le processus de vinification à la recherche d'un produit standard qui plaira aux grandes sociétés à succursales multiples et aux supermarchés. La plupart des négociants se contente même d'un minimum comme le souligne le rapport de la BDF sur le commerce des vins en 1962, les « négociants élaborent éventuellement des mélanges […] mais ils sont déchargés de plus en plus de la partie matérielle »[1], ce qui est le cas, par exemple, pour la plus grande maison de négoce du département à l'époque, « Guibal P. et Cie ». En définitive, hormis les quantités de marchandises provenant de leurs propres propriétés comme en possèdent les familles Granier à Magalas ou Jeanjean à Saint-Félix et à Lunès, les négociants qui commercialisent les VCC se spécialisent essentiellement dans la distribution d'un produit plus ou moins brut. Ainsi, dans les années 1960 et 1970, seuls les négociants spécialisés dans les vins fins ou les apéritifs, forts d'un savoir-faire précis, semblent assurer les opérations de vinification comme c'était le cas pour l'ensemble des forfaitaires dans les années 1920-1930. Dorénavant, ils partagent le travail de vinification avec les caves coopératives ou les grosses sociétés qui émergent au cours de ces décennies[2]. Le négoce forfaitaire qui travaille directement sous la direction des places de consommation s'occupe désormais essentiellement des actes de conservation des vins : ouillage, soutirage, clarification, stabilisation.

Cette activité de confection des vins et d'assemblages, assurée pour répondre au goût et à la demande de la clientèle s'opèrent, tout au long de la période, dans un cadre législatif qui se précise de plus en plus.

La contrainte législative, source d'exigence

Même s'il s'accélère après la crise de 1907, l'effort législatif pour encadrer le marché des vins et notamment les opérations de transformations que subissent les marchandises, débute bien auparavant, à la fin des années 1880. À cette époque, dans un contexte de multiplication des vins fraudés[3] et frauduleux[4], l'État s'engage dans un mouvement de redéfinition du produit des vendanges et de son contrôle. Entre 1889 et 1905, cinq grandes lois tracent un cadre législatif plus strict pour la vente des vins. Dorénavant, les vins ont une définition lé-

[1] ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « Le négoce des vins », 1962, p. 6.
[2] Le rapport de la BDF souligne en 1962 que le coupage, qui était l'activité principale des négociants-forfaitaires héraultais jusqu'aux années 1940 est alors « assurée principalement, pour de très grandes quantités, par les grandes entreprises de distribution » (p.12).
[3] Vins mouillés ou sucrés.
[4] Vins artificiels.

gale[1] et leur fraude est punissable par la loi[2], tandis que leur circulation est mieux règlementée[3]. Ce premier effort ne permet pas, faute de moyens adéquats mis en œuvre pour faire appliquer ses lois, de garantir la sérénité sur le marché des vins et, lorsque la crise éclate en 1907, la fraude est le premier responsable pointé du doigt, tant par les parlementaires[4] que par les manifestants[5]. Le législateur, dans un souci d'efficacité, apporte à la charpente législative déjà votée un arsenal répressif symbolisé par le service des fraudes qui est chargé de vérifier la légalité des produits détenus par les propriétaires et les négociants[6]. Par la suite, deux grandes séries de lois et décrets visent à compléter cet effort législatif : l'une en 1919 qui complète la règlementation sur les fraudes établie en 1905 et organise la protection des appellations d'origine[7] ; une autre série en 1921 qui renforce l'arsenal répressif en matière de fraudes et définit de manière bien plus précise le statut légal du vin ainsi que les manipulations autorisées[8], reprises dans les manuels de négociants (fig. 78).

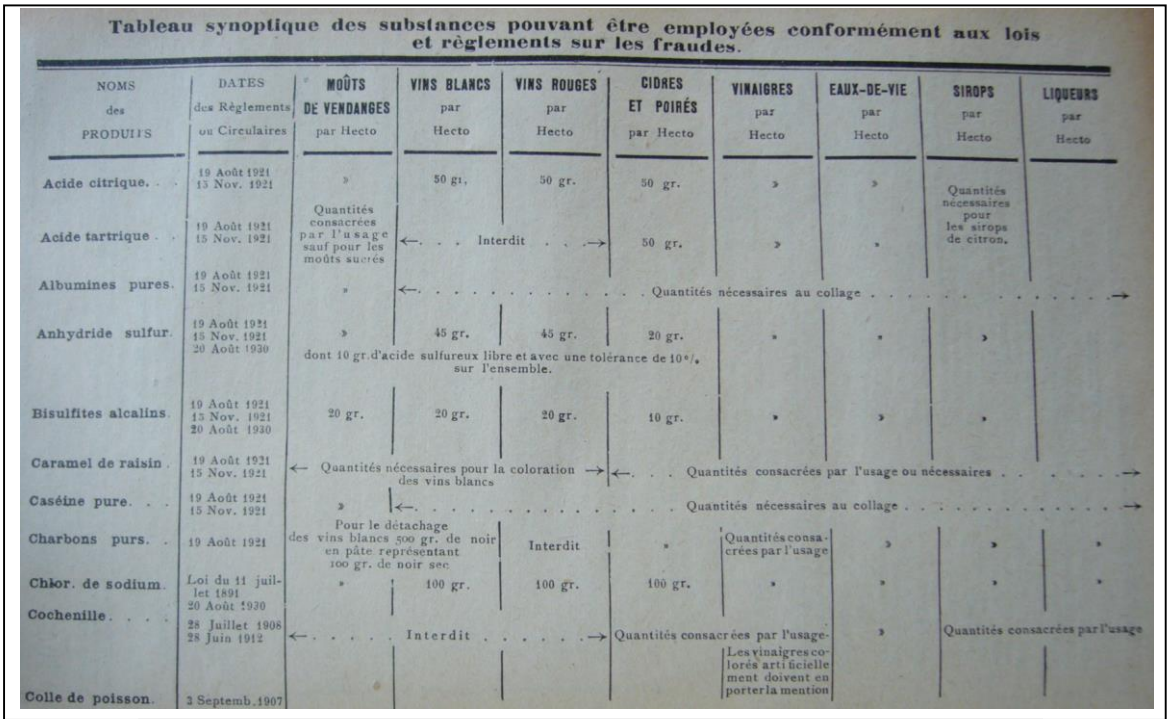


Tableau synoptique des substances pouvant être employées conformément aux lois et règlements sur les fraudes.

NOMS des PRODUITS	DATES des Règlements ou Circulaires	MOÛTS DE VENDANGES par Hecto	VINS BLANCS par Hecto	VINS ROUGES par Hecto	CIDRES ET POIRÉS par Hecto	VINAIGRES par Hecto	EAUX-DE-VIE par Hecto	SIROPS par Hecto	LIQUEURS par Hecto
Acide citrique.	19 Août 1921 13 Nov. 1921	»	50 gr.	50 gr.	50 gr.	»	»	Quantités nécessaires pour les sirops de citron.	
Acide tartrique.	19 Août 1921 15 Nov. 1921	Quantités consacrées par l'usage sauf pour les moûts sucrés	← Interdit →		50 gr.	»	»		
Albumines pures.	19 Août 1921 15 Nov. 1921	»	← Quantités nécessaires au collage →						
Anhydride sulfur.	19 Août 1921 15 Nov. 1921 20 Août 1930	»	45 gr.	45 gr.	20 gr.	»	»	»	
		dont 10 gr. d'acide sulfureux libre et avec une tolérance de 10 °/₀ sur l'ensemble.							
Bisulfites alcalins.	19 Août 1921 15 Nov. 1921 20 Août 1930	20 gr.	20 gr.	20 gr.	10 gr.	»	»	»	
Caramel de raisin.	19 Août 1921 15 Nov. 1921	← Quantités nécessaires pour la coloration des vins blancs →			← Quantités consacrées par l'usage ou nécessaires →				
Caséine pure.	19 Août 1921 15 Nov. 1921	»	← Quantités nécessaires au collage →						
Charbons purs.	19 Août 1921	Pour le détachage des vins blancs 500 gr. de noir en pâte représentant 100 gr. de noir sec		Interdit	»	Quantités consacrées par l'usage	»	»	»
Chlor. de sodium.	Loi du 11 juillet 1891 20 Août 1930	»	100 gr.	100 gr.	100 gr.	»	»	»	»
Cochenille.	28 Juillet 1908 28 Juin 1912	← Interdit →			Quantités consacrées par l'usage	Les vinaigres colorés artificiellement doivent en porter la mention	»	Quantités consacrées par l'usage	
Colle de poisson.	3 Septemb. 1907								

Fig. 78 : L'encadrement des manipulations
Type de tableau que l'on retrouve dans les manuels de négociants
Source *: Annuaire général du Commerce en gros des vins…, op. cit.,* 1936

Le second effort législatif se porte autour du code du vin de 1930-1931 et est constitué d'une panoplie législative dont l'architecte principal est le député héraultais Édouard Barthe[9].

[1] Loi « Griffe » de 1889.
[2] Lois de 1894, 1903 et surtout 1905.
[3] Loi de 1900.
[4] SAGNES J., *Députés et sénateurs face à la crise du Midi en 1907*, Montpellier, Archives de l'Hérault, 2007.
[5] FERRÉ G., *1907, La Guerre du vin*, Portet-sur-Garonne, Loubatières, 1997.
[6] Lois de 1905 et 1907. Cf. *infra*, « Le service de répression des fraudes », p. 743.
[7] Loi du 6 mai 1919.
[8] Lois du 19 août et 15 nov. 1921.
[9] Pour plus de précisions sur l'action d'É. Barthe et les lois viti-vinicoles évoquées ici, voir BAGNOL J.-M., *Le Midi viticole au Parlement. Édouard Barthe et les députés du vin de l'Hérault (années 1920-1930)*, Montpellier, PULM, 2010.

Il concerne là aussi les traitements opérés sur la marchandise et leurs qualités[1], la hiérarchisation qualitative des vins[2], la surveillance des opérations[3] ou la circulation des marchandises[4]. Ce nouvel effort est important pour la région car il définit les vins de pays et protège l'origine des vins[5].

Il y a ainsi une volonté affirmée du législateur de manifester sa présence sur le marché des vins par des « interventions fréquentes »[6] dont la santé publique et l'hygiène sont le « prétexte »[7]. L'objectif est surtout d'encadrer des pratiques qui désorganisent profondément le marché des vins national en général et méridional en particulier[8]. L'autre but est également d'assainir un marché encombré par des vins faibles ou malade voire impropres à la consommation. Ce renforcement législatif est source de complication pour le négoce et demande une gestion de plus en plus rigoureuse à la fois des stocks mais également des comptes. Par exemple, à la fin des années 1930, toute fabrication de boissons faite par un marchand en gros en vue de la vente doit être précédée d'une déclaration à la recette buraliste alors que depuis 1930, un degré minimum est obligatoire pour la vente[9]. Dans le même temps, la circulation des vins devient de plus en plus contrôlée, notamment avec l'obligation de faire apparaître sur les contenants et les factures le lieu de production[10]. Enfin, les produits utilisés dans l'assemblage des vins sont de mieux en mieux contrôlés[11]. Cet encadrement complexifie profondément les opérations de confection que le négociant faisait librement jusqu'aux années 1920 mais il permet de traquer avec plus d'efficacité la fraude qui est l'une des sources majeures du déséquilibre permanent du marché des vins.

Les années 1920-1930 sont donc primordiales dans la règlementation et l'organisation du marché des vins. Ainsi, en 1970, lorsque Bernard Blanchet, sous-directeur de l'IVCC reprend dans un ouvrage édité par la *Journée Vinicole* l'ensemble du Code du vin[12], il s'appuie essentiellement sur la loi du 28 mars 1936 qui codifie les textes législatifs et règlementaires relatifs au marché du vin[13]. Par la suite, seuls quelques aménagements viennent modifier le « Code du vin » en 1953[14], 1961-64[15] ou 1967[16] par exemple, notamment en ce qui concerne les manipulations que peuvent subir les vins, les nouvelles techniques de conservation, comme la concentration par le froid ou les vins autorisés à circuler. Par exemple, à partir du

[1] Lois ou décrets de 1930 (1/1 ; 8/02 ; 19/4 ; 20/08), de 1933 (8/07 ; 15/07), 1934 (09/09 ; 24/12).
[2] Décret-loi du 30 juillet 1935 sur les appellations d'origine contrôlées.
[3] Décret du 2 aout 1931.
[4] Lois de 1930 et 1931.
[5] Loi du 4 juillet 1931.
[6] MERCIER G. et GUIBAL J., *op. cit.,* p.7.
[7] *Idem*.
[8] STANZIANI A., « La falsification du vin en France, 1880-1905 : un cas de fraude agro-alimentaire », *Revue d'histoire contemporaine*, n° 52, 2003, p. 154-186.
[9] Loi du 1er janvier 1930. En 1930, le degré minium est de 9° pour la circulation des vins de coupages.
[10] Loi du 6 mai 1919.
[11] Loi du 19 août 1921.
[12] BLANCHET B., *Le Code du Vin*, Montpellier, La Journée Vinicole, 1970.
[13] Art 9, loi du 28 mars 1936.
[14] Décret du 30 septembre 1953 instituant l'IVCC.
[15] Décrets du 21/07/1962 et 31/08/1964 qui règlementent le marché des vins.
[16] Décret du 27 octobre 1967 relatif aux VCC.

décret de 1953, il est interdit de vendre des vins de coupage ayant un degré alcoométrique inférieur à 9°5.

En ce qui concerne les vins détenus par le commerce en gros plus précisément, la législation est la même dans les années 1960-70 que dans les années 1930. La seule différence majeure concerne la qualification des vins. En effet, les lois et décrets visant à définir des vins de qualité en France se sont multipliés à partir de 1920-1930 et ce mouvement se continue après la Seconde Guerre mondiale, ce qui tend à complexifier le travail de vinification des négociants mais également à le rationaliser. Ainsi, tandis que les négociants doivent disposer d'un compte spécial pour les vins à appellation d'origine depuis 1919, un décret de 1955 oblige les négociants à disposer d'un compte par nature de produit (VCC, VDN, vins de liqueurs, eaux-de-vie) et appellation par appellation[1]. Cette nomenclature se complexifie après-guerre avec l'apparition des Vins Délimités de Qualité Supérieure en 1949[2] puis les Vins de Pays en 1968[3]. Ces décisions sont d'autant plus importantes que si les AOC concernaient peu les vins héraultais, les VDQS et les VDP sont largement représentés dans le département : Faugères, Minervois, Coteaux-du-Languedoc, Saint-Georges par exemple. Par ailleurs, à ce nouvel encadrement qualitatif est adjoint un encadrement législatif qui définit les vins selon un titre alcoolique minimum et un terroir bien délimité qui doivent être explicitement indiqués[4]. Cette plus grande exigence, souvent perçue par les négociants comme une lourdeur administrative supplémentaire[5], qui explique également que ces derniers ne s'occupent plus que très rarement, comme évoqué plus tôt, de la manipulation des vins. C'est aussi parce que ces mesures font peser sur le négoce une lourde responsabilité, surtout lorsque les agents de la Régie détectent une fraude.

Dans un département qui produit en moyenne environ 1/5e de la production métropolitaine, les fonctions de transformation et d'expédition sont fondamentales. Elles incombent pendant une grande partie de notre étude aux négociants héraultais qui, sous le contrôle de l'État, assurent l'écoulement et la vinification d'une marchandise qui n'est pas consommable en tant que telle.

Véritable artisan des vins jusqu'aux années 1940, le négociant héraultais perd peu à peu cette fonction en vertu de l'action législative trop contraignante et trop coûteuse mais également car il est destitué de cette charge par les centres de consommation où sont confectionnés des vins qui répondent au nouveau goût des consommateurs. Il ne conserve plus alors que son rôle d'intermédiaire auprès de la production, avec qui il entretient des relations commerciales déjà bien définies dans le premier tiers du XXe siècle.

[1] Décret du 26 mai 1955.
[2] Loi du 18 décembre 1949.
[3] Décret du 13 septembre 1968.
[4] *Idem*.
[5] Les réunions syndicales et les congrès annuels sont l'occasion pour les adhérents de régulièrement se plaindre des nombreuses contraintes législatives.

Le mythe du « vin naturel »

Nous avons vu que la problématique qualitative est un enjeu majeur dans la commercialisation des vins héraultais comme l'ont bien compris les représentants patronaux qui œuvrent pour la défense des vins méridionaux. Pourtant, les vins du département souffrent, pour de multiples raisons, d'une réputation qualitative particulièrement négative, essentiellement en raison du hiatus qui existe entre les représentations générales façonnées dans et par l'opinion publique et la réalité des faits.

L'illusion d'un discours au début du siècle

Le premier facteur qui explique, tout d'abord, la désaffection pour les vins héraultais provient d'un malentendu entre le monde du vin et le monde de la consommation, celui du « vin naturel ».

En effet, le vin jouit d'une image et d'un crédit positifs, véhiculés depuis des siècles. Déjà au Ve siècle avant JC, Hippocrate recommande le vin qui est « une chose merveilleusement appropriée à l'homme, si en santé comme en maladie, on l'administre avec à-propos et juste mesure »[1]. Au Moyen-âge, lors des épidémies, le vin est distribué aux malades car jugé moins nocif que l'eau, trop polluée[2]. Au XIXe siècle, les scientifiques et les médecins vantent les qualités du vin, « plus hygiénique et saine des boissons » comme l'affirme Louis Pasteur, qui loue également les vertus du « bon vin de France aliment, c'est-à-dire le vin naturel »[3]. Ainsi, en quelques mots, L. Pasteur détermine les qualités premières du vin : hygiénique, sain et nourrissant, trois qualités consubstantielles du vin naturel. La problématique du « naturel » devient alors le cœur du discours revendicatif dans les milieux viticoles au tournant du siècle, d'autant plus que le marché se gonfle de vins artificiels et anormaux.

De fait, lorsque les vignerons manifestent en 1907, une de leurs premières revendications est la « défense du vin naturel ». Dans ces dizaines de rassemblements dont le paroxysme est atteint en juin 1907 à Montpellier où se réunissent entre 500.000 et 800.000 personnes[4], l'ennemi d'alors est la fraude. Cette fraude qui dénature les vins languedociens, eux qui sont présentés comme des « vins vrais », c'est-à-dire naturels. Ainsi, en mars 1907, lorsque les « 87 d'Argeliers » se rendent, à la suite de Marcelin Albert, à Narbonne pour rencontrer la commission parlementaire, ils entonnent dans les rues de la capitale viticole audoise, un nouveau chant : « La Vigneronne ». Elle paraît dans le premier numéro du *Tocsin*, l'organe de presse de la lutte viticole (fig. 79, page suivante).

[1] Cité par GARRIER G., *Histoire sociale et culturelle du vin…, op. cit.*, p. 96.
[2] *Idem*.
[3] PASTEUR L., *Études sur le vin, ses maladies, causes qui les provoquent*, Paris, Imprimerie impériale, 1866.
[4] Pour de plus amples précisions voir la synthèse de SAGNES J. (dir.), *La révolte du Midi viticole : cent ans après, 1907-2007*, Presses universitaires de Perpignan, Perpignan, 2008.

LA VIGNERONNE

CHANT (Air de Charles VI — Chant de guerre)

Premier Couplet

Jadis tout n'était qu'allégresse ;
Aux vignerons point de soucis,
Hélas aujourd'hui la tristesse
Règne partout en ce pays ; (*bis*)
On n'entend qu'un cri de colère,
Un cri de rage et de douleur : (*bis*)
au Refrain.

Deuxième Couplet

En vain on veut sécher nos larmes
Nous berçant d'espoir mensonger ;
Les actes seuls donnent des armes
Quand la patrie est en danger. (*bis*)
Tous au drapeau, fils de la terre,
Et poussons tous ce cri vengeur : (*bis*)
au Refrain.

Troisième Couplet

C'est dans l'union qu'on aiguise
Les glaives qui font les vainqueurs
Et la victoire n'est promise
Qu'à l'union des gens de cœur. (*bis*)
Quand la bataille s'exaspère
Il ne faut pas de déserteurs ! (*bis*)
au Refrain,

Refrain

Guerre aux bandits narguant notre misère
Et sans merci guerre aux fraudeurs,
Oui guerre à mort aux exploiteurs, } *bis*
Sans nulle merci la guerre aux fraudeurs
Et guerre à mort aux exploiteurs,
Oui !
(chaque fois reprise du refrain en chœur)

Fig. 79 : La Vigneronne
Source *: Le Tocsin*, n°1, 21/04/1907

Ici, la fraude y est associée à la misère, la tristesse, les soucis. Dans les manifestations, les pancartes appellent à la défense du vin naturel et à la chasse aux fraudeurs, quel qu'en soit le prix : « *Nous fairen creba la pel mais salbaren lou bi naturel* »[1] peut-on lire sur une pancarte, « Mort aux fraudeurs » sur une autre[2]. L'une des caricatures les plus célèbres de Marcelin Albert le montre, triomphant, grimpant sur trois barriques sur lesquelles sont inscrits : « Vive le vin naturel – À bas le sucre – Guerre au fraudeur » (fig. 80).

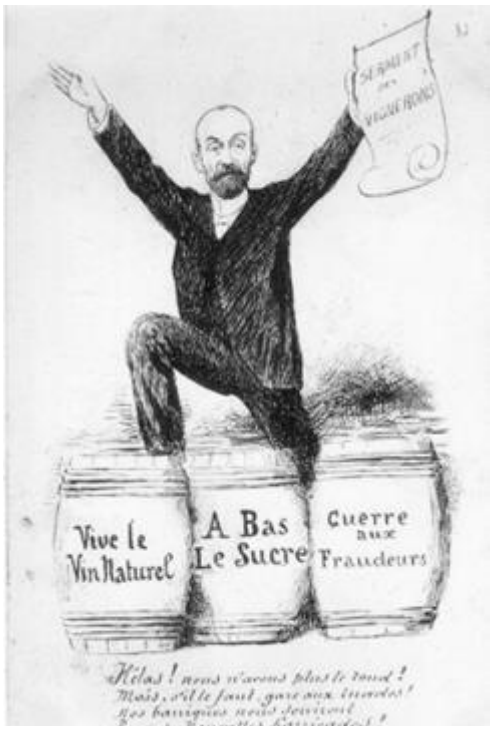


Fig. 80 : M. Albert et la lutte pour le vin naturel
Source : Archives municipales de Narbonne

[1] « Nous nous ferons crever la peau mais nous sauverons le vin naturel ».
[2] FERRÉ G., *1907, La guerre du vin*, Portet-sur-Garonne, Loubatières, 1997.

Dans son premier numéro, en avril 1907, le *Tocsin*, qui est l'organe de presse du Comité d'Argeliers, proclame : « C'est le vin de la vigne qui reconquiert ses droits naturels, c'est la hideuse fraude qui disparaît, c'est la misère qui cesse de nous étreindre ! »[1]

Le lien est donc très clairement établi entre vin naturel et prospérité et cet argument est d'ailleurs repris lors des débats au Parlement sur la question de la crise viticole[2].

Dans le monde du Commerce, le discours n'est pas différent. Les commerçants s'associent au mouvement revendicatif : on les retrouve dans les manifestations et ils participent aux premiers bureaux de la CGV qui nait quelque temps plus tard[3]. Dans les instances économiques, on appuie également le mouvement. La CCB apporte son soutien à ces meetings où « le Midi manifeste [et] crie sa détresse »[4]. Elle appuie également les orientations prises par le Parlement en approuvant l'interdiction des vins de sucre et en cherchant les moyens de faire interdire la fabrication des vins de synthèse. Déjà, lors de la réunion en mars où sont invités tous les acteurs de la filière afin d'assurer une réponse commune à l'enquête parlementaire, la question du vin naturel a été au cœur des revendications des négociants[5]. Pour les responsables commerciaux, la crise est en partie « la conséquence de fraudes par sucrage en les pays de petites production et de grande consommation en lesquels on a fait, à tort, des boissons dénommés "vins" ». Les boissons de ménage, les vins industriels, les alcools industriels, les vins défectueux sont ensuite visés et opposés aux vins méridionaux, considérés eux, comme « naturels ». D'ailleurs quelque temps plus tard, le Syndicat régional ne dit pas autre chose lorsqu'il promeut le métier de négociant, qui œuvre « muni de belles provisions de divers vins naturels, choisis parmi les meilleurs »[6]. Le Syndicat de Montpellier défend d'ailleurs, également, l'idée d'un vin-aliment naturel, au même titre que le pain[7], en faisant la promotion du livre de Lucien Roos, directeur de la Station Œnologique de l'Hérault en 1909, *Le vin dans l'Alimentation*. Le président conclut sa présentation de l'ouvrage en affirmant que ce dernier « démontre la bonne valeur alimentaire du produit de la vigne »[8]. Cet exemple est particulièrement significatif : il associe la défense syndicale des vins à la légitimation scientifique, apportée par un professeur réputé et reconnu dans le monde viti-vinicole.

L'exploitation de la justification scientifique comme assise argumentaire de la défense des vins naturels est une démarche régulièrement mobilisée au début du siècle. Ainsi, à cette période, lorsque les syndicats en vins assurent la propagation d'un idéal « naturel », ils l'appuient sur une légitimation scientifique (ou considérée comme telle), émanant de sources médicales. Ainsi, le numéro de novembre 1907 du *BMS* se conclut sur les témoignages de

[1] « Ce que nous voulons », *Le Tocsin*, 21/04/1907.
[2] SAGNES J., *Députés et sénateurs du Midi…, op. cit.*, p. 43 et sq.
[3] *Vendémiaire, Bulletin officiel de la Confédération Générale des Vignerons*, n°1, 15 nov. 1907. On y retrouve par exemple P. Bret, le président du Syndicat régional des vins, A. Vic du Syndicat de Sète ou L. Delsériès du Syndicat de Carcassonne.
[4] Archives Médiathèque de Béziers : CCB, Séance du 3 juin 1907.
[5] ADH : 8 M 219, Fonds de la CCB, « Enquête parlementaire sur la crise viticole – indication des causes de la crise et de ses conséquences. Remèdes proposés », Séance du 12/03/1907.
[6] *BMS*, nov. 1907, p. 11.
[7] Il ne manque finalement plus que l'huile d'olive pour compléter le tryptique régionaliste.
[8] *BMS*, juill. 1909, p. 417.

plusieurs médecins dont le doyen de la faculté de médecine de Paris (« L'utilité pour l'homme des substances du Vin est incontestable ») ou de celui de Nancy qui démontre que l'espérance de vie d'un homme buvant « modérément » du vin est supérieure à celle d'un abstinent ou d'un buveur de vin sans alcool[1]. Par ailleurs, avec le témoignage fondamental pour les intérêts commerciaux d'un docteur parisien, le négociant devient le premier – voire le seul – défenseur des vins naturels : « Consommez donc un vin mûr, complet, que vous ne trouverez nulle part ailleurs que chez un négociant consciencieux. »[2]

Pourtant, si les négociants héraultais cherchent à opposer de manière systématique un vin méridional naturel à un vin trafiqué dans d'autres régions de France, c'est là une illusion – essentiellement à des fins commerciales – qui vise à répondre à ce que Marcel Sainclivier appelle la « hantise du naturel »[3] . En effet, nous l'avons vu, le vin subit, chez le négociant, de nombreuses manipulations. Par ailleurs, nulle part dans la législation il n'est donné de définition de l'expression « naturel » bien que le terme apparaisse, paradoxalement, assez souvent dans les textes de lois. Et lorsqu'émerge la législation visant les « vins doux *naturels* », il n'est pas non plus donné de limitation minimale au qualificatif « naturel », sans d'ailleurs que l'on sache si ce sont les vins qui sont naturels ou leur « douceur ».

En réalité, l'analyse semble ainsi relever que cette notion de « vin naturel » s'oppose, dès le début du siècle, aux vins artificiels et aux vins fraudés. Elle ne relève pas d'une conception authentique de la qualité naturelle du vin. En négatif, en valorisant le vin naturel, les négociants visent ces « vins maudits » [4] qui pullulent sur le marché national depuis la fin du XIXe siècle et qui ont connu un fort essor lors de la crise phylloxérique et du déséquilibre croissant à partir des années 1870 entre l'offre et la demande. Du reste, le docteur non identifié qui fait à la fois la promotion des eaux naturelles et des vins issus du négoce abonde dans ce sens : « Une bonne partie des malades d'estomac, sont malades de boire des vins imparfaits », c'est-à-dire des vins artificiels, fraudés ou de provenance directe[5].

Mais ce discours est en partie illusoire. En effet, dans le Midi, les vins connaissent également un nombre conséquent de traitements, car, pour plusieurs raisons, notamment les fortes chaleurs ou les pluies, les vins se dégradent rapidement. Ici aussi, ils sont donc également traités, plusieurs fois même, avant et après la récolte puis pendant les périodes de stockage. Il n'existe donc pas de « vin naturel » à proprement parler, un produit mythifié directement issu des vendanges, provenant sans modification de la terre et des vignes.

[1] 63 ans pour l'un, 51 ans pour l'autre selon les statistiques officielles de la Grande-Bretagne, reprises par le Dr Bernheim, doyen de la Faculté de Médecine de Nancy.
[2] *BMS*, nov. 1907, p. 14. Il est intéressant de noter que ce médecin qui est présenté comme l'un des plus connus de la capitale mais également un grand défenseur des eaux naturelles n'est jamais identifié tout comme le journal dans lequel il donne son interview.
[3] SAINCLIVIER M., « L'aliment naturel, un mythe ? », *L'Économie rurale*, n° 121, 1977, p. 4.
[4] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, La Méditerranée…, op. cit.*, p. 61.
[5] *BMS*, nov. 1907, p. 14.

Mais ces opérations de soin et d'entretien, qui finalement « dénaturent » les vins, ne sont pas les seules opérations que subissent les vins héraultais et dont les négociants héraultais, tels des accusés, ont, sans cesse, à justifier.

« Négociants, levez-vous ! »

Si les allusions au « vin naturel » en tant que telle disparaissent du discours syndical dans les années 1920, les négociants favorisant alors une défense plus ciblée des vins méridionaux[1], l'ensemble de la période est caractérisée par une même définition du travail du négociant. Celle-ci assure les consommateurs de la probité de la profession, notamment en lien avec la problématique du « vin naturel ».

Du discours de Bret en 1900 lors de la fondation du Syndicat régional aux éditoriaux du *Midi Vinicole* qui défend la place des négociants dans les années 1960, en passant par les articles de *l'Action Méridionale*, tous décrivent le même métier.

Ce dernier est parfaitement résumé en 1919 dans un article paru dans un quotidien à dimension nationale, *l'Excelsior,* abordant de la viticulture héraultaise :

> « Le commerce du vin n'est pas simplement un commerce : il se double d'une industrie infiniment délicate et absolument nécessaire, supposant un travail méticuleux de coupage et surtout de soutirage et de clarification. Le marchand de vin est un industriel. […] Il s'agit d'une série d'opérations indispensables pour nous donner un vin buvable [car] ce qu'on appelle le vin pur n'existe pas. »[2]

Ce texte rejoint le discours syndical du début du siècle :

> « Posséder la science de maintenir, par des moyens naturels, par des soins constants et éclairés, les vins en bonne santé, cela vaut mille fois mieux que toutes les drogues réunies. C'est la ligne de conduite des négociants sérieux. »[3]

Ou dans les années 1950 :

> « Le négoce s'est résolument tourné [dans le soin des vins] vers des techniques nouvelles qui ont été adoptées, assimilées, exploitées et, en toute modestie, perfectionnées à la faveur de l'expérience. […] Aujourd'hui, il a ses techniques, ses méthodes et ses règles qui font de lui

[1] Voir *supra*, « La mutation du discours qualitatif », p. 444.
[2] *L'Excelsior*, 9 septembre 1919.
[3] *BMS*, nov. 1907, p. 13.

> un grand corps de métier, un rouage indispensable dans l'économie nationale. »[1]

Ce besoin récurrent de justifier de son utilité et de légitimer son action provient, en grande partie, des attaques que subit le négoce depuis le début du siècle. En effet, à la faveur d'un double phénomène, le négoce a été particulièrement altéré au tournant du siècle. La crise phylloxérique a tout d'abord permis la mise sur le marché par des négociants improvisés ou non, quantité de vins de synthèse, « créés de toutes pièces, auxquels devaient fatalement se heurter les nouveaux produits de nos vignes reconstituées »[2].

La loi de 1900 libéralise ensuite largement le marché[3]. Le commerce est alors facilité par la disparition des droits d'entrées, de détails et des taxes d'octroi. Cette loi rend le Commerce accessible à tous :

> « Le grand commerce se vit tout à coup débordé par une foule de commerçants improvisés, de courtiers-commissionnaires, qui affranchis des traditions, des pratiques, des charges de celui-là, n'eurent qu'un souci : faire des affaires et qui recherchèrent dans le bon marché, dans une surenchère effrénée, le moyen de réaliser cet objectif. […] On comprend que dans ces conditions, le rôle de pondérateur, de régulateur des marchés des vins, que le grand commerce avait exercé autrefois, si utilement, à maintes reprises, se soit trouvé en défaut et que le marché soit demeuré livré à lui-même, sans direction et sans guide, dans les circonstances les plus critiques. »[4]

Ce constat, s'il est quelque peu excessif[5], permet de comprendre le souci des représentants syndicaux de justifier sans cesse leur positionnement sur le marché des vins. En effet, en réalité, les négociants sont les premiers à être touchés par la désorganisation du secteur et les fraudes qui le grèvent. C'est pour cela que, s'ils ne nient pas l'existence de ces dernières, ils pointent du doigt essentiellement les négociants des autres régions. Ainsi, en 1907, lors de la crise viticole, ce sont bel et bien les autres régions[6] qui sont pointées du doigt, celles où est pratiquée, à grande échelle la fraude. D'ailleurs, la CCB regrette que la répression des fraudes soit plus active et efficace dans le Midi que dans les autres régions[7]. Les élus consulaires issus du Commerce préconisent alors une plus grande sévérité sur l'ensemble du territoire :

---

[1] « Le procès du Commerce », *MV*, 16/11/1963.
[2] GERVAIS P, *op. cit.*, p. 2.
[3] Loi du 20/12/1900 sur le Régime des boissons, analysée dans VALLAT L. et H., *Le régime des boissons et la loi du 29 décembre 1900. Manuel du récoltant, bouilleur de cru, débitant, Marchand en gros, brasseur et distillateur de profession*, Montpellier, L'Éclair, 1901.
[4] GERVAIS P., *op. cit.*, p. 2.
[5] En 1962, le rapport de la BDF sur le sujet (ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « Le négoce des vins », 1962) estime que le Négoce commence à perdre son rôle de régulateur après la Seconde Guerre mondiale et on peut effectivement dater ce déclin aux années 1950 plutôt qu'au début du siècle.
[6] Les régions du Centre de la France, le Bassin parisien, l'Est.
[7] ADH : 8 M 219, *op. cit.*, Séance du 12/03/1907.

> « La répression des fraudes commerciales est à organiser. L'organisation est indispensable en tous lieux, et plus particulièrement dans les centres de consommation et chez les débitants. En les centres de consommation, 50 % au moins des vins livrés par les épiciers et les débitants sont mouillés. Nombreux sont avariés. Les vendeurs ne sont pas inquiétés. Une répression énergique est nécessaire ; nécessaire aussi le relèvement des pénalités aux fraudeurs. »[1]

Il faut dire que depuis la crise phylloxérique, le négoce est accusé de tous les mots et, sans distinction, on montre du doigt le négoce des places de production et le négoce des places de consommation. Déjà en 1868, le docteur Jules Guyot évoque « la multiplicité des intermédiaires sans frein [qui ont] dressé les propriétaires à faire plutôt des éléments de vin à combiner plutôt que des vins loyaux »[2]. Quelques décennies plus loin, en 1908, le professeur Daniel de l'université de Rennes, chargé d'une mission d'étude sur les vins par le ministre de l'Agriculture, rend un rapport dans lequel il dénonce « les vins de vignes greffées qui ne valent rien et ne se conservent pas, malgré les drogues plus ou moins nuisibles à la santé publique dont on est obligé de les saturer »[3]. Soucieux de défendre le lien intangible entre la profession et le « vin naturel », l'Office du Vin riposte immédiatement contre ce « dénigrement systématique » et demande dans une lettre au ministre du Commerce et de l'Industrie, en août1908, des sanctions contre le professeur Daniel, qui se voit retirer sa mission[4]. Dans les années 1920-1930, *l'Action Méridionale* se félicite des actions en justice lancées contre des articles diffamants ou répond elle-même à des attaques dont le négoce méridional est victime dans la presse[5]. En 1959, l'hebdomadaire *Aux Écoutes* est condamné pour avoir publié un article intitulé « Le vin est dangereusement sophistiqué » attaquant les intérêts du négoce[6].

Par ailleurs, une autre évolution entraîne une dépréciation du métier de négociant dans la première moitié du XXe siècle : l'émergence des commissionnaires. En effet, cette activité qui, petit à petit prend le pas sur le forfait, permet l'expédition de vins qui bien souvent ne sont pas conditionnés pour être mis sur le marché. Parfois de mauvaise qualité, ils nuisent, auprès des clients et des consommateurs, à l'image des vins héraultais qui pâtissent d'un manque de soins préalables. En effet, les partenaires commerciaux des négociants héraultais exigent, à moindres frais, des vins rapidement disponibles, pour offrir à leur propre clientèle « un vin courant, identique et suivi, véritable produit de synthèse qu'aucun marché de production n'est en mesure de fournir »[7]. Or, dans l'Hérault, seuls quelques vins – notamment les

[1] *Ibid*., p. 16.
[2] GUYOT J., *Étude des vignobles de France, pour servir à l'enseignement mutuel de la viticulture et de la vinification françaises*, Paris, Masson et Fils, 1868.
[3] ADH : 8 M 219, Fonds de la CCB, Rapport « Les attaques de M. Daniel contre nos vins », octobre 1908. Le rapport de Daniel est d'autant plus préjudiciable qu'il a paru dans le *Times*, à Londres, cette même année.
[4] *Ibid*., Office du vin, PV de séance, 27/10/1908.
[5] « Controverse », *AM*, 15/03/1926 ; « Mise au point », *AM*, 01/06/1927 ; « Réponse au Syndicat de Besançon », *AM*, 15/03/1931, par exemple.
[6] *MV*, 12/12/1959.
[7] ABDF : 1370199402, *op. cit.*, p. 4.

VDN, les vins d'apéritifs ou les rares vins protégés par une appellation – ne suivent pas ce schéma. Finalement, eux seuls jouissent véritablement d'un certain crédit auprès de l'opinion publique. Voilà pourquoi les responsables patronaux cherchent, au moins jusqu'aux années 1930, à limiter ces pratiques de commissions pures où le produit échappe totalement au contrôle du négoce local.

De la sorte, dans une filière où la réputation est fondamentale, le négoce veille à défendre ses intérêts, notamment en endossant le visage de commerçants honnêtes et scrupuleux. C'est d'autant plus important qu'en vertu de cette thématique du « vin naturel » et des contre-vérités qui l'accompagnent, le métier de négociant est constamment soumis à une défiance généralisée.

Mais cette ambition est contrariée par l'activité première des négociants forfaitaires qui est la confection et le stockage des vins, activité qui demandent de nombreuses attentions et manipulations.

Traitements et coupages : entre nécessité et suspicion

Comme relevé précédemment, l'une des principales activités des maisons de commerce est de confectionner les vins. La circulaire relayée par le Syndicat régional qui définit le rôle du négociant en vins est encore une fois très claire à ce sujet : « C'est à lui qu'il appartient de corriger ces défauts [des vins], en recherchant des alliages de vins naturels, donnant un ensemble parfait et à prix modeste. »[1] Le négociant est donc celui qui, à partir des vendanges récoltées chez le propriétaire, va assembler les vins qui correspondent le mieux aux attentes du consommateur. D'ailleurs, une vingtaine d'années plus tard, *L'Exportateur français* donne la parole à Gustave Malet dans un numéro spécialement consacré aux VCC[2]. Il y explique le rôle des négociants forfaitaires : ils achètent les vins à la propriété, les entreposent, les clarifient, les traitent et les revendent ensuite selon les besoins de la clientèle. Le rapport de la BDF qui présente le commerce des vins souligne lui aussi l'importance jusqu'aux années 1940 de ces commerçants qui « élaboraient, sur place, divers types de vins, destinés à telle ou telle région et livraient des produits prêts à être consommés en l'état »[3].

Dans la pratique, les vins subissent, en effet, de nombreux traitements. Le vin est un produit vivant qui a besoin de multiples soins pour éviter les maladies : acescence[4] ou piqure (ascétisation du vin qui prend un goût de vinaigre), cassure (vins troubles), amertume (décomposition bactérienne), madérisation (forte oxydation), tourne (présence bactérienne massive). Pour éviter ces maladies et donc une perte préjudiciable de la marchandise, nous avons vu que les vins subissent des traitements de base auxquels s'ajoutent des manipulations annexes ou spécifiques à certains types de vins (tab. 98).

[1] *BMS*, nov. 1907, p. 13.
[2] *L'Exportateur français*, 03/10/1929.
[3] ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « Le négoce des vins », 1962, p.3.
[4] Présence d'acétate d'éthyle, un ester qui donne une odeur et un goût aigre.

Tab. 98 : Les différentes sortes de traitements chez le négociant

TOUS TYPES DE VINS	***Soins physiques***	
	Ouillage	Maintien des récipients toujours plein pour éviter le contact avec l'air
	Soutirage	Élimination des impuretés au fond des récipients
	Clarification	Élimination des impuretés en suspension par filtrage
	Pasteurisation	Chauffage des vins pour une stabilisation et une élimination des bactéries
	Concentration par le froid[1]	Réduction des volumes, meilleure conservation
	Soins chimiques	
	Plâtrage	Ajout de sulfate de potasse ou de sulfate de soude
	Sulfitage	Traitement par anhydride sulfureux
	Tartriquage	Addition d'acide tartrique[2]
	Collage	Addition de tanin, de blanc d'œuf, de gélatine ou de sang pour éliminer les molécules qui provoquent le trouble
VINS SPECIAUX	Mutage	Interruption de la fermentation par adjonction d'alcool, d'eau-de-vie ou de soufre
	Vinage	Ajout d'eau-de-vie après fermentation
	Macération	Adjonction de plantes aromatiques diverses (comme des écorces de quinquina ou du caramel) pendant un temps plus ou moins long
	Coloration	Ajout de produits divers pour donner la couleur voulue

Aux soins physiques s'ajoutent donc des soins chimiques permettant d'altérer la nature même du vin pour en éviter les maladies tandis que dans le commerce des vins spéciaux, pour modifier la nature du vin afin d'obtenir des vins doux, des vins de liqueur, d'imitation ou des vermouths, on pratique des techniques élaborées de confection. Plus qu'un commerçant, le négociant est donc dans le même temps un laborantin qui doit savoir gérer toute une gamme de produits et de techniques dont la connaissance et le dosage sont au cœur de son exercice. La moindre erreur ou inattention dans l'addition d'un produit et toute une partie de la cave peut être perdue ou, pire, entraîner une condamnation en justice.

Au demeurant, ces mélanges transforment également les moûts et les jus de raisin en une potion parfois suspecte qui peut repousser les consommateurs. C'est en partie pour cette raison commerciale que l'on perpétue dans les milieux viti-vinicoles du mythe du « vin naturel » ou du « vin de qualité ».

En outre, jusqu'aux années 1950, pour répondre à la demande, le forfaitaire, qu'il expédie par milliers d'hl ou seulement à la barricaille, pratique la technique dite de « cou-

[1] Technique qui apparaît à partir des années 1930 avec une généralisation dans les années 1950.
[2] Interdit à partir de 1921.

pages ». Cette pratique consiste dans le mélange de vins de provenances différentes afin de répondre aux attentes de la clientèle (degré, couleur, goût ou acidité volatile). Ces coupages peuvent être plus ou moins grossiers et sont réalisés chez les négociants héraultais qui coupent des vins héraultais entre eux ou des vins héraultais avec des vins étrangers (d'Europe du sud dans un premier temps puis majoritairement d'Algérie à partir des années 1910). Les vins du Midi pour leur part sont utilisés comme vins de coupage dans les régions plus septentrionales où ils servent pour remonter la couleur ou le degré de vins plus faibles à destination du marché des VCC (Charentes, Val de Loire, Centre de la France, mais également Bordelais ou Bourgogne[1]). Cela explique pourquoi les vins héraultais, bien souvent, en dehors de la région, prennent le nom de « vins médecins ».

Mais à partir des années 1950, les vins du Midi ne sont plus rentables pour être utilisés dans ces coupages et seuls les vins algériens sont alors quasi-exclusivement utilisés pour les coupages hors du Midi[2]. Les négociants méridionaux se lancent alors dans des opérations de coupages plus subtiles afin de confectionner des VCC d'imitation de type « Bourgogne » ou « Bordelais »[3] voire des coupages au sein des vins d'un même terroir reconnu par la loi (AOC, VDQS puis à la fin de la période Vins de pays). Ils multiplient enfin les vins de marque, propre à chaque entreprise, à l'image du célèbre « Pelure d'Oignon » de la maison marseillanaise pionnière en la matière « P. Bertouy » dont la marque est déposée en 1924[4].

Toutefois, d'un point de vue purement commercial, toutes ces manipulations nuisent à l'image des vins héraultais car elles brouillent sa réputation et son identification qualitatives. C'est ce que concède indirectement Gustave Malet en 1929 :

> « D'ailleurs les consommateurs qui, mésestimant le « pinard », se gardant bien de commander au restaurant ou au débit du vin du Midi, en boivent plus souvent qu'ils ne pensent et le trouvent en tous points excellents grâce à une présentation habile et sous une étiquette au nom imprécis. »[5]

Pourtant toutes ces opérations sont bel et bien nécessaires pour éviter au vin de subir les attaques du temps, des voyages et du climat. D'ailleurs, dans les années 1960, ce vin « artificiel » est défendu par le *Midi Vinicole* dans un article quelque peu provocateur, mais qui résume assez bien les qualités premières du vin : « Tout ce qui sans altérer la qualité des vins l'améliore et peut en permettre d'accroître la vente devrait être admis. »[6]

---

[1] Voir les registres d'expédition des différentes maisons de négoce étudiées ou les rapports d'inspection des succursales de la BDF.
[2] ABDF : 1370199402, Fascicules de documentation, « La viticulture », 1962, p. 16.
[3] *Ibid.*, « Le négoce des vins », p. 13.
[4] ADH : 2 W 1164, ADH : 2 W 1164, Fonds de la préfecture, Comptes rendus de réunions des commissions viticoles, arrêtés préfectoraux, correspondance (1940-1941), Lettre de P. Bertouy à l'Intendance régionale, 3/10/1941.
[5] *L'Exportateur français*, *op. cit.*
[6] « Naturel ou artificiel ? », *MV*, 16/10/1963.

Ainsi, à la fin de la période, le mythe du vin naturel est abandonné pour permettre une meilleure défense du métier de négociant et de son action dans la confection de vins dont, finalement, l'objectif premier est de répondre aux attentes de la clientèle. Mais la suspicion pesant sur les vins héraultais – et concomitamment sur les maisons de commerce du département – est encore à la fin des années 1960 indissociable de la réputation générale de la filière locale.

Cette situation est d'autant plus problématique que certaines pratiques commerciales défavorisent également l'image de marque des vins héraultais.

Des stratégies commerciales douteuses

Au-delà du discrédit qualitatif, le négoce héraultais souffre d'une réputation commerciale particulièrement inégale. Si les relations avec les clients et les fournisseurs réguliers se passent généralement bien, il n'est pas rare de voir émerger des critiques visant à décrédibiliser le négoce local. Ces attaques sont d'autant plus justifiées que certaines pratiques commerciales des négociants sont particulièrement condamnables et parfois condamnées.

Le dénigrement de la concurrence

Dans un milieu entrepreneurial et commercial ultra-concurrentiel[1], l'une des tactiques vise à déstabiliser le concurrent en attaquant ce qui est l'un des socles de la bonne marche d'une maison de commerce : la crédibilité commerciale[2]. Pour ce faire, les négociants adoptent plusieurs stratégies qui peuvent donner une image négative de la corporation.

Il s'agit tout d'abord des dénonciations qui cherchent à évincer, par jalousie ou par désir monopolistique, un concurrent. Nous avons déjà vu comment certaines lettres, dans un contexte de pénurie ou de désordre lié à la guerre, tentaient par la dénonciation d'obtenir des avantages (bons d'expédition ou livraisons de vins). Il existe également des lettres, le plus souvent anonymes, dont l'objet est essentiellement la mise à l'écart d'une maison de commerce en particulier. Ainsi, pendant la Première Guerre mondiale, la préfecture de Montpellier reçoit une lettre anonyme ciblant la maison « Chauliac-Affre »[3]. La lettre, plutôt confuse, dénonce Mme Chauliac, laissée à la tête de la maison par son mari mobilisé, comme étant une espionne allemande. Dans la lettre, le dénonciateur, au fait des évolutions du Commerce local,

[1] La question de la concurrence dans le monde de l'entreprise a été particulièrement étudiée par les universitaires américains. L'un des ouvrages fondateurs est KIRZNER I. M., *Competition and Entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press, 1973 qui met en exergue les dynamiques « actions-réactions » qui participent aux logiques concurrentielles. C'est en partie ce type de stratégies que nous retrouvons sur le marché des vins. Lorsqu'il se sent menacé par la perte d'un marché ou d'une part de marché, le négociant réagit, ce qui entraîne une réaction de sa cible.

[2] Ce n'est pas propre au seul négoce des vins héraultais au XXe siècle. Voir par exemple l'importance de la crédibilité commerciale à Trieste au XVIIIe siècle : PANARITI L. « La fraude de Bernardo Cutica, agent par nécessité et négociant par aspiration dans la Trieste du XVIIIe siècle », *Entreprises et histoire*, 1/2012 (n° 66), p. 37-46.

[3] ADH : 1 M 1108, Administration générale du département, Affaires politiques, Enquête sur la maison « Chauliac-Affre », 1917.

accuse Chauliac et son nouvel associé, Affre, d'être des espions car ils viennent d'acheter une maison (fig. 81).

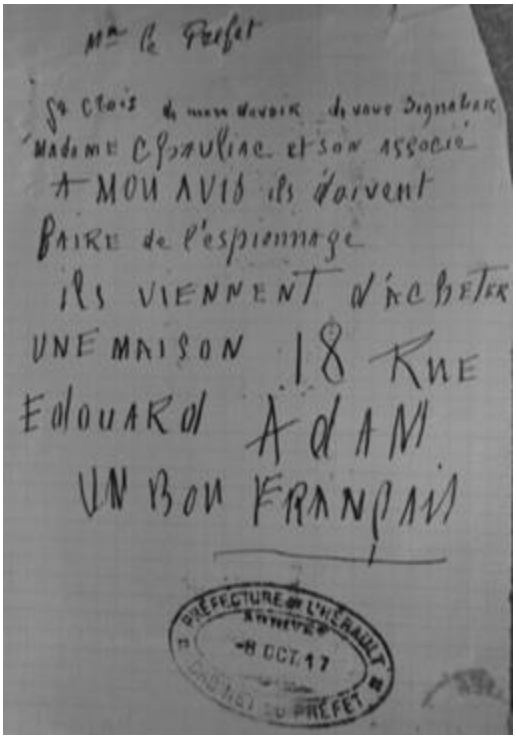


Fig. 81 : Lettre de dénonciation anonyme contre la maison « Chauliac-Affre » Montpellier, 1917

« Mr le préfet
Je crois devoir vous signaler Madame Chauliac et son associé. À mon avis ils doivent faire de l'espionnage. Ils viennent d'acheter une maison 18 rue Édouard Adam
Un bon Français »

Source : ADH : 1 M 1108, *op. cit.*

L'enquête de police nous apprend que le mari de Mme Chauliac a été mobilisé dès 1914 et que par la suite, sa femme s'est associée avec une maison importante de la place, la maison « Affre ». Or « depuis les hostilités, ces deux commerçants ont réalisé de nombreux bénéfices » rapporte le rapport de police, jetant ainsi la suspicion sur la nouvelle maison. Cette suspicion est renforcée par le reproche qui est fait à Mme Chauliac d'avoir acheté une maison d'une valeur de 85.000 F alors qu'elle ne possède aucune richesse personnelle ni même familiale[1], maison qui se trouve dans la même rue que celle d'Affre. L'enquête, menée par la préfecture de police ne laisse toutefois supposer aucun lien entre Chauliac et l'ennemi allemand tandis que l'enquête de voisinage se révèle « très positive ». S'il est difficile de définir les raisons profondes qui ont poussé le dénonciateur à écrire cette lettre (soupçon d'adultère ? jalousie de voisinage ? rivalité commerciale ?), il serait douteux qu'elle n'émane pas des milieux commerciaux. L'auteur semble très bien renseigné à la fois sur la nouvelle maison mais également sur son activité et l'un de ses objectifs est bien de nuire aux intérêts commerciaux en discréditant la nouvelle association.

Dans le même ordre d'idées, en avril 1941, le préfet rédige une minute à l'attention du chef des services départementaux du contrôle des prix. Il y explique qu'il vient d'apprendre par un informateur bien renseigné que 4.000 hl venaient d'être vendus à la taxe (c'est-à-dire au prix fixé par l'État) mais qu'une ristourne de 10 % avait été versée de la main à la main entre les deux contractants. Il réclame une enquête rapide pour connaître l'identité des contrevenants[2]. Ici aussi les détails et les précisions apportés par l'auteur de la lettre anonyme sem-

[1] Affre est le bailleur de fonds de l'association.
[2] ADH : 2 W 115, Fonds de la préfecture, Autorisations (1940-1943), Minute des services préfectoraux, 10/04/41.

blent indiquer que ce dernier est un commerçant qui par jalousie, convoitise ou patriotisme dénonce un concurrent qui ne respecte pas les règles.

Mais ce type de dénonciation ne concerne pas que les périodes de crise aiguë. Dans les années 1900-1920, le *Bulletin méridional* est souvent l'occasion de pointer du doigt les maisons qui ne respectent pas les usages communs[1]. Quelques décennies plus tard, en 1961, une maison de Saint-Georges d'Orques se plaint auprès des CI que l'un de ses « collègues du village, expéditeur comme nous » ait pu obtenir des faveurs de la part de l'administration[2]. La maison évoque alors une concurrence déloyale qui lui est « défavorable et préjudiciable » alors qu'elle travaille honnêtement depuis plusieurs années de père en fils.

La presse est également un lieu propice pour attaquer la concurrence. Dans ce cas très précis, l'affaire ayant opposé la maison « G. Fabre » de Nîmes et les négociants sétois en 1907, est particulièrement révélatrice. Elle l'est tout d'abord car elle démontre les tensions qui existent entre deux places de production méridionales qui sont directement en concurrence. Elle l'est ensuite car elle attaque de manière globale l'ensemble des négociants sétois[3], sans distinction et de manière particulièrement frontale. Elle l'est enfin par la nature même de la maison « G. Fabre ». Cette dernière est la propriété de Gustave Fabre qui se présente comme un « viticulteur-propriétaire » mais dont la principale fonction est de pratiquer le négoce de vins de la région et d'autres (il vend par exemple des vins de Bordeaux). À la tête de l'une des plus grandes maisons de la préfecture gardoise, il publié également *L'Alliance du producteur et du consommateur*, un mensuel qui dénonce les intermédiaires. Gustave Fabre est donc coutumier des attaques contre le négoce comme on le voit sur la fig. 82.

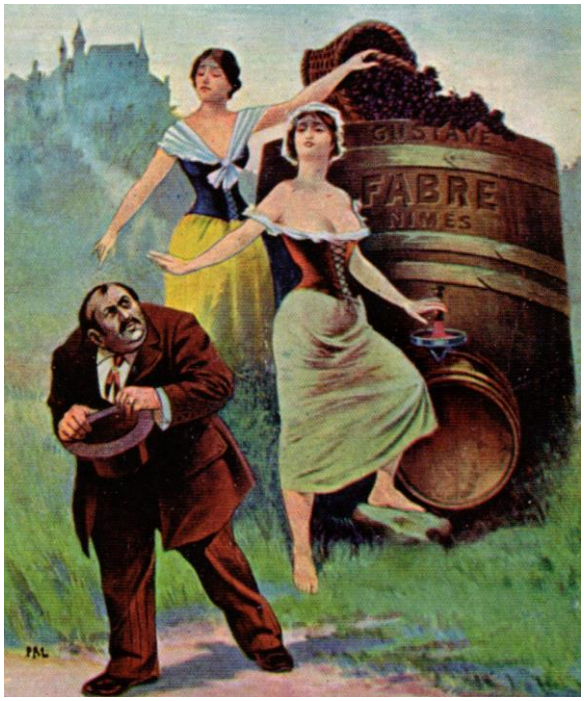


Fig. 82 :« Arrière intermédiaire parasite », 1904

Cette illustration paraît en Une de *L'Alliance du producteur et du consommateur* au début du siècle.
On y voit la Consommation et la Production repousser un négociant à l'allure torve et interlope.
Elles s'appuient sur un foudre au nom de « Gustave Fabre – Nîmes »
Source : SAGNES J. et SÉGUÉLA J.-C., *op. cit.*, p. 47 et *L'Alliance du producteur et du consommateur*, mai 1904.

[1] *BMS*, avril 1908, p. 67 ou *BMS*, juin-juil. 1910, p. 181, par exemple.
[2] CAEF : 2 Fi 199, Lettres à en-tête, Lettre du 14/04/1961.
[3] Ce qui est particulièrement récurrent à l'époque, principalement car Sète concentre de nombreuses convoitises, jalousies et attire de nombreux négociants attirés par les seuls bénéfices engendrés par le commerce des vins.

En 1907, une étape supplémentaire est franchie par Fabre. Dans cet épisode[1], le mensuel, *Je sais tout,* publie une illustration en une, représentant le laboratoire d'un négociant dans lequel se retrouvent flacons et produits chimiques de tous ordres sur les étagères et des sacs de plâtre au sol. Au mur l'inscription : « *LaBlague et Cie, vins et spiritueux, Cette* », suivie de la légende : « Une triste vérité – Ce ne sont plus les vignerons qui font le vin à présent, ce sont des industriels, des chimistes. Quand on pense à tous ces hectos qui sortent de leurs usines, sans qu'un grain de raisin y soit entré, il y a de quoi s'indigner ! » Cette illustration est financée par la maison « G. Fabre » de Nîmes dont la publicité affirme sur la même page que « c'est la fabrication artificielle qui concurrence le vrai vin ». Fabre reconnaît d'ailleurs devant le tribunal correctionnel de Montpellier avoir payé pour cette illustration. Le but ici est clairement établi : atteindre l'honneur et la considération de tous négociants en vins de Sète afin d'éliminer des concurrents qui sont en pleine expansion en ce début de XXe siècle, en partie en raison de la place importante qu'occupe le port de Sète dans le commerce des vins[2]. Il s'agit de les associer à la fraude en faisant passer les négociants sétois pour des trafiquants, produisant dans leurs chais des marchandises non-issues des vendanges. La publication est condamnée par le tribunal de Montpellier suite à la plainte déposée par Jean Prats au nom du Syndicat des négociants de Sète. Reconnu coupable d' « un acte de concurrence déloyale », la maison Fabre est condamnée à 50 F d'amende et à une publication de la condamnation dans *Je sais tout*. Cet exemple nous permet donc de saisir qu'au début du siècle au moins, l'invective et le dénigrement font partie des stratégies commerciales auxquelles se livrent, sous une apparence épuratrice, même les plus grandes maisons.

Or, l'action de la justice est ici importante car elle exclut le dénigrement de la concurrence des stratégies commerciales. Mais elle le circonscrit à la sphère privée où il reste encore assez important. En effet, par la suite, ce dénigrement existe toujours mais il est plus subtil et nuancé : Augé affirme ainsi que ses concurrents ne disposent pas des mêmes vins de qualité que lui lorsqu'un de ses clients cherche à faire jouer la concurrence pour avoir des prix plus bas[3]. Quant à Hugues Jeanjean, il affirme en parlant d'Ulysse Vergnes que ce dernier pouvait cumuler les postes syndicaux car il était à la tête d'une « toute petite maison » qui passait surtout des contrats avec la SNCF ou l'armée[4]. Les Prats également, en dépit des précautions de langage, n'hésitent pas à stigmatiser certains des importateurs nouvellement arrivés à Sète dans les années 1960[5]. Néanmoins, elles participent d'une construction identitaire qui est propre aux activités commerciales, d'autant plus dans un milieu comme le commerce des vins où la concurrence et les cloisonnements structurels entre types de négoce sont exacerbés.

Ces stratégies, lorsqu'elles sont ouvertes, sont d'autant plus déplorables qu'elles nuisent à la respectabilité de la profession dans son ensemble. Les observateurs extérieurs sont les premiers à critiquer ce manque de solidarité. Pierre Bergé dans son étude sur les marchés

[1] L'ensemble de l'affaire est évoquée dans *MJM*, n° 847, 12 avril 1907.
[2] GALTIER G., *Le port de Sète*, Montpellier, Imprimerie de la Presse, 1945.
[3] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Lettre à Miquel, janvier 1934.
[4] Entrevue H. Jeanjean, avril 2011.
[5] Entretiens avec J.-M. Prats et B. Prats.

des vins du Midi souligne « l'esprit d'indépendance et de concurrence qui anime la plupart des commerçants », esprit « nuisible » selon lui à la solidarité nécessaire pour surmonter les crises[1]. Jean-Louis Cazalet, pour sa part, note à de multiples reprises dans son analyse du port sétois, qu'il est souvent reproché aux négociants locaux de se concurrencer entre eux plus qu'avec l'extérieur[2]. Au même titre et dans le même esprit, le *Midi Vinicole* publie dans les années 1950 et 1960 des articles qui appellent à la fin des divisions et à la cohésion nécessaire du négoce méridional face aux périls qui surgissent[3]. En conséquence, si l'on peut tout à fait comprendre les attaques dont est victime le négoce héraultais tant de la part de la production[4] que des négociants de l'extérieur[5], tous deux cherchant à limiter le pouvoir d'action d'un intermédiaire qu'ils jugent inutile, les attaques ouvertes entre maisons de commerce méridionales nuisent à l'idéal de solidarité porté par les syndicats locaux et le syndicat régional.

Ils participent également à la dégradation d'une réputation particulièrement détériorée par des pratiques commerciales douteuses.

Omissions, artifices et autres combines

L'inventivité commerciale est au cœur des logiques de développement entrepreneurial des maisons de commerce en vins héraultaises[6]. Elles prennent une tournure négative lorsqu'elles cherchent à flouer la clientèle. Ces différents types de combines commerciales que l'on retrouve dans les archives des maisons de commerce ou dans les archives judiciaires sont de deux sortes. Celles touchant aux dérives transactionnelles et celles concernant les machinations publicitaires.

Dans les transactions, Augé cumule et pratique tout un ensemble de combines qui explique en grande partie à la fois le mécontentement de ses clients et la disparition assez rapide de son entreprise. L'étude de son cas est particulièrement édifiante et permet de comprendre pourquoi en 1963, l'auteur du « Procès du Commerce » dans le *MV* souligne qu' « il fut un temps où sa façon [au Commerce] de faire empirique le désignait à toutes les sauces »[7]. En effet, Augé ne respecte pas les règles usuelles du Commerce, ce qui provoque des mécontentements tant du côté de ses fournisseurs que de ses clients. En septembre 1933, un des propriétaires chez qui il se fournit lui écrit que « selon les usages de la place, le paiement intervient le deuxième vendredi après les retiraisons », or c'est déjà le troisième et Augé, qui

[1] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 74-76.
[2] CAZALET J.-L., *op. cit.*, p. 310-314.
[3] « Tout a été entrepris pour discréditer et anéantir le petit Négoce d'antan » peut-on lire dans le *Midi Vinicole* le 16 novembre 1963.
[4] En janvier 1911, le *BMS* nous apprend qu'une coopérative vient d'être condamnée à 3.000 F. de dommages et intérêts pour diffamation (*BMS*, janv. 1911, p. 6). C'est également le cas dans les années 1930 ou 1950 (cf. *Action Méridionale* ou *Midi Vinicole*, notamment les rapports de Congrès de la FM).
[5] Etienne, l'un des clients d'Augé évoque la mauvaise réputation des négociants héraultais à qui il ne fait plus confiance à la suite de déboires passés (Etienne ne fait plus d'avances car il « a laissé des plumes avec des marchands en gros de [la] région » ADH : 6 U 2 749, Faillite Augé, Lettre d'Etienne, 06/04/1929).
[6] A. Daumard évoque la nécessité de renouveler ses techniques commerciales pour attirer de nouveaux clients. Cf. DAUMARD A., *op. cit.*, p. 190.
[7] « Le procès du Commerce », *MV*, 16/11/1963.

cherche à gagner du temps, ne l'a toujours pas réglé, d'où son vif mécontentement[1]. Quelques semaines plus tôt, un autre propriétaire lui avait déjà demandé de le prévenir à l'avenir par téléphone avant de venir retirer le vin qu'il lui a acheté, sinon, il pourrait connaître des « ennuis possibles »[2]. De toutes évidences, Augé ne l'a pas prévenu par le passé et a envoyé, à l'improviste, son entonneur pour récupérer sa marchandise.

Si cela reste sans grande incidence pour les fournisseurs, c'est beaucoup plus problématique du côté des clients. En effet, en juin 1933, la maison « Masson-Bazin » se plaint d'un envoi prématuré qui la « gêne pour le logement »[3]. L'expédition étant prévue pour le 25 juillet, l'envoi le 5 juillet risque de poser des problèmes pour le négociant troyen qui ne dispose pas de vaisselle suffisante. Le commerçant troyen n'est pas le seul à lui faire ce genre de critiques[4]. À l'inverse, Augé accumule à certains moments les retards. En novembre 1933, PARIDOC, qui est un intermédiaire entre le négociant héraultais et des négociants de l'extérieur, reproche à Augé ses retards nombreux dont se plaignent abondamment les clients[5]. En outre, à de multiples reprises, ni la contenance, ni le degré ni le tarif ne correspondent aux accords passés avec les clients, ce qui entraine de nombreuses contestations et protestations[6].

Enfin, l'une des critiques les plus répandues et les plus véhémentes à l'encontre du négociant cessenonais est l'envoi des traites avant l'envoi de la marchandise. En effet, dans la pratique, lors de l'expédition, la gare de départ envoie une notification à la gare d'arrivée qui, à son tour, prévient le client. Si certains clients ne souhaitent payer les traites qu'une fois la marchandise arrivée[7], certains s'entendent avec Augé sur un délai après l'envoi[8] tandis que d'autres acceptent de payer une fois la notification de départ reçue[9]. Or Augé envoie régulièrement ses traites plusieurs jours avant la date convenue. En outre, il envoie ses traites « avec frais », ce qui met le client sous la menace d'un protêt, c'est-à-dire d'une obligation de paiement. Cette pratique, régulière chez Augé[10], entraîne de multiples tensions avec l'ensemble de ses clients, des ponctuels aux plus réguliers. D'ailleurs, Augé étant l'une des principales signatures de la Banque populaire, une notice lui est consacrée par l'inspecteur de la BDF en 1933. Il y relève le développement de la maison, mais il dénote « les nombreux retours [c'est-à-dire les traites impayées par ses clients] dus surtout à ce que M. Augé n'attend pas l'arrivée de la marchandise qu'il livre pour escompter les traites à courte échéance qu'il remet à son banquier »[11]. S'il ne faut pas généraliser à l'aune du seul Augé[12], son cas est tout de même

[1] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Lettre du 10/09/1933 (nom illisible).
[2] *Ibid*., Lettre de Chabaud de Maraussan, 29/07/1933.
[3] *Ibid*., Lettre de Masson, 29/06/1933.
[4] En novembre 1933, Guérin l'un de ses plus gros clients lui reproche d'avoir « été livré sans instruction », c'est-à-dire sans l'avoir demandé (*Ibid.*, Lettre du 15/11/33).
[5] *Ibid*., lettre de PARIDOC du 02/11/1933.
[6] Villatte en mars 1929 qui est facturé 160 F l'hl au lieu de 159 ; Sarlot qui est mécontent du poids du WR expédié le même mois ou les Ruches Modernes qui avaient passé une commande de 150 hl mais reçoivent une expédition de 170 hl (voir ADH : 6 U 2 746).
[7] Comme la maison Paulon-Mary (Puy-de-Dôme).
[8] 15 jours par exemple après l'expédition pour la maison Morel-Masson (Puy-de-Dôme).
[9] Comme la « Maison du peuple » de Commentry.
[10] On la retrouve tant en 1929 qu'en 1933.
[11] ABDF : Béziers, 1933.
[12] On retrouve ce type de pratiques assez fréquemment dans les rapports de la succursale de la BDF qui relève les retours des traites des différentes maisons de commerce locales et leur motif.

révélateur des pratiques nuisibles à la bonne image du Commerce héraultais. C'est également le cas dans les démarches publicitaires entreprises par ces derniers.

En effet, depuis le début du XXe siècle, les négociants ont intégré dans leurs stratégies commerciales, nous l'avons vu, des démarches publicitaires publiques ou privées. Ainsi, Augé, dans sa correspondance avec des clients qu'il cherche à démarcher, souligne régulièrement la qualité des vins qu'il vend. En août 1933, il les décrit comme « supérieurs en qualité et appréciés dans toute la France »[1]. Il promet également des vins originaires de la région, essentiellement récoltés autour de Cessenon. Denis Dourlan, dans la même logique, fait paraître des annonces dans *La Nation Belge* ou dans le *Petit Parisien* où il promeut « un vin authentique du Midi », début 1926[2]. Il indique d'ailleurs dans une lettre à un de ses futurs représentants qu'il « expédie [lui]-même le vin de [sa] propriété », que son vin est « par conséquence d'origine » et qu'il dispose d'ailleurs de ses propres étiquettes[3]. Régulièrement, il vante la qualité de ses vins et l'assurance de la satisfaction de sa clientèle.

Dans les faits, la réalité est bien différente. Dourlan perd rapidement des clients mécontents de la médiocre qualité de ses vins tel ce négociant garonnais furieux de la cassure d'un vin deux mois après son achat[4] ou la Coopérative d'alimentation de Castelsarrasin qui le menace suite à la réception d'un vin trouble[5]. Le cas de Dourlan est d'ailleurs particulièrement représentatif des combines commerciales qui nuisent au négoce local car en dépit de ses affirmations, le vin qu'il vend ne provient en aucun cas « exclusivement » de sa propriété et n'est nullement d'origine[6]. Augé, quant à lui, qui se targue de vendre du vin de « sa région » achète régulièrement des vins algériens par l'intermédiaire de transitaires sétois[7] ou se fournit dans le Narbonnais. Paul Granier, dans la même logique, lui aussi vend, à ses clients du nord de la France, une marchandise, coupée par des vins algériens qui transitent par Rouen, puis son entrepôt de Charenton[8]. Ainsi, bien que les négociants se targuent dans leur immense majorité d'expédier « directement depuis la propriété » ou d'être des « propriétaires directs » comme l'indiquent leurs papiers à en-tête, il ne s'agit là que d'un leurre commercial pour rassurer la clientèle. Bien souvent, s'ils sont propriétaires d'une vigne, la production de cette dernière ne représente qu'une très faible part de leurs expéditions et elle ne sert que de légitimation commerciale.

S'il s'agit là finalement de situations qui sont soient tacitement admises[9] soit potentiellement accidentelles[1], bien plus graves sont les tromperies commerciales. En 1910 par

[1] ADH : 6 U 2 754, *op. cit.*, Lettre à Riouallon, 10/08/1933.
[2] ADH : 6 U 5 526, « Faillite Dourlan », Février 1926. Il prévoit également de faire passer des annonces dans *Le Matin de Paris*, *Le Journal* en France ou *Le Matin Belge* et *La Libre Belgique* en Belgique, journaux auprès desquels il se renseigne pour connaître les tarifs.
[3] *Ibid.*, Correspondance, avril 1926.
[4] *Ibid*., Lettre au représentant Mauran, 15/09/1926.
[5] *Ibid*., Lettre de la Coopérative de Castelsarrasin, 08/12/ 26.
[6] Il subit de très nombreux coupages et manipulations.
[7] En août 1933 par exemple il achète par l'intermédiaire de la maison sétoise « Euzet », 100 fûts de vin vieux d'Algérie (ADH : 6 U 2 754, *op. cit.*).
[8] ADH : 106 J 207, Fonds Granier, Annexe de Charenton, Régie des vins de Charenton.
[9] Notamment les coupages par des vins algériens.

exemple, un négociant biterrois envoie une publicité à de potentiels clients. Sur ce prospectus, il est écrit qu'Édouard de Rimont, propriétaire-viticulteur au Château de Fonceranes, expédie directement de sa propriété des « vins de renommée ». Le prospectus est orné d'une couronne de marquis et d'une vignette représentant le château entouré de ses vignobles, deux éléments qui visent à rassurer la clientèle. Ces derniers qui s'enquièrent des prix reçoivent alors une réponse sur un papier à en-tête et signé « Rimont », promettant un « cru réservé, extra supérieur ». Or ce négociant n'est pas Édouard de Rimont et s'il possède bien un tènement à Fonceranes, près de Béziers, il n'a aucun rapport avec le propriétaire du château. Devant le tribunal correctionnel de Montpellier auquel il a été présenté à la suite d'une plainte d'un négociant de Blois, le négociant biterrois se justifie en expliquant que « Château de Fonceranes » représentait une marque et de fait, il avait le droit de l'utiliser, ce que reconnaît la cour qui le condamne néanmoins pour tromperie sur la qualité du produit – les vins n'étant ni un cru spécial, ni extra-supérieur et d'une autre origine – à 8 jours de prison avec sursis, 500 F de réparation des dommages et à faire publier la condamnation dans le *Petit Méridional* et la *Dépêche du Midi*[2]. En 1937, un négociant frontignanais est inculpé d'infraction à la législation sur les appellations[3]. Il vend en effet du vin avec les étiquettes ci-dessous :

Fig. 83 : Une étiquette de « Frontignamont »
Frontignan, années 1930
Source : AMF : 3 F 15, « Affaire Frontignamont »

Or, selon le service de répressions des fraudes, tant la dénomination (« Frontignamont ») que la vue du château « sont de matière à faire croire à l'acheteur que le vin provient d'un cru d'origine » (en l'occurrence ici du « frontignan », c'est-à-dire du muscat). En dépit des dénégations du négociant héraultais qui affirme que sa cliente rémoise connaissait la nature exacte du vin (un vin de coupage dit « de fantaisie »), il écope d'une amende.

[1] Casse ou piqure sont habituelles avec les vins du Midi en raison des fortes chaleurs.
[2] *MJM*, n° 945, 5 juin 1910.
[3] AMF : 3 F 15, « Affaire Frontignamont », Procès-verbal de renseignements à l'autorité judiciaire, interrogatoire de J. Paloc, 29/11/1937.

Dans les années 1960, la compagnie CDC, ex-Dubonnet, qui produit ses apéritifs à Sète, est accusée d'avoir réduit ses bouteilles de 98 à 90 cl. sans en avoir averti sa clientèle[1]. Citons enfin l'exemple de ces maisons qui se servent de prête-noms pour pouvoir vendre dans des régions où leur crédibilité commerciale a été entamée. C'est également la possibilité de doubler lors des périodes de restrictions leur capacité d'expédition ou produire l'illusion d'une concurrence commerciale alors qu'ils monopolisent le marché[2].

Ces attitudes commerciales sont néfastes pour l'image de la région car elles sous-entendent que les négociants du Midi ont besoin de mentir – ou au mieux de dissimuler – pour pouvoir vendre les vins de la région. Ces procédés ne font à terme que renforcer la défiance entourant la filière locale.

On peut toutefois s'interroger sur les causes de ces dérives dans le négoce héraultais.

Appât du gain ou manque de professionnalisme ?

Il est délicat de conclure sur les motivations profondes et les raisons objectives de tels comportements. Néanmoins, à la lecture de la correspondance des différentes maisons de commerce, deux facteurs peuvent être évoqués.

Le premier est le manque de professionnalisme. Cette critique est récurrente, au moins jusqu'aux années 1950, à l'encontre de nombreux commerçants héraultais. Citons, à nouveau, cet article du *Midi Vinicole* qui évoque les « méthodes empiriques » dans le négoce[3] et qui admet que jusqu'aux années 1960, les négociants méridionaux, et donc héraultais, n'étaient pas assez rigoureux pour faire face à une demande à la fois atomistique et très exigeante. À la même époque, Raymond Dugrand, qui étudie l'économie régionale, note que le milieu commercial viti-vinicole se caractérise par la « juxtaposition de sociétés modernes et puissantes et de petites firmes rétrogrades »[4].

Au demeurant, ce constat n'est pas nouveau. Déjà, dans les années 1920, Prosper Gervais et Jean-Louis Cazalet relevaient l'amateurisme de certaines maisons de commerce. Pour Gervais, c'était là le signe de la trop grande libéralisation du secteur au tournant des années 1900, qui a entraîné l'afflux de nouveaux acteurs qui n'étaient pas forcément issus du monde viti-vinicole ni rompus aux pratiques commerciales. Il soutient qu'à partir de ce moment-là, le Commerce « désemparé »[5] souffre d'un manque de rigueur et de sérieux. Il insiste, en outre, sur le manque d'expérience de ces nouveaux venus, qui, travaillant le plus souvent à la com-

[1] *MV*, 27/01/1968.

[2] Les exemples sont nombreux dans les rapports d'inspection de la BDF : notons par exemple la maison « Filliol » de Marseillan qui dispose de deux « hommes de paille » à Marseillan et à Frontignan (ABDF : Béziers, 1921 et 1923), la maison « J. Meyer » qui tire sur ses représentants pour que ces derniers vendent en leur nom (ABDF : Béziers, 1925) ou l' « Union vinicole algérienne » de Béziers dont le gérant est un négociant, ancien failli, « sans aucune surface ni confiance » (ABDF : Montpellier, 1931). Il existe enfin une multitude de cas où un négociant, ayant perdu toute crédibilité sur le marché des vins, continue à travailler sous le nom d'un membre de sa famille (cf. ABDF : Béziers, 1933, Maison « Brun » dont le rapport note que Joseph, mal réputé et mis en liquidation judiciaire, continue à exercer la profession sous le nom de sa femme, Marie). Enfin, dans les années 1930, les trois quart de la production de vins doux frontignanais est commercialisée, sous différents noms, par la maison Anthérieu (cf. ABDF : Sète, 1937).

[3] « Le procès du Commerce », *MV*, 16/11/1963.

[4] DUGRAND R., *op. cit.*, p. 170.

[5] GERVAIS P., *op. cit.*, p. 2.

mission, affolent les marchés par des attitudes que l'on peut qualifier – au mieux – d'erratiques. Quelques années auparavant, Cazalet également regrettait la trop grande facilité de création et de liquidation des maisons de commerce, évoquant un « trop grand brassage »[1]. Il recommande d'ailleurs une plus grande stabilité afin de transmettre un savoir-faire au sein des structures commerciales sétoises. S'il faut nuancer quelque peu ces constats[2], on ne peut qu'abonder dans le sens d'un manque de professionnalisme généralisé, au moins jusqu'aux années 1950 où une nouvelle génération d'entrepreneurs et la concentration au sein de structures plus professionnelles changent la donne. Ainsi, en période de prospérité, il n'est pas rare de voir des maisons de commerce ouvrir avec à leur têtes des personnes issues de milieux totalement étranger au monde commercial[3].

D'ailleurs, à la fois Augé et Dourlan sont emblématiques de cet amateurisme. Les deux ne sont pas à l'origine des commerçants en vins et ne semblent pas venir d'une famille de négociants. Dans les années 1920, Augé est référencé comme négociant en engrais et l'*Annuaire de l'Hérault en* 1929 le recense comme « courtier en vins ». Il faut attendre 1931 pour qu'il apparaisse dans la rubrique « commissionnaire en vins »[4]. Dourlan, pour sa part, est un comptable à l'origine et il se lance dans le commerce des vins en 1925. Son abandon rapide, en 1927, avec la maladie de son beau-père laisse à penser qu'il est entré dans la profession à la suite de ce dernier. Du reste, quand il reprend, seul, ses activités en 1929, il ne reste à la tête de la maison que quelques mois, sans grand succès. En 1932, il change de métier[5].

Leur inexpérience est particulièrement remarquée et critiquée. Dourlan prend des renseignements qui prouvent qu'il débute dans la profession et il semble ne pas avoir de ligne conductrice : il vend des blancs mais parle ensuite d'un futur commerce de rouge et de rosé, sans que cela ne se concrétise jamais. Les années 1925-1926 sont presque exclusivement consacrées à la recherche de représentants pour pouvoir écouler ses vins. Ses conditions tarifaires également évoluent largement et très rapidement. Après des prix trop hauts et trop rigides, il cherche rapidement à s'adapter aux doléances de ses représentants, plus aguerris que lui et qui maîtrisent mieux le marché des vins.

Augé de son côté, est constamment soumis aux critiques de ses clients. En 1929, Villatte son représentant à Montluçon lui tient les reproches suivants : « Vous travaillez beaucoup, je le constate, mais vous négligez ce qui touche à la correspondance, les factures, l'administration. » Il lui rappelle alors la liste des promesses qu'il lui avait faites lors de son passage et qu'il n'a pas tenues[6]. Un autre de ses représentants précise ces critiques en 1929 :

---

[1] CAZALET J.-L., *op. cit.*

[2] On sait par exemple que nombre de maisons à forfait travaillent à la commission et qu'elles sont capables également de fortement désorienter le marché par des achats massifs. On peut aussi objecter à J.-L. Cazalet que si les structures commerciales changent, ce sont souvent les mêmes acteurs qui restent en place.

[3] Ainsi, le rapport de la BDF de 1923 nous apprend qu'une nouvelle maison vient d'ouvrir à Béziers avec à sa tête un ancien commissaire de la brigade mobile de Montpellier. Ce dernier vient de racheter une maison à deux frères négociants et il est décrit comme « intelligent mais aucune expérience en affaires » (ABDF : Béziers, 1923, Maison « Cals P.-F. »).

[4] *Annuaire de l'Hérault*, 1931.

[5] Il se lance dans les assurances.

[6] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre de Villatte, 22/03/1929.

> « J'ai vu aujourd'hui M. Lévêque [un des clients d'Augé] qui pour la troisième fois a retourné votre chèque parce que vous n'avez pas réglé avec lui. Vous lui avez adressé un télégramme il y a 15 jours en lui disant de payer et que vous faisiez suivre la somme due, mais il attend encore. […] De même pour Melle Certhoux qui m'avise aujourd'hui que son wagon est en gare et qu'elle n'a pas de facture et comme elle ne veut pas d'histoire et que vous avez encore une fois un règlement à faire avec elle, le wagon ne sera pas retiré tant qu'elle ne sera pas en possession de facture, en vous laissant la responsabilité du magasinage. Ce sera tant pis pour vous, vous ne voulez pas vous mettre à travailler sérieusement, ce pendant vous avez reçu des leçons qui auraient dû vous édifier.
> J'ai vu M. Aymard qui ne peut pas tirer parti de votre dernier vin tellement il est mauvais […] vous pouvez être sûr qu'il ne passera pas de nouveaux ordres. »[1]

Quelques jours plus tard, il réitère ses récriminations :

> « Hier j'ai vu M. Garnerie [à propos d'un retard de livraison de 6 jours] et je constate qu'avec vous, c'est toujours la même chose et qu'il est absolument impossible de travailler sérieusement. […] Vous en prenez tout à votre aise sans vous inquiéter du dérangement que vous pouvez occasionner. […] Votre travail est fait d'une manière déplorable, les factures partant 6 jours avant ou 6 jours après l'expédition du wagon. […] Et toujours ce travail fait dans un désordre épouvantable. »[2]

Les mots sont durs et le constat accablant mais Augé semble sourd à ces remarques. Ainsi, quatre ans plus tard, quelques mois avant sa faillite, les reproches sont toujours les mêmes : Morel-Masson se plaint des factures toujours en retard et trop imprécises. En novembre, Augé lui a envoyé une facture pour 12 fûts sans indiquer la contenance, ce qui est problématique, notamment vis-à-vis de la Régie[3]. Augé lui répond que le bulletin d'entonnage a été égaré et accuse son entonneur, stratégie de dédouanement qu'il adopte de manière récurrente face à l'abondance de critiques sur sa mauvaise gestion[4]. D'ailleurs, le rapport d'inspection de la BDF en 1933 relève exactement les mêmes soucis dans la gestion peu rigoureuse par Augé de son fonds de commerce[5].

[1] *Idem*, Lettre de Lafont, 15/03/1929.
[2] *Idem*, Lettre de Lafont, 19/03/1929.
[3] ADH : 6 U 2 755, Faillite Augé, Lettre de Morel, 30/11/1933.
[4] Une étude du ton et du vocabulaire utilisés dans les lettres qu'il reçoit est particulièrement frappante à ce sujet. Plus de la moitié des lettres sont des lettres accablantes, pressantes ou comminatoires.
[5] ABDF : Béziers, 1933. L'inspecteur relève la propension d'Augé à escompter les traites avant l'arrivée de la marchandise, ce qui entraîne de nombreux retours.

Le second facteur qui explique certaines pratiques – et dérives – dans la gestion quotidienne est très notablement l'appât du gain. Les négociants sont avant tout à la recherche des bons coups, ce qu'on appelle les « coups de fusil », sur le marché des vins. Ainsi, les rapports de la BDF regorgent d'informations sur les aptitudes des négociants à vouloir réaliser de bonnes affaires et sur leur appétit pour les gains rapides. C'est d'autant plus vrai que sur le marché des VCC, les marges sont très réduites et les cours particulièrement fluctuants. En 1905, tel négociant de Saint-Thibéry « paraît bien faire ses affaires » tandis que telle autre maison biterroise « doit gagner de l'argent mais se montre un peu ardent »[1]. En 1914, un négociant montpelliérain est qualifié d' « actif et un peu ardent » alors qu'une maison biterroise fait « des affaires actives depuis quatre ans et [réalise] de beaux bénéfices »[2]. En 1922, cet appât du gain est confirmé au sujet d'une des maisons les plus réputées de la région pour laquelle il est écrit : « Gros brasseurs d'affaires qui a gagné de l'argent pendant la guerre et a essayé de se soustraire par la politique [ce négociant est un élu] aux paiements des bénéfices de guerre »[3]. En 1933, un négociant sétois est stigmatisé pour avoir, alors qu'il connaissait des difficultés, pris avec ses créanciers « des arrangements qui ont paru ensuite lui être favorables ». L'inspecteur note d'ailleurs « sa moralité assez mal appréciée sur place », en grande partie en raison de cette avidité[4].

S'il n'existe pas de documents aussi fiables que ceux de la BDF pour les années 1950-1960, nous renseignant sur l'affairisme des négociants, une certaine continuité peut être retrouvée dans la presse spécialisée. En effet, cette dernière est l'écho à la fois du mécontentement des producteurs qui regrettent l'avidité des négociants et du mécontentement des commerçants qui estiment leurs marges trop réduites. Ainsi, en croisant ces deux discours propagandistes antagonistes, on peut conclure que la question du gain, si elle n'est plus formulée de manière claire comme jusqu'à la fin des années 1930, est toujours au centre des problématiques du monde du Commerce. D'ailleurs, Berger et Morel, dans leur étude sur l'économie viticole languedocienne relève que durant tout le XXe siècle, « la commercialisation du vin hors de la région [est] source d'importants profits »[5].

Augé et Dourlan semblent d'ailleurs avoir été attirés pour cette raison. En effet, tout laisse à penser que leur motivation première est la réalisation de gros bénéfices. Du reste, c'est ce qui se passe pour la maison « J. Augé » dont l'inspecteur de la BDF note en 1933 : « L'affaire de faible importance à ses débuts, s'est rapidement développée et traite aujourd'hui un chiffre d'affaires élevé […], ses engagements à la Banque Populaire [présentent] des traites de 5 chiffres sur une nombreuse clientèle. »[6] Le rapport de la Banque populaire de Béziers en 1935 évoque lui aussi les gros bénéfices réalisés par Augé lors de son arrivée sur le

[1] ABDF : Béziers, 1905.
[2] ABDF : Montpellier, 1914.
[3] ABDF : Montpellier, 1922.
[4] ABDF : Sète, 1933.
[5] BERGER A., MAUREL F., *La viticulture et l'économie du Languedoc du XVIIIe siècle à nos jours*, Montpellier, Ed. du Faubourg, 1980, p. 170.
[6] ABDF : Béziers, 1933.

marché des vins[1], ce qui l'a très certainement poussé à s'impliquer encore plus dans une activité récente pour lui.

Ainsi, toutes les manœuvres opérées par Augé laissent à penser qu'il cherche à réaliser de multiples profits (tab. 99). Par exemple, lorsque Morel-Masson se plaint d'un vin expédié non-filtré, Augé lui propose de le faire pour 3 F par hl supplémentaires, ce qui irrite Morel[2]. Un autre de ses clients lui reproche de lui faire payer les vins au forfait alors qu'il lui demande à la commission. Augé semble considérer que les quelques opérations qu'il pratique (entonnage, filtrage) justifient le forfait, bien plus profitable pour lui. Et lorsqu'il vend à la commission, c'est généralement au-dessus des tarifs de la concurrence ou de ses promesses[3]. Enfin, sa propension à régulièrement vendre des quantités plus importantes ou à un degré moindre que ce qui était prévu est, là-aussi, symptomatique de l'avidité du négociant cessenonais. Il s'agit toujours de différences minimes permettant ainsi de ne pas rompre la transaction, mais qui sont pour Augé une source de bénéfices certains.

Tab. 99 : Combines et recherche de profits dans le négoce héraultais
L'exemple de la maison « J. Augé »

Type de combine		*Cause(s)*	*Conséquence(s) possible(s)*[4]
SUR LA MARCHANDISE	Quantité inférieure	Achat à découvert + Hausse des cours	Limiter les effets de la hausse sur un vin non-détenu
	Quantité supérieure	Volonté d'expédier des vins logés	Gain de place (soit à la propriété soit aux Magasins Généraux[5]) + réduction des frais
		Hausse des cours	Profits
	Titrage inférieur	Qualité réelle du vin ou omission	Profits
SUR LA TRANSACTION	Traites envoyées en avance	Manque de fonds	Liquidités + garanties pour les banques
		Amateurisme	
	Retard dans les expéditions	Attente d'une baisse des cours	Profits
		Gestion des locations de WR	Réduction des frais
	Avance dans les expéditions	Rotation + rationalisation dans le logement des vins	Réduction des frais
	Mensonge sur la qualité	Achat au-delà du Cessenonais + qualité aléatoire des vins locaux	Profits
			Attractivité

Source : ADH : 749-756, Faillite Augé, *op. cit.*, 1929-1934

[1] CAEF : B-34219/2, Rapport d'inspection de la Banque Populaire, Béziers, 1935, p. 112.
[2] ADH : 6 U 2 755, *op. cit.*, Lettre de Morel, 20/10/1933. Morel l'accuse de « se moquer de ses clients » et se dit « très mécontent de sa façon de faire ».
[3] ADH : 6 U 2 755, lettre de Lacombe, août 1933 : « Nous ne sommes pas d'accord et votre maison en prend trop à son aise avec moi » alors qu'Augé essaie de lui faire payer 6 F l'hl de commission alors qu'il était convenu de lui facturer 5 F (et 2 F la mise en gare contre 1,50 F).
[4] Si le client accepte et n'envisage pas un contentieux.
[5] Augé ne dispose pas de chais.

Ainsi, bien qu'il soit délicat de certifier que les pratiques abusives sont dues à tel facteur plutôt qu'à un autre, il est certain que, durant l'ensemble de la période, les quantités considérables de fonds engendrées par le commerce des vins attirent des personnages plus ou moins aptes à s'inscrire dans la durée et surtout à assimiler la rigueur nécessaire à la profession.

En définitive, le tableau est particulièrement contrasté. Si une partie de la mauvaise réputation se justifie par certaines pratiques tant dans la commercialisation que dans la confection des vins héraultais, il est indéniable que les négociants héraultais ne sont pas les seuls à adopter de telles pratiques. Dans d'autres régions, les tensions entre commerçants sont légions (à Paris, en Algérie ou dans le Bordelais par exemple) et l'ensemble des négociants français pratiquent coupage et traitements, même dans les crus les plus prestigieux[1].

Il semblerait surtout que les vins héraultais souffrent d'une confusion dans l'esprit des consommateurs, née du mythe du vin naturel au début du siècle puis de sa concurrence-complémentarité avec les vins algériens. Ce manque de lisibilité nuit à la probité commerciale des vins du département. Mais, il ne faut toutefois pas négliger les pratiques contraires aux intérêts généraux du commerce des vins, pratiques dont Augé et Dourlan sont particulièrement représentatifs.

Ces dernières accentuent la complexité des relations que le négoce des vins entretient avec la loi dans le département.

[1] LUCAND C., *op. cit.,* p. 51 et sq.

CHAPITRE 2 : L'IMPACT FONDAMENTAL DE LA JUSTICE SUR LE MARCHÉ DES VINS HÉRAULTAIS : CONTRÔLE ET NORMALISATION

Dans un secteur viti-vinicole particulièrement soumis aux fraudes et aux abus en tous genres[1], l'action de la justice est fondamentale. Dans l'Hérault plus qu'ailleurs : le département, dans le cadre du marché des VCC, donne le ton sur le marché national. En cela, l'état de la correspondance entre le ministère de la Justice et le parquet de Montpellier rend bien compte de cette activité inlassable et constante[2].

Grâce à son action, la justice, aidée en cela par la Régie et l'activité syndicale, dégage une jurisprudence régulatrice qui, petit à petit au XXe siècle, fixe le cadre juridique du bon fonctionnement du marché des vins. Ces des règles sont alors appliquées avec rigueur, mais également « avec prudence et avec souplesse »[3], souvent dans l'intérêt de l'ordre commercial. Cela n'est toutefois pas sans créer de tension entre une justice éprise de régulation et les aspirations des négociants au strict respect de la liberté entrepreneuriale.

Les tribunaux méridionaux, source d'une régulation adaptative

Sur l'ensemble de la période, l'action des tribunaux est primordiale car elle se situe dans un système conventionnel qui constitue le cadre du marché[4]. Ces tribunaux, qu'il s'agisse des tribunaux de commerce, des tribunaux civils ou du tribunal pénal, veillent à la bonne application des lois qui régissent le marché des vins. Ils permettent, par le respect qu'ils intiment, de structurer et de rationaliser les transactions et les pratiques dans le cadre d'une démarche régulatrice qui sait se montrer tour à tour sévère ou compréhensive. Surtout, cette dernière est essentielle car elle assure la construction juridique[5] d'un marché agité.

Standardiser les pratiques : la fixation des usages locaux dans le premier tiers du XXe siècle

Alessandro Stanziani explique dans l'*Histoire de la qualité alimentaire*, qu'au tournant du XXe siècle, si l'État a défini une norme en termes de qualité alimentaire, son applicabilité pose problème[6]. Dans la première partie du XXe siècle notamment, l'objectif des tribunaux, et plus particulièrement de ceux de l'Hérault, va donc être de fixer cette norme dans la

[1] GAUTIER J.-F., *Le vin et ses fraudes*, Paris, PUF, 1994.
[2] AN : BB/18/6022 à 6037, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Crise viticole de 1907. Malheureusement, cette correspondance court uniquement de 1885 à 1939, ce qui ne nous permet pas de voir les évolutions sur l'ensemble de notre étude.
[3] MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*, p.8.
[4] BONIN H., « Justice et entreprise en France : une histoire révélatrice des mutations économiques et politiques (XIXe-XXe siècles) », *Histoire de la Justice*, n° spécial « Les tribunaux de commerce. Genèse et enjeux d'une institution », n°17, 2007/1, p. 165-185.
[5] Voir à ce sujet TORRE-SCHAUB M., *Essai sur la construction juridique de la catégorie de marché*, Paris, LGDJ, 2002.
[6] STANZIANI A., *Histoire de la qualité alimentaire, XIXe-XXe siècle*, Paris, Seuil, 2005, p. 415.

jurisprudence. Cela passe par un dialogue juridique et institutionnel constant entre la norme édictée par la loi et les usages locaux.

Dans le cas de l'Hérault, le rôle des tribunaux est capital car le département, plus gros producteur du territoire métropolitain, sert de référence, principalement pour les VCC. De ce fait, Béziers et Montpellier jouent un rôle particulièrement important dans ce processus : Béziers car elle est la « capitale du vin » et qu'à la fois les usages et les cours de la place sont pris en considération lors des litiges impliquant des VCC. Montpellier car la cour d'appel de Montpellier est au cœur du monde viticole : trois des quatre plus grands départements producteurs[1] dépendent de sa juridiction civile. En conséquence, la cour de Montpellier « apparaît, en quelque sorte, comme la cour régulatrice en matière des marchés du vin »[2].

Pour un marché des vins particulièrement soumis aux tentations et profondément perturbé par les mutations qu'il subit depuis le début du XXe siècle (multiplication des lois, évolution des structures marchandes et productives, mutation des relations commerciales, assainissements successifs du marché), la fixation des usages locaux est une nécessité. Il s'agit donc de les inscrire dans la jurisprudence, soit en les institutionnalisant, soit en les amendant. C'est d'autant plus nécessaire dans une filière structurée par les ventes et les achats de marchandises. Or comme le rappelle Bonnecase : « Le contrat de vente est celui dont l'usage est le plus fréquent dans la société mais c'est aussi le sujet sur lequel s'exercent avec le plus d'énergie la cupidité et l'ambition des hommes. »[3] Il est donc essentiel de fournir un effort d'encadrement.

Dans la pratique, les tribunaux s'appuient alors régulièrement sur les usages locaux pour justifier et éclairer leurs décisions. Par l'intermédiaire de la jurisprudence, c'est une reconnaissance par la justice de pratiques qui font donc force de loi. Mais, à l'inverse, lorsqu'ils sont infirmés par la loi, il faut renoncer à tout un ensemble de pratiques. Ainsi, la justice, en entérinant certains usages locaux et en niant certains autres, institutionnalise de nouveaux usages qui peu à peu deviennent les usages locaux et qui s'inscrivent dans un droit positif vinicole en formation.

C'est le cas par exemple pour les agréages. L'agréage est la condition *sine qua non* pour que la vente soit considérée comme parfaite[4]. Or, dans la réalité, l'agréage au début du siècle n'a pas toujours lieu. S'il est réel dans le cadre de transaction avec de nouveaux clients, la plupart des ventes sont des ventes « en bloc » et des ventes « à la mesure »[5]. On se fie alors essentiellement à deux éléments : les rapports personnels et de confiance que l'on entretient avec le fournisseur ou l'intercession du courtier qui s'occupe de la dégustation. Ainsi, dans le premier quart du siècle, les litiges liés à l'agréage – ou plutôt au défaut d'agréage – sont nombreux. Dans certains cas, l'agréage n'a pas été réalisé[6], dans d'autres, la visite d'agréage,

[1] Aude, Hérault, Pyrénées-Orientales.
[2] MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*, p. 8.
[3] BONNECASE, Revue des ventes et transports, janvier 1925, p. 7.
[4] Article 1587 du *Code civil* et *supra*, p. 112.
[5] Vente d'une cave entière ou vente d'une quantité bien précise.
[6] « Ferran c./ Parrès » in *MJM*, 12/07/1908, CAM (31/01/1908).

obligatoire chez le propriétaire[1], a été omise. Il en résulte de nombreux arrêts de la cour de Montpellier qui explicitent très clairement l'exigence d'agréage pour que la vente soit parfaite. Ainsi, en dehors de quelques cas exceptionnels[2], la cour impose par la jurisprudence une norme actée par le législateur. Un bémol toutefois : cela ne signifie pas que l'agréage est réellement pratiqué dans chacune des transactions mais que la justice considère que c'est le cas. Ainsi, la sécurité de la vente repose sur un facteur psychologique (la confiance entre partenaires) et un facteur normatif (la jurisprudence).

L'agréage devient donc un usage local prescriptif qui, s'il n'est pas respecté dans le cadre d'une transaction où survient un litige, peut entraîner la responsabilité de l'un ou l'autre des contractants. Ainsi, après 1914, les litiges qui surgissent au sujet de l'agréage sont beaucoup plus rares et concernent essentiellement des litiges pour lequel l'agréage sert d'arme transactionnelle : après un litige au sujet d'un premier wagon-réservoir, semble-t-il mouillé, qui avait été refusé, un négociant héraultais demande à son client de venir agréer sur place les nouveaux wagons-réservoirs prêts à être expédiés. Or le client habite à Brest. Ce dernier proteste alors contre « la condition d'agréage à la gare départ », ce qui n'est pas dans les usages habituels du Commerce. Un employé brestois est tout de même envoyé à la gare de Campagnan où aucun wagon-réservoir ne l'attend. La cour, reconnaissant que l'agréage sur place était donc un prétexte pour faire annuler la vente, condamne le négociant héraultais à verser au négociant breton plus de 10.000 F de DI[3].

En 1921, une autre condition de la vente fait débat : il s'agit de la question du degré. Une affaire est portée devant la cour d'appel de Montpellier au sujet d'une différence entre le degré promis et le degré expédié. Or si le degré n'est pas une des clauses légales de la vente parfaite, il peut l'être si c'est une condition essentielle du marché. Dans le cas présent, les vins sont des vins héraultais expédiés vers la Touraine qui achète justement ces vins pour leurs hauts degrés. La cour considère donc que l'usage local de vendre des vins aux négociants de l'Extérieur pour leur titrage élevé est, implicitement, une clause essentielle et donne raison au client tourangeau[4]. C'est, ici aussi, la reconnaissance formelle d'un usage commercial traditionnel qui était, jusque-là, implicite.

Les tribunaux peuvent également reconnaître certaines pratiques locales qui, alors, deviennent également des usages locaux prescriptifs. C'est le cas dans le règlement des traites et des acomptes. Ainsi, à plusieurs reprises, les tribunaux institutionnalisent des pratiques locales. Il est, par exemple, d'usage à Béziers de régler l'acompte le premier vendredi[5] après le contrat. En 1910, la justice confirme officiellement cette pratique dans un arrêté où le tribunal civil reconnaît que l'acompte doit être réglé dans un « délai court »[6], se référant aux pratiques

[1] « Martin-Olive c./ Blain-Nicolas » in MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*, p. 100.
[2] Notamment ceux où l'absence d'agréage sert de prétexte pour faire annuler la vente ou réclamer des dommages et intérêts (« Martel c./ Bastide » (06/07/1908) in MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*, p. 106). C'est également le cas lorsque vendeur et acheteur se sont entendus contractuellement sur l'absence d'agréage.
[3] *MJM*, 01/01/1926, TCvM (10/12/1925).
[4] *MJM*, 13/11/1921, CAM (18/06/1921).
[5] C'est-à-dire le jour du prochain marché.
[6] *MJM*, 27/03/1910, TCvB (27/01/1910).

en vigueur dans la capitale biterroise. En 1912, la cour d'appel de Montpellier, dans une affaire impliquant un négociant et un propriétaire, fixe les usages locaux en matière de règlement des soldes et des acomptes. La cour stipule alors que si le délai de retiraison est fixe, il n'est pas possible de forcer le client à l'avancer ni à verser les traites en avance. Pour justifier sa décision, le tribunal s'appuie sur les usages locaux : à Montpellier, dans le cas de petites quantités, les livraisons et les paiements ont lieu dans le mois qui suit le contrat ; dans le cas de grosses quantités, elles ont lieu avant le 31 juillet suivant (avec une simultanéité des versements). À Béziers, le paiement s'effectue, pour sa part, le vendredi d'après la retiraison[1].

Les tribunaux interviennent également dans le cas de la gestion temporelle des négociations pré-contractuelles. En effet, il est d'usage dans le département que les prix proposés ne le soit que pour une durée très courte, en raison des fluctuations parfois rapides des cours. En conséquence, le tribunal civil de Montpellier, en 1908, déboute un négociant montpelliérain qui avait attaqué en justice un propriétaire de Grabels car ce dernier lui avait refusé une vente. En l'occurrence, c'est le négociant qui a mis trop de temps à répondre, dans l'objectif, selon la cour de « gagner du temps »[2]. Dans un autre cas de figure, en cas de non-retiraison à l'échéance du contrat, il est habituel que les deux parties puissent s'entendre sur une prorogation, tacite, de la dernière retiraison, ce que reconnaît le tribunal de commerce de Béziers en septembre 1910[3]. En 1929, le tribunal civil de Montpellier, reconnaissant qu'il est d'usage dans le Midi de ne pas surveiller les caves vendues, déboute un négociant de l'extérieur qui poursuivait un négociant héraultais pour dégradation des marchandises, restées trop longtemps sans surveillance[4]. Cette décision est justifiée par les rapides rotations des stocks des vins méridionaux et conditionne la nécessaire adaptation à cette donnée par les négociants extra-méridionaux.

À l'inverse, il arrive que les tribunaux rejettent certaines pratiques locales. Citons le cas par exemple en décembre 1907 d'un négociant qui achète huit foudres de vin à un propriétaire biterrois[5]. Sur ces huit foudres, deux sont surplâtrés. Si la justice consulaire en première instance, estimant que le vin provient « de la région de Béziers où tous les vins sont plâtrés » ne considère pas cette vente comme entachée d'un vice caché, la cour d'appel de Montpellier décide de casser le premier jugement du tribunal de commerce de Béziers et de condamner le propriétaire. C'est ici un cas doublement intéressant. Il montre que justice consulaire et justice civile n'ont pas forcément la même interprétation de la loi. Mais surtout car, dans cet exemple, une pratique régionale fort usuelle et répandue, le plâtrage, est mise en question. Il faut dorénavant, même dans le cas d'un usage local traditionnel, respecter la loi[6]. Dans le même ordre d'idées, en 1928, le tribunal de commerce de Sète indique que le terme « vente à

[1] *MJM*, 10/03/1912, CAM (18/01/1912).
[2] *MJM*, 14/06/1908, TCvM (13/04/1908).
[3] *MJM*, 01/01/1911, TCB (17/09/1910).
[4] *MJM*, 15/02/1930, TCvM (21/12/1929).
[5] *MJM*, 16/02/1908, CAM (02/12/1907).
[6] La loi remonte à 1880 mais elle est très inégalement appliquée. Il faut attendre la loi Griffe sur la falsification des vins en 1889 et surtout la loi du 28 janvier 1903 qui confirme l'interdiction du plâtrage.

l'année » ne correspond pas à l'année viticole qui s'arrête le 31 juillet ou le 31 août comme le pratiquent jusque-là de nombreux propriétaires, mais correspond à 12 mois civils[1].

Par ailleurs, cette action institutionnalisant les usages locaux se double d'un encadrement visant à réduire au maximum les abus qui déstabilisent la filière.

Encadrer la filière : mettre fin aux abus

Tandis que les lois veillent à encadrer les conditions transactionnelles et normatives du marché des vins au cours de la période (1905, 1907, Code du vin, 1953, 1959 pour les plus importantes), les tribunaux héraultais cherchent, de pair avec le législateur, à assumer et à assurer le contrôle d'une filière particulièrement soumise aux abus de toutes sortes. S'il s'agit de punir la fraude, la justice entame également dès le début du siècle une opération d'assainissement de la filière afin de bannir une série de pratiques répréhensibles.

Sont dès lors visées toutes les techniques qui, dans le cadre de relations transactionnelles, visent à profiter de la cupidité, de l'ignorance ou de la distance des partenaires, mais également de la désorganisation du système répressif.

Tout d'abord, évoquons à nouveau le cas de ce négociant biterrois qui achète huit foudres de vins dont deux surplâtrés en 1906[2]. Lorsqu'il se défend devant la cour d'appel de Montpellier, le propriétaire reconnaît le surplâtrage des vins mais il considère que la vente étant « en bloc »[3], il suffit de mélanger, comme c'est pratiqué habituellement, les huit fûts pour faire baisser le taux de plâtrage. Cependant, la cour avance deux objections. La première concerne l'opération en elle-même : rien ne dit qu'elle ne réussisse. La seconde remet en question l'obligation de mélanger : si le négociant fait cela, il ne pourra plus revendre fût par fût, ce qui est la pratique habituelle dans le cas de telles transactions. La cour décide alors de condamner le propriétaire à récupérer les deux foudres illégaux[4]. Il s'agit ici d'une décision importante car elle indique qu'en dépit des pratiques tacitement acceptées par les uns et par les autres, les manipulations sont désormais plus sérieusement contrôlées. Ici, la justice rejette les arrangements conventionnels qui se font en la défaveur de l'un des plaignants. C'est ainsi une étape importante vers la rationalisation de la filière par une définition d'un cadre rigoureux et normé.

Le même processus est en œuvre près de cinquante ans plus tard lorsque, le 18 décembre 1956, la cour d'appel de Montpellier condamne définitivement l'utilisation du Micotox[5], un produit interdit après la guerre. En effet, à la suite de prélèvements effectués en 1949, 1950 et 1951, la justice décide d'engager des poursuites pour mettre fin à ces pratiques cou-

[1] *MJM*, 15/11/1928, TCS (15/04/1928)
[2] *MJM*, 16/02/1908, *op. cit.*
[3] C'est-à-dire qu'il a vendu un ensemble réparti en 8 fûts et non pas huit fûts isolément. C'est d'ailleurs cet argument que retient le tribunal de commerce de Béziers.
[4] *MJM*, 16/02/1908, CAM, 20/12/1907.
[5] Le Micotox est un produit dont l'agent principal est à base d'acide monobromoacétique. Il agit principalement comme conservateur pour stabiliser les propriétés des vins mutés ou pour adoucir les vins trop âpres et râpeux, ce qui est souvent le cas dans le Midi.

rantes mais pourtant bannies par la loi. Les négociants et les propriétaires condamnés à des peines allant de 12.000 à 100.000 F[1] se justifient en arguant que le Micotox n'est pas un produit dangereux puisqu'autorisé pendant la Seconde Guerre mondiale et que par ailleurs, son innocuité a été démontrée par certains experts. Même le *Midi Vinicole* défend l'utilisation du Micotox et les traitements que subissent les vins mutés pour lutter contre les maladies lors de la vinification[2]. L'affaire fait alors la Une de la presse spécialisée et le *Midi Vinicole* n'hésite pas à parler de l' « Affaire » Micotox (fig. 84).

LA REPRESSION DES FRAUDES

L'Affaire MICOTOX

Un journal comme le nôtre, spécialisé dans les informations concernant la production et le commerce des vins, ne saurait passer sous silence l'affaire Micotox — pour aussi pénible qu'elle soit

Après l'affaire du ferrocyanure de

allant de 300.000 à 800.000 francs.

Mais l'action fiscale semble être prescrite et il est probable que le temps aidant, l'affaire doive finalement ne se traduire que par quelques amendes amnistiées par l'amnistie Pinay. Les débats doivent continuer mardi prochain.

Fig. 84 : Une du *Midi Vinicole*
03/12/1955

Ici aussi, l'objectif de la justice est de mettre un terme à l'impunité que peuvent éprouver certains acteurs du marché des vins en perpétuant des techniques et des pratiques, plus ou moins tacitement acceptées par tous[3], mais illégales. Il s'agit alors d'épurer le marché dans un contexte de remise en question du modèle de production et de distribution.

Il en va de même avec la question de la détention de vins illégaux, elle aussi récurrente dans les tribunaux héraultais. Dans cette lutte, les tribunaux suivent logiquement l'évolution de la loi. Ainsi, au début du siècle, ce sont les vins piqués et les vins mouillés qui envoient le plus souvent leurs propriétaires devant les tribunaux. En 1915-16 par exemple, le tribunal correctionnel de Montpellier étudie 20 affaires liées aux fraudes sur le vin. En 1919, ce chiffre grimpe à 26 affaires. À chaque fois, plus de 60 % des procédures concernent le mouillage et la piqûre. Dans les années 1920, les différentes manipulations sont plus activement surveillées, notamment après les lois de 1919-1921. Ainsi, en 1925, deux négociants frontignanais sont visités par le Service de répression des fraudes et se voient dresser un procès-verbal pour « fausse déclaration de la qualité de la boisson mise en vente » après avoir utilisé du noir animal. On leur reproche une technique traditionnelle mais éminemment propice aux abus : le détachage des vins. Si cette pratique est tolérée dans certains cas comme, par exemple, le dé-

[1] *MV*, 09/01/1957.
[2] *MV*, 03/12/1955.
[3] C'est cette thèse que défend J. Valéry dans le *Midi Vinicole*.

tachage des vins blancs, elle est particulièrement sanctionnée dans le cas des vins rouges et des vins rosés. Ainsi, tandis que l'un des deux négociants est relaxé car il a utilisé du charbon pour décolorer un vin blanc, le second est condamné pour avoir voulu rendre blanc un vin rouge. Il n'est ainsi par puni pour la décoloration mais pour « changement de caractère du vin », soit une tromperie sur la marchandise et une mise en vente de vins illégaux. Il est condamné à une amende de 200 F, la confiscation des 26 hl détachés et il doit rembourser les frais juridiques à la Régie[1].

À partir des années 1930, les tribunaux sont plus sensibles à l'origine des vins et les décisions de justice s'orientent plus vers le contrôle des appellations[2] ou le respect des prescriptions réglementaires, comme la stricte régulation des coupages de vins français par des vins étrangers[3]. Au sujet des appellations, la justice est d'ailleurs assez sévère. En 1932, Ernest Alby évoque devant le Congrès de la Fédération méridionale, le cas de trois négociants héraultais poursuivis pour avoir vendu des vins de Banyuls comme des vins de liqueur, alors qu'à la fois les « Banyuls » et les vins de liqueur sont rigoureusement encadrés par la loi[4]. En 1950, un négociant frontignanais est, quant à lui, poursuivi devant les tribunaux pour avoir vendu un vin d'appellation à un mauvais degré[5]. En 1952, la question de la détention de vins déclassés inquiète à son tour les négociants : pour éviter les charges pesant sur les vins à appellation d'origine, des propriétaires et des négociants qui avaient renoncé à celle-ci avaient été quand même poursuivis[6]. En effet, selon certaines interprétations de la loi, ils étaient passibles de sanctions pour falsification et vente de vins illégaux. Une telle jurisprudence alarme fortement les négociants. Enfin, dans le cas des vins impropres à la consommation, la presse spécialisée évoque alors la possibilité pour les négociants, en dépit de leur bonne foi, d'être poursuivis devant le tribunal correctionnel en vertu de la loi du 4 juillet 1931[7]. Ainsi en août 1931, une maison de négoce montpelliéraine est inquiète : en novembre 1930, 300 hl d'un vin tunisien leur étant destinés ont déclarés été « impropres à la consommation » lors de leur expertise par le service des douanes à Sète et ont été saisis. Les négociants, outre la perte financière que représente cette mobilisation, s'inquiètent de possibles poursuites qui pourraient les viser en vertu de la nouvelle loi. Mais ils sont dédouanés par le parquet de Tunis en accord avec le parquet de Montpellier[8]. En 1935, le procureur général de Montpellier évoque le cas d'un négociant de la région poursuivi pour avoir acheté « un vin impropre à la consommation […] en raison de son degré alcoolique inférieur à 8°5 »[9]. En 1962 enfin, la cour d'appel de Montpellier condamne un négociant héraultais pour avoir fait rentrer dans ses chais 108 hl de vins impropres à la consommation, ce dont, dit-il, il n'était pas au courant[10].

[1] « Cl. Paloc c/ Régie », TCorrM, 27/01/1926, cité par MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*,, p. 50
[2] Notamment en application des lois de 1919 et 1935.
[3] Loi du 1er janvier 1930, art 4.
[4] *AM*, 15/05/1932.
[5] *MV*, 17/06/1952.
[6] *MV*, 12/01/1952.
[7] C'est un sujet récurrent dans l'*AM* dans les années 1931-32 après la définition des vins impropres à la consommation par cette loi en 1931 (9° pour l'Hérault).
[8] AN : BB/18/6037, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Rapport du parquet de Tunis, 22/08/1931.
[9] *Ibid*., Lettre du 17/04/1936
[10] Arrêt de la cour d'appel de Montpellier, 14/06/1962.

On le voit, il y a donc un basculement après 1930. La justice cherche alors à réprimer les abus non plus liés à la seule détention de vins falsifiés mais aux vins qui ne correspondent pas à la qualité attendue et définie par la loi. Ce renversement sémantique, mental et opérationnel important prouve l'adaptabilité de la justice à un contexte économico-commercial très changeant. En quelque sorte, justice et justiciables n'évoluent pas dans un vide institutionnel mais, au contraire, suivent les inflexions impulsées par le législateur. Il est par ailleurs intéressant de noter que ce basculement se produit, peu ou prou, au même moment que s'opère le basculement syndical vers la défense de la qualité des vins méridionaux. On peut y voir ici l'influence et l'impact du discours syndical qualitatif depuis les années 1920.

Enfin, la justice héraultaise traque et condamne les abus financiers qui surgissent dans un monde des vins où la circulation de masses financières est importante. En juin 1910, le tribunal correctionnel de Béziers condamne deux négociants héraultais à 15 jours de prison et à respectivement 7.000 et 1.500 F d'amende pour usure[1]. Les deux hommes sont condamnés pour avoir passé des contrats de warrantage fictifs. Les négociants prêtaient, à des taux supérieurs à ceux admis par la loi, de l'argent sur des quantités de vin warrantés que les propriétaires n'avaient pas en leur possession. Alors que la loi permet, dans le cadre d'un warrant, un prêt à hauteur de 5% maximum[2], les négociants prêtent jusqu'à un taux atteignant 50 % à un propriétaire déclarant 600 hl warrantés alors qu'il n'avait produit cette année-là que 130 hl. Ils réalisent cette opération à six reprises entre 1907 et 1908, pour un total de plus de 90.000 F. Cet arrêt de justice est important car c'est là, en période de crise, une pratique courante de la part de négociants malhonnêtes qui profitent de propriétaires aux abois financièrement. Pour Gaston Mercier, voilà une décision fondamentale qui « met fin à des opérations plus ou moins suspectes dans notre région »[3]. Cet arrêt permet d'assainir la profession, tout en restaurant une image dépréciée par de telles pratiques.

Dans les années 1930, le parquet de Montpellier instruit un dossier dans lequel un négociant de la région s'est fourni auprès de fournisseurs algériens pour près de 1,8 M de F sans jamais les payer. Concrètement, le négociant fournissait de fausses informations pour avaliser les contrats, envoyait des traites non-encaissables puis se déclarait en banqueroute. Le procureur souligne qu'il s'agit là d'une affaire particulièrement compliquée car « on se trouvait en présence d'une affaire habilement montée et d'une comptabilité adroitement truquée »[4]. Le négociant, inculpé pour escroquerie, banqueroute frauduleuse et faux en écriture, est alors écroué sans que l'on connaisse malheureusement l'issu de la procédure.

Au début des années 1950, un négociant de Nébian est quant à lui poursuivi en justice pour avoir « extorqué 2.605 hl de transfert[5] à la coopérative de cette commune ». Pour arriver à ses fins, il a contrefait la signature du président de la cave coopérative sur des soumissions

[1] *MJM*, 12/03/1911, TCorrB (29/06/1910).
[2] Loi du 3 septembre 1907.
[3] *MJM*, 12/03/1911, TCorrB (29/06/1910).
[4] AN : BB/18/6037, *op. cit*., Lettre du parquet de Montpellier, 11/07/1934
[5] Les transferts d'échelonnement permettent à des viticulteurs d'accroître leurs capacités d'expédition. Ces transferts sont achetés à l'administration ou à d'autres exploitants.

acceptées par un receveur-buraliste « vraisemblablement négligent »[1]. Une fois en possession de ces transferts, il pouvait les revendre à des propriétaires qui en avaient besoin pour pouvoir vider leur cave. En outre, ces transferts, comme dans le cas d'un des plus gros courtiers de Clermont-l'Hérault, ancien négociant, n'ont jamais été déclaré aux CI et étaient donc libres de tous droits et taxes. C'est là semble-t-il une fraude fiscale très courante à cette époque car très rémunératrice et qui profite de la faiblesse des effectifs de surveillance dans le département.

Il s'agit là dans cet ensemble de cas d'encadrer les transferts de fonds très importants qui conditionnent le marché des vins, mais également de punir les dérives que la convoitise et l'avidité entraînent. Mais l'activité des tribunaux ne se limite pas à la seule dimension répressive, elle garantit également la protection des transactions et, donc, des négociants honnêtes.

Consolider la profession : la justice garante de l'ordre commercial

L'intervention des tribunaux est également prépondérante pour l'activité même des maisons de commerce. En effet, ils permettent de sécuriser les transactions de ces dernières et participent, par là même, à la consolidation de la profession en assurant le respect d'un bon ordre commercial. Cette action est psychologiquement importante car elle suggère que la justice défend aussi les intérêts du négoce héraultais, dans une période particulièrement difficile où ceux-ci sont régulièrement attaqués et menacés.

C'est, tout d'abord, dans le cadre des relations entre les commerçants et leurs clients ou fournisseurs que les tribunaux interviennent. Ils assurent, en effet, la garantie de la légalité des transactions et sévissent contre les malveillances et les escroqueries. En 1908, la cour d'appel de Montpellier condamne ainsi un négociant de l'extérieur aux dépens d'un négociant héraultais. Le premier, qui avait passé une commande de quatre wagons-réservoirs, n'en veut plus finalement que deux. Comme les vins n'ont pas été agrées, il utilise ce prétexte pour faire annuler la vente. Or la justice considère qu'entre commerçants l'agréage n'est pas nécessaire. Il est donc condamné à assumer sa part du contrat mais également à payer des dommages et intérêts car, entre-temps, les prix ont baissé et que cela implique donc une perte de bénéfice pour le négociant héraultais[2]. En 1910, deux propriétaires sont pour leur part condamnés car ils refusent de vendre trop vite la marchandise agréée par le contrat[3]. La cour les condamne pour le préjudice porté au négociant, qui très vraisemblablement cherchait à se couvrir rapidement. Par ailleurs, elle soupçonne les propriétaires soit d'avoir vendu des vins qu'ils ne possédaient pas réellement, soit de chercher à en modifier la nature pour les faire correspondre aux attentes du négociant. L'année suivante, un propriétaire vend sur souche sa production de 300 hl à un négociant. Pourtant, voyant se profiler une montée rapide des cours, il ne délivre au négociant que 155 hl, arguant que seule la moitié de la propriété lui appartient, l'autre appartenant à son beau-père. La justice tranche en faveur du négociant car l'ensemble

[1] CAEF : 4A-2261/2, Fonds des CI, Rapports de vérification (1953-54), Rapport 399-53, « L'affaire XXXX et la société XXXX à Clermont l'Hérault, vérification fiscale de septembre 1953 ».
[2] *MJM*, 12/07/1908, CAM (31/01/1908).
[3] *MJM*, 27/09/1910, TCvB (27/01/1910).

des pièces de régie sont au nom du producteur et non au nom de son beau-père[1]. En octobre 1933, Augé reçoit une lettre de son avocat Terrier à Béziers qui lui apprend que Clarisse, négociant en gros dans le Vaucluse, vient d'être condamné par la justice pour avoir refusé de lui payer les avaries et droits de magasinage, lors d'une affaire litigieuse dont le négociant vauclusien est tenu pour responsable[2]. En 1953, la cour d'appel de Montpellier déclare dans une affaire opposant un négociant à un propriétaire, la nullité des poursuites car le vin avait tourné peu de temps après la transaction. Or il s'agit d'un vice caché qui protège l'acheteur[3].

Dans tous ces exemples, la justice agit afin de garantir la bonne tenue du marché et le respect des conditions préalables à l'instauration de relations de confiance entre partenaires commerciaux.

Dans certains cas, les cours de justice n'hésitent pas à nommer une mise sous séquestre[4] afin de garantir pendant le délai de la procédure le respect des engagements pris par des contractants. En 1910, la cour d'appel de Montpellier nomme un professeur d'Agriculture de Perpignan comme séquestre dans une affaire impliquant la maison « Banel et Thau » de Sète. Il est chargé d'assurer les bonnes conditions d'exécution du marché, notamment la qualité des vendanges[5] : état des grains, conditions climatiques et cryptogamiques, date des vendanges, type de vinification. Tout est consigné par le séquestre et remis, dans un PV, au tribunal[6]. Un séquestre peut également être nommé pendant le procès, notamment lorsque celui-ci a lieu au moment des vendanges et que le litige concerne une vente sur souche. À ce moment-là, le séquestre est chargé de conserver la récolte déjà vendangée, de faire vendanger le reste et de tenir la marchandise à disposition de qui en décide la justice[7].

C'est là une mesure importante car les procédures sont parfois très longues et la mobilisation des marchandises sont préjudiciables pour les négociants plaignants. Il y a donc, ici aussi, la volonté de la part de la justice de sauvegarder les intérêts commerciaux de ces derniers, quelle que soit l'issue de la procédure.

Par ailleurs, la justice intervient également régulièrement dans deux cas : celui des transports et de la qualité. Ce sont deux cas symptomatiques pour la période. En effet, avec l'accroissement de la demande, les litiges avec les transports sont nombreux et, nous l'avons vu, les compagnies de chemin de fer puis la SNCF peinent à reconnaître leur responsabilité. Par l'entremise de la justice, les négociants arrivent à faire entendre leurs droits. En 1907, la veuve Olivier expédie depuis l'Hérault un fût de 220 litres vers l'Allemagne. Lorsqu'il arrive à destination en décembre, il est refusé car il manque environ 100 l. Avisée en mars 1908 du retour de son fût, Olivier le récupère avec seulement 80 l et il est en outre avarié. En vertu de la Convention de Berne qui régit les transports internationaux, Olivier demande réparation, ce que refuse la compagnie arguant que le délit est survenu en Allemagne. Cependant, à la fron-

[1] *MJM*, 08/03/1911, CAM.
[2] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Correspondance, 1933, Lettre de Terrier, 18/10/1933.
[3] CAM (03/02/1953), cité par *MV*, 11/02/1953.
[4] Un séquestre est chargé de s'assurer de la gestion d'un bien en litige jusqu'au règlement de la contestation
[5] C'était l'un des termes conditionnant le marché.
[6] *MJM*, 02/04/1911, CAM (15/10/1910).
[7] *Ibid*., CAM, affaire Cazalis & Prats c. Société coopérative de l'Agly (15/10/1910).

tière, il y avait déjà un creux de 35 cm. La cour conclue donc au larcin à la fois à l'aller et au retour et condamne donc la Compagnie du Midi à verser des indemnités à la maison, soit environ 575 F[1]. D'autres arrêts défendent les négociants contre les coulages, les pertes, les frais de magasinage sur de trop longues périodes d'immobilisation ou en raison de retards injustifiés. La presse spécialisée revient régulièrement sur ces cas qui font alors figure de jurisprudence[2].

Les tribunaux savent également défendre les impératifs de qualité que cherchent à imposer, grâce aux contrats, certains négociants héraultais. Ainsi, en 1922, Paul Araou est attaqué en justice un de ses fournisseurs en vin blanc. Ce cas est particulièrement symbolique car nous avons vu qu'Araou est, dans ses fonctions consulaires et syndicales, un promoteur de la qualité et du nécessaire effort qualitatif sur le marché des vins languedocien. Le contrat qu'il a passé avec son fournisseur stipule qu'« il est bien entendu que pour un rosé vinifié en blanc, il s'agit de vins provenant de moûts n'ayant pas fermenté au contact de la grappe », c'est-à-dire une fermentation sans les éléments solides. Or, Araou, mécontent du résultat, fait prélever, par un huissier et pour expertise, les moûts qui sont trop colorés à son goût. Les vins n'étant pas conformes à ceux demandés, il rompt le contrat. Attaqué par le propriétaire, Araou est reconnu de bonne foi mais l'expertise ayant reconnu le vin comme assez blanc, il doit payer des dommages et intérêts au propriétaire[3]. Cet épisode est toutefois important : il prouve que certains négociants sont déjà en 1920 à la recherche d'un produit d'excellente qualité et qu'ils cherchent à imprimer ce mouvement à l'ensemble de la filière.

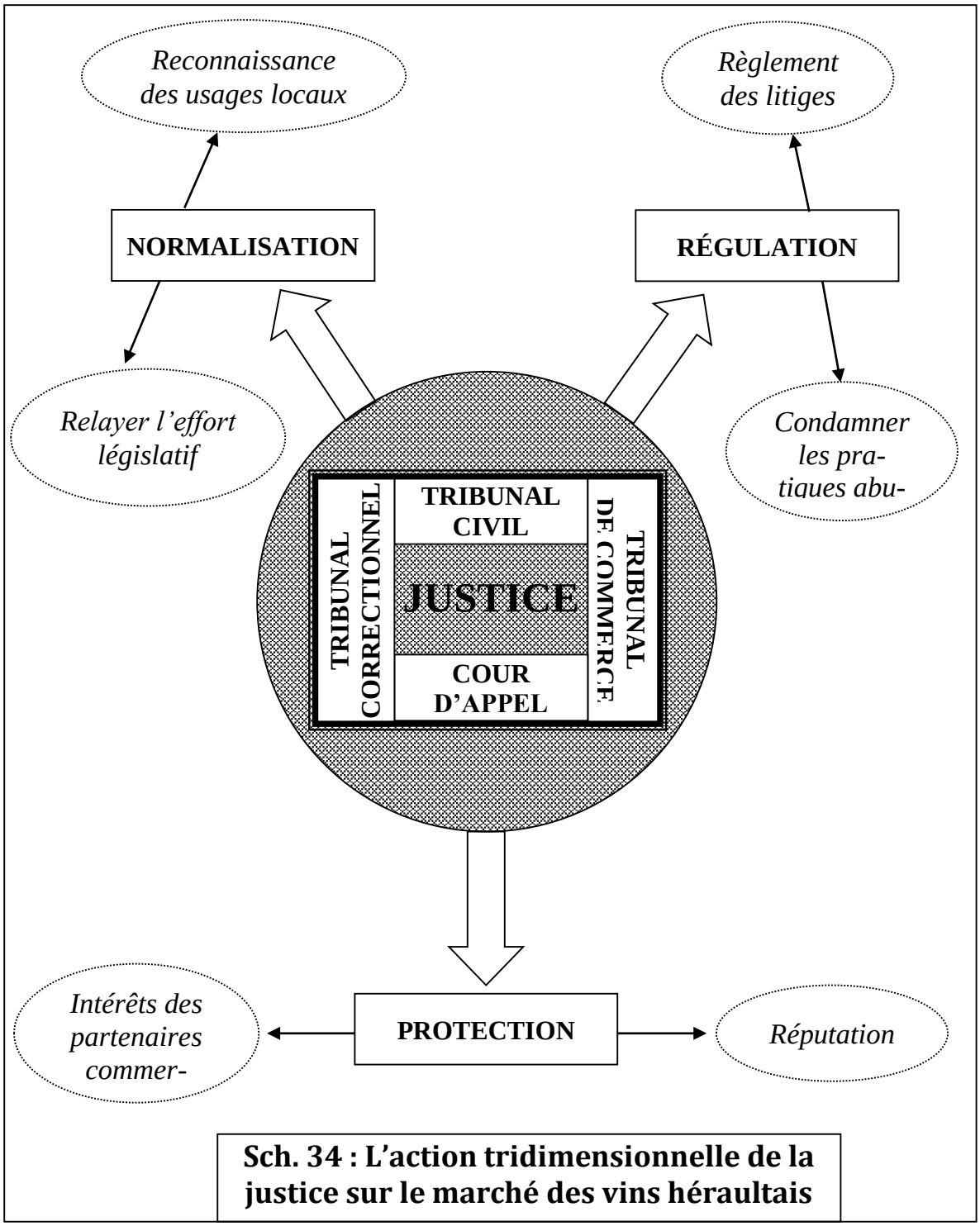
Enfin, les tribunaux peuvent faire preuve de compréhension vis-à-vis des maisons de négoce. En 1927, un négociant, poursuivi pour avoir vendu un vin mouillé à 10-12 %, est finalement relaxé car il s'agissait d'une marchandise provenant d'une vigne nouvelle qui généralement donne une quantité importante de vin mouillé. La cour rajoute que parfois, l'eau de pluie contenue dans les comportes mouille également, involontairement, les vins[4]. Quelques mois plus tard, un négociant sétois est poursuivi devant le tribunal correctionnel de Montpellier pour avoir mis en vente un vin dont la dose d'anhydrite sulfureux était supérieure à la limite autorisée. Le chimiste-expert, qui comparaît, indique : « [Le négociant] vient souvent me donner des échantillons » alors que la cour ajoute qu'« il est fourni les meilleurs renseignements sur X qui exerce un commerce depuis de nombreuses années et qui est favorablement connu dans le milieu commercial ». Au bénéfice du doute et faisant preuve de compréhension devant la bonne foi, mais également la respectabilité du négociant, la cour le relaxe. En 1953, la CGVMA a, de son côté, gain de cause dans une affaire l'opposant à la cave coopérative d'Agde. Cette dernière accuse la CGVMA de ne pas avoir exécuté un marché, ce que la cour ne reconnaît pas, faute de preuve suffisante mais surtout en raison de la régularité habituelle des transactions entre la CGVMA et la cave coopérative[5]. La constance et la fidélité

[1] *MJM*, 30/08/1908, CAM (27/07/1908).
[2] Voir *MJM* n° 872 (1908), 950, 954 (1910) par exemple. Le *BMS* également revient sur certains arrêts des cours de justice (voir nomenclature).
[3] *MJM*, 15/08/1925, CAM (24/06/1925).
[4] *MJM*, 15/05/1927, CAAix (25/11/1926).
[5] CAM, 3/3/1953, cité par *MV*, 13/12/1958.

des liens commerciaux sont ici reconnues comme preuve de la bonne foi de la maison de commerce.

L'action des tribunaux est donc primordiale. Elle recoupe ainsi une triple dimension : normative, régulatrice et protectrice (sch. 34). Si elle attaque les maisons de commerce lorsque c'est nécessaire, elle sait également les défendre lorsqu'elles sont dans leur bon droit.

Les tribunaux jouent ainsi un rôle considérable dans la structuration du marché dont ils suivent les évolutions. Ils sont en cela assistés de deux relais, à la fois complémentaires et antagonistes.



Sch. 34 : L'action tridimensionnelle de la justice sur le marché des vins héraultais

Deux acteurs incontournables, partenaires et antagonistes sur le marché des vins : Service de répression des fraudes et Syndicats

L'action de la justice est rendue possible par un investissement sans relâche de la Régie et des syndicats. En dépit d'intérêts particuliers parfois contradictoires, ces deux acteurs permettent d'assurer à la fois la diffusion des règles en matière de commerce tout comme d'enclencher des poursuites ou des actions en justice. Cela se fait au nom de l'intérêt général de la filière mais également du négoce.

Le Service de répression des fraudes : une ambition pionnière aux effets inégaux

Le principal acteur du monde judiciaire sur le terrain est le Service de répression des fraudes qui est initialement fondu dans le service des CI[1]. La loi du 1er août 1905[2] initie le mouvement en proposant une approche novatrice des rapports commerciaux. Cette loi vise à réprimer « les fraudes dans la vente des marchandises et des falsifications des denrées alimentaires et des produits agricoles »[3]. Principalement déposé pour réguler les transactions dans le monde viti-vinicole et éliminer les fraudes qui saturent le marché à la fin du XIXe siècle, le projet de loi reste en l'état pendant près de huit ans, depuis les premières idées avancées par Méline en 1897 jusqu'au vote de la loi en 1905[4]. Entre temps, il aura fallu la crise de 1903-1904 et les premiers soubresauts dans le monde viticole pour faire accélérer un processus ralenti par les méandres de l'actualité politique de l'époque.

Cette loi est une première étape particulièrement importante dans la lutte contre la falsification et les fraudes car, au tournant du siècle, les avancées scientifiques et chimiques ont permis aux fraudeurs de prendre une avance considérable sur la loi qui se trouve dépourvue d'un instrument efficace de contrôle et de répression[5]. Ainsi, l'État, avec cette loi et l'embryon d'administration qu'il met en place, s'autorise lui aussi à exploiter les avancées de la science et de la chimie à son intérêt. Désormais, le Parlement se dessaisit de ces questions pour en laisser la répression à une administration, le service des CI, plus efficace et mieux adapté à l'évolution protéiforme et rapide de la fraude.

Pour la filière viti-vinicole, c'est une loi fondamentale car elle vise à assurer la sécurité des relations marchandes singulièrement corrompues par les falsifications en dépit des lois précédentes[6]. De la sorte, si la loi peut apparaître aujourd'hui comme une démarche sanitaire visant à protéger le consommateur, elle est à l'époque la mise en œuvre de dispositions qui veillent à réguler les relations entre producteurs et commerçants. Elles permettent ainsi la dé-

[1] C'est pour cela qu'on l'appelle « Régie » dans le Négoce, mot-valise désignant à la fois le Service des fraudes et celui des Contributions indirectes.
[2] JORF du 5 août 1905.
[3] Article 1.
[4] STANZIANI A., *op. cit.*, p. 290.
[5] Sur ce sujet, voir JAS N., *Au carrefour de la chimie et de l'agriculture : Les sciences agronomiques en France et en Allemagne, 1840-1914*, Paris , Ed. des Archives contemporaines, 2001.
[6] Comme la loi de 1851, première en l'espèce sur la répression des fraudes ou la loi Griffe de 1889 sur la définition juridique du vin.

fense d'« honnêtes commerçants dont les doléances et les réclamations doivent être écoutées et traitées avec toute l'aménité et l'ampleur de vue que doivent posséder des hommes libres et égaux »[1].

Satisfaction générale dans le monde du négoce donc mais, d'un autre côté, inquiétude, car la loi avance que seront poursuivis « quiconque aura trompé ou tenté de trompé »[2]. Dorénavant, les experts mandatés par l'administration pour enquêter sur les falsifications et les fraudes devront donc discuter de l'intentionnalité du négociant poursuivi. Or c'est une expertise particulièrement subjective et risquée qui risque d'envoyer le négociant inquiété par la justice– et c'est une des grandes nouveautés de la loi – devant le tribunal correctionnel. De surcroit, la nouvelle loi alourdit les peines en la matière : jusqu'à un an d'emprisonnement et 5.000 F d'amende. Le danger est bien réel pour une profession déjà bouleversée et décontenancée par l'ampleur de la crise et de la fraude. Mais c'est tout de même un premier stade dans la régulation du marché des vins car, comme le souligne Alessandro Stanziani, c'est un « élargissement considérable de la notion juridique du marché »[3].

Dans la réalité des faits, le bilan est plus contrasté. Si la loi de 1905, envisage un assainissement qualitatif du marché et une sécurisation des transactions[4], elle n'a pas d'impact immédiat. En effet, les mouvements contestataires du printemps 1907 démontrent des difficultés d'application d'une loi, qui suscite encore de nombreux débats au Parlement, deux ans après sa promulgation[5]. Surtout, la fraude semble être toujours active, sûrement même plus que jamais comme le soulignent les revendications des « Gueux »[6], notamment en raison de l'inefficacité du personnel chargé de relever les infractions[7], mais également de l'attitude de certains laboratoires, dénoncés par le député Jules Razimbaud[8].

Voilà pourquoi en 1907 une nouvelle étape est franchie : un véritable Service de la répression des fraudes est organisé par deux circulaires en février 1907 puis par le décret du 21 octobre qui dessine les contours de son autorité, de ses fonctions, de ses moyens. C'est la naissance d'un service indépendant et autonome au service de l'application de la loi et donc, du bon ordre du marché. Ces nouvelles dispositions règlementaires sont – officiellement tout du moins – bien accueillies par le négoce : « Notre syndicat […] a applaudi aux dispositions

[1] P. Bret lors de sa première allocution en tant que président du Syndicat de Montpellier (cf. CR de séance, 09/01/1900 in ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède).
[2] Loi du 1er août 1905, Art. 1.
[3] STANZIANI A., *op. cit.*, p. 303.
[4] Deux des principales revendications du Négoce dès le début du siècle. Pour une mise en perspective complète de la loi de 1905 voir DESSAUX P.-A., « Comment définir les produits alimentaires ? L'élaboration des références pour l'application de la loi du 1er août 1905 entre expertise et consensus professionnel », *Histoire, économie et société*, 2006, 25e année, n°1, p. 83-108.
[5] Pas moins de trente séances sont consacrées à la fraude et à sa lutte devant le Parlement entre janvier et juillet 1907 (cf. SAGNES J., *Députés et sénateurs du Midi…*, *op. cit.*).
[6] C'est le surnom que se sont donnés les viticulteurs du Midi lors de la révolte de 1907.
[7] Il n'y a pas de personnel spécialement chargé des prélèvements. Il s'agit de policiers municipaux, de la police des chemins de fer, des agents des contributions indirectes voire des vétérinaires. Les agents des CI qui sont les mieux à même d'opérer ces tâches sont en nombre limité. Par exemple, à Sète en 1906, il n'y a qu'un seul contrôleur des CI ambulant pour plus d'une centaine de maison de négoce dans la seule ville.
[8] Intervention devant la chambre des députés, 07/06/1907, in SAGNES J., *op. cit.*, p. 50-51. Le député héraultais critique l'inaction des laboratoires chargés expertiser les vins et surtout leurs conclusions hâtives en raison de négligences nombreuses.

prises par le gouvernement et aux instructions données aux Directeurs des CI dans ce but » écrit le Syndicat régional fin 1907[1]. Et il est certain que le Commerce se montre soucieux de respecter les nouvelles directives comme l'indique une lettre adressée par le Syndicat de Montpellier au directeur de la Station œnologique de Montpellier en octobre 1907. Dans cette correspondance, le président du syndicat interroge le spécialiste régional sur l'emploi du noir animal en œnologie car il se dit « frappé de l'ambigüité […] du règlement d'administration publique » à ce sujet[2]. Ainsi, en dépit du satisfecit initial, peut-on toutefois émettre l'hypothèse d'une très grande prudence – voire d'une certaine circonspection – à l'annonce de ces modifications réglementaires et de leurs impacts, notamment au début de la période.

Néanmoins, on note aussi un certain mécontentement face aux nouvelles mesures, jugées trop rigoureuses, qui encadrent les pratiques dans les chais : en novembre, Félix Michel se plaint des nouvelles dispositions du mutage au souffre[3] tandis qu'Astric s'interroge sur l'application de l'interdiction de l'usage des produits de composition secrète[4].

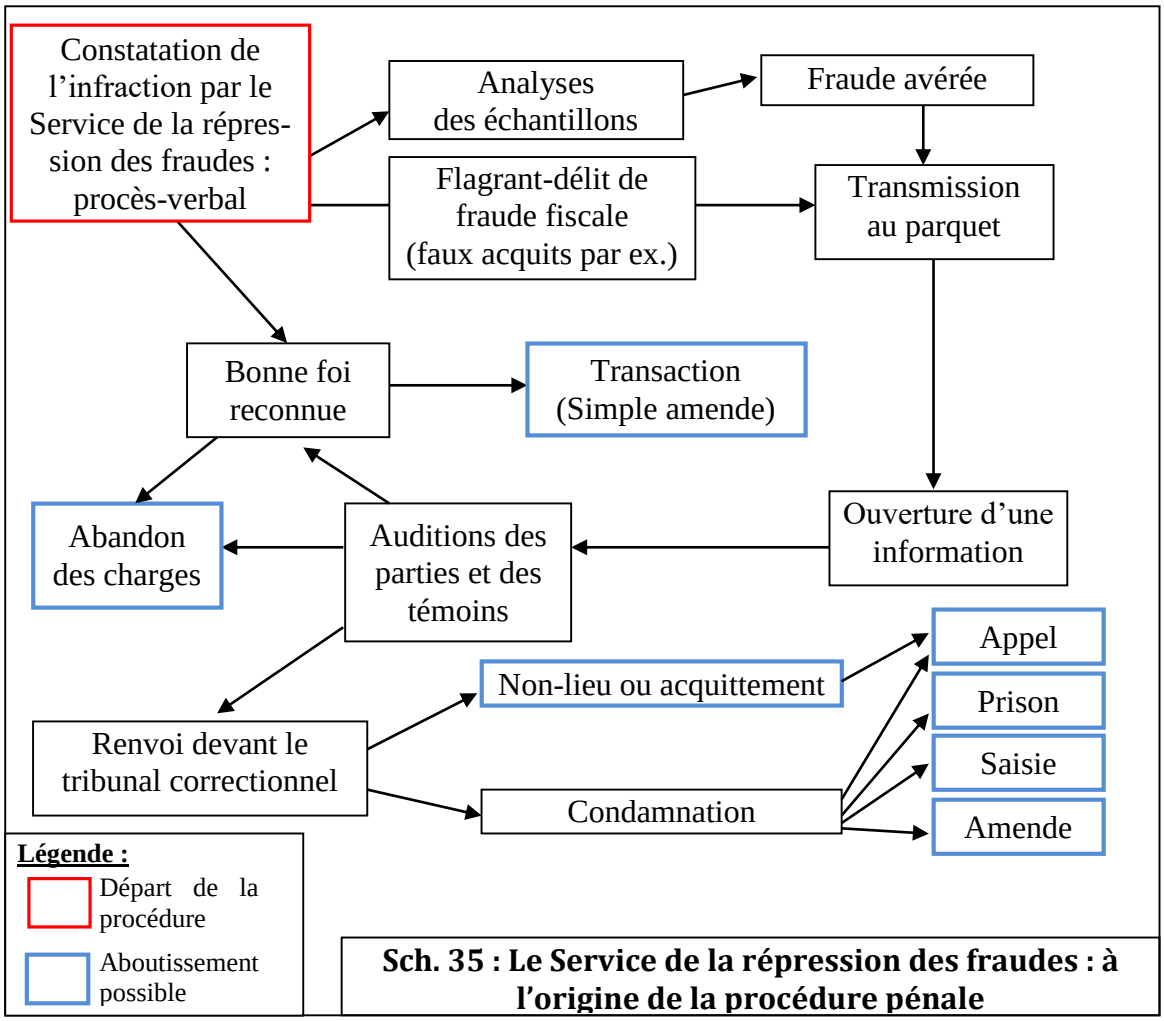
Dorénavant l'action de la Régie est complète. Elle dispose du pouvoir légal (loi de 1905) et exécutif (décret de 1907) pour assurer l'encadrement des marchés méridionaux. Ainsi en 1907, une lettre lue devant le bureau du syndicat montpelliérain précise : « Munie de ce pouvoir [de sanctionner], la Régie peut donc se présenter chez vous quand bon lui semble, elle a le droit de poser toutes les questions qu'elle est autorisée à faire. »[5] Pour traquer la fraude, les agents n'hésitent pas à pénétrer – dans le cadre horaire réglementaire – chez les propriétaires ou les négociants qu'elle suspecte comme en témoigne cet épisode en 1911 :

> « Le 13 septembre 1911, les agents des contributions indirectes se présentaient dans une propriété appartenant à un nommé Barthez, propriétaire[6] à Quarante (Hérault) et constataient de visu qu'un charretier au service de ce propriétaire remplissait d'eau deux demi-muids d'une contenance de 600 litres chacun et qu'il transportait cette eau dans les caves où s'opérait la vinification.
>
> Ayant régulièrement pénétré dans ces caves[7], les agents constataient que cette eau était versée dans une cuve portant le n° 7 et renfermant 95 hl de vendanges. Les agents prélevaient des échantillons du moût de cette cuve ainsi que du moût pris dans une comporte pleine de raisins arrivant de la vigne.
>
> Ils se transportaient ensuite dans une autre propriété appartenant au même Barthez et ils prélevaient dans cette cave des échantillons de

[1] *BMS*, déc. 1907, p. 13.
[2] Lettre du 09/10/1907, *BMS*, oct. 1907, p. 4.
[3] Lettre au Syndicat du 13/11/1907, *BMS*, nov. 1907, p. 5.
[4] Or il y a de nombreuses boites non identifiées dans les chais.
[5] Lettre de Chevallier-Appert au Syndicat de Montpellier, 25/11/1907, *BMS*, déc. 1907, p. 5.
[6] Nous prenons ici l'exemple d'un propriétaire car c'est le cas le plus clair et le mieux détaillé dont nous disposons. Dans le cas d'une maison de commerce, la procédure est exactement la même.
[7] C'est-à-dire après en avoir averti le propriétaire et durant un horaire bien précis.

moût sur deux foudres portant les numéros 9 et 10 et renfermant chacun 200 hl de vendanges fraîches. »[1]

La procédure suit ensuite un cheminement classique qui peut prendre plusieurs tournures et plusieurs aboutissements comme le présente le schéma ci-dessous[2].



Sch. 35 : Le Service de la répression des fraudes : à l'origine de la procédure pénale

Jusqu'aux années 1920, les poursuites sont particulièrement nombreuses et abondantes dans les sources. Mais au fur et à mesure de l'adaptation du Commerce – et des fraudeurs – à la législation, l'activité de la Régie semble décroître[3]. D'ailleurs, il n'est pas rare de retrouver dans la correspondance du ministère de la justice des injonctions de la part des élus méridionaux à accroître la vigueur de la répression[4].

[1] AN : BB/18/6032, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Affaire Barthez, Rapport du Procureur Général à Montpellier au ministre de la Justice, 31/05/1912.

[2] Les peines vont depuis la saisie des produits à la prison ferme, en passant par les saisies fictives : si un négociant a fraudé sur une quantité qu'il ne possédait pas, la régie prélève dans ses stocks le volume de marchandise sur lequel il a fraudé.

[3] Dans le *MJM*, on compte au minimum une affaire par mois alors qu'à la fin des années 1920, les affaires traitées par le *MJM* et liée aux fraudes viticoles sont beaucoup plus rares.

[4] AN : BB/18/6035, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles. Ce carton comporte de très nombreuses interventions d'É. Barthe entre 1921 et 1926. Alors président du groupe viticole à la Chambre, il proteste, soit sous forme de lettres au ministre de la Justice soit sous forme de questions écrites pour protester contre la faiblesse ou la lenteur de la répression à l'égard des fraudeurs. On retrouve le même type de correspondances dans BB/18/6036 (1926-1930) auxquelles se joignent des protestations de M. Sarraut, président

La nature des infractions change également. Si au début du siècle, les poursuites visent essentiellement la nature des vins, l'utilisation de produits interdits et les acquits fictifs, les années 1930-60 se caractérisent surtout par des poursuites liées à l'origine des vins, au respect des appellations et au contrôle bactériologique[1]. C'est là une adaptation de l'exécutif administratif à l'évolution législative, le Parlement s'impliquant, à partir des années 1930, dans une régulation active de l'origine des vins, à leur contingentement et à leurs qualités. Il y a donc, logiquement, une adéquation opérationnelle entre les agents des CI et le législateur.

Pourtant, sur le terrain, la situation est un peu plus complexe. Les directeurs des CI se plaignent régulièrement de la faiblesse de leurs effectifs[2], d'autant plus que le professionnalisme de ces employés est souvent remis en question par les négociants[3]. En 1926, par exemple, les compétences de la Régie sont mises en cause dans une affaire de vin rosé vinifié en blanc, les agents à l'origine du PV et de la poursuite ne sachant apparemment pas que le grenache en dépit de sa peau noire peut être vinifié en blanc[4]. En 1951, un rapport du service général de la répression des fraudes regrette « la faiblesse numérique du personnel d'inspection et la tâche considérable » à laquelle ils doivent faire face[5]. Ces doléances sont confirmées par les rapports d'inspection réalisées par le ministère des Finances. En 1959, un rapport revient sur les difficultés d'exercice des agents des CI : « L'inspecteur qui prétendrait [dans le cadre d'une visite dans les chais] procéder lui-même aux appels et effectuer des sondages sérieux devrait faire stopper la marche de l'entrepôt et en faire garder les issues de jour et de nuit pendant plusieurs jours. »[6] La situation ne va pas en s'arrangeant puisque les années 1960 voient une réduction marquée des effectifs des Contributions indirectes en même temps qu'une vaste réorganisation[7]. On comprend alors pourquoi quand, en 1955, André Méloux explique que la Répression des fraudes « frappe comme un aveugle »[8], c'est en grande partie car, en dépit de son inlassable activité, elle n'a semble-t-il jamais disposé des moyens de mettre en place une politique efficace et raisonnée de contrôle. Néanmoins, son action répressive est psychologiquement efficace comme le prouvent les cas d'Augé et de Dourlan qui

---

du groupe viticole au Parlement ou dans BB/18/6037 (1931-1936). Dans le même temps, il y a moins de rapports de procédures dans ces cartons. Il faut noter qu'à ces protestations se joignent régulièrement les chambres de commerce ou les syndicats des vins.

[1] « Organisation et importance du Service de la répression des fraudes », *MV*, 28/03/1953.

[2] Il n'y dans l'Hérault qu'un seul inspecteur assermenté, les autres opérateurs étant des agents agrées venant souvent d'autres services.

[3] Leenhardt souligne les oublis de certains agents des CI dans les inspections des chais en mai 1912 (*BMS*, mai 1912, p. 112), alors que Tricou en 1910 relève des irrégularités dans les constatations des agents (*BMS*, janv. 1910, p. 22). Dans les années 1920-30, l'*Action Méridionale* revient à plusieurs reprises sur les conditions d'exercice des agents : avoir plus de 20 ans et être dûment commissionnés et assermentés, ce qui n'est pas toujours le cas souligne-t-on. Dans les années 1950, les rapports des inspecteurs des finances relèvent l'inertie de certains fonctionnaires ou leurs liens personnels avec la population locale (par exemple, CAEF : 4A-2243/2, Fonds des CI, Rapports d'inspection (1952)).

[4] *MJM*, 15/07/1926, TCorrM (27/01/1926). Le négociant frontignanais est d'ailleurs relaxé et il n'y a pas d'appel.

[5] ANF : 19800139/35, Vins et Boissons, Répression des fraudes, Note faisant connaître les résultats obtenus par le Service de la répression des fraudes, 17/01/1951.

[6] CAEF : 4A-2367/2, Inspection générale des Finances, Note de présentation, Rapport 121-59 sur l'exercice des marchands en gros de vins et alcools (1959).

[7] CAEF : B-65686/1, Fonds des CI, Réorganisation des services des CI, 1959.

[8] ADH : 4 ETP 257, Fonds de la CCM, Compte rendu du Congrès de la Fédération méridionale, 1955, p. 51.

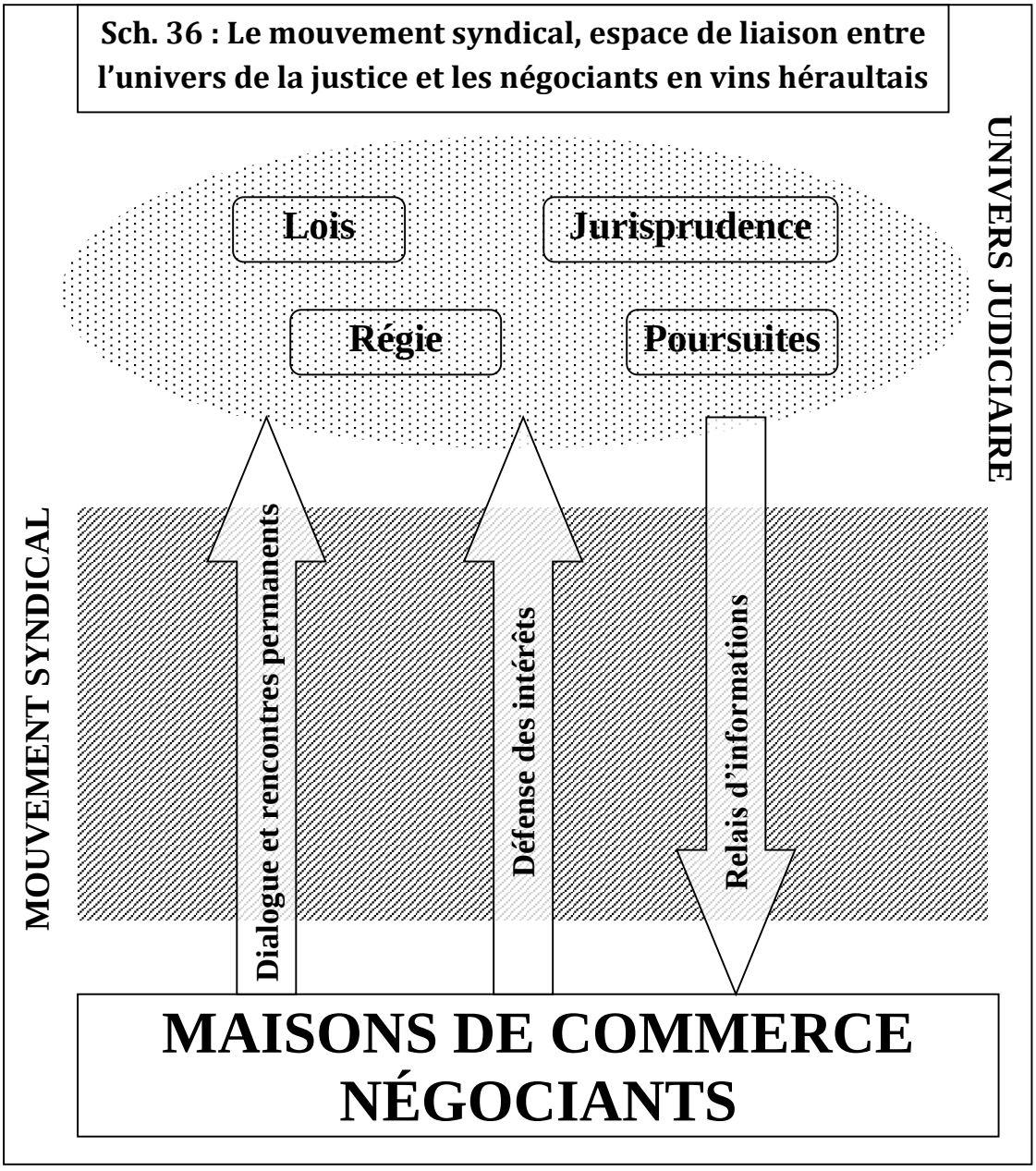
semblent marqués par les poursuites et l'ampleur des peines et qui, en dépit de leur travers commerciaux, ne sont jamais inquiétés par la Régie. Par ailleurs, les témoignages semblent indiquer que les relations avec la Régie, dans le cadre de contrôles réguliers ou surprises étaient souvent des périodes de grand stress et de tension[1].

Cette action de régulation et de normalisation des marchés est également efficace grâce à l'implication syndicale.

L'implication efficace et continue des syndicats

En effet, les syndicats méridionaux jouent également un rôle majeur par leur interaction avec la justice et ses auxiliaires. Ils assurent dès lors un rôle d'intermédiaire primordial (sch. 36) entre les négociants et un univers judiciaire complexe et parfois effrayant.

Sch. 36 : Le mouvement syndical, espace de liaison entre l'univers de la justice et les négociants en vins héraultais



[1] Entretiens avec les familles Jeanjean et Granier.

Comme l'indique ce schéma, cette activité se positionne donc sur trois plans distincts.

Le premier est une des prérogatives classiques des syndicats et consiste dans le relais des décisions législatives, des arrêts de cour et de conseils donnés par la presse syndicale ou par des avocats-conseils. Sur l'ensemble de la période, cette activité-là se retrouve dans la presse syndicale sous l'intitulé « Jurisprudence ». Il est notable que cette jurisprudence se mettant en place surtout dans le premier quart du siècle, elle est beaucoup plus abondante dans les feuilles syndicales ou les bulletins entre 1900 et 1930 que par la suite. En outre, au même titre qu'évoluent les poursuites de la Régie et les arrêts des tribunaux, la nature des comptes rendus liés à la justice dans cette presse syndicale évoluent. Ainsi, au début du siècle, au moins jusqu'aux années 1920, les articles traitant de jurisprudence portent surtout sur la vinification et les questions de mouillage, de surplâtrage, de piqûre ou d'utilisation de produits illicites. Par la suite, ce sont des articles plus techniques sur l'implication juridique des négociants vis-à-vis de leurs prestataires, sur les vices cachés, sur les limitations de coupage ou de détention de vins illégaux. Ainsi, alors que s'affine la législation et la jurisprudence mais également alors que le négoce se professionnalise en intégrant les principales méthodes de vinification et ses dangers, la presse syndicale répond aux préoccupations les plus pressantes des négociants.

Pour ce faire, les syndicats ont plusieurs procédés. Le premier concerne les conseils de prudence donnés aux adhérents et aux lecteurs par le biais de leurs publications. Ainsi, lorsque se pose, fin 1907, la question de la détention de produits œnologiques non identifiés dans les chais et les possibles poursuites en résultant, le syndicat montpelliérain préconise la prudence et la rigueur. Il recommande de demander aux fournisseurs de joindre avec la facture la composition et les ingrédients des produits fournis[1]. Quelque temps plus tard, en 1911, alors que la cour d'appel d'Aix-en-Provence vient d'interdire la signature des avis d'expédition par les propriétaires, le Syndicat régional appelle ses adhérents à la plus grande prudence face à ce changement majeur dans les habitudes du Commerce méridional[2]. D'ailleurs, ce sujet est particulièrement préoccupant et il revient régulièrement, au cours de l'année 1912 dans les discussions syndicales lors des réunions du bureau, les négociants ayant peur de tomber sous le coup de la loi, cherchent la meilleure attitude à adopter. En 1927, Paul Araou appelle les adhérents du Syndicat régional à se méfier de certains employés (des chais ou camionneurs) dont l'une des méthodes pour se venger de leurs patrons, en cas de litige, est de mouiller les vins détenus dans les chais ou lors des expéditions[3]. En 1955, revenant sur l'affaire Micotox, le *Midi Vinicole* conclut ainsi son article : « Négociants en vins, soyez prudents. Portez grande attention aux produits que vous employez pour traiter les vins. La Répression des fraudes et la Régie vous surveillent ! »[4] Dans un esprit de précaution, les syndicats diffusent

[1] *BMS*, nov. 1907, p.7.
[2] *BMS*, mai 1912, p. 108.
[3] *AM*, 01/08/1927.
[4] *MV*, 03/12/1955.

donc des conseils à leurs adhérents pour ne pas que ces derniers tombent sous le coup de la loi.

Par ailleurs, la diffusion d'informations officielles et d'arrêts de justice est un autre type de relais de l'évolution de la justice vinicole. Ces communiqués visent à permettre aux négociants de s'approprier la jurisprudence et à s'appuyer dessus pour éviter les infractions et défendre leurs intérêts. Ainsi, en 1912, de nombreux articles reviennent sur la responsabilité des compagnies de chemin de fer en cas d'avaries ou de pertes. Le Syndicat régional se félicite alors en octobre 1912 d'un « arrêt de la Cour de cassation qui fixe définitivement la jurisprudence en établissant l'entière responsabilité des compagnies »[1]. À partir des années 1930, les circulaires des Contributions Indirectes ou du Syndicat national sont également diffusées, telle cette circulaire sur les appellations d'origine en 1931 qui rappelle les obligations des négociants en matière d'origines[2]. Dans le même temps des arrêts de tribunaux, souvent commentés, sont reproduits comme, en 1953, celui sur la protection des commerçants en cas de vice caché[3]. Dans le même ordre d'idées, les syndicats diffusent largement grâce à leurs organes de presse les grandes lois (1907, 1921, 1931-1935, 1953, etc.) qui sont abondamment commentées pour en permettre aux syndiqués et aux lecteurs une meilleure compréhension et éviter les poursuites. Ici l'objectif est toujours le même : éviter, par mégarde, négligence ou méconnaissance, de commettre une infraction.

Le dernier procédé consiste dans l'appel à des experts extérieurs, les avocat-conseils. Il y en a trois majeurs pendant la période. G. Milhaud jusqu'aux années vingt, G. Mercier jusqu'aux années 1940 puis A. Prax dans les années 1950. Docteurs en droit, ces avocats-conseils ont un rôle double : indiquer la marche à suivre en amont d'une affaire litigieuse et commenter les textes de lois ou les arrêts de tribunaux. Ici aussi, cette démarche participe à une meilleure formation juridique des négociants et à une meilleure protection des syndiqués.

Le deuxième plan sur lequel les syndicats s'impliquent activement est celui des relations avec le service de la Répression des fraudes. Nous avons noté combien les relations avec la Régie étaient délicates. Avec la naissance du service de la Répression, ces relations se compliquent un peu plus. Dès 1908, les syndicats se posent, face au service de la Répression des fraudes, comme les défenseurs de leur respectabilité. Ainsi, « une lettre ministérielle […], très clairement, donne le pouvoir [aux syndicats] d'intervenir en faveur de l'honorabilité de celui de nos collègues qui serait victime involontaire des nouvelles règlementations » rappelle devant l'Assemblée générale, le président du syndicat régional[4]. L'action de la Répression des fraudes est ainsi largement critiquée, notamment car elle jette, par la publicité qui est faite à son action, le voile du soupçon et de la fraude sur les maisons de commerce poursuivies. En 1931, le Syndicat de Sète demande à ce que les PV transmis aux parquets soient soumis à un examen par un service de contentieux créé à la Direction générale de la Répression des

[1] *BMS*, oct. 1912, p. 179-180.
[2] *AM*, 15/11/1931.
[3] *MV*, 11/02/1953.
[4] *BMS*, juin 1908, p. 122.

Fraudes. Le sétois Gigou justifie cette demande devant le Syndicat régional : « Il arrive fréquemment que des PV sont dressés sans aucun fondement par des inspecteurs ayant une connaissance imparfaite des lois. »[1] Or ces PV sont transmis directement au parquet et donnent lieu à une instruction, voire même, dans certains cas, à des interpellations par les forces de l'ordre. Dans les nombreux cas de non-lieu, l'image de la maison et du négociant sont remises en cause et l'impact sur les affaires est profondément néfaste.

En 1932, lorsqu'Ernest Alby présente devant la Fédération méridionale la motion en faveur de la création d'un bureau du contentieux afin de défendre les intérêts du Commerce, il évoque les « vexations inutiles » dont sont victimes les négociants dans le cadre de la lutte contre la fraude. Si cette dernière est indiscutablement nécessaire, elle doit se faire dans un autre cadre et avec un autre état d'esprit. En effet, il indique : « Les formes et conditions dans lesquelles les agents du Service de la répression des fraudes sont appelés à donner suite à leurs constats ne sont pas entourées des garanties suffisantes pour donner toute sécurité au Commerce. »[2] En outre, la fréquence des enquêtes sans bien-fondé est, pour Alby, « intolérable », notamment car elles nuisent à la réputation et à la dignité des négociants et sont le fait d'inspecteurs parfois peu compétents ou peu au courant des évolutions de la législation. Une vingtaine d'années plus tard, André Méloux ne dit pas, en substance, autre chose. Il regrette la politique du chiffre et l'obligation de résultats qui sont imposées à des inspecteurs par trop zélés, « aveuglés par la maladie des sanctions ». Lui aussi appelle à un renversement de la logique du service de la Répression, en insistant sur le volet « Prévention » dans le cadre de la lutte contre les fraudes pour laquelle il est nécessaire de faire preuve de « psychologie »[3]. D'ailleurs en 1957, pour cette raison, le CNVS demande à ce que le service soit renommé en « Service de Prévention des Fraudes » ou « Service de la Protection de la qualité »[4] afin de limiter les nuisances pour la notoriété des maisons de commerce, conséquences des poursuites par un service « de répression ».

Si les attaques sont particulièrement virulentes et sont biaisées par le corporatisme qui teinte le discours des représentants syndicaux, il est tout de même symptomatique de cette volonté du mouvement syndical de mobiliser ses ressources pour être un contrepoids à l'action d'un service perçu comme intrusif. Les syndicats locaux accueillent la loi de finance du 27 février 1912 (modifiée par le décret-loi du 14 juin 1938) avec satisfaction : elle permet aux syndicats de faire commissionner et agréer des agents chargés de participer à l'application de la règlementation[5]. Néanmoins, ces dispositions permettent également aux autres groupements – comme la CGV – de promouvoir des agents qui prennent le négoce pour cible.

C'est d'ailleurs, le dernier plan sur lequel les syndicats interviennent : celui de l'implication directe pour éviter les abus ou défendre les droits des commerçants. Cette dimension est importante car elle met en avant le poids et l'activité visible du syndicat, notam-

[1] *AM*, 01/11/1931..
[2] CR, Congrès1932, *AM*, 01/06/1932.
[3] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, Rapport Méloux, 1955, p. 51 et sq.
[4] *MV*, 29/06/1957.
[5] *MV*, 28/03/1953.

ment auprès de ses adhérents. Ainsi, en janvier 1910, le Syndicat régional intente devant le tribunal de commerce un procès contre la coopérative de Saint-Georges pour diffamation. Les dirigeants de celle-ci ont, dans une brochure, soutenu que le Commerce était responsable « d'avoir mené le Midi à sa ruine » et être à l'origine de nombreuses fraudes. En mai 1910, la Coopérative est ainsi condamnée à 3.000 F de DI[1]. Dans le même esprit, le Syndicat régional appuie le procès intenté par le CNVS contre un hebdomadaire ayant dénigré le commerce des vins à la fin des années 1950. Le *Midi Vinicole* se félicite de la condamnation du périodique s'appuyant sur « un tissu de contre-vérités » et approuve la remarque de la cour reprochant au journaliste de ne pas avoir pris les précautions d'usage en nuançant ses propos[2].

À l'inverse, les syndicats interviennent pour soutenir des adhérents accusés, à tort selon eux[3], dans des affaires de fraudes. Ces actions en justice sont particulièrement importantes car le négociant est parfois tenu pour responsable en dépit de son implication réelle. Ainsi, dans les années 1910-1920, les syndicats défendent à de multiples reprises des négociants poursuivis pour un vin mouillé à la propriété mais dont ils étaient uniquement les expéditeurs – et donc les soumissionnaires des acquits. Dans les années 1930, ce sont plutôt les questions de coupages et d'origines qui sont au cœur des débats et de l'investissement des syndicats dans les combats judiciaires. En outre, dans les années 1950-60, Hugues Jeanjean n'hésite pas, pour sa part et en dépit des réserves qu'il émet quant au mouvement syndical, à faire appel au syndicat montpelliérain lors des « problèmes avec l'administration »[4]. Il y a donc une véritable défense active des syndicats, lorsque c'est légitime, en faveur de la défense de négociants impliqués, à tort, dans des litiges avec le Service de la répression des fraudes.

Enfin, les syndicats s'investissent, dès la fin des années 1900, dans la lutte contre la fraude, par le biais de propositions auprès des pouvoir public. En 1909, ils suggèrent par exemple la suppression du Registre n°1 qui entraîne « des abus regrettables »[5]. Si la revendication est sujette à de nombreux débats au sein du Commerce méridional[6], c'est surtout une mesure symbolique qui vise à montrer, en raison des attaques nombreuses que le Commerce subit dans la presse, que ce dernier est prêt à appuyer des mesures concrètes qui cherchent à limiter la fraude. Dans le même ordre d'idées, les négociants se montrent défavorables à la suppression des délais d'emploi des vins de nouvelle venue mais ils prônent leur plus grande réduction. En effet, pour éviter toute suspicion, il vaut mieux conserver l'inspection administrative, mais il faut que cette dernière se fasse le plus rapidement possible pour ne pas retarder la bonne marche commerciale[7]. En 1914, un vœu des syndicats héraultais, relayé par la CCB,

[1] *BMS*, mai 1910, p. 159-163.
[2] *MV*, 12/12/1959.
[3] En revanche, lorsqu'il est question d'affaires de fraudes avérées, les syndicats sont très prudents. Ainsi, en 1908, le Bureau fait preuve de « nombreuses réserves » quant à l'attitude à tenir dans le cas d'une fraude de grande ampleur (celle-là même évoquée par Brousse devant la Chambre de députés en janvier 1907). C'est surtout ici le principe de neutralité qui domine. L'assistance syndicale n'est pas offerte mais il n'y a pas de volonté non plus de stigmatiser, nommément, un collègue (*BMS*, juin 1908, p. 122).
[4] Entrevue avec H. Jeanjean, avril 2011.
[5] Lettre de Baumel au Syndicat national, 27/03/1909, *BMS*, avril 1909, p. 310-311.
[6] Certains syndicalistes y sont défavorables.
[7] CR, Congrès annuel SR, 1911, *BMS*, avril 1911, p. 412-413.

vise à mieux contrôler la circulation des vins de composition dite anormale[1]. En 1921, le même type de vœu est transmis au ministère de la Justice, au sujet de la surveillance des vins avariés[2]. Dans les années 1950-1960, la presse syndicale se fait l'écho, notamment lors des congrès de la Fédération méridionale, de l'implication des groupements syndicaux dans l'assainissement des pratiques et de la profession.

Il y a donc une véritable activité des syndicats en faveur de la réduction des actes frauduleux qui nuisent à l'image du négoce héraultais. On relève également une implication dans les procédures judiciaires, afin de défendre l'honneur de négociants injustement attaqués et, par extension, l'image du Commerce méridional dans son ensemble. Cette implication est d'autant plus importante que la jurisprudence et la loi évoluent très notablement pendant la période et qu'il est primordial pour les maisons de commerce de rester en contact avec la réalité de cette évolution, notamment en raison de l'infirmation de pratiques plus ou moins tolérées par la passé.

Quoi qu'il en soit, d'un point de vue structurel, l'action des tribunaux et de l'administration vise à défendre la bonne marche et la bonne santé de la filière, ainsi que les transactions qui la modèlent. En tant qu'acteurs centraux de cette filière, les négociants sont donc dépendants de cette justice qui cherche à les contrôler, les corriger et les protéger. En ce sens, et en vertu des décisions qui sont prises par les différents niveaux de l'architecture judiciaire, la judiciarisation du marché des vins languedocien répond au paradigme amorcé par Évelyne Serverin[3] et repris par Alessandro Stanziani : variété des règlements des contentieux, établissement d'une jurisprudence multiscalaire (du national au local et inversement), large diffusion de l'information judiciaire et mutations des pratiques locales[4].

Pour comprendre l'importance de cette action combinée des syndicats, de l'administration et de la justice, il faut mesurer plus précisément les différentes dérives qui traversent le commerce des vins héraultais et le place, volontairement ou non, en marge de la loi.

[1] AN : BB/18/6034, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, PV de délibération, CCB, 11/02/1914
[2] *Ibid*., PV de délibération, CCB, 03/05/1921.
[3] SERVERIN É., *De la jurisprudence en droit privé. Théorie d'une pratique*, Lyon, Presses universitaires de Lyon, 1985
[4] STANZIANI A., *op. cit.*, p. 35.

CHAPITRE 3 : LE COMMERCE DU MIDI EN MARGE DE LA LOI

Si la vente des vins est l'activité centrale de la profession de négociant en gros, c'est également l'une des plus problématiques. Bien que cela soit une activité des plus courantes, elle est une de celles qui est la moins bien définie par le Code du commerce. En effet, un seul article s'y réfère, l'article 109[1], et il laisse le champ à de nombreuses interprétations, parfois divergentes, souvent contradictoires. Par ailleurs, le négociant doit faire face à une responsabilité majeure qu'est la gestion de ses stocks et leur circulation. Ces problématiques tournent principalement autour de la question de la qualité des vins dans une dynamique de régulation et d'imposition de normes qui a débuté dans d'autres domaines agro-alimentaires depuis l'époque moderne[2] et depuis la fin du XIXe siècle pour les vins[3]. Mais d'autres types de falsifications et fraudes perturbent le marché des vins.

Ainsi, avec l'insécurité économique qui conditionne le marché des vins depuis le début du XXe siècle, « la sécurité des transactions est ébranlée, essentiellement en raison de l'exagération des intérêts particuliers »[4] tandis que les responsabilités s'accroissent sur les épaules des négociants.

Ces deux paramètres font du commerce des vins une activité très risquée mais également particulièrement soumise aux tromperies.

Gestion des stocks, circulation et responsabilités légales

La gestion des marchandises – notamment leur stockage et leur circulation – est sans aucun doute l'élément le plus sensible dans la conduite d'une maison de commerce. C'est d'autant plus vrai dans un département où des centaines de milliers d'hl circulent tous les jours depuis des chais où sont stockés des millions d'hl de vin. Cela a comme conséquence une plus grande responsabilisation des maisons de commerce héraultaises pendant la période.

Entrées et sorties des magasins

Le contrôle des agents des CI s'effectue tout d'abord dans les chais où ils peuvent intervenir de manière routinière ou plus ou moins par surprise. Il s'agit là de vérifier la concordance des stocks déclarés et des stocks possédés, notamment par le biais des registres[5].

[1] « Les achats et les ventes se constatent : par actes publics ; par actes sous signature privée ; par le bordereau ou arrêté d'un agent de change ou courtier dûment signé par les parties ; par une facture acceptée ; par la correspondance ; par les livres des parties ; par la preuve testimoniale dans le cas où le tribunal croira devoir l'admettre ». Cf. *Code du travail*, Titre VII, « Des achats et ventes », article 109.

[2] Voir à ce sujet KAPLAN S., *Le meilleur pain du monde*, Paris, Fayard, 1996 ou ABAD R., *Le grand marché. L'approvisionnement alimentaire de Paris sous l'Ancien Régime*, Paris, Fayard, 2002.

[3] STANZIANI A., *op. cit.*, chap. VI.

[4] MERCIER G., GUIBAL J., *Traité des marchés de vins et questions accessoires (locations de fûts et wagons réservoirs, transports, fraudes sur les vins, etc.)*, Toulouse, Rivière et Soubiron Ed., 1927, p. 6.

[5] Différents exemples de registres sont reproduits en annexes, p. 1039-1042.

Tout d'abord, le négociant doit se plier, jusqu'en 1926, tous les trois mois minimum à un recensement des quantités en magasin[1]. À partir de 1926, une circulaire limite le nombre de ces inventaires à deux, ce qui est un soulagement pour des négociants qui pouvaient être visités entre quatre et douze fois par an[2]. Elles restent toutefois très encadrées (tableau ci-dessous)[3].

Tab. 100 : Horaires des visites et vérifications des agents des CI dans les chais

Janv.	*Fév.*	*Mars*	*Avril*	*Mai*	*Juin*	*Juill.*	*Août*	*Sept.*	*Oct.*	*Nov.*	*Déc.*
7h-19h	7h-19h	6h-19h	6h-19h	5h-20h	5h-20h	5h-20h	5h-20h	6h-19h	6h-19h	7h-19h	7h-19h

Ce recensement assuré par l'administration se base sur les écritures des entrées et des sorties du ou des magasins et sur la conformité entre ces écritures et la réalité en magasin[4]. Ces écritures sont consignées par le négociant lui-même dans des registres[5] (fig. 85) tandis que l'Administration consigne le résultat des recensements dans des registres appelés « Portatifs ».

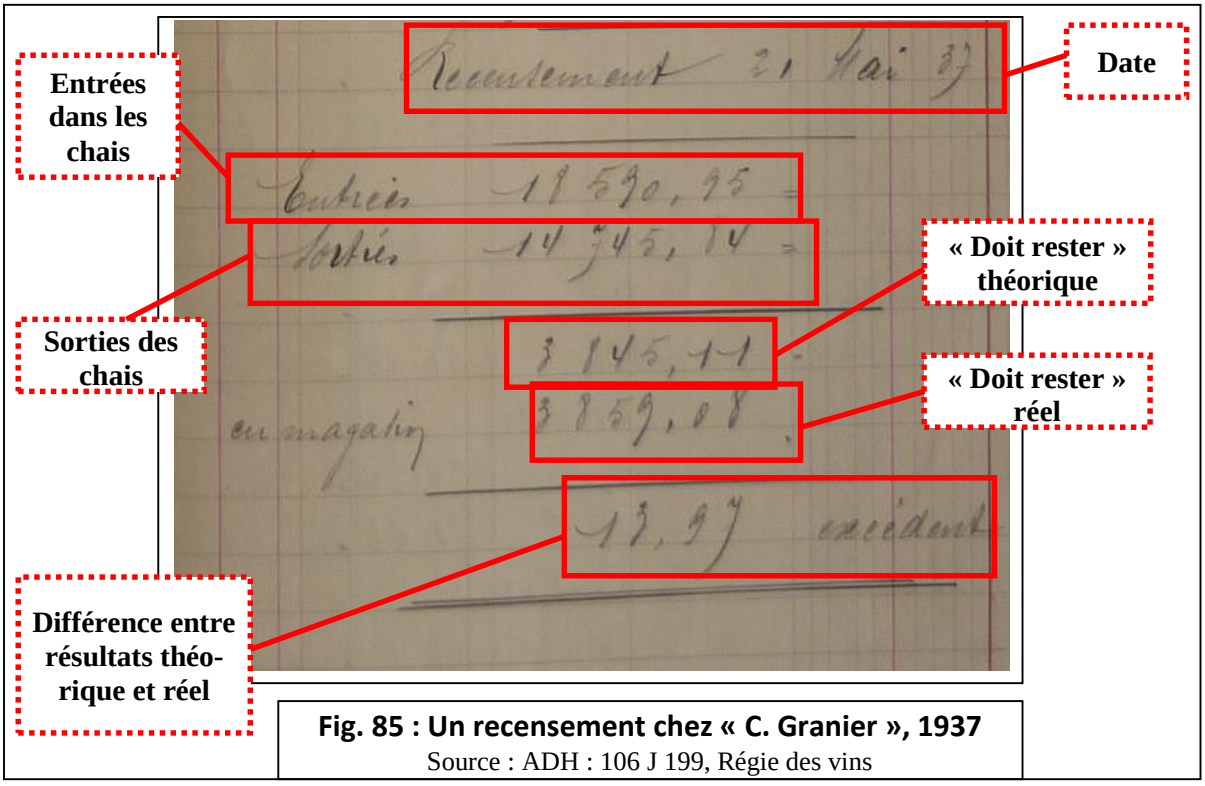


Fig. 85 : Un recensement chez « C. Granier », 1937
Source : ADH : 106 J 199, Régie des vins

[1] Loi du 28 avril 1916, art 101.
[2] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 181, circulaire 239 du 18 mai 1926.
[3] BRUNET R., *op. cit.*, p.153 : au-delà des horaires précis de visites, les agents des CI doivent être assermentés et commissionnés pour cette tâche. Par ailleurs, ils ne peuvent procéder aux vérifications que sur leur territoire respectif. Selon le souvenir de plusieurs négociants, ces inspections suscitent de nombreuses inquiétudes et un grand stress dans les maisons de commerce qui brassent des milliers d'hl et qui ne sont jamais à l'abri d'une erreur de calcul ou de relevé.
[4] Au début de leur exercice, les négociants doivent déclarer toutes les boissons qu'ils possèdent, dans leur magasin, en co-propriété ou dans les chais des vignerons du canton et des cantons limitrophes.
[5] Notamment le Registre n°1.

Dans ses registres, le négociant liste les espèces et quantités de boissons existant dans tous les récipients ainsi que leur qualité. Lors du recensement, le négociant « fait les appels », c'est-à-dire qu'il énonce fût par fût, cuves par cuves le contenu de ses stocks. La différence entre les entrées, les sorties et le stock, appelée « le doit rester », est alors calculée. Elle correspond en fait à un résultat théorique car le négociant doit faire face dans la gestion de ses stocks à des coulages, des soutirages, des pertes ou tout simplement l'absorption par le bois des fûts ou l'évaporation. Quoi qu'il en soit, il existe toujours, dans le meilleur des cas, un « manquant » ou, dans le plus embarrassant, un « excédent ». Chez les Granier, le recensement fait le plus souvent apparaître un « manquant » et les « excédents » sont exceptionnels.

L'excédent est considéré comme « la situation la plus défavorable qui puisse exister pour un négociant »[1] car il conditionne un soupçon de fraude (notamment le mouillage ou la fabrication clandestine). Il donne toujours lieu à un procès-verbal qui est dressé par l'employé de la Régie. Selon la décision du parquet, ce procès-verbal donne lieu à des poursuites (tribunal correctionnel), à une simple amende (tribunal de police) ou à un non-lieu[2]. En réalité, les causes légitimes d'excédent sont multiples : erreurs lors des appels, manquant anormal lors du précédent inventaire ; « boni de jauge »[3], considéré comme une faute vénielle. Le manquant est considéré comme « naturel »[4] car présumé être plus conforme à la réalité (creux de route, pertes, vols, etc.). Il peut néanmoins entraîner des doutes de la Régie, notamment sur des sorties illégales, sans titres. Il est en outre compensé par les déductions qui représentent la « quantité décomptée des restes en magasin »[5] et qui sont portées au crédit des manquants. Dans l'Hérault, dans le premier XXe siècle, le taux de déduction est de 8 % (1ère classe), ce qui signifie que 8 % des quantités peuvent manquer lors d'un recensement pour coulage, ouillage, soutirage, affaiblissement de degré ou tout autre déchet.

Dans le cas de plusieurs magasins[6], on cumule les quantités de chaque magasin pour former un compte unique. Si le négociant est à la fois commerçant en gros de VCC et de vins fins ou de vins de liqueurs, il se doit d'avoir deux magasins séparés, ne pouvant communiquer que par la voie publique[7] ou alors, selon une tolérance de l'Administration, de bien séparer ses vins. C'est le cas dans l'Hérault, notamment autour du bassin de Thau où fabricant de Vermouth et d'apéritifs cumulent bien souvent, comme les maisons « Cazalis & Prats », « A. Prat », « V. Anthérieu » ou « J. Voisin », les deux activités[8].

---

[1] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 190.
[2] C'est le cas ici pour Granier dont l'excédent est infime.
[3] Nombre d'expéditeurs (propriétaires ou négociants) expédient plus de quantité que sur les documents officiels pour éviter les recours et les contestations. Dans le cas d'un bon conditionnement, la quantité entrée dans les chais est supérieure à la quantité officiellement déclarée.
[4] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 191.
[5] *Annuaire général du Commerce des vins…*, 1910, p. 53.
[6] La Régie considère que « chaque local séparé par la voie publique constitue un établissement distinct pour chacun d'eux » (CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 131).
[7] Loi du 24 juin 1824, article 5.
[8] Voire plus comme par exemple la maison Warnery qui est, au milieu des années 1930, spécialisée dans les vins de liqueurs, vermouths et Quinquinas mais également dans les vins doux, les vins blancs, les vins levurés ou mutés au souffre, les vins rouges et blancs ordinaires, comme l'indique sa publicité dans *l'Annuaire général des Commerce des vins…* de 1936.

Le but du recensement, auquel le négociant – ou un de ses représentants –doit toujours assister[1], est donc de s'assurer de la légalité des quantités de vin détenues par un négociant, du bon agencement des entrepôts[2] et de la légalité de leur circulation. C'est d'autant plus important qu'une des particularités des vins du Midi, et plus particulièrement dans l'Hérault, est la grande variété des types de vins qui y sont proposés. On y retrouve des vins rouges, des vins blancs, des vins rosés, des vins de liqueurs, des apéritifs, des anisés, des VDN, etc. L'abondance des productions vient en partie de la diversité des caractéristiques géologiques du département, du climat méditerranéen et du grand nombre de producteurs, mais également de la diversité des activités des négociants qui cherchent à la fois à se spécialiser et à se différencier sur un marché dont les débouchés sont de plus en plus rares. Cette compétition a ainsi pour effet la multiplication des vins héraultais mis sur le marché, la prolifération des fraudes sur la nature et l'origine des vins[3] et, pour conséquence, l'apparition des « régimes spéciaux ».

En effet, à partir de 1919[4], la loi, dans la lignée de l'amendement Piou de 1898[5], encadre de manière beaucoup plus stricte la traçabilité des vins. Les prescriptions qui accompagnent la loi visent à limiter la confusion dans l'esprit des acheteurs, notamment le flou entourant l'origine d'un produit. De fait, à compter de 1919, l'appellation doit figurer sur les factures remises par le négociant à son client afin de légitimer la provenance et la qualité de la marchandise. Par ailleurs, la loi de 1919 prévoit dans son article 12 « la tenue pour tous les marchands en gros d'un registre sur lequel sont inscrites les entrées et les sorties des produits à appellation d'origine ». Il s'agit alors pour les négociants de tenir un registre supplémentaire et donc un compte supplémentaire dans leur maison. Dans le cas des maisons les moins à même de s'adapter à cette rénovation législative, c'est la certitude d'une disparition rapide, soit en raison des poursuites qui se multiplient dans les années 1910-20 soit sous le poids des charges qu'implique la nouvelle législation : séparation des vins, nouveau registre, traitements différenciés. Dans l'Hérault, à partir des années 1920, « minervois » pour les rouges, « picpoul » pour les blancs et « muscat » pour les vins doux rentrent dans cette catégorie des vins à appellation.

Ainsi, les négociants, à la fin des années 1930, doivent tenir un compte pour les appellations d'origine ; pour les rhums et les tafias ; pour les vins importés ; pour les vins issus de cépages prohibés : pour la redevance sur l'alcool libre ; pour la déduction supplémentaire de 3 %[6]. Dans la région de Sète-Frontignan, nombreux sont les négociants qui cumulent l'ensemble de ces comptes, ce qui explique d'ailleurs la solidité et le professionnalisme des maisons de commerce de ces places, et par là même, leur pérennité.

---

[1] Loi du 24 avril 1836.

[2] Dont les négociants doivent déclarer la contenance de chaque vaisseau, foudre ou récipient de plus de 10 hl.

[3] C'est-à-dire que sont mis en vente des produits dont soit la nature soit la provenance sont falsifiés. Cf. *infra*, « Fraudes et fraudeurs », p. 776-791 et plus particulièrement les graph. 43 et 44, p. 778 et 779.

[4] Loi du 6 mai 1919.

[5] Cet amendement au projet de loi relatif au tarif douanier des vins oblige les négociants importateurs à faire figurer sur les récipients une marque indélébile indicatrice des pays d'origine.

[6] Une déduction est accordée tous les ans aux marchands en gros. Elle correspond aux pertes théoriques pour ouillage, coulage, soutirage survenue dans l'année et est à hauteur de 7 % pour les vins contenus en fûts et de 2 % pour les autres. Pour les fabricants de mistelles et de vins de liqueurs, une déduction supplémentaire de 3 % est accordée.

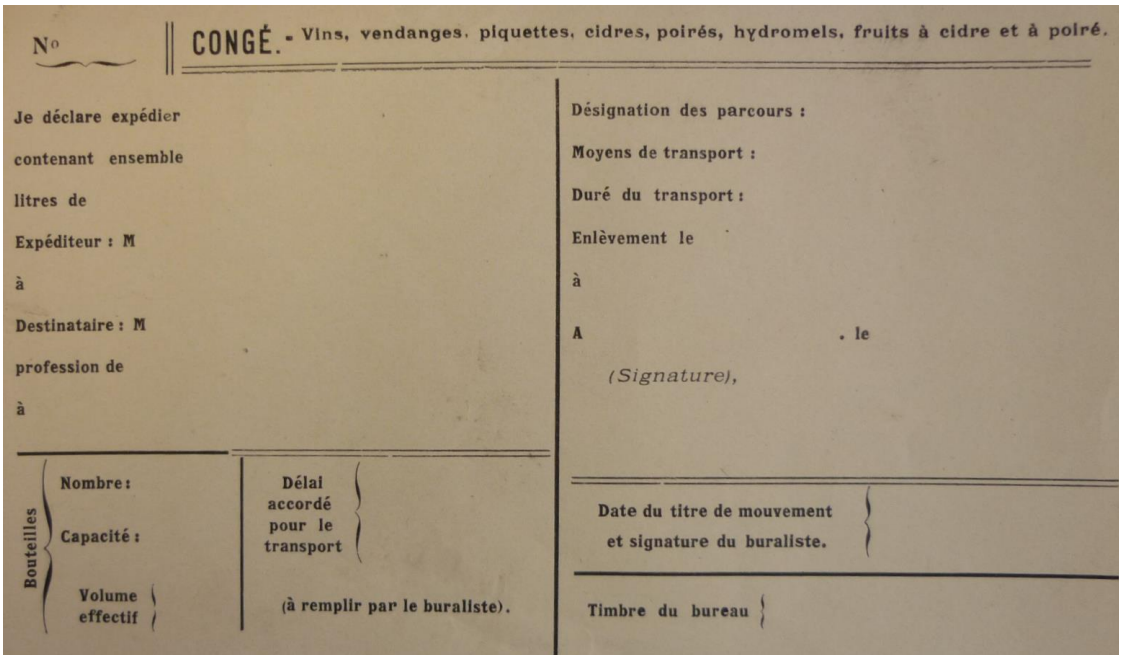
Dans le même ordre d'idée, à Sète qui s'est spécialisée dans les apéritifs à base de vin, vins de liqueurs et autres Vermouths, les pratiques sont plus rigoureusement encadrées par une législation dont l'objectif est de rationaliser leur production et leur fabrication. Ainsi, les Vermouths, obtenus par le mélange de mistelle et d'alcool et qui sont aromatisés à base d'infusion de plante, sont encadrés par les lois de 1905 et de 1925, notamment en ce qui concerne leur teneur en alcool qui ne peut dépasser les 23° tandis que les produits utilisés dans leur élaboration sont également strictement encadrés[1].

Ce contrôle en magasin, très rigoureux et qui vise les fraudes particulièrement nombreuses sur la nature des vins et leurs origines comme nous le verrons plus loin, est également associé à un contrôle sur la circulation des marchandises, à l'entrée et à la sortie des chais mais également en cours de route.

Le contrôle de la circulation des vins

En réalité, l'ensemble de l'échafaudage administratif, règlementaire et fiscal repose sur le contrôle des preuves de circulation des boissons. En effet, depuis 1816, « aucun enlèvement ni transport de boissons ne peut se faire sans déclaration préalable »[2]. Les boissons sont donc accompagnées soit d'un acquit-à-caution, soit d'un congé soit, beaucoup plus rare dans l'Hérault, d'un passavant.

Le congé (fig. 86) concerne les boissons dont le paiement des droits est immédiat et donc ne concerne que des quantités limitées, expédiées le plus souvent sur de courtes distances. Le passavant est utilisé dans le cadre de ventes dont les droits ont déjà été acquittés.


N° CONGÉ. - Vins, vendanges, piquettes, cidres, poirés, hydromels, fruits à cidre et à poiré.

Je déclare expédier
contenant ensemble
litres de
Expéditeur : M
à
Destinataire : M
profession de
à

Bouteilles : Nombre : / Capacité : / Volume effectif

Délai accordé pour le transport

(à remplir par le buraliste).

Désignation des parcours :
Moyens de transport :
Duré du transport :
Enlèvement le
à
A . le
(Signature),

Date du titre de mouvement et signature du buraliste.

Timbre du bureau

Fig. 86 : Congé utilisé dans l'Hérault
Années 1940 à 1960
Source : ADH : 106 J 201, Fonds Granier

[1] Loi du 1er août 1905 qui sera complétée par la loi du 13 juillet 1925.
[2] Loi du 28 avril 1816, art. 6.

L'acquit-à-caution (fig. 87, page suivante) s'applique aux boissons qui bénéficient du crédit des droits, c'est-à-dire qui entrent dans le cadre de ventes entre marchands en gros ou bien qui sont destinées à l'exportation et pour lesquelles le négociant bénéficie d'un crédit de la part des services des contributions indirectes pour payer les droits de circulation[1].

Ces titres de mouvement sont délivrés par la recette buraliste ou le bureau de tabac dans les communes qui ne disposent pas de recette-buraliste. En amont de l'expédition, le négociant expéditeur se rend à la recette buraliste pour retirer son titre de mouvement qui est authentifié par le receveur ou un assermenté. S'il ne peut se rendre à la recette, il y fait parvenir une demande qui prend le nom de « soumission ». S'il n'a ni recette-buraliste ni bureau de tabac dans sa résidence, le négociant peut se rédiger un «laissez-passer » jusqu'au premier bureau sur sa route. À l'arrivée, le négociant destinataire remet le titre à la recette.

On retrouve sur ces titres les quantités, espèces et qualités des boissons, les lieux d'enlèvement et de destination ou pour des exportations, le point de sortie du territoire, les noms, prénoms, professions et adresses des expéditeurs, acheteurs ou destinataires, l'indication des principaux lieux de passage du chargement, le délai de transport et les divers modes de transport. Sont indiqués également, à partir de 1919, l'appellation d'origine ou pour les VCC, le lieu de production. À partir de l'utilisation de véhicule automobile, on y retrouve l'immatriculation de ce dernier[2]. Il est également conseillé aux négociants de noter le numéro du titre de mouvement, sa date et le bureau d'émission sur les factures[3].

L'ensemble de ces informations sont primordiales pour définir la responsabilité légale du négociant dans le cadre de la gestion de ses stocks. À partir de ces preuves, la Régie calcule les droits dont doivent s'acquitter les commerçants en gros et qu'elle effectue les recensements. C'est également à partir de ces pièces de régie que les agents des CI traquent les fraudes dont une grande part est, nous le verrons plus loin, réalisée au moment des entrées et sorties des chais.

Si le chargement dépasse 5 hl et s'il circule sous acquit-à-caution, la Régie demande à ce que le titre soit visé en cours de transport soit aux bureaux de douanes, des contributions indirectes ou de l'octroi[4]. Dans tous les cas, les transporteurs doivent être en mesure de présenter les titres de transport aux personnes autorisés à les vérifier[5]. En cas de défaut, un procès-verbal est dressé et la marchandise peut être immédiatement saisie ou mise sous séquestre. Dans le cas des acquits-à-caution, on parle d' « expédition inapplicable » et le négociant destinataire n'est pas autorisé à faire rentrer la marchandise dans ses chais.

---

[1] En 1941, ce crédit est de 3 % et est automatique dès que les droits dus sont supérieurs à 300 F, c'est-à-dire plus de 8,5 hl, le taux du droit de circulation étant de 35 F par hl à cette époque.
[2] *Manuel Législatif et règlementaire du vin, op. cit.*, p. 114.
[3] *Idem.*
[4] Il existe dans chaque ville un bureau principal de l'octroi dit « de ligne », ouvert 24h/24 et des bureaux secondaires, aux entrées des villes et sur les voies de communication névralgiques, ouverts à certaines heures de la journée.
[5] Employés de l'administration et des finances, de l'octroi, gendarmes, agents des ponts et chaussées, de la navigation et des chemins vicinaux.

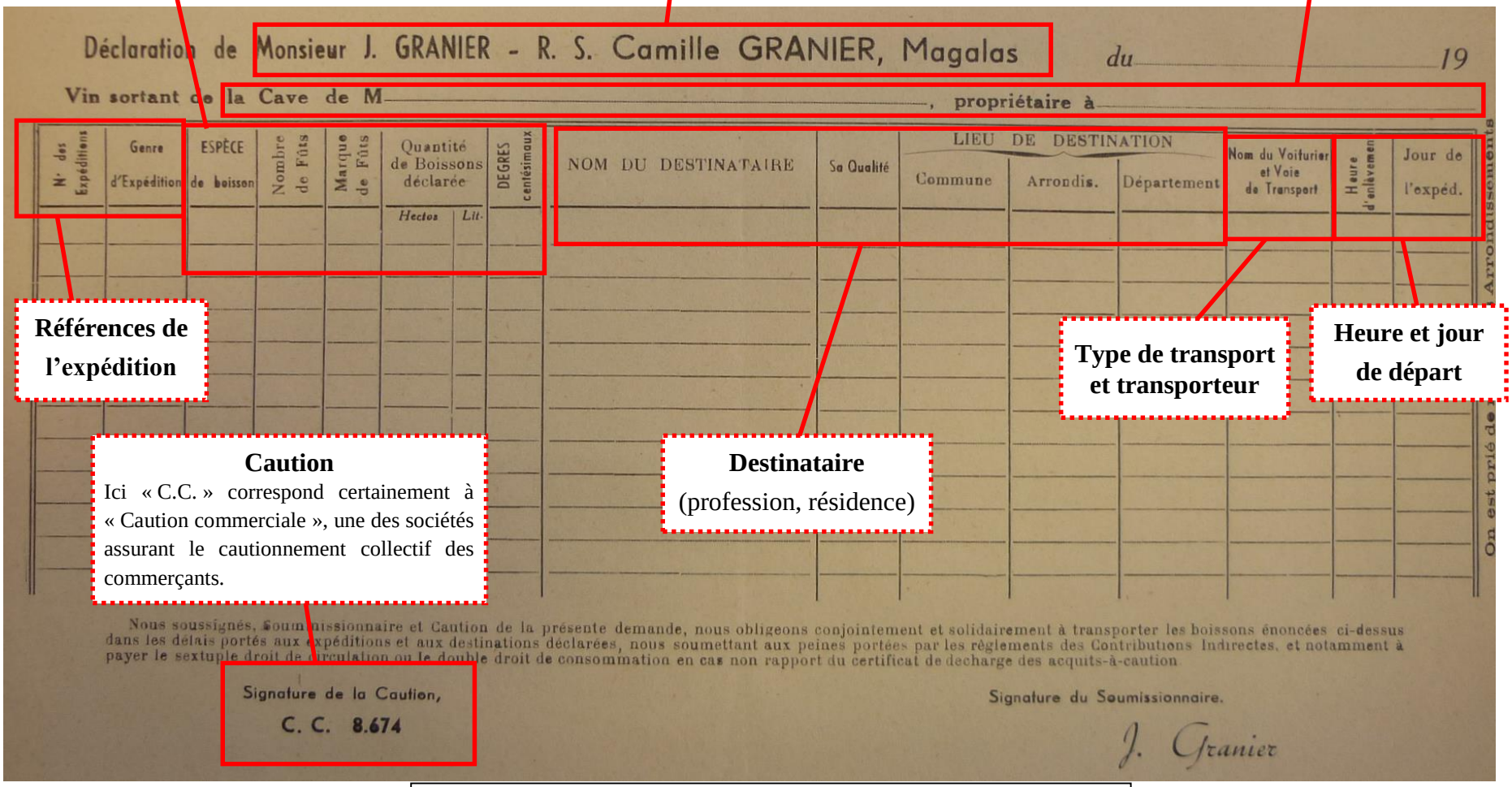


Fig. 87 : Acquit-à-caution de la maison « C. Granier »
Années 1960
Source : ADH : 106 J 201, Fonds Granier

Lorsque les boissons rentrent dans le magasin, on parle de « prise en charge », ce qui correspond à la « constatation de l'entrée en magasin des boissons sur lesquelles le redevable est désormais comptable des droits à l'égard du trésor »[1]. La décharge, quant à elle, est « la constatation de la sortie de l'entrepôt des boissons sur lesquelles le négociant est comptable des droits »[2]. Cette armature administrativo-fiscale – qui va de pair avec « l'architecture institutionnelle »[3] qui se structure au début du siècle pour affiner l'expertise et les contrôles – vise à garantir au maximum la sécurité des transactions et le bon équilibre du marché en le préservant des fraudes. Elle réside principalement sur le principe de responsabilité du négociant et sur son implication active dans la garantie de cette sécurité et de cet équilibre.

Dans cette logique, afin de faciliter leur commerce, depuis 1901[4], les négociants disposent de registres de congés n°1, d'où ils détachent eux-mêmes les titres de mouvements pour les sorties. Chaque ampliation de ce registre est frappée par le receveur buraliste du lieu d'exercice du tampon, commandé par le négociant, sur lequel figure les nom, prénom et adresse du négociant. Souche et ampliation, sur lesquelles sont indiquées quantités et calcul des droits, doivent correspondre. Tous les jours, ce registre est rapporté à la recette buraliste où le receveur « le fait arrêter »[5] afin que le négociant s'acquitte des droits afférents.

Le contrôle de la circulation de la marchandise est donc crucial pour l'État car la fiscalité imposable aux maisons de commerce repose en grande partie sur celui-ci. C'est également un moyen de responsabiliser les négociants, dans un effort de rationalisation de la profession, tout en assurant, par une vérification de la qualité et de la quantité, un contrôle fiscal qui sert de base à l'imposition. *De facto*, la traque de la fraude recouvre alors une dimension fiscale[6] et les poursuites pénales qui s'ensuivent peuvent être à la fois civiles et fiscales. Ainsi, au-delà de la dimension purement spatiale que recouvre le transport d'un point A à un point B, il s'agit d'une branche de l'activité commerciale particulièrement importante et soumise à de nombreuses attentions, tant de la part de l'État que des maisons elles-mêmes. En effet, au même titre que la gestion des stocks en magasin, la gestion des convois de marchandises engage la responsabilité fiscale et pénale des négociants, c'est-à-dire le plus souvent l'équilibre et le devenir de leur maison de commerce.

Le négoce est donc soumis à une forte pression, notamment administrative par le biais d'une fiscalité intrusive mais soucieuse et garante de l'intégrité et de l'équité du marché des vins. Or dans l'Hérault, les nombreuses quantités de vins qui circulent multiplient les risques de fraudes et une responsabilisation des acteurs de la filière est indispensable.

Cette responsabilisation administrative est un souci récurrent pour les négociants, d'autant plus que l'activité elle-même est risquée.

---

[1] CASANOVA P. et MARRE F., *op. cit.*, p. 170.
[2] *Idem*.
[3] STANZIANI A., *op. cit.*, p. 344 et sq.
[4] Décision ministérielle du 6 janvier 1901.
[5] BRUNET R., *op. cit.*, p. 148.
[6] En plus de sa dimension « alimentaire ».

Une activité risquée

Le négoce des vins est une activité particulièrement risquée car, même en étant gérée par un commerçant honnête, il y a de multiples raisons qui peuvent faire basculer la maison dans l'illégalité. C'est en grande partie ce qui pousse les maisons de négoce à se professionnaliser dans les années 1930, mais cela n'empêche pas la profession de toujours rester sous la menace de risques multiples.

Une menace persistante : quand la spéculation devient illicite

Le premier de ces risques est celui qui est inhérent à la profession même de négociant : la spéculation. Or l'essence même du métier est de spéculer afin de réaliser des profits. Cette une dimension est admise par tous au début du siècle où la notion n'est pas appréhendée sous le prisme négatif que le terme peut prendre à la fin du XXe siècle[1]. En revanche, cette spéculation est particulièrement mal perçue lorsqu'elle se fait au détriment des autres, notamment de la Viticulture et qu'elle dépasse les limites du raisonnable. Ainsi, lorsqu'il prononce son allocution lors du banquet qui clôture le Congrès de 1923, Gustave Malet rappelle l'une des critiques que subit le Commerce : « Oh ! je sais bien qu'immédiatement, j'entends chuchoter, crier ensuite : *Mercanti* ! »[2]

Mercanti. Voilà l'une des plus récurrentes accusations à laquelle le Commerce doit faire face tout au long de la période. Le mot, provenant de l'italien « marchand », désigne au début du siècle un marchand malhonnête, un homme prêt à faire fortune de toutes les manières possibles, en faisant toutes sortes d'affaires, même les plus amorales. Et donc, ici dans le cas des négociants, la spéculation à outrance. Cette problématique tourne autour de la question du « prix juste » et du « bon » rapport qualité-prix qui ne concerne pas que le domaine viti-vinicole[3]. Mais dans ce dernier, le secret, la diffusion de l'information et la réputation étant des outils commerciaux de premier ordre, il n'est pas surprenant de voir les négociants fortement attachés à leur contrôle.

Ainsi, en 1908, Étienne Roussel-Lacombe se plaint de la suspicion qui pèse sur lui après une transaction qu'il a effectuée à Poussan. Il écrit alors au syndicat montpelliérain pour

[1] En 1925, l'*Action Méridionale* définit le spéculateur comme celui qui « se rend compte, par une étude approfondie et aussi par le flair, sans lequel il n'y a pas de grandes opérations possibles, que telle ou telle production est en voie de déficit ou d'excédent ; il est ce que les circonstances commandent » (*AM*, 15/04/1925). C'est là une conception partagée par l'ensemble des observateurs du marché des vins, même ceux issus de la propriété tels P. Gervais ou P. Degrully (pourtant si sévère envers les intermédiaires), qui voient dans l'activité spéculative du négoce un rôle de régulateur du marché. A. Stanziani explique pour sa part que lors de la genèse de la définition du commerçant dans le droit français au XIXe siècle, l'un des critères principaux est que « son activité soit exercée de manière continuelle et dans un but spéculatif ». Cf. STANZIANI A., « Les deux sens de la spéculation au XIXe siècle » in AGLAN A., FEIERTAG O., MAREC Y., *Les Français et l'argent, entre fantasmes et réalités*, Rennes, PUR, 2011,p. 269.

[2] Allocution de clôture, Congrès FM, 1923, *BMS*, avril-mai 1923, p. 366.

[3] Voir par exemple LE BOT F., « Quand la valeur se dérobe ! La "bonne qualité", le "juste prix" et la concurrence "avilissante". Les exemples de la chaussure, du gant et de la porcelaine en France durant les années 1930 » in AGLAN A., FEIERTAG O., MAREC Y., *op. cit.*, p. 303-315.

protester contre la divulgation par *La Dépêche* des achats qu'il a réalisés. Il est surpris par « la précision déconcertante » de l'article, qui y révèle son nom ainsi que les détails de la cave (propriétaire, prix, degré). Il regrette que cette pratique tend à se généraliser, « surtout quand les achats semblent avoir été opérés à des prix élevés »[1]. Roussel-Lacombe a ainsi peur qu'on le soupçonne de réaliser de trop gros bénéfices, notamment au détriment de ses fournisseurs. En effet, si la démarche de *La Dépêche* est préjudiciable pour les négociants locaux vis-à-vis du Commerce de l'extérieur, qui connaît ainsi avec précision les prix d'achat à la propriété, elle est également préjudiciable localement car elle donne des indications certaines sur les bénéfices qu'ils réalisent. Or, dans l'esprit des viticulteurs, ces bénéfices sont toujours réalisés à leurs dépens. La dimension psychologique est ici importante et tant Roussel-Lacombe que le Syndicat s'émeuvent de pratiques répréhensibles et discriminatoires qui nuisent au rapport de confiance primordial entre fournisseurs et clients.

Soixante ans plus tard, alors que les prix peinent à décoller et les affaires restent très calmes, le président de la CGVM, Jean-Baptiste Bénet, met en cause les négociants « qui voudraient que les choses soient autrement que ce qu'elles sont, plus conformes à leurs intérêts ». Il va plus loin en limitant l'activité du négoce à la seule spéculation. Ainsi dit-il : « La spéculation tente de constituer à la propriété un stock suffisant, acheté à des prix antérieurs, pour peser sur les premiers mois de la nouvelle campagne. […] Il appartient aux viticulteurs de casser les reins, aujourd'hui, à de semblables spéculateurs. »[2] Très clairement, le mot « spéculation » a remplacé le mot « négoce » et ce dernier est réduit à sa seule dimension de *mercanti*, comme le craignaient déjà les responsables syndicaux en 1908 ou en 1923.

C'est pour cette raison que les syndicats cherchent à se prémunir de tels risques tout d'abord en dénonçant eux-mêmes la spéculation excessive. Ainsi, en 1912, le Syndicat des vins de Montpellier étudie, lors d'une de ses réunions mensuelles, une lettre écrite par quelques négociants locaux non-identifiés. Ce document réclame le rejet des pratiques de « quelques agioteurs sans conscience [qui] réalisent des bénéfices exagérés» dans la région et qui perturbent les cours des vins. Elle dénonce les dispositions spéculatives de certains négociants qui conservent des vins dans le but de les voir rapidement prendre de la valeur. C'est, selon eux, une pratique « amorale […] qui est, par suite de l'accaparement sur les vins, antisociale ». Le syndicat de Montpellier s'il accepte la diffusion de cette lettre, prend quelque peu ses distances avec son message. En effet, si la lettre condamne essentiellement les négociants de l'extérieur et « les grands bazars »[3], le président Leenhardt n'est pas sans savoir que la spéculation, si elle respecte les intérêts des uns et des autres, fait partie du jeu commercial. Il n'est donc pas possible de condamner la spéculation elle-même, mais plutôt les négociants dont l'activité principale réside dans la seule spéculation. D'ailleurs, le président conclut le débat, dans la logique libérale qui est sienne tout au long de son mandat, en reconnaissant que les prix sont effectivement trop élevés car certaines maisons se sont couvertes rapidement dès

[1] Lettre de Roussel-Lacombe à A. Baumel, 06/10/1908, reprise par *BMS*, oct.- nov. 1908, p. 181.
[2] « La manœuvre », *MV*, 30/07/1966.
[3] Ces magasins à succursales multiples qui tendent à se développer à l'époque, tel « F. Potin » ou « Nicolas ».

le début de la campagne, mais qu' « il est difficile, sans causer de véritables injustices, de limiter la libre initiative de chacun et de vouloir modifier le marché ». Le souci selon lui est que la spéculation malhonnête est l'œuvre d'intermédiaires qui, ne « touchant jamais les marchandises, ne figurent jamais sur un titre d'expédition »[1]. Ces derniers se rendent sur les marchés pour acheter des caves qu'ils revendent immédiatement avec une majoration. Bien évidemment, par cette activité purement spéculative, ils nuisent aux commerçants honnêtes car ils déstabilisent le marché et jettent la suspicion sur l'ensemble de la profession.

En conséquence, si le négoce local condamne cette spéculation « dangereuse », il cherche avant tout à se prémunir contre les poursuites dont il pourrait être la victime. Voilà pourquoi lorsqu'en juin 1913, le gouvernement publie un décret encadrant la spéculation sur les grains, sucres et alcools[2], les avis sont partagés quant à son application aux vins. On dénonce toutefois à nouveau la spéculation clandestine qui fait passer des caves, plusieurs par jours entre plusieurs mains. Ces ventes à la filière, pratiquées par des « joueurs »[3], est libre de droits et de taxes, ce qui accroit leur attractivité, et donc le dérèglement sur les marchés. Mais, pour d'autres, ces pratiques ne sont pas de la spéculation, mais « une véritable épidémie, la fièvre du jeu », ignorées des commerçants honnêtes pour qui il est tout à fait normal que les prix varient « suivant la rareté ou l'abondance du vin »[4].

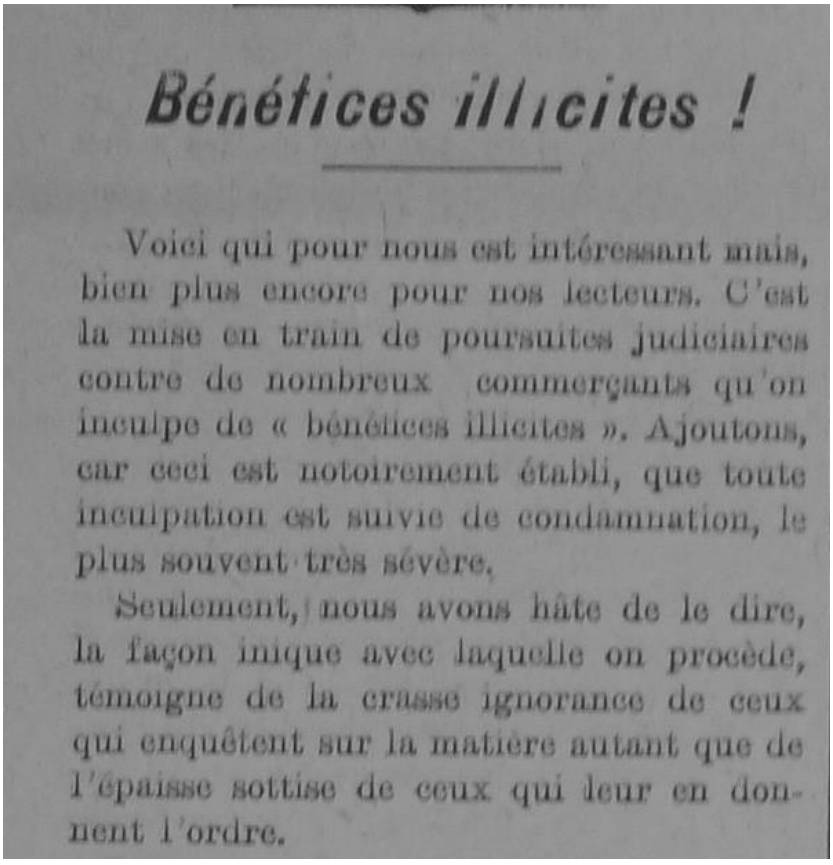
La « spéculation honnête » est donc admise comme étant « commune [aux] produits agricoles et au commerce en général »[5] car elle permet de stabiliser les marchés. En cela, les négociants s'inscrivent dans les pas du libéral Jean-Baptiste Say : « La spéculation a le grand avantage de retirer une marchandise de la circulation lorsqu'elle est trop abondante, pour l'y reverser lorsqu'elle devient rare. »[6] D'ailleurs, le biterrois Paul Granaud, lors d'une réunion des présidents de syndicats de la région sur la question, explique en substance qu'il est difficile de supprimer la spéculation car elle est l'essence même du métier de commerçant[7].

La question prend une nouvelle dimension pendant la Première Guerre mondiale lorsqu'est définie la « spéculation illicite ». La loi du 20 avril 1916 définit le délit de « spéculation illicite qui accentue les déséquilibres sur les marchés par des pratiques illégitimes et anormales ». Rappelons qu'il s'agit ici d'imposer une « contribution extraordinaire sur les bénéfices exceptionnels ou supplémentaires réalisés pendant la guerre »[8]. En réalité, la période court du 1er août 1914 jusqu'au 30 juin 1920, soit près de deux ans après la fin des hostilités et cette taxation peut atteindre jusqu'à 80 % des bénéfices extraordinaires réalisés. Il s'agit de mieux encadrer les pratiques commerciales durant une période de désorganisation économique, d'étatisation de l'économie et de sacrifices. Dans cette période de souffrances paroxystique pour l'ensemble des Français, la question du profit « doté d'une puissante

[1] *BMS*, juill. 1912, p. 135-139.
[2] Décret du 21 juin 1913.
[3] *Le Moniteur vinicole*, 01/07/1913.
[4] *Idem*.
[5] Lettre du syndicat de Sète au syndicat régional, citée par *BMS*, oct.-nov. 1913, p. 346.
[6] Cité par DEGRULLY P., *op. cit.*, p. 412.
[7] *BMS*, oct.-nov. 1913, p. 349-350.
[8] C'est le titre de la loi.

charge symbolique se trouve particulièrement visé »[1]. Elle perdure après-guerre par la plus grande attention portée aux profits réalisés par les maisons de commerce et la défiance vis-à-vis des pratiques spéculatives.

Dans les milieux du commerce des vins, les craintes sont nombreuses et elles sont relayées par la presse qui évoque les « nombreux commerçants qu'on inculpe de "bénéfices illicites" »[2]. Elle se fait l'écho de ces inquiétudes avec des titres souvent incisif comme ci-dessous :



Bénéfices illicites !

Voici qui pour nous est intéressant mais, bien plus encore pour nos lecteurs. C'est la mise en train de poursuites judiciaires contre de nombreux commerçants qu'on inculpe de « bénéfices illicites ». Ajoutons, car ceci est notoirement établi, que toute inculpation est suivie de condamnation, le plus souvent très sévère.

Seulement, nous avons hâte de le dire, la façon inique avec laquelle on procède, témoigne de la crasse ignorance de ceux qui enquêtent sur la matière autant que de l'épaisse sottise de ceux qui leur en donnent l'ordre.

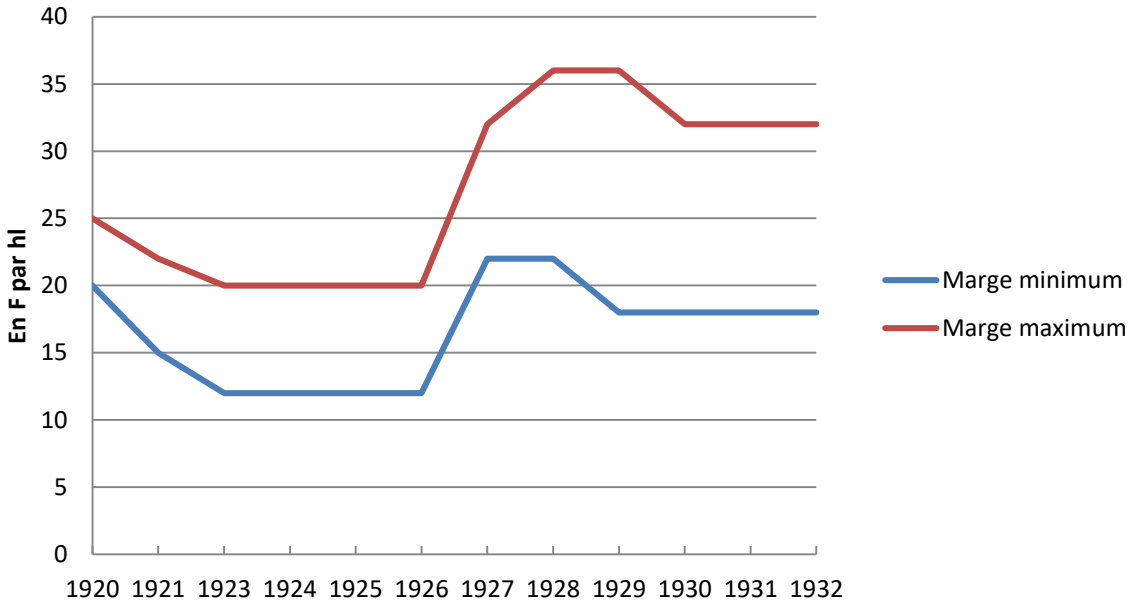
Fig. 89 : La presse spécialisée et les bénéfices illicites
Source : *MV*, 07/01/1920

En conséquence, dans l'immédiat après-guerre, par souci de transparence, les responsables patronaux pour éviter les poursuites abusives d'une accusation désormais pérenne, décident de définir les frais généraux supportés par le vin dans le cadre des commissions de cotation[3]. Très clairement, en 1920 cette décision semble être prise pour éviter que pèsent sur eux des soupçons infondés alors que de nombreuses maisons de commerce ont réalisé de larges bénéfices durant la guerre et qu'ils ont accumulé cet « argent impur »[4]. Ainsi, pour la première fois, le 6 février, apparaît la « fixation mensuelle de la majoration ». En 1920, elle

[1] VERHEYDE P., « Les profits de guerre : l'argent impur », in AGLAN A., FEIERTAG O., MAREC Y., *op. cit.*, p. 319.
[2] *MV*, 07/01/1920
[3] Courtage, location de matériel, charrois, commissions de représentants, déchets et consumes, risques divers, vin distribué aux ouvriers, entre autres.
[4] VERHEYDE P., *art. cit.*

est de 18 à 20 F par hl et enregistre une progression notable pendant la période étudiée[1] (graph. 42).

Graph. 42 : Majoration moyenne établie par la Commission de cotation des vins de Béziers



Source : ADH : 8 M 222-224, *op. cit.*

Cette marge est « à faire subir au prix de la cote pour obtenir le prix de vin marchandise rendu gare, départ, bénéfice non compris »[2]. Elle comprend : les frais généraux ; la location des fûts ; les frais de charroi ; les vins fournis aux charretiers, entonneurs, etc. ; la commission du représentant ; les déchets et consumes ; les intérêts des capitaux engagés ; les prévisions des pertes pour des vins avariés.

L'objectif est d'être le plus transparent possible pour éviter les soupçons et les poursuites pour spéculation illicite.

C'est d'autant plus important que la notion de « spéculation illicite » est a été renforcée entre temps[3] et qu'elle apparaît dans le discours syndical[4]. Pour cette raison, en 1924, Paul Araou du Syndicat de Béziers, propose que, pour distinguer le commerçant honnête de l'intermédiaire peu scrupuleux, on exige l'établissement de la marge moyenne des bénéfices[5]. Toutefois, le mouvement patronal se montre hostile, au nom de la liberté commerciale, à toute imposition d'un taux maximum qui serait considéré comme illicite[6].

[1] ADH : 8 M 222-224, Fonds de la CCB, Cours officiel des vins et alcools, Registres, 1915-1932. Après 1932, elle disparaît des registres.
[2] *Idem*.
[3] Loi du 23 octobre 1919 qui proroge la loi de 1916 et renforce les peines (jusqu'à trois ans et 100.000 F d'amende).
[4] Elle apparaît dans nos archives avec le discours de Roussel-Lacombe, Secrétaire général de la FM, au congrès de 1923 qui fait allusion au projet Millerand de modifier le code pénal pour substituer au « délit de coalition », un « délit de spéculation » (*BMS*, avril-mai 1923, p. 315)
[5] *BMS*, fév. 1924, p. 122.
[6] Programme du Congrès FM, 1924, *BMS*, fév. 1924, p. 135-136.

Dans le même ordre d'idées, à la même période, l'autre grand thème lié à la spéculation qui préoccupe les négociants après-guerre est la « contribution exceptionnelle sur les bénéfices de guerre ». Instituée en 1916, elle est valable jusqu'au 30 juin 1920 et inquiète les négociants, notamment car elle s'appuie sur les commissions de cotation qui parfois, cotent plus que la normale[1]. En conséquence, les commissions qui sont chargées d'évaluer les bénéfices exceptionnels évaluent alors les stocks au-dessus de la valeur réelle, ce qui fait courir un risque fortement préjudiciable aux négociants. Les responsables syndicaux comme à nouveau P. Araou, cherchent donc à influer sur les décisions de la Commission supérieure qui statue sur les bénéfices extraordinaires. L'argument d'Araou est simple : les commissions cotent plus haut que le cours réel et « les commerçants assujettis à la contribution extraordinaire sont donc lésés »[2]. À l'aide d'exemples précis, il cherche à dédouaner certaines maisons qui ont réalisé de substantiels bénéfices pendant la guerre[3]. Le rapport d'Araou est ainsi envoyé, avec l'appui de la CCB, au ministre des Finances et au président de la Commission supérieure[4]. En avril 1923, lors du Congrès de la Fédération méridionale, le président Malet se félicite, à ce sujet, de l'action syndicale dans la protection des intérêts du Commerce méridional[5].

Ces deux décisions prises pendant le conflit engagent l'État dans un processus d'encadrement des marges commerciales qui traque la spéculation illicite. En 1927, ce dispositif est renforcé par une loi modifiant le Code pénal, pour réguler le droit à la concurrence[6]. À la Libération, deux ordonnances visent également les profits illicites. Cette-fois-ci, il n'est plus question de taxation comme en 1916 mais de confiscation et d'amendes[7]. En 1948, une nouvelle loi encadre plus strictement encore la spéculation[8]. Ces décisions sont, à chaque fois, singulièrement mal reçues par le Commerce qui y voit une entrave à la liberté commerciale et une suspicion jetée sur les commerçants honnêtes[9]. Les tribunaux sont alors particulièrement vigilants à certaines pratiques, notamment les résiliations de contrats en période de hausse des cours[10] tandis que la régie reste attentive à l'évolution des marges, afin de traquer les négociants qui se livreraient à des pratiques spéculatives « hors-normes »[11]. Bien évidemment, les

[1] ADH : 8 M 230, *op. cit.*, Intervention d'Araou devant la CCB, 31/10/1922.
[2] « Les auteurs de déclarations erronées sont passibles d'une majoration de droits de 50 % sur la portion des bénéfices dissimulés et - ou d'une peine d'amende et d'emprisonnement de 3 mois à 2 ans ». (cf. TOUCHELAY B., *Taxer les bénéfices de guerre,…*, *art. cit.*, p. 368).
[3] ABDF : Béziers, Montpellier, Sète 1919-22. Les exemples de maisons ayant fait fortune pendant la guerre sont récurrents dans les rapports d'inspection.
[4] ADH : 8 M 230, *op. cit.*, dossier « Réclamations des commerçants en vins », 1922.
[5] Allocution d'ouverture du Congrès 1923, *BMS*, avril-mai 1923.
[6] TORRE-SCHAUB M., *Essai sur la construction juridique de la catégorie de marché*, Paris, LGDJ, 2002.
[7] Ordonnance du 18/10/1944 tendant à confisquer les profits illicites ; Ordonnance du 07/01/1945 relative à la confiscation des profits illicites.
[8] AN : BB/18/3887 : Correspondance générale de la division criminelle, Hausse injustifiée des prix, Application de la loi du 25 février 1948, Loi du 25/02/1948 relative à la répression des hausses injustifiées.
[9] Voir par exemple, « spéculation illicite », *AM*, 01/02/1928. Le journal évoque une « grave question » qui risque de créer des « citoyen de première et de deuxième zones » en raison des soupçons constants pesant sur les commerçants avec une telle loi.
[10] *MJM*, 15/05/1925, CAM (26/03/1925)
[11] ANF : 19800139/35, Vins et Boissons, Répression des fraudes, Note faisant connaître les résultats obtenus par le Service de la répression des fraudes, 17/01/1951.

négociants sont très craintifs face à ces nouvelles dispositions comme en témoignent les correspondances dans les années 1920-1930[1] ou les recommandations syndicales après 1945[2].

Bien que les condamnations semblent être très rares[3], c'est un frein indéniable à l'exercice traditionnel d'une profession qui se fait le champion de la « libre concurrence »[4]. Dès lors, cela nécessite une adaptation constante pour ne pas être considéré comme fraudeur.

Être hors-la-loi à son insu : la question de la responsabilité individuelle

La limite entre le commerçant honnête et le commerçant fraudeur est si fine que parfois, la malchance, la maladresse ou un petit détail font basculer l'avenir d'une maison. Par conséquent, dès le début du siècle, les négociants s'évertuent à plaider la bonne foi en matière de poursuites. Ils plaident pour que le négociant fautif soit considéré comme de bonne foi lors de la détection par les services des contributions indirectes d'une infraction et non pas comme un fraudeur en puissance. Ainsi, dès sa prise de fonction à la tête du syndicat montpelliérain en 1900, Paul Bret estime qu'un des premiers combats à mener est « de faire mieux préciser, avec la Régie, ce point essentiel que nous ne sommes pas des fraudeurs mais d'honnêtes commerçants »[5]. En conséquence, tout au long de la période, les relations avec la Régie s'établissent sur un double postulat : facilitation du commerce-respect de l'honorabilité[6]. Les négociants insistent particulièrement sur ce second point car des relations apaisées avec la Régie permettraient selon eux de faciliter le commerce. Pourtant, ces relations sont compliquées par la loi de 1905 qui assimile les négociants fautifs à des fraudeurs : « Ses difficultés [au négociant] deviennent chaque jour grandissante pour parer à tous les dangers que les lois, notamment celle du 1er août 1905, lui font encourir, malgré la correction et l'honnêteté de son négoce » affirme Bret devant le Syndicat régional en 1911[7].

---

[1] ADH : 8 M 226, Fonds de la CCB, Commission des vins, Lettre de J. Meyer du 18/11/1926, par exemple, qui évoque les risques si le différentiel entre les cotations officielles et les caves vendues dépasse les 5 à 10 F – ce qui est souvent le cas car les cotes ne prennent pas en considération les caves trop éloignées de la moyenne pondérée.

[2] ADH : 2 W 3227, Fonds de la préfecture, Situation des marchés, lettre FM, 14/04/1948. La FM appelle les négociants à la prudence et à « se cantonner dans les limites raisonnables » après l'établissement des décrets d'application de la loi de février 1948. Les transactions à la suite de cette décision législative sont quasiment nulles pendant plusieurs semaines en raison de la méfiance des maisons de commerce (note de la préfecture du 16/06/1948).

[3] *Ibid*., Note du procureur général de l'Hérault, 23/12/1948. Entre février et décembre 1948, six commerçants sont poursuivis pour infraction à la loi de 1948 (contre 51 propriétaires) par le tribunal correctionnel de Montpellier mais aucun n'est originaire ni basé dans l'Hérault. Par ailleurs, ces poursuites sont très minoritaires par rapport aux autres denrées. Ainsi, en octobre 1948, sur 13 affaires traitées par le tribunal de Montpellier, une seule concerne une hausse illicite sur le prix du vin et c'est le jugement d'une affaire datant de 1945 (AN : BB 18/3887, *op. cit.*, Compte rendu du parquet du procureur général, nov. 1948).

[4] *AM*, 01/02/1928, *op. cit.*

[5] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, PV AG Syndicat de Montpellier, 09/01/1900.

[6] Un bon exemple est donné avec le délai d'emploi des vins de nouvelles venues. Les négociants n'ont en effet pas le droit d'utiliser les vins pendant 72 à 24 heures (selon leur localité), période pendant laquelle la Régie doit venir les contrôler. Pour le Négoce, ce temps est vécu paradoxalement à la fois comme un temps de suspicion (la Régie ne leur fait pas confiance pendant un laps de temps relativement long) mais également comme une sécurité (car ils ne sont pas responsables pénalement du vin avant sa reconnaissance). Ainsi s'ils demandent sa réduction, ils ne sont pas pour sa suppression.

[7] Congrès annuel, 8 avril 1911, *BMS* 1911, avril 1911, p. 395.

Dans cette logique, les années 1920 voient la multiplication des doléances pour reconnaître la bonne foi du négociant en cas d'infraction. C'est particulièrement le cas lors des débats portant sur les projets de loi visant à modifier la loi de 1905. Lors du Congrès de 1923, on aborde également « la gravité de la peine encourue et la nature de la juridiction compétente[1] [qui] sont hors de proportion avec les fautes involontaires de négligence ou d'imprudence, commises sans aucune intention frauduleuse et qui tombent sous le coup de cette loi »[2]. Plutôt que des poursuites pénales, les négociants réclament de simples amendes, établies au cas par cas et que les infractions de bonne foi, une fois cette dernière établie, soient passibles du simple tribunal de police et non pas du tribunal correctionnel comme le prévoit la loi de 1905.

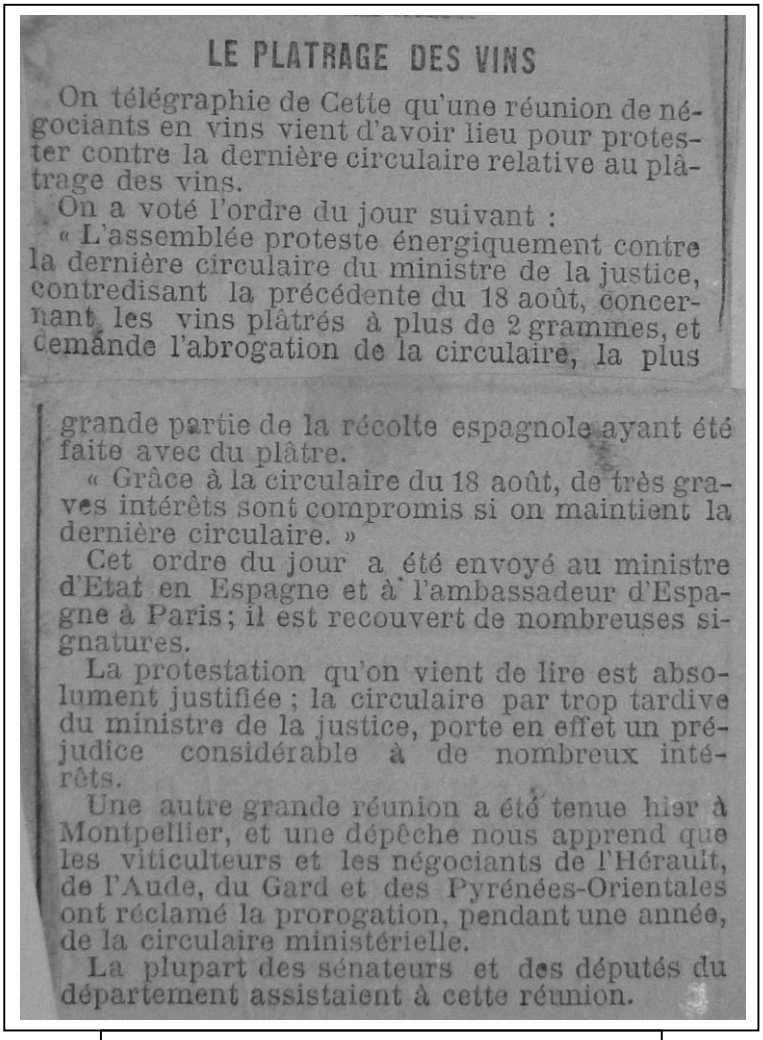
Trente ans plus tard, André Méloux abonde dans le même sens lorsqu'il aborde devant le Congrès annuel de la Fédération méridionale en 1955 la question des fraudes : « La répression des fraudes a, en effet, ceci de commun avec le sort qu'elle frappe souvent comme un aveugle […] les inconscients, les négligents, les naïfs, oui, tous ceux qui se disent "puisque je ne fraude pas, je ne risque rien". »[3] Les dangers sont d'autant plus grands que les maisons de commerce doivent gérer jusqu'à plusieurs centaines de milliers d'hl et que, face à de telles quantités, les contrôles en interne sont difficiles à réaliser et les négligences involontaires impossibles à éviter.

Si ces propos sont à prendre avec du recul car motivés par la défense obstinée de la profession et de son honorabilité, ils dénotent tout de même, par leur longévité et leur persistance, d'un double problème délicat : la capacité de la Régie à déceler la bonne foi et l'infime distance entre la légalité et l'illégalité.

Prenons par exemple, l'une des infractions les plus courantes dans les vins du Midi, le plâtrage. Cette technique, qui est « une technique traditionnelle »[4] dans le Midi consiste à utiliser du sulfate de potasse pour contrôler l'évolution du vin. En effet, en cas de grande chaleur ou de fortes pluies, situations communes dans les régions méridionales dans la période qui suit les vendanges, le vin peut « tourner » et se transformer en vinaigre. Pour éviter cette « piqûre », les négociants (et les propriétaires) traitent leurs vins avec du sulfate de potasse qui permet de le stabiliser. C'est une manipulation d'autant plus importante que le Midi se caractérise par « l'absence de véritables caves »[5] pouvant protéger les stocks des aléas climatiques. Si cette manipulation est tout à fait légitime dans son but originel, elle l'est beaucoup moins quand les négociants s'en servent pour améliorer la robe du vin ou quand elle sert à forcer la fermentation du vin. Il en résulte une très forte suspicion de fraude lorsqu'est décelé un surplâtrage. Dès lors, depuis la fin du XIXe siècle et l'entrée en vigueur des lois pénalisant

[1] Les poursuites se font au pénal, devant un tribunal correctionnel.
[2] « La bonne foi en matière de répression des fraudes et de contraventions de régie », Congrès annuel FM, 1923, *BMS*, avril-mai 1923, p. 353-358.
[3] ADH : 4 ETP 257, Fonds de la CCM, Compte rendu du Congrès de la Fédération méridionale, 1955, p. 51.
[4] STANZIANI A., « La falsification du vin en France, 1880-1905 … », *art. cit.*, p. 159.
[5] *Idem.*

le surplatrage, les négociants méridionaux protestent contre les mesures prises à l'encontre des vins plâtrés.



LE PLATRAGE DES VINS

On télégraphie de Cette qu'une réunion de négociants en vins vient d'avoir lieu pour protester contre la dernière circulaire relative au plâtrage des vins.

On a voté l'ordre du jour suivant :

« L'assemblée proteste énergiquement contre la dernière circulaire du ministre de la justice, contredisant la précédente du 18 août, concernant les vins plâtrés à plus de 2 grammes, et demande l'abrogation de la circulaire, la plus grande partie de la récolte espagnole ayant été faite avec du plâtre.

« Grâce à la circulaire du 18 août, de très graves intérêts sont compromis si on maintient la dernière circulaire. »

Cet ordre du jour a été envoyé au ministre d'Etat en Espagne et à l'ambassadeur d'Espagne à Paris ; il est recouvert de nombreuses signatures.

La protestation qu'on vient de lire est absolument justifiée ; la circulaire par trop tardive du ministre de la justice, porte en effet un préjudice considérable à de nombreux intérêts.

Une autre grande réunion a été tenue hier à Montpellier, et une dépêche nous apprend que les viticulteurs et les négociants de l'Hérault, de l'Aude, du Gard et des Pyrénées-Orientales ont réclamé la prorogation, pendant une année, de la circulaire ministérielle.

La plupart des sénateurs et des députés du département assistaient à cette réunion.

Fig. 89 : La question du plâtrage des vins
*Le Voltaire*11/09/1890
Source : AN : BB/18/6023

On fait appel aux plus grands scientifiques de l'époque pour donner leur avis sur la nocivité du plâtrage. C'est le cas du chimiste Marcellin Berthelot. Ce dernier, interrogé par *le Matin,* réitère les propos qu'il a tenus lors de son audition devant le Sénat au moment de la proposition Griffe : le sulfate de potasse est une substance nuisible pour la santé[1]. Les prises de position des uns et des autres ne font que renforcer la suspicion autour d'une pratique controversée.

Cette suspicion est problématique car l'utilisation du sulfate de potasse recouvre deux dimensions, une licite et une illicite. Surtout, son usage recoupe deux impératifs, celui de la qualité (avoir le meilleur vin possible) et celui de la quantité (ne pas perdre une partie de sa marchandise). En conséquence, au moindre doute de surplâtrage – et donc de doute sur la qualité même du vin acheté –, le négociant se sentant lésé n'hésite pas à avoir recours à la justice.

[1] *Le Matin*, 07/02/1891.

Citons le cas par exemple d'un négociant qui achète huit foudres de vin à un propriétaire biterrois en décembre 1907[1]. Sur ces huit foudres, deux sont surplâtrés. La justice consulaire saisie en première instance estime que le vin provient d'une région, le Biterrois, « où tous les vins sont plâtrés » et ne considère pas cette vente comme entachée d'un vice-caché. Au contraire, la cour d'appel de Montpellier décide de casser le premier jugement du tribunal de commerce de Béziers et condamne le propriétaire à récupérer les deux foudres illégaux. Pourtant, la même année, le tribunal correctionnel de Carcassonne estime que les détenteurs de vins surplâtrés à petites doses ne peuvent pas être poursuivis[2]. En effet, dans le cas qui lui est présenté, la dose a été dépassée de 4 à 6 centigrammes par litre (selon les échantillons) et l'expert mandaté par la cour estime que les techniques ne sont pas suffisamment fines pour condamner un vin avec une telle dose (d'autant plus que cette analyse est soumise aux conditions atmosphériques et à l'état hygrométrique de l'air qui entraînent des différences significatives). Il estime même que « lorsqu'une analyse révèle 2 grammes de sulfate de potasse, on peut affirmer que la dosée est dépassée ». On le voit ici, la frontière est donc fine entre respect de la loi et infraction.

Mais c'est également le cas dans d'autres domaines. En 1927, le biterrois Paul Araou évoque le cas d'un négociant, « honorable commerçant » de la ville, traduit devant le tribunal correctionnel pour avoir mélangé dans un wagon-réservoir, un fût de 6 hl qui était, « à son insu », mouillé à 10 %. Le négociant est alors condamné à une amende de plus de 110.000 F soit pour la totalité du wagon-réservoir (160 hl). Or, si on prend en considération la totalité du wagon-réservoir, le mouillage est infime, moins de 0,4%. Par ailleurs, dans le même temps, la même cour a condamné un commerçant, coupable d'avoir mouillé son lait à hauteur de 12 à 15 %, à une amende de 100 F. Ce cas est d'autant plus excessif que le vin est lui-même mouillé « entre 30 et 80 % » dans le verre des consommateurs (comme le recommande la Faculté de médecine d'après Araou), sans compter les vins naturellement mouillés par la pluie ou la rosée[3]. Les négociants blâment essentiellement cette disproportion. S'ils acceptent volontiers, voire encouragent, l'action de la répression des fraudes, ils acceptent mal d'être des justiciables à part comme l'indique cet exemple de 1927.

Au demeurant, le peu de crédit dont bénéficient généralement les négociants face à la Régie ou face à la justice les met d'ailleurs à la merci de leurs clients. Ainsi Augé est, parfois, forcé de reconnaître ses torts lorsqu'il y a un manquant de degré ou de volume, même lorsque ces derniers sont infimes ou qu'ils ne sont pas de son fait. Ainsi, en avril 1929, il accepte de rembourser un de ses clients – qui le menace de poursuites judiciaires – pour une différence de 0°1. Pourtant, les experts reconnaissent, dans le premier XXe siècle, que d'un appareil à un autre, le titre d'un vin varie de 2 à 3/10e et qu'il s'appauvrit lors des voyages et des manipulations.

[1] *MJM*, n° 839, 16/02/1908, CAM (20/12/07).
[2] *MJM*, n° 846, 05/04/1908., TCorrC (17/03/1908).
[3] CR Congrès FM, 1927, *AM*, 01/08/1927.

Dans le même esprit, le *Midi Vinicole* s'interroge en 1952 sur la responsabilité d'un négociant qui n'aurait pas fait procéder à la vérification approfondie des vins qu'il met en vente. Ici, le débat porte sur la définition d' « approfondie » qui est particulièrement subjective et laisse libre-court à de nombreuses interprétations, notamment en ce qui concerne les opérations délicates comme la mesure de l'acidité fixe[1].

À ces risques de procédures autour de la nature des vins s'ajoutent des poursuites autour des contrats eux-mêmes.

Des contrats source d'imbroglio dans le premier XXe siècle

Les disputes portées devant la justice au sujet des conditions contractuelles – et de leur non-respect – sont extrêmement nombreuses, notamment jusqu'aux années 1930. En effet, à cette période se fixe définitivement ou presque la jurisprudence en matière de transactions commerciales. Or dans tous les cas litigieux, la justice doit faire la preuve que l'accusé ait eu connaissance des usages commerciaux reconnus par la législation et la justice[2]. Une fois cette jurisprudence bien établie, les cas sont moins nombreux car les négociants et leurs partenaires commerciaux sont mieux informés de la nécessaire rigueur dans l'établissement et le respect des contrats. Ils sont également bien avertis des peines encourues. Mais au début du siècle, souvent par manque d'information, d'expérience ou tout simplement par négligence, les conflits portant sur les contrats sont très nombreux.

Ainsi, en octobre 1909, la cour de Montpellier examine la plainte d'un négociant, la Dame Martin-Olive contre un vendeur[3], Blain-Nicolas. Ce dernier a vendu à Martin-Olive plusieurs foudres en juin 1908 pour un total de plus de 700 hl. Lorsque Martin-Olive veut récupérer son vin au mois d'août, celui-ci, contenu en partie dans une cuve en ciment en plein soleil, est avarié. Ici la cour ne reconnaît pas la faute de Blain-Nicolas car, après l'agréage, Martin-Olive, en tant que propriétaire des vins achetés, en assumait les risques et périls. Dans ce cas, elle aurait dû s'enquérir des conditions de stockage des vins achetés. De fait, la cour de Montpellier, regrettant « l'erreur de Blain », estime que Martin-Olive est en tort et elle la déboute[4]. Pour la maison Martin-Olive, c'est une perte de plus de 500 hl soit, en 1908-1909, une perte considérable de près de 10.000 F. En outre, maintenant détentrice de vins avariés, Martin-Olive est sous le coup de la loi et elle va devoir, si elle ne veut pas risquer d'être poursuivie par la justice, envoyer ce vin à la distillerie. Ici, c'est bien donc l'inexpérience ou l'impréparation du négociant qui lui fait perdre une somme importante et la place sous le coup de la loi. Dans le même esprit, le cas d'un négociant est évoqué devant le Syndicat régional en 1923 : il vient d'être débouté car les vins pesés dans la cave du vendeur au moment de la retiraison titraient entre 6°9 et 8°, soit largement moins que lors de l'agréage. Cependant, une fois le contrat passé, les vins sont à la charge de l'acheteur et il aurait dû, avant la retiraison,

[1] *MV*, 20/02/1952.
[2] Voir à ce sujet : LYON-CAEN C., RENAULT L., *Traité de droit commercial. 3-4, Des contrats commerciaux*, Paris, LGDJ, 1921-1936.
[3] Il n'est pas précisé s'il s'agit là d'un propriétaire ou d'un intermédiaire.
[4] MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*, p. 100.

s'inquiéter de vérifier le poids des vins sur place[1]. Parfois, l'incompétence, l'imprécision ou la précipitation font condamner les contractants. C'est le cas dans toutes une série de litiges où les lettres de confirmation sont soit trop vagues soit absentes. Or la justice rappelle à de multiples reprises que pour que la vente soit parfaite, la correspondance entre les deux contractants doit être mutuelle et à une proposition de contrat doit répondre une lettre de confirmation établissant très clairement les clauses de ce contrat[2].

Dans d'autres cas, la méconnaissance des usages et de la loi est fatale pour des maisons de commerce dont on a noté le fort renouvellement – et donc une certaine inexpérience – dans la première partie du XXe siècle. Ainsi, en juin 1910 Chavardès et Piquemal vendent à Aoust une cave d'environ 2.000 hl, qui doivent être retirés avant le 15 août. Chavardès et Piquemal acceptent, comme il est de coutume dans de nombreux cas, de proroger ce délai pour permettre à Aoust de venir chercher le vin quelques jours après la date du 15 août, ce qui est fait en partie les 16 et 17. Mais, le 19, suite à une brusque montée des cours, Chavardès et Piquemal décident de dénoncer le contrat sur le solde restant en cave (400 hl environ) au prétexte qu'Aoust n'a pas retiré avant le 15 août[3]. Ici, la cupidité associée à la méconnaissance des usages coutumiers reconnus par la loi font perdre Chavardès et Piquemal en justice. En effet, la cour considère que, selon les usages dans la région, le silence lors de la retiraison des 16-17 et l'absence de mise en demeure au 15 août suffisent à débouter les appelants dont l'avidité est stigmatisée par la cour. En 1921, un négociant biterrois voit sa plainte déboutée par le tribunal civil de Montpellier contre la Compagnie du Midi car, alors que son wagon-réservoir en retour est en retard, il ne fait pas la demande à la bonne gare. Tandis qu'il entreprend des démarches gare du Midi, son wagon-réservoir a été envoyé par ses clients gare du Nord (Intérêt local). Il n'est donc pas en mesure de porter réclamation[4]. Les méandres de la législation et de la jurisprudence sont telles qu'en 1912, Lucien Fusillet, membre de la du syndicat montpelliérain, recommande la plus grande prudence lors des transactions car, parfois, les décisions de justice sont contraires aux usages habituels et qu'en connaissance de cause, « il ne faudrait pas trop se croire à l'abri de réclamations [même] après que le vin soit entré en magasins »[5].

Les négociants doivent en outre composer avec certaines spécificités locales. En 1922, par exemple, la maison frontignanaise « Siau-Dorier » est déboutée car elle est venue chercher son vin à Capestang les 30 et 31 juillet. Mais le 30 juillet est un dimanche et le 31 se tient la fête communale du village. Le terme du contrat arrivant à échéance le 31 juillet, le solde encore dans les caves du propriétaire capestanais est perdu pour la maison de Frontignan. Il est évident ici, que c'est en raison de son impréparation et de son manque de professionnalisme,

[1] *BMS*, déc. 1923, p. 77-78.
[2] Comme par exemple en 1906 dans l'affaire « Durupt c/ De Rivière et Courtesol », citée par MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*, p. 108.
[3] *MJM*, 01/01/1911.
[4] MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*, p. 622.
[5] *BMS*, janv.1912, p. 11.

que la justice déboute « Siau-Dorier » qui avait attaqué en justice le vendeur pour pouvoir récupérer son solde. La cour considère, en effet, qu'il est normal que les ouvriers venant de Frontignan n'aient trouvé aucun personnel sur place et que la maison « aurait dû prendre ses dispositions en conséquence »[1]. En 1921, c'est au tour d'une maison de commerce piscénoise d'être condamnée à récupérer 71 hl de marchandise piquée envoyée à Châteauroux 71 hl sans agréage[2]. Or, s'il n'y a pas agréage, le vin peut être refusé s'il n'est pas conforme à la demande. Ici, même si le vendeur soutient que son vin, au départ de Pézenas, n'était pas piqué, la cour estime que cette piqûre n'a pas pu se réaliser en un laps de temps si court et le condamne donc à récupérer une marchandise invendable en l'état. C'est dans ce cas, la précipitation et le manque de rigueur du vendeur qui lui sont préjudiciables.

Dans cette période, le développement de la commission est également propice aux litiges. En 1910, le Syndicat régional fait part d'un jugement qui est particulièrement dangereux car il reconnaît un commissionnaire coupable d'avoir expédié un vin piqué. Pourtant, celui-ci, selon les usages du département, n'a agi qu'en qualité d'intermédiaire et n'a jamais été responsable de la qualité de la marchandise vendue. Mais cet usage n'est pas reconnu par l'arrêt de la cour de justice de Montpellier[3]. L'avocat-conseil du Syndicat des vins de Montpellier reproche surtout au commissionnaire de ne pas s'être présenté à l'expertise à laquelle il avait été sommé d'assister et qui lui aurait permis de se défendre contre certaines des accusations que Georges Mercier trouve spécieuses (comme le trop grand délai entre l'arrivée des fûts et l'entonnage ou le léger creux)[4]. En 1927, un commissionnaire de Campagnan est tenu responsable de la faible récolte d'un propriétaire car c'est lui qui était chargé d'évaluer le rendement de la vigne pour son commettant, lui faisant perdre une certaine somme d'argent[5].

Ces imbroglios sont d'autant plus dommageables que ces litiges, portant parfois sur plusieurs centaines de milliers de F, menacent la sécurité et la sérénité financières de structures commerciales déjà fragiles. Ainsi, il n'est pas rare de voir des maisons connaître des difficultés après l'annulation de contrat comme cette maison en 1912 qui, vendant à découvert, préfère annuler la vente en raison de la forte appréciation des cours et propose un concordat de 90.000 F plutôt qu'assurer un contrat qui lui ferait perdre près de 2 M de F[6]. D'ailleurs, certaines annotations des inspecteurs de la BDF vont également dans ce sens et illustrent la fragilité des maisons de commerce héraultaises après des litiges dont elles ou leurs clients sont responsables[7].

[1] MERCIER G., GUIBAL J., *op. cit.*, p. 252.
[2] C'est ce que l'on appelle la clause « vente sur gare départ ».
[3] *MV*, 24/05/1910.
[4] *BMS*, juin-juill. 1910, p. 189-191.
[5] *MJM*, 15/11/1927, TCM (28/03/1927).
[6] *MJM*, 07/07/1912, CAN (19/02/1912).
[7] Ainsi, plusieurs maisons sont mises en difficultés à la suite de litiges : citons par exemple au début de la période la maison « Bousquet jeune » de Béziers qui a perdu près de 100.000 F dans la faillite d'un de ses clients à Libourne (ABDF : Béziers, 1911) ou plus tard, la maison « Arnal L. » en « sérieuses difficultés » en 1954 à la suite de la faillite Vinogel (ABDF : Montpellier, 1961).

La frontière est donc mince entre la légalité et l'illégalité et il n'est pas rare de voir des maisons, par manque de rigueur, imprudence ou impréparation, fragilisées et mises en difficulté sur le plan commercial et financier[1].

Mais, il est difficile de conclure sur l'intentionnalité de ces phénomènes et au même titre que la spéculation « déloyale », c'est un ensemble de facteurs qui nuisent à la bonne réputation des maisons de commerce héraultaises.

C'est d'autant plus le cas, que dans la région, les cas de fraudes volontaires sont également nombreux.

Fraudes et fraudeurs

La réussite florissante et exacerbée de certaines maisons, la multiplicité des manipulations viniques, la possibilité de réaliser de gros profits en un laps de temps très rapide, l'accroissement continu de la demande jusqu'aux années 1950, le foisonnement des transactions et le nombre limité de contrôleurs : telles sont quelques-unes des raisons qui expliquent que le marché des vins héraultais soit le cadre de fraudes nombreuses et variées[2].

L'Hérault et la fraude

En 1907, un document préparatoire aux débats à la Chambre des députés nous indique que le plus grand nombre de procès-verbaux ayant donné lieu à des poursuites l'est dans la juridiction de la cour d'appel de Montpellier (tab. 101, page suivante).

Cet état des lieux réalisé en juin 1907 sur une période de neuf mois, alors que l'agitation dans le Midi est à son paroxysme, met en lumière plusieurs éléments. Tout d'abord, le Midi est la région dans laquelle la fraude est la plus exposée. Est-ce là le signe d'une fraude plus répandue qu'ailleurs ou celui d'une action de la répression plus efficace ? Il est difficile de répondre. Tout au plus peut-on signaler que les représentants patronaux se plaignent d'un service de la répression des fraudes plus actif dans le Midi qu'ailleurs[3] et des exemples de fraudes massives pratiquées dans d'autres régions comme nous l'apprend *Le Progrès vinicole* au début du siècle :

> « Au vu et au su de tous, depuis des années, il s'est établi, dans l'intérieur de Paris, des usines dénommées « Baptistère » dans les-

[1] C'est souvent le cas lors des transmissions générationnelles, même dans les plus grandes maisons, comme à Sète, les maisons « Taillan P. » dans les années 1920 (ABDF : Sète, 1922-1926) ou « B. Tous » dans les années 1930 (ABDF : Montpellier, 1934). Les successeurs ayant été peu investis dans la conduite de la maison, ils font souvent preuve d'un amateurisme dangereux pénalement parlant.

[2] Il n'est néanmoins pas le seul. La fraude existe également dans d'autres grandes régions viticoles comme le Bordelais (cf. ROUDIÉ P., *op. cit*) ou la Bourgogne (JACQUET O., *op. cit.*). On la retrouve également dans des régions de petite production et bien évidemment dans les grands centres de consommation comme en témoignent les archives judiciaires. Cf. AN : BB/18/6022-6037, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, 1885-1939. Mais elle prend dans le département une ampleur – quantitative et mentale – qu'elle n'a pas dans les autres régions. Pour une mise en perspective plus générale de la fraude voir BÉAUR G., BONNIN H. et LEMERCIER C. (dir.), *Fraude, contrefaçon et contrebande de l'Antiquité à nos jours*, Paris, Droz, 2006.

[3] Cf. *supra*, p. 500.

> quelles le vin entre à 14 ou 15 degrés et n'est ensuite livré aux clients des tenanciers de ces fabriques qu'aux environs de 10 degrés. […] Et cela sans que ni la Régie des Contributions indirectes, ni l'octroi de Paris n'en aient cure. »[1]

Ce constat contraste avec la situation dans la juridiction de la cour d'appel de Montpellier qui concerne plus de 57 % des procès-verbaux dressés en France pour des contraventions à la législation sur les vins. Par ailleurs, le nombre d'amendes ordonnées souligne que ces infractions donnent lieu à plusieurs condamnations ou/et concernent plusieurs personnes. Surtout, la sévérité des tribunaux méridionaux est mise en exergue par les condamnations à des peines de prison : 7 % à Montpellier et 33% à Nîmes, soit bien plus que dans toutes les autres régions de grande ou petite production.

Tab. 101 : État récapitulatif de l'application de la loi en matière de fraudes sur les vins
Octobre 1906-juin 1907

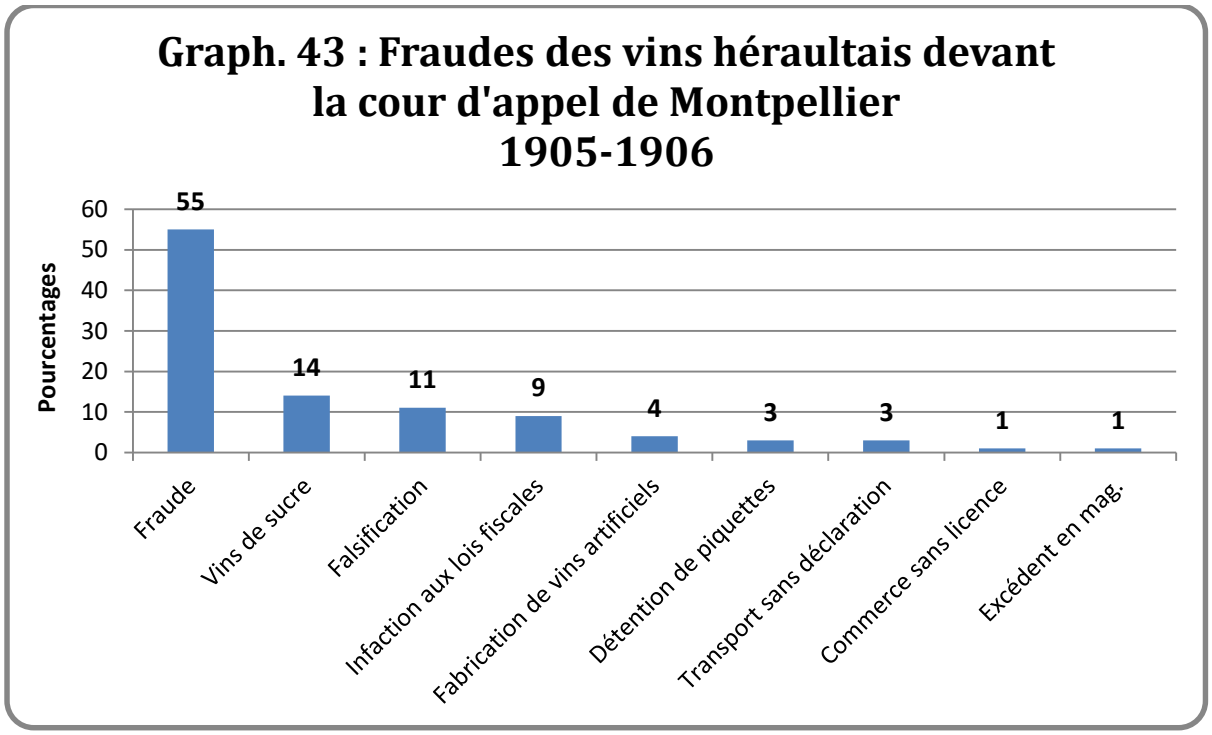
Cours d'appel	*Procès-verbaux*	*Condamnations*		*Non-lieux*
		Prison	*Amende*	
Aix	59	1	12	19
Alger	19		4	
Angers	1			
Bordeaux	15		18	
Dijon	1		1	
Montpellier	199	14	302	3
Nîmes	18	6	10	
Orléans	10		11	
Paris	16	2	12	
Pau	1		1	
Poitiers	2		2	
Rennes	1	1	1	
Toulouse	5		13	
Autres CA	0			

Source : AN : BB/18/6026, *op. cit.*

S'il est logique de penser que dans la plus grande région productrice nationale, il est somme toute normal de trouver en proportion une part plus importante de fraudeurs, les chiffres semblent toutefois disproportionnés. Ce constat est renforcé par l'absence ou la quasi-absence de condamnations pour fraude sur les vins dans les régions qui achètent en masse des vins languedociens et héraultais : Lyon, Besançon, Limoges ou Orléans.

[1] *Le Progrès vinicole*, 05/04/1900.

Cette fraude est d'une grande variété comme l'illustre le graphique ci-dessous[1].



Source : AN : BB/18/6027, Correspondance générale de la division criminelle, Fraude viticole

La fraude prend donc des contours multiples dans le commerce des vins héraultais et elle concerne à la fois la marchandise et sa détention. Il est donc nécessaire d'étudier dans le détail les différents types de fraudes.

« Trafiquer les vins » ou quand la facilité côtoie la cupidité

La première et la plus classique des fraudes est la dénaturation des vins par modification – illicite – de son contenu par ce qu'André Mastras appelle la « bistrouille »[2], pratiquée par les « margoulins »[3] ou des « tripatouilleurs »[4]. Ces falsifications consistent dans la vente d'un vin d'une certaine qualité qu'il n'a pas, afin de réaliser une marge plus importante que la normale. Entre octobre 1906 et juin 1907, ce type de falsification représente environ 72 % des

[1] Ce graphique est l'état des condamnations prononcées en matière de Régie par la cour d'appel de Montpellier en 1905-1906. C'est l'une des seules sources complètes dont nous disposons, présentée sous la forme d'un tableau reprenant la date de l'arrêt, le tribunal de 1ere instance, le nom du condamné, la nature du délit et la peine prononcée. La cour d'appel de Montpellier comprend dans sa juridiction les départements de l'Hérault, des Pyrénées-Orientales, de l'Aude et de l'Aveyron. Nous n'avons retenu ici que les infractions qui concernaient l'Hérault et les vins (c'est-à-dire que nous avons écarté les nombreuses infractions sur les alcools – circulation, fabrication, détention d'alambic, etc.). Très souvent, le délit est simplement celui de « fraude ». Il est probable qu'il s'agit principalement de vin mouillé et surplâtrés car ces deux nominations – très fréquentes à l'époque – n'apparaissent nulle part dans le tableau.

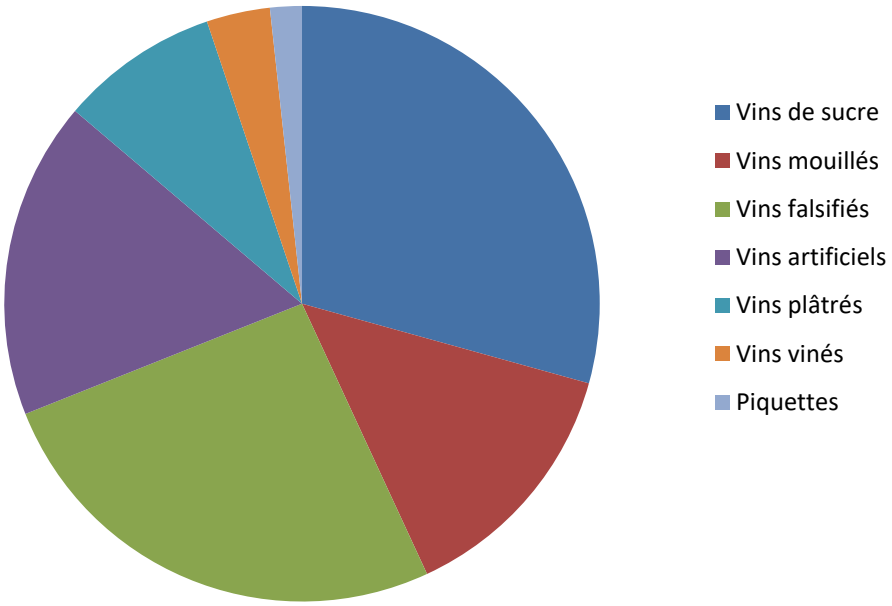
[2] ADH : 2 W 2660, Direction départementale de l'agriculture et de la forêt, A. Mastras, « le marché des vins et le rôle de l'URCAM », 16/04/1950.

[3] MAFFRE-BAUGÉ E., *Vendanges amères*, Paris, Ramsay, 1976, p. 167.

[4] E. Brousse, intervention devant la Chambre des députés, le 25/01/1907, cité dans SAGNES J., *Députés et sénateurs devant…*, *op. cit.*, p. 23.

cas de fraudes dans le département. Elles sont de plusieurs natures[1] comme le relève le graphique suivant.

Graph. 44 : Les vins «trafiqués» dans l'Hérault au moment de la crise de 1907



Source : AN : BB/18/6026, *op. cit.*

Les vins de sucre et les vins falsifiés sont les fraudes les plus courantes car elles permettent de réaliser le plus de bénéfices soit en modifiant la nature même des vins (en y rajoutant du sucre[2] ou de l'eau par exemple), soit en mentant sur son origine pour proposer des vins d'une qualité qu'ils n'ont pas.

Ces fraudes concernent tous les types de négoce et de négociants. En 1906, huit négociants sétois sont poursuivis pour avoir vendu l'année précédente sous la dénomination « vins de Banyuls » des marchandises ne provenant pas du territoire de Banyuls[3]. Quelques années plus tard, en 1908, un négociant de Saint-Georges-d'Orques est poursuivi par le tribunal correctionnel de Montpellier pour avoir vendu, au moins par deux fois, sous le nom « Saint-Georges-d'Orques », un vin qui n'en était pas originaire. Ces vins qui sont des « mixtures ou des mélanges dont l'origine est incertaine » font condamner leur auteur pour tromperie sur la marchandise »[4]. Déjà en 1907, un négociant montpelliérain de premier plan, chevalier de la Légion d'honneur, membre du Comité Mascuraud[5], est condamné par le tribunal correctionnel de Montpellier à une amende de 500 F pour « avoir vendu du vin ou essayé de vendre du

[1] Ici encore le terme « vins falsifiés » recoupe plusieurs réalités et concerne très probablement tant des vins mouillés que plâtrés ou retapés.
[2] Cela permet de relever le degré des vins.
[3] AN : BB/18/6030 : Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Rapport du procureur général de Montpellier, 12/01/1906.
[4] *MJM*, 22/03/1908, TCorrM.
[5] « Comité républicain du commerce, de l'industrie et de l'agriculture ». Cf. *supra*, p. 677.

vin soi-disant récolté dans cette commune »[1]. En 1935, la maison « Cros Frères de Béziers » est poursuivie par le tribunal de simple police de Béziers pour avoir mis en vente un vin sans indication d'origine, ce qui est interdit depuis la loi du 1er janvier 1930. Suspecté de fraude sur l'origine réelle des vins, Jules Cros est condamné à une amende[2]. Quelques mois plus tard, deux négociants frontignanais, à la tête d'une des plus grandes maisons de commerce de la ville sont poursuivis pour avoir inscrit sur leurs étiquettes : « Muscat Clos Rocheux, Émile L., Négociant Frontignan ». Or, la loi de janvier 1930 interdit l'utilisation de l'appellation « Frontignan » pour la vente de VDN récolté en dehors de la commune ainsi que l'utilisation abusive de la dénomination « clos »[3]. En 1952, un autre négociant de Frontignan est poursuivi pour avoir vendu à un détaillant nîmois un vin dénommé « Malaga français doré de Frontignan » qui créait à nouveau la confusion avec le Muscat de Frontignan dont le nom est protégé par une appellation stricte[4].

Parfois, la présence de produits illicites comme le ferrocyanure de potassium ou l'acide tartrique, interdits dans les années 1920, voire la détention de sucre à partir des années 1900, entrainent des condamnations. Ainsi, en 1912, un négociant montpelliérain est poursuivi et condamné pour détention illégale de sucre : il détient 1000 à 1200 kg de sucre alors que la loi n'autorise que 200 kg, alors que ces sucres ont, par ailleurs, été reçus sans déclaration. En dépit de ses protestations, la présomption de fraude ou de tentative de fraude est trop grande pour lui éviter une condamnation[5]. En 1929, un négociant héraultais est à son tour condamné par la chambre criminelle de Montpellier pour avoir voulu masquer la casse ferrique de ses vins par du ferrocyanure[6].

Dans d'autres cas, des vins qui comportent des doses supérieures à celles autorisées par la loi entrainent des poursuites pour fraudes. Dans la grande majorité des poursuites de ce type, ces surdosages s'expliquent par la volonté de leurs détenteurs de masquer un vice ou une maladie. En effet, pour éviter ces poursuites ou ne pas perdre une partie de leur stock, les négociants « retapent » leurs vins, ce qui les rend, très souvent, passibles de poursuites : en 1923, le tribunal correctionnel de Montpellier condamne le négociant Gil-Mouze à une amende de 100 F[7] pour détention de vins surplâtrés[8]. Ces poursuites peuvent même viser les intermédiaires : en 1915, la maison « Caffarel » qui a joué le rôle de consignataire pour des vins en provenance de Huelva en Espagne vers le Havre est inquiétée pour avoir détenu des vins surplâtrés dans ses entrepôts[9]. En 1955, « l'affaire Micotox[10] » ébranle le Biterrois. Autorisé pendant la guerre, le Micotox est interdit à la fin des hostilités. Or au tournant des années

[1] AN : BB/18/6026, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Crise viticole de 1907, Articles de presse.
[2] AN : BB/18/6037, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Rapport du parquet général de Montpellier, 19/06/1936.
[3] Idem, Note du ministère de l'Agriculture, 06/06/1941.
[4] *MV*, 17/05/1952.
[5] *MJM*, 01/12/1912, ChCCC (26/10/1912).
[6] *MJM*, 01/4/1929, ChCCC (26/01/1929).
[7] *MJM*, avril 1923, TCorrM (07/02/1923).
[8] Sur le cas des vins surplâtrés voir STANZIANI A., *art. cit.*
[9] ADH : 3 U 3/41, *op. cit.*, jugement du 24/06/1915.
[10] Acide monobromoacétique pour le traitement des vins mutés. Cf. *supra*, p. 735.

1950, près de 18 personnes dont des négociants sont interpellées pour une fraude portant sur plus de 440.000 hl. C'est, très clairement pour le Commerce, une publicité « désastreuse »[1] alors que ce dernier cherche à assainir son image.

Dans certains cas de figures, les négociants sont poursuivis pour « détention de vins impropres » ou « avariés » sans qu'il soit précisé le type de fraude. En 1911, un négociant est condamné à Montpellier pour avoir vendu à Sète un vin piqué, tourné et corrompu. Il récolte une amende de 200 F et une destruction du produit[2]. En 1915, un autre négociant sétois, Raynaud, est poursuivi pour vente de vin impropre à la consommation par le tribunal correctionnel de Montpellier, sans que l'on ne sache quelle est la nature exacte du délit[3]. En 1919, un négociant montpelliérain, un dénommé Rivière, est condamné pour vente de vin avarié[4]. D'autres listes de condamnations recèlent de condamnations pour détention ou vente de vins impropres à la consommation[5], mais en l'état, il est impossible de déterminer si les contrevenants sont des négociants.

Certaines fois enfin, les vins vendus ne sont même pas issus du produit de la vigne. M. Tallavignes[6], dans *La Révolte du Midi* raconte qu'en 1907 circulait la recette suivante :

> « Dans un fût défoncé, mettre un kilo d'acide tartrique, un kilo d'acide citrique, un kilo d'acide sulfurique. Jeter dessus un litre ou deux d'eau froide pour éviter l'explosion, puis mettre environ 60 litres d'eau bouillante, agiter avec un bâton et jeter dedans 100 kg de sucre. Tenir le tout en mouvement en agitant pendant une demi-heure. Le sirop ainsi obtenu est prêt à employer. Le mélange ci-dessus est bon pour 6 hectos, et on renouvelle autant de fois qu'il est nécessaire. »[7]

Si cette recette est quelque peu douteuse par l'obscurité de son origine et l'excessivité de son propos (« fût défoncé », « explosion »), elle n'est pas moins symbolique d'une période où le marché est saturé par des vins de sucre, de pépins ou des vins artificiels. Si les sources nous permettent de penser que ces pratiques sont courantes dans les régions de consommation[8], les négociants héraultais n'hésitent pas à avoir recours à des manipulations frauduleuses pour modifier leurs vins. Les rapports d'inspection de la BDF relèvent régulièrement les cas

[1] *MV*, 03/12/1955.
[2] AN BB/18/6032, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Note du procureur général de Montpellier, 02/08/1911.
[3] ADH : 3 U 3/41, Tribunal grande instance Montpellier, Fraudes alimentaires (1914-1921), jugement du 10/09/1915.
[4] *Ibid*., dossier n°1276, 23/07/1919.
[5] Voir par exemple AN : BB/18/6027, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles. On y retrouve un état des condamnations très complet pour la période 1905-1906. Mais la profession des condamnés n'est pas précisée.
[6] Président du Syndicat des vignerons de Carcassonne-Limoux.
[7] LE BRIS M., *La Révolte du Midi*, Paris, Presses d'aujourd'hui, 1976, p. 93.
[8] Par manque de marchandise et de contrôles.

de fraudeurs[1] dans le département, notamment dans la région de Béziers où, selon l'inspecteur, elle se pratique à grande échelle au début du siècle[2]. Par ailleurs, une liste des condamnations prononcées par le tribunal de Montpellier entre 1905 et 1906 en matière viticole fait état du grand nombre de poursuites pour « fabrication de vins », « falsification » ou « vins de sucre »[3].

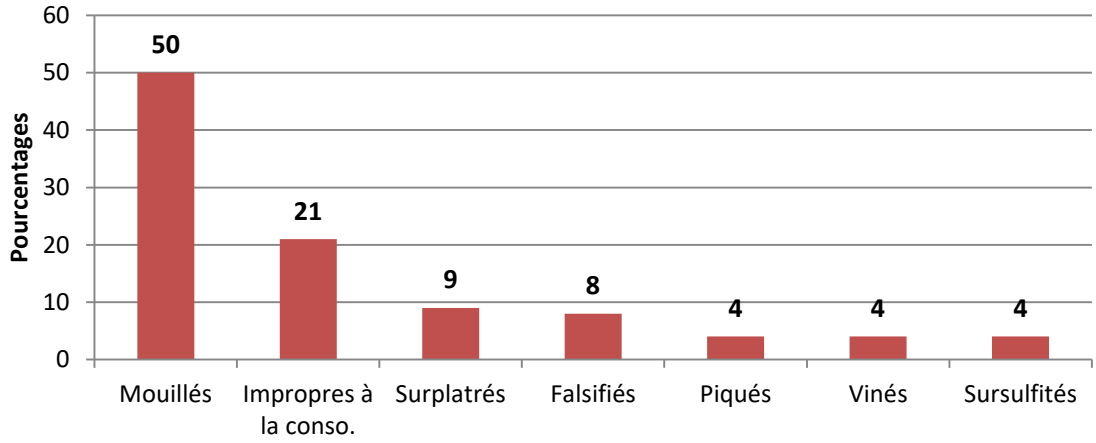
En l'occurrence, cette inclinaison à la fraude est possible car de nombreuses pratiques frauduleuses sont banalisées dans la confection des vins, notamment depuis le début du siècle où « l'entrée en scène de la chimie vinicole » a profondément bouleversé les pratiques[4]. Ainsi, lorsqu'il reprend l'activité de son beau-père, Denis Dourlan reçoit d'un chimiste toulousain, en décembre 1925, un litre d'un produit pour faire vieillir plus vite les vins et deux litres de solution anhydride pour fabriquer des vins doux[5]. Il décide donc de faire appel à la chimie plutôt que d'envisager les pratiques traditionnelles pour le vieillissement et le mutage des vins. En 1929, il contacte à nouveau Castanet pour cette fois-ci fabriquer des vins madérisés[6]. D'ailleurs, dans les années 1950, le service de la répression des fraudes note qu'une grande part des échantillons délictueux concernent « les vins additionnés d'un produit interdit, vins de noah ou d'autres cépages prohibés, vins vendus sous une fausse indication »[7]. Dans le même esprit, en 1955, le *Midi Vinicole* met en garde les négociants méridionaux contre « les produits miracles proposés par les charlatans »[8]. Pourtant, à la fin de la période, il est toujours possible de fabriquer des vins « avec quelques déchets de raisins »[9], preuve de la persistance de pratiques délictueuses.

L'autre dernier grand type de fraude est le mouillage des vins. Cette technique consiste à rajouter de l'eau dans le vin pour en accroître la quantité et elle est rigoureusement interdite par la loi. Si elle peut avoir des causes naturelles[10], elle est souvent pratiquée par des négociants ou des débitants qui cherchent, à moindre frais, à réaliser de gros bénéfices en gonflant leurs stocks. Les exemples sont ainsi récurrents et c'est une pratique courante. En 1903, un négociant biterrois est poursuivi pour mouillage. Il se défend en signalant que les robinets se sont ouverts seuls[11]. En 1909, un propriétaire et un négociant sont poursuivis, solidairement, par le tribunal correctionnel de Montpellier pour vin mouillé[12]. En 1911, un négociant sétois

[1] Guy Casimir (ABDF : Béziers, 1899) ; Filliol (Marseillan. ABDF ; Béziers, 1901) ; Flourens (ABDF : Sète, 1901) ; Allègre (Mèze. ABDF : Sète, 1901) ; Combier et Cie (ABDF : Béziers 1903) ; Fayet (Marseillan. ABDF : Sète 1912) ; Argelliès Frères (Frontignan. ABDF : Sète, 1930) pour citer quelques exemples.
[2] ABDF : Béziers, 1902. Il y est surtout question de fraudes de vins de sucre.
[3] AN : BB/18/6027, *op. cit.*
[4] AN : BB/30/1698/16, Ministère de la Justice : personnel, budget, dossiers parlementaires, Rapports de la commission d'enquête parlementaire sur la situation critique de la viticulture, Premier rapport Cazeaux-Cazalet, 27/05/1907, p. 7. Le rapport évoque la généralisation de la « retape » à l'aide de ce que l'on appelle à l'époque les « régénérateurs ».
[5] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Lettre à Castanet, 03/12/1925.
[6] *Ibid*., Lettre du 15/12/1929.
[7] ANF : 19800139/35, *op. cit.*, Rapport 1951.
[8] *MV*, 03/12/1955.
[9] LE BRIS M., *op. cit.*, p. 94.
[10] Comme des pluies abondantes par exemple.
[11] AN : BB/18/6030, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Affaire Teissier, 1906-1907.
[12] *MJM*, 27/03/1910, TCM.

est poursuivi pour avoir reçu d'Italie, des vins mouillés[1] tandis qu'un négociant turc est poursuivi pour la même raison quelques semaines plus tard[2]. En 1927, un négociant du biterrois est condamné pour avoir vendu du vin mouillé[3]. À la fin de la période, M. Tallavignes explique qu'en partie grâce au mouillage, « à partir d'un litre de vin, vous pouvez toujours en fabriquer cent »[4]. D'ailleurs, au début des années 1950, le service de la répression fraude relève qu'une des infractions les plus répandues est « le mouillage des vins »[5], ce qui est déjà le cas au début du siècle[6]. En effet, au milieu des années 1910, à Montpellier, c'est la cause principale des infractions condamnées par le tribunal correctionnel de Montpellier pour des fraudes sur les vins (graph. 45).

Graph. 45 : Les infractions retenues par le Tribunal correctionnel de Montpellier contre les négociants en vins 1915



Source : ADH : 3 U 3/41 *op. cit.*

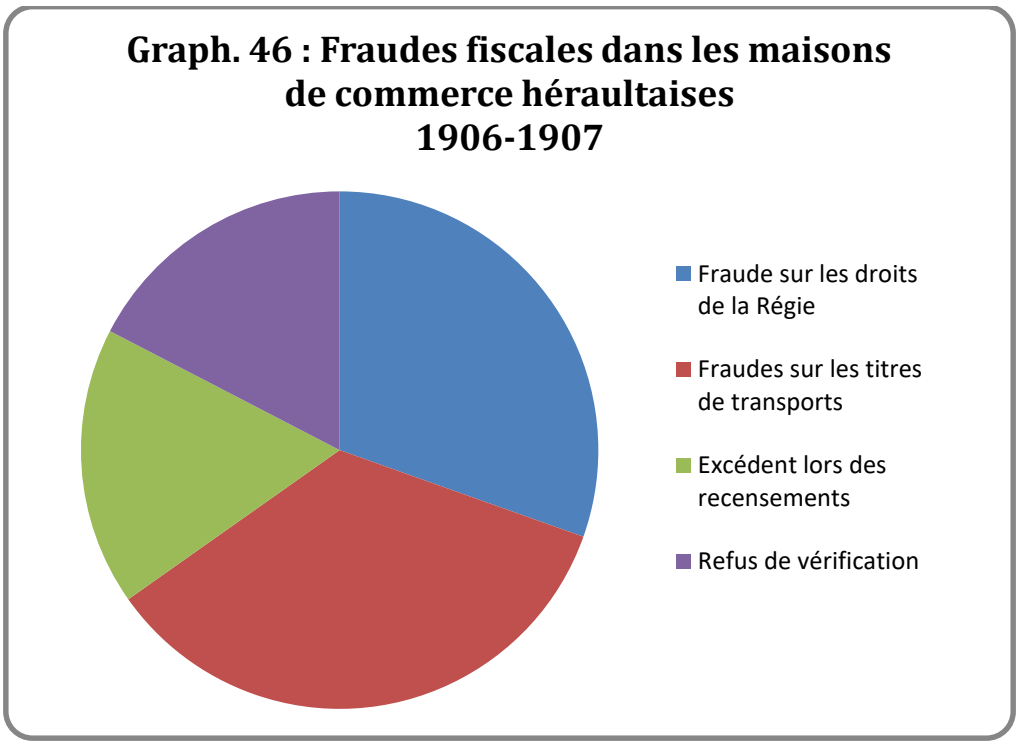
Cette pratique est très répandue car elle est facile à réaliser et que le manque de contrôle la rend difficilement détectable. En effet, la particularité du mouillage est de faire baisser le titrage et la couleur du vin. Mais, dans l'Hérault, les vins étant plus fortement titrés et colorés qu'ailleurs, le mouillage, sans instrument précis, ne peut pas être détecté. Cependant, comme le souligne en 1951, le rapport des CI, le service de la répression des fraudes souffre de « la faiblesse numérique du personnel d'inspection et de la tâche considérable qui incombe à celui-ci »[7]. Ainsi, cette facilité, associée à l'appât du gain, explique le nombre considérable de fraudes de ce type.

[1] AN : BB/18/6032, *op. cit.*, Rapport du procureur général, 28/04/1911.
[2] *Ibid*., Rapport du procureur général, 01/08/1911.
[3] *AM*, 01/08/1927.
[4] LE BRIS M., *op. cit.*, p. 93.
[5] ANF: 19800139/35, *op. cit.*, Rapport 1951.
[6] En 1915, 64 % des affaires de fraudes liées à des vins, traitées devant le tribunal de première instance de Montpellier sont des vins mouillés (ADH : 3 U 3/41, *op. cit.*).
[7] ANF : 19800139/35, *op. cit.*, Rapport 1951.

C'est également ce qui explique les nombreuses fraudes liées au transport des marchandises.

Destinations, volumes et origines : manigances autour des titres de mouvement

Les fraudes sur les acquits sont un corolaire direct des fraudes sur la marchandise elle-même. Elles permettent, en effet, de gonfler artificiellement les stocks détenus pour pouvoir ensuite, à l'aide de mouillages ou d'autres manipulations illégales, augmenter le volume en sa possession. Entre octobre 1906 et juin 1907, elles représentent 18 % des fraudes condamnées dans la juridiction de la cour d'appel montpelliéraine[1]. Ici aussi, la Régie fait face à plusieurs types de fraudes (graph. 46).



Source : AN : BB/18/6026, *op. cit.*

On peut noter ici que les fraudes fiscales sont de plusieurs natures. Celles directement liées aux transports : refus de payer les droits de transport et les droits d'octroi, fausses déclarations ou absence de déclaration d'expédition ainsi que celles liées aux contrôles dans les magasins : excédents trop importants et refus de l'exercice de la Régie dans les chais. Dans les deux cas, les volumes en circulation sont au cœur des pratiques frauduleuses et donc de l'action du service de la répression des fraudes.

C'est pour cela qu'en 1907, lors des débats devant l'Assemblée sur les types de fraudes pratiquées dans le monde viti-vinicole, Emmanuel Brousse, le député des Pyrénées-Orientales, rapporte le cas du négociant Abel Teissier, dévoilé par *La Dépêche*. Inculpé pour

[1] AN : BB/18/6026, *op. cit.*

fraude et faux et usage de faux à l'aide d'acquits fictifs, ce négociant a utilisé de fausses signatures d'employés d'octroi et de faux timbres d'octroi pour lui permettre de rentrer – officiellement – deux fois le volume qui lui était réellement expédié. La combine est la suivante : le négociant achète 100 hl et demande à son vendeur de réclamer à la recette buraliste 2 acquits de 100 hl. Le premier acquit suit légalement la marchandise, le second est envoyé par la poste au négociant. Ce dernier dispose alors de deux acquits de 100 hl pour en réalité une marchandise de 100 hl seulement. Il a donc la possibilité de « créer » 100 hl supplémentaire[1]. Il est fort probable que ce négociant biterrois comptait mouiller son vin comme semble-t-il, il en avait l'habitude : déjà en 1903, la Régie avait trouvé dans une de ses cuves un mélange de vin et d'eau dont les expertises ont alors démontré qu'il s'agissait de vin mouillé à 30 %. Cette pratique frauduleuse est courante : elle permet de réaliser des bénéfices importants comme le rappelle le rapport de la commission d'enquête en 1907 pointant « l'abus d'expéditions multiples sous une pièce unique de régie, les réintégration fictives et les acquits fictifs »[2].

À la même époque, les registres dont disposent les négociants pour consigner le déplacement des marchandises sous le régime des congés sont également remis en question. En effet, ces registres ne sont pas assez contraignants : si une expédition est prévue, la partie détachable du registre, où se trouve la quantité en mouvement, est expédiée avec la marchandise. Or, la souche du registre n'est pour sa part remplie, sauf si un contrôle survient, le plus souvent qu'après l'expédition. Ainsi, par manque de contrôle et de contrainte, le négociant peut minimiser la quantité expédiée afin de gonfler les stocks qui restent à sa disposition[3].

Ces opérations, à cette époque, sont d'autant plus rentables, pour les négociants fraudeurs héraultais, que les vins d'Algérie commencent à affluer dans les chais du département. Étant plus colorés et avec un plus haut degré, ils sont largement mouillés pour être ensuite vendus comme des vins héraultais à la robe plus claire et aux titres moins élevés[4]. Toutefois, la commission d'enquête relève que la plus grande partie du mouillage s'opère à la production ou chez les détaillants, où les contrôles sont plus difficiles et bien moins fréquents[5].

Si les lois de 1907 contrôlant les mouvements des vins réduisent les fraudes aux acquits, elles ne disparaissent pas pour autant. En 1908, un propriétaire de la région de Montpellier est condamné pour avoir obtenu un acquit auprès de la recette buraliste pour une expédition de 107 hl chez son beau-père, négociant. Mais les agents des CI, lors d'un contrôle, se rendent compte que cette expédition n'a jamais eu lieu et qu'elle visait, essentiellement, à masquer un excédent chez le négociant, en simulant une entrée. Expéditeur et receveur sont

[1] Intervention devant la Chambre des députés, 18/01/1907, citée dans SAGNES J, op. cit, p. 19-20. L'ensemble du dossier concernant cette affaire est disponible : AN : BB/18/6030, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Affaire Teissier, 1906-1907.
[2] AN : BB/30/1698/16, *op. cit.*, p. 8
[3] Intervention de Fernand David devant la Chambre des députés, 07/06/1907, citée dans SAGNES J, op. cit, p.49-52.
[4] AN : BB/30/1698/16, Second rapport Cazeaux-Cazalet, 06/06/1907, p. 46.
[5] Ibid., p. 47 et sq. Le rapport relève tout de même que le mouillage à la propriété l'est effectué à la demande des maisons de commerce.

condamnés solidairement à une amende[1]. Dans le cas d'espèce, la même année, un négociant de Villeneuve-lès-Béziers est condamné pour avoir expédié 50 hl alors que sa demande était pour un acquit de 75 hl[2].

Une autre technique relativement courante dans le Midi consiste à s'entendre avec le producteur pour que ce dernier soit celui qui soit reconnu comme l'expéditeur des vins sur l'acquit-à-caution. Ainsi, le négociant est le vendeur donc officiellement l'expéditeur mais les vins ne sortent pas de ses chais. Cela lui permet, là aussi grâce à cet acquit fictif, de masquer un excédent ou de se livrer à un gonflement de ses stocks[3].

On pourrait croire qu'avec l'affermissement de la règlementation et avec l'encadrement de plus en plus strict du marché des vins par l'État, ces pratiques disparaissent, mais ce n'est pas tout à fait le cas. En 1923, un négociant balarucois est condamné par la Régie à une amende de 100 F pour avoir fait circuler 478 l de vins avariés avec un acquit ne stipulant pas « vin tourné »[4]. En 1934, un négociant, adhérent de la Fédération méridionale est poursuivi par la Régie pour « inapplicabilité de l'acquit » car le creux du wagon-réservoir expédié était plus important que la tolérance admise par la loi et que la justice considère donc qu'il n'a pas expédié la quantité déclarée[5]. Toutefois, si dans les deux cas, en dernier ressort, la Régie est déboutée, ces exemples sont particulièrement significatifs car ils témoignent de l'attention de la Régie à ce type de pratiques de manipulation d'acquits. D'ailleurs, si le négociant balarucois est relaxé en appel, c'est en raison de son droit à disposer de vins avariés et car la cour considère que la fraude à l'acquit n'était pas volontaire.

Du reste, en 1950, le rapport des CI sur les fraudes stipule dans son rapport que l'une des principales infractions relevées par ses services résulte « du contrôle des transports sur route ou par chemin de fer »[6]. Cela prouve bien que les mouvements sont bien à l'origine de nombreuses fraudes, encore dans les années 1950.

D'ailleurs, André Méloux, dans son rapport sur le service de répressions des fraudes lors du Congrès de la Fédération méridionale en 1955, décrit « une fraude que tout le monde connaît, qui se fait aux yeux et à la barbe de tous les services de contrôle et dont on parle en toute tranquillité, entre soi ou même dans la presse »[7]. Méloux évoque ici une pratique qui s'est largement développée avec les transports routiers : celle du double-voyage. Désormais, grâce à la plus grande rapidité de transports, certains négociants n'hésitent pas, dans le temps imparti et relevé sur l'acquit, à faire deux voyages, grâce à « un lourd camion lancé à 80 km/h »[8]. Quelque temps plus tôt, le *Midi Vinicole* s'inquiète, de son côté, de l'instauration des factures-congés en 1952[9]. Remplaçant les congés et les factures, il s'agit d'un titre de mou-

[1] *MJM*, 10/05/1908, ChCCC (02/05/1908).
[2] *MJM*, 25/10/1908, CAM (16/03/1908).
[3] *BMS*, mai 1912, p. 106-107.
[4] *MJM*, mai 1923, CAM (24/03/1923).
[5] *AM*, nov. 1934.
[6] ANF : 19800139/35, *op. cit.*, Rapport 1951.
[7] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, CR Congrès 1955, p. 52.
[8] *Idem*.
[9] *MV*, 04/03/1953.

vement certifié par une vignette. Mais, explique le journal, une fraude courante, pratiquée dès 1952, consiste à recoller la vignette autant de fois que possible, jusqu'à ce qu'un contrôleur vise la facture-congé. C'est d'autant plus facile que la vignette ne comporte ni le volume transporté, ni le délai de transport. L'étiquette sert ainsi pour plusieurs transports, dont la fréquence a été améliorée par la généralisation et la modernisation des camions. Quelques années plus tard, la capsule-congé[1] recoupe les mêmes thématiques. Acceptée sous la contrainte, cette nouvelle méthode de contrôle des expéditions est source de nombreuses fraudes et complexifications qui soulèvent le mécontentement des milieux commerciaux[2].

Néanmoins, il semble que la professionnalisation des maisons, l'éviction des « négociants improvisés », mais également l'action concertée de la Régie et des syndicats ont permis une nette diminution de ce type de fraudes pendant la période. Ainsi, alors que la fraude aux titres de mouvement semble très importante au début du siècle, il n'en est plus question dans la presse spécialisée après les années 1950. L'explication paraît assez logique : s'il semble en effet, plus facile, dans un premier temps, pour la répression des fraudes de s'attaquer à la fraude statique dans les chais au début du siècle, les contrôles lors des déplacements qui tendent à se généraliser à partir des années 1920 semblent particulièrement effrayer les négociants. Ainsi, il est particulièrement significatif de ne retrouver chez Jules Augé aucune trace de souci avec les CI quant aux titres de transport, preuve qu'il apporte un soin particulier à cette question. Deux facteurs principaux peuvent expliquer cette situation : Augé ne dispose pas de ses propres chais et il délègue une grande partie des expéditions à des intermédiaires. Néanmoins, on sait Augé âpre au gain et qu'il n'hésite pas à abuser certains de ses clients voire à profiter au maximum des latitudes offertes par la loi ou les administrations[3]. Or, rien n'indique dans sa correspondance, active ou passive, qu'il ait eu à faire avec la régie au sujet des titres de transport. Idem avec Denis Dourlan qui se singularise par ses maladresses commerciales et son inexpérience et qui pourtant n'est jamais poursuivi par le service des fraudes.

Ces deux-cas démontrent que l'action pédagogique – par la répression mais également par la diffusion des informations par le biais des syndicats – des CI fonctionne, mais qu'également la fraude, à partir des années 1920, devient principalement l'œuvre de certains spécialistes.

Échapper aux poursuites, une affaire de spécialistes

Les négociants sont également de moins en moins frappés par la fraude car ils savent prendre les mesures qui leur permettent de ne pas tomber entre les mains des agents des CI. Les manuels de négociants insistent également sur les précautions à prendre.

[1] C'est une capsule qui remplace la facture-congé et qui atteste du paiement des droits. Obligatoire pour les bouteilles, elle ne concerne que minoritairement les vins méridionaux dans un premier temps.
[2] « Capsule-congé : le Commerce des vins sous la contrainte », *La Journée Vinicole*, 13/12/1960.
[3] Il règle régulièrement ses impôts et taxes à la dernière limite (cf. le nombre de « Sommations – dernier délais » reçus de la perception de Saint-Chinian).

Dans les cas des délinquants, qui se livrent à une fraude active et massive, ils opèrent de telle manière que la constatation des infractions est difficile. Ainsi, les témoignages semblent indiquer que la fraude active[1] s'opère souvent la nuit. C'est, en effet, à ce moment-là que les effectifs du personnel chargé de constater les opérations répréhensibles sont les plus réduits. En effet, les agents autorisés par les deux circulaires de février 1907[2] à prélever des échantillons et à relever des infractions, s'ils sont nombreux[3], ne travaillent pas ou peu la nuit. Ainsi en 1911, la cour correctionnelle de Montpellier condamne un courtier et un propriétaire pour enlèvement nocturne de marchandises, sans trace de titre de mouvement après qu'une voiture d'un « contrebandier notoire de la région » fut aperçue avec un chargement, sortant du domaine du propriétaire. En l'absence d'aveux de la part du propriétaire et du courtier, le négociant-receveur, accusé de complicité de fraude, n'est pas connu de la justice[4]. L'année suivante, le négociant de Montpellier condamné pour la détention de plus d'une tonne de sucre évoqué plus tôt, est reconnu coupable d'avoir fait rentrer la marchandise dans ses chais, « de nuit et par barque »[5]. Enfin, lorsqu'André Méloux évoque les camions pratiquant le double-voyage, il précise qu'ils roulent « de nuit »[6]. En conséquence, il est très difficile pour les agents participant à la répression des fraudes d'attraper sur le fait les contrevenants qui prennent les précautions les plus sûre : déplacement de nuit, soit à grande vitesse (camions), soit sans bruit (barques) voire, dans un département qui est encore profondément rural, en empruntant des routes secondaires afin d'éviter de croiser les agents des CI, la police ou de passer par un poste d'octroi.

Finalement, les dénonciations permettent souvent d'être mis au courant d'une fraude. En 1912, le négociant-sucreur est interpellé grâce à des « renseignements donnés verbalement par une personne connue de nous » explique lors de l'audience le représentant de la CGV qui s'est portée partie civile[7]. Il n'est pas rare de voir la CGV se porter partie civile après avoir dénoncé un abus[8], de surcroît en période de crise, où les jalousies sont exacerbées. En 1907, le député du Gers Joseph Lasiès soutient cette thèse devant la Chambre des députés : « [Le vigneron] voyait des inconnus au pays, arrivés depuis quelques années sans crédit, sans le sou, et qui, aujourd'hui, au milieu de la misère qui les environnent, étalent le luxe insolent de fortunes acquises par la fraude librement pratiqués. »[9] Il n'est donc pas étonnant que dans l'affaire Teissier rapportée par Emmanuel Brousse en janvier 1907, certains de ses clients, auprès de qui il cherche des appuis pour étouffer ses affaires et masquer son délit, ne l'aident pas. Le rejet de Teissier est d'autant plus virulent que ce dernier est le dirigeant d'une maison

[1] À opposer à la fraude passive qui est le fait de négociants imprudents et désinvoltes et que nous avons évoquée plus haut. Cf. *supra*, « Être hors-la-loi à son insu », p. 769 et sq.
[2] Circulaires ministérielles des 20 et 26 février 1907.
[3] Police, police des compagnies de chemin de fer, agents des contributions indirectes, inspecteurs des halles, foires, marchés, agents d'octroi voire même agents venant des groupements professionnels agrées par le préfet.
[4] *MJM*, 12/03/1911, TCorrM.
[5] *MJM*, 01/12/1912, ChCCC (26/10/1912).
[6] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, CR Congrès 1955, p. 52.
[7] *MJM*, 01/12/1912, *op. cit.*
[8] C'est le cas par exemple dans l'affaire Bonnard, poursuivi pour l'utilisation de ferrocyanure de potassium en 1929 (*MJM*, 01/04/1929).
[9] Intervention devant la Chambre des députés, 06/06/1907, citée dans SAGNES J, *op. cit.*, p. 47.

de vins parisienne, donc considéré par une large frange des négociants locaux comme un intermédiaire « nuisible ».

Par ailleurs, en considération des peines requises contre les négociants, ces derniers prennent toutes les précautions nécessaires pour ne pas commettre un délit qui les renverrait vers le tribunal correctionnel, nettement plus sévère que les tribunaux de commerce. Au début du siècle, il existe une diversité des peines encourues[1] (tab. 102).

Tab. 102 : Quelques exemples de peines dans le cadre de la fraude des vins 1905-1907

Lieu	***Infraction***	***Peine***
Maureilhan	Fabrication de vins de sucre	500 F d'amende et confiscation
Sète	Fraude sur les droits de circulation	150 F et confiscation
Bousquet d'Orb	Détention de vin de fraude	4.500 F et confiscation
Béziers	Transport frauduleux	1.400 F et 6 jours de prison
Béziers	Mise en vente de vins mouillés	1.000 F et deux mois de prison avec sursis
Montpellier	Vins plâtrés	Relaxe
Montagnac	Vins artificiels	25 F
Montagnac	Refus d'exercice et fausse déclaration	4.000 F et confiscation

Source : AN : BB/18/6026, *op. cit.*

Après la crise de 1907 et la prise de conscience générale de la nocivité de la fraude sur le marché des vins, les peines tendent à devenir parfois plus lourdes et spectaculaires. En 1908, sans que l'on en sache la cause en raison des lacunes des sources, un négociant sétois se voit saisir, après une affaire de fraude, son domaine de 72 ha sis entre Mèze et Montagnac[2], soit une peine considérable, largement supérieure aux peines habituelles. Et rappelons l'exemple, donné par Araou en 1927, de ce négociant qui est condamné à une amende dépassant les 110.000 F[3]. En 1931, les « Frères Argelliès » de Frontignan sont eux condamnés à un an de prison pour un trafic de faux portos[4].

Il est donc vital d'éviter de frauder ou en tout cas, de tricher dans les limites permises par la loi. Ainsi, lorsqu'il commande en 1925 puis en 1929 à Castanet des produits pour faire

[1] Auxquelles s'ajoutent le versement de dommages et intérêts. Ainsi, en 1906, un négociant biterrois est condamné à 4.000 F d'amende pour fraude. Les dommages et intérêts s'élèvent alors à 1.000 F supplémentaires.
[2] *MJM*, 12/08/1908, insert dans les publications officielles.
[3] À titre de comparaison, à cette même époque, la fortune de J. Augé ou de la famille Granier est estimée à environ 200.000 F. Il faut signaler néanmoins qu'une note du ministère de la Justice explique la teneur d'une telle condamnation par le fait que le fraude commise pour laquelle le négociant est poursuivie est une fraude alimentaire mais aussi une fraude fiscale (dilution alcoolique). C'est pour cette raison que le négociant en vins est condamné à une peine beaucoup plus lourde que le détaillant en lait (cf. AN : BB/18/6036, Correspondance générale de la division criminelle, Fraudes vinicoles, Note du ministère de la Justice, 20/05/1927.
[4] ABDF : Sète, 1931.

– artificiellement donc – des vins doux et des vins vieux, Dourlan reçoit une réponse très précise de Castanet qui lui explique la marche à suivre pour utiliser des produits qui, s'ils sont utilisés en trop grande quantité, font tomber la marchandise et la maison qui les détient sous le coup de la loi[1]. En effet, Dourlan utilise de l'anhydride pour fabriquer des vins doux, or en 1927, le tribunal correctionnel de Montpellier traduit en justice un négociant sétois pour avoir utilisé des doses d'anhydride sulfureux supérieures à la limite autorisée[2]. Dans le même esprit, Augé de son côté, alors qu'un de ses clients se plaint de la casse des marchandises récemment expédiées, envoie à ce dernier un « remède ». Il explique alors dans les moindres détails les opérations « des plus faciles » à pratiquer pour remédier à la casse. Il explique alors comment il faut laisser en suspension, dans un sachet, pendant 48 heures l'acide tartrique[3], comment pratiquer l'addition d'un second produit qui doit être délayé dans un baquet en bois puis comment mélanger le « Procol » au vin, qu'il faut bien remuer. Augé promet, dans quatre jours, « un vin limpide et sans goût désagréable »[4]. Cette stratégie commerciale lui permet d'éviter des poursuites à son client et surtout la perte d'une partie de son stock.

En outre, les manuels de négociants délivrent toutes sortes de conseils quant aux manipulations que peuvent subir les vins, aux prescriptions règlementaires en matière de titres de transport, au vocabulaire qu'il faut connaître dans le métier mais également des conseils lors des infractions. Dans le *Code du Négociant en gros en vins et spiritueux*, Casanova et Marre expliquent quelles attitudes tenir face à « une répression des fraudes alimentaires, à coup sûr, sévère », dans une rubrique intitulée « Conseils pratiques aux commerçants »[5]. Ainsi, ces derniers recommandent lors d'un prélèvement par les agents de la Régie de bien vérifier la tenue du procès-verbal mais également de « se garder de prévenir son fournisseur [et] exiger le silence absolu de son personnel » pour éviter que le fournisseur ne présente une autre marchandise que la marchandise originelle[6]. Enfin, les deux auteurs donnent des conseils en cas de poursuites afin d'éviter les condamnations : réclamation de l'expertise contradictoire sous le délai des trois jours légaux et, conseil de bon sens, bien choisir son avocat. Ils recommandent également pour l'expertise de choisir un scientifique en s'enquérant auprès des syndicats des chimistes spécialisés dans les vins. Le même conseil vaut pour l'avocat, d'autant plus si le négociant est syndiqué.

D'ailleurs, les syndicats eux-mêmes appellent leurs adhérents à cette grande prudence face à la loi. Ainsi, au début des années 1910, lorsque la justice décide de refuser aux propriétaires d'être les expéditeurs dans le cas d'expéditions impliquant plusieurs négociants[7], le

[1] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, op. cit.
[2] *MJM*, 15/11/1927, TCorrM (26/10/1927).
[3] Pourtant interdit par la loi de 1921 mais Augé lui recommande une quantité très limitée (20 gr par hl) qui est tolérée en cas de maladie des vins.
[4] ADH : 6 U 2 754, Faillite Augé, Lettre à « Thivier Frères » à Commentry, 20/02/1933.
[5] CASANOVA P., MARRE F., *Code du Négociant en Gros*, Chapitre «Conseils pratiques aux Commerçants », Paris, Éditions scientifiques de France, 1926, p. 277 et sq.
[6] Et ainsi, se dédouane au détriment du négociant.
[7] Dans ce cas, pour éviter les fraudes, il faut que ce soit le négociant ayant traité l'affaire avec le propriétaire qui soit l'expéditeur (Arrêt de la cour d'Aix-en-Provence, 19/01/1911, cité dans *BMS*, mai 1912, p. 106-107).

Syndicat régional appelle ses adhérents « à redoubler de prudence » face aux risques de poursuites[1].

Ainsi, la fraude est omniprésente dans le monde des vins héraultais. Que ce soit directement ou indirectement, les négociants sont, sans cesse, confrontés à cette réalité, par mégarde ou par malveillance. C'est d'autant plus vrai que ces derniers sont soumis à de nombreuses responsabilités par l'État et l'administration dans le cadre de la gestion de leurs stocks. C'est ce qui explique, en grande partie, que la marque de la fraude pénalise particulièrement l'activité des maisons punies en particulier et, par extension, le Commerce héraultais en général.

En définitive, comme le souligne Joseph Caillaux, alors ministre des Finances, la plupart des maisons de commerce, notamment celles qui traitent de grosses quantités quotidiennement ne peuvent pas échapper à la répression car le volume de leurs affaires est tel qu'il y a forcément des détails qui leurs échappent[2]. Mais, au même titre que les gros fraudeurs dénoncés par Méloux en 1955[3], ces maisons peuvent supporter, en raison des bénéfices qu'ils tirent de leurs affaires, licites pour les uns, illicites pour les autres, l'impact d'une condamnation, le plus souvent financière. Mais ce n'est pas le cas pour l'écrasante majorité des maisons héraultaises, dont l'instabilité financière est exacerbée par les amendes pour fraude ou spéculation illicite.

CONCLUSION DE LA SECTION 6

Au terme de cette section, il convient de retenir que l'action de la justice sur le marché des vins est prépondérante à plusieurs égards.

En premier lieu, elle participe à la constitution de la réputation des vins héraultais. En effet, ces derniers sur l'ensemble de la période jouissent d'une réputation singulièrement négative. C'est tout d'abord dû à la nature même des vins héraultais qui, loin d'être « naturels » comme le suppose une conception mythifiée des produits viticoles, bénéficient d'un ensemble de traitements et de manipulations pour leur conservation, leur confection et leur expédition. Garante du respect des lois qui encadrent de plus en plus strictement ces pratiques dont le négociant a la responsabilité jusqu'aux années 1950, la justice veille au respect de la sécurité alimentaire sur le marché des vins.

Elle est attentive également à tout un ensemble de pratiques commerciales douteuses qui visent à asseoir la domination des maisons de négoce héraultaises sur le marché des vins. Dénigrement de la concurrence, mensonges, duperies sont réguliers et fermement traqués par la justice. Dans ce contexte, les négociants dont on peut questionner l'honnêteté ou le professionnalisme sont particulièrement surveillés.

[1] *BMS*, mai 1912, p. 108.
[2] Intervention devant la Chambre des députés, 25/02/1907, citée dans SAGNES J., *op. cit.*, p. 31.
[3] « Bien sûr, il y a de vrais fraudeurs qui se laissent prendre […] mais, ayant mis tous les atouts dans leur jeu et, d'autre part, compte tenu des bénéfices retirés de leurs agissements, ils peuvent, très souvent supporter […] les sanctions. » (ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, CR Congrès 1955, p. 51).

Par ailleurs, la justice veille à rigoureusement encadrer la filière par un ensemble de jugements qui forment une jurisprudence évolutive et adaptative. Avec comme objectif principal la standardisation des pratiques par l'institutionnalisation des usages locaux au début du siècle, son action est par la suite double : mettre un terme aux abus qui déstabilisent le marché et assurer la défense des commerçants honnêtes. Il s'agit là d'une démarche profondément nécessaire dans une logique d'épuration et de stabilisation d'un marché perturbé depuis la fin du XIXe siècle par de nouveaux produits et de nouveaux acteurs, attirés par les rapides fortunes qui se font dans la filière. Toutefois, ces dérives ne sont pas propres au seul négoce héraultais. En Bourgogne, Christophe Lucand a montré combien « l'obstination d'un négoce devenu fraudeur » avait été « le signe d'un désaveu croissant »[1] pour ce dernier. Dans le Bordelais, Philippe Roudié a mis en exergue les nombreuses falsifications de crus prestigieux au début du siècle[2]. Mais dans l'Hérault, c'est un phénomène bien plus général et pérenne qui nuit à son image.

Pour répondre à ces défis, la justice est aidée par deux auxiliaires : le service de la répression des fraudes et les syndicats de négociants. En dépit de leurs oppositions, ces deux acteurs agissent sur le marché comme en complément de l'action de la justice. Soit en amont soit en aval de l'action de celle-ci, ils sont force de proposition, ils agissent contre la fraude, ils font circuler les évolutions de la jurisprudence ou veillent à prémunir les négociants contre les dérives ou les négligences.

Il faut souligner, en dernier point, que le métier de négociant est un métier particulièrement à risques et qui est souvent à la marge de la loi. Tout d'abord car le métier entraîne de nombreuses responsabilités, notamment vis-à-vis des stocks, des expéditions et des manipulations effectuées. Le négociant est un citoyen soumis à une attention toute particulière de la part des services fiscaux et une grande partie de son métier consiste dans la garantie du respect des exigences fiscales dans la gestion des marchandises.

Ensuite car le pas entre la légalité et l'illégalité est rapidement franchi, entraînant les maisons de commerce dans des procédures souvent coûteuses, toujours négatives pour la réputation de la maison et de son propriétaire. Ici, la question de la responsabilité individuelle et de la bonne foi sont cruciales dans une profession où l'honorabilité est la source de la crédibilité commerciale. C'est d'autant plus périlleux que les lois, les contrats, la jurisprudence sont en constante évolution et que l'information devient un préalable essentiel. Enfin, c'est une profession où la cupidité et l'attrait pour un marché lucratif où les fortunes peuvent se bâtir en quelques mois poussent certains négociants à frauder. Cette fraude est multiple et permanente. Elle évolue elle aussi au gré des lois et des interstices que ces dernières ou que le service de la répression des fraudes offrent. Lorsqu'elle est volontaire et qu'elle n'est pas le fruit de la négligence, elle devient alors une affaire de spécialistes qui risquent alors de faire face à des poursuites civiles et fiscales.

[1] LUCAND C., *op. cit.*, p. 637.
[2] ROUDIÉ P., *op. cit.*, p. 206-207.

Paradoxalement, l'action de la justice participe, par son action continue sur le marché des vins, la traque des déviances (volontaires ou non) et une action de répression coordonnée, à la stabilisation des marchés mais également au déclin du Commerce héraultais. En effet, tout au long du siècle, les maisons de commerce s'effacent devant les impératifs de rigueur que la justice conditionne et la lourdeur des sanctions.

C'est là l'un des facteurs essentiels de la disparition des maisons de commerce dans le département. Mais il n'est pas le seul. Il existe également d'autres facteurs, principalement exogènes, qui fragilisent la structure du négoce héraultais.

SECTION 7

Une position fragile : menaces et revers sur le marché des vins héraultais

En dépit de son pouvoir financier et de son positionnement dans la filière ou dans la société, le négoce est fragilisé par un ensemble de facteurs qui expliquent, en partie, son déclin.

Premièrement, en raison des sommes considérables qui y sont échangées, de la grande concurrence qui le caractérise et du pouvoir social qu'il peut offrir, le marché des vins dans l'Hérault suscite de très nombreuses convoitises qui sont à l'origine de fréquents conflits. Ces derniers sont doubles. Tout d'abord, ces tensions surviennent avec les multiples métiers périphériques[1] dont le négoce est dépendant, soit dans les chais, soit en dehors. Dans la position paradoxale du donneur d'ordres soumis à la bonne exécution de ceux-ci, la maison de négoce est la cible privilégiée des mouvements sociaux entre 1900 et 1939, période pendant laquelle les conflits dans le monde du travail se multiplient[2]. Ensuite, ces tensions se révèlent également très présentes au sein même de la profession, entre partenaires commerciaux ou entre membres d'un même syndicat, brisant ici l'image illusoire de l'unité corporatiste.

En second lieu, cette fragilité est renforcée par l'échec des maisons de commerce héraultaise à l'international. Refusant ou incapables de s'orienter vers les marchés extérieurs malgré l'action des syndicats et de l'État, la grande majorité de ces maisons se privent d'un marché qui pourrait pourtant être salvateur.

Au contraire, elles font le choix, comme nous le verrons dans un troisième temps, de l'assujettissement aux vins algériens qui transitent en masse par leurs chais et les financent en grande partie. Cette relation, durable et complexe, est génératrice de nombreuses tensions tout au long de la période étudiée. À la fin de celle-ci, les questions et les inquiétudes grandissent alors que s'organise la construction européenne et le « nouveau type de gouvernance de la concurrence à l'intérieur du marché européen »[3].

C'est cette fragilité générale, structurelle et aux multiples origines, que nous nous proposons d'aborder dans ce dernier point.

[1] Nous entendons par là les entonneurs, les tonneliers, les soutireurs, les charretiers, etc.
[2] FRIDENSON P., « Le conflit social » in JULLIARD J. (dir.), *Histoire de la France, tome 3 : L'État et les conflits*, Paris, Seuil, 1990, p. 355-458.
[3] RAMÍREZ PÉREZ S. M., « La mise en œuvre des règles de concurrence du traité de Rome », *Entreprises et histoire*, 2008/4 n° 53, p. 100.

CHAPITRE 1 : UNE ACTIVITÉ GÉNÉRATRICE DE CONFLITS DANS UN CONTEXTE TUMULTUEUX

L'économie française est marquée, durant le XXe siècle, par une grande instabilité symbolisée par une alternance de phases de croissances et de crises bien connues[1]. Se trouvant au cœur du processus de modernisation et des mutations qu'elles rencontrent pendant la période[2], les maisons de commerce doivent également faire face aux différents conflits et tensions qui la structurent.

Ces conflits sont de deux sortes : internes, au sein des maisons de commerce et de l'institution syndicale, mais également externes, avec l'ensemble des partenaires commerciaux sur le marché des vins. Si ceux avec les acteurs aval de la filière ont déjà été étudiés[3], il faut s'intéresser aux conflits sociaux qui frappent le négoce durant le premier XXe siècle[4] et retracer les contours des facteurs favorisant et conditionnant ces tensions.

Au cœur des conflits sociaux (1900-1939)

Le premier XXe siècle est jalonné de nombreuses luttes sociales dans le négoce, en grande partie en raison de l'apparition d'un nouveau type de mouvement syndical dans les années 1890[5]. L'émergence de l' « action directe » et de la « grève générale » n'épargnent pas les maisons de commerce, particulièrement touchées et profondément déstabilisées par l'intransigeance, parfois violente, d'ouvriers – employés et prestataires de services – dont elles sont très dépendantes.

Les maisons de commerce, des cibles privilégiées

Les maisons de commerce sont dans le département, en dépit de quelques différenciations locales, des cibles privilégiées des luttes sociales pour plusieurs raisons.

---

[1] CARON F., *Histoire économique de la France, XIXe-XXe siècle*, Paris, A. Colin, 1995 (1981), chapitre 9. L'auteur revient sur la croissance française et ses inflexions durant les trois premiers quarts du XXe siècle : productivité de la Belle époque, ruptures et désorganisation des deux guerres et de l'immédiat après-guerre, crise des années 1930, Trente glorieuses.

[2] Cf. *supra*, chap. 3, « Le négociant, un patron soucieux de rigueur, d'efficacité et de modernité », p. 166-226.

[3] Cf. *supra*, « Propriété et Commerce, des relations en clair-obscur », p. 534-538.

[4] Les lacunes dans les sources nous limitent à la période 1900-1939. Il n'existe pas, comme pour la période 1900-1939, de témoignages, du moins dans les archives consultées, de tensions et revendications dans les chais après 1939. Il est délicat de savoir si ce silence est le symbole d'une disparition, dans les chais, des luttes sociales à partir de la seconde moitié du XXe siècle ou si, tout simplement, les maisons de commerce connaissant des mutations sans précédent à partir de 1950, elles ne sont plus les cibles directes des syndicats ouvriers lors des mouvements grévistes en France (1968 par exemple). J.-M. Prats à la tête de « Cazalis & Prats » puis des « Vermoutheries Jean Prats » dans les années 1960 évoque quelques cas isolés dans certaines maisons sétoises. Selon ses souvenirs, il s'agissait surtout de fugaces mouvements contestataires au sujet de renvois d'ouvriers ou de questions syndicales. Bien que similaires dans les motifs que les mouvements du premier XXe siècle, ceux-ci n'en ont pas le caractère généralisé et récurrent.

[5] BERNARD G., DESCHODT J.-P., (dir.), *Les Forces syndicales françaises*, Paris, PUF, 2010.

La première et la plus évidente réside dans la structuration sociale des relations au sein du marché des vins. Pris sous l'angle structuraliste et marxisant[1], le marché des vins, dans sa partie commerciale, est le cadre d'un rapport de force entre dominants et dominés, entre donneurs d'ordres et exécutants, entre patrons et ouvriers. Il est donc normal, dans cette optique, que les patrons à la tête des maisons de commerce soient les premiers pris pour cible. À la fois par leur distinction sociale, leur style de vie ou leur positionnement dans le monde du travail, ils sont, pour des syndicats[2] qui cherchent à s'affirmer dans la radicalité au début du siècle[3], une cible particulièrement prisée. Ainsi, lors des mouvements revendicatifs et des grèves, les patrons doivent faire face à un discours syndicaliste véhément. En 1905, par exemple, lorsque François Gradit, représentant des ouvriers soutireurs sétois, répond par voie d'affiche publique au dernier *Bulletin* du Syndicat de Commerce en gros de Sète[4], il entend « protester avec la dernière énergie contre les procédés employés[5], tendant à me discréditer auprès de la classe ouvrière »[6]. Pour justifier ses attaques contre le syndicat patronal, il utilise le vocabulaire syndicaliste classiste usuel, remettant en cause l'honnêteté des représentants du patronat local : « Camarades ! Nous sommes des ouvriers conscients. […] Voyez-vous les patrons et les capitalistes, soucieux, au cours d'une grève, de ne pas troubler l'union qui devrait exister dans les organisations ouvrières ? » À son avis, l'objectif des négociants est de « voir les ouvriers s'égorger entre eux et assister à l'émiettement de ces admirables forces d'émancipation que sont les syndicats », notamment en instrumentalisant certains d'entre eux et en leur faisant de fausses promesses.

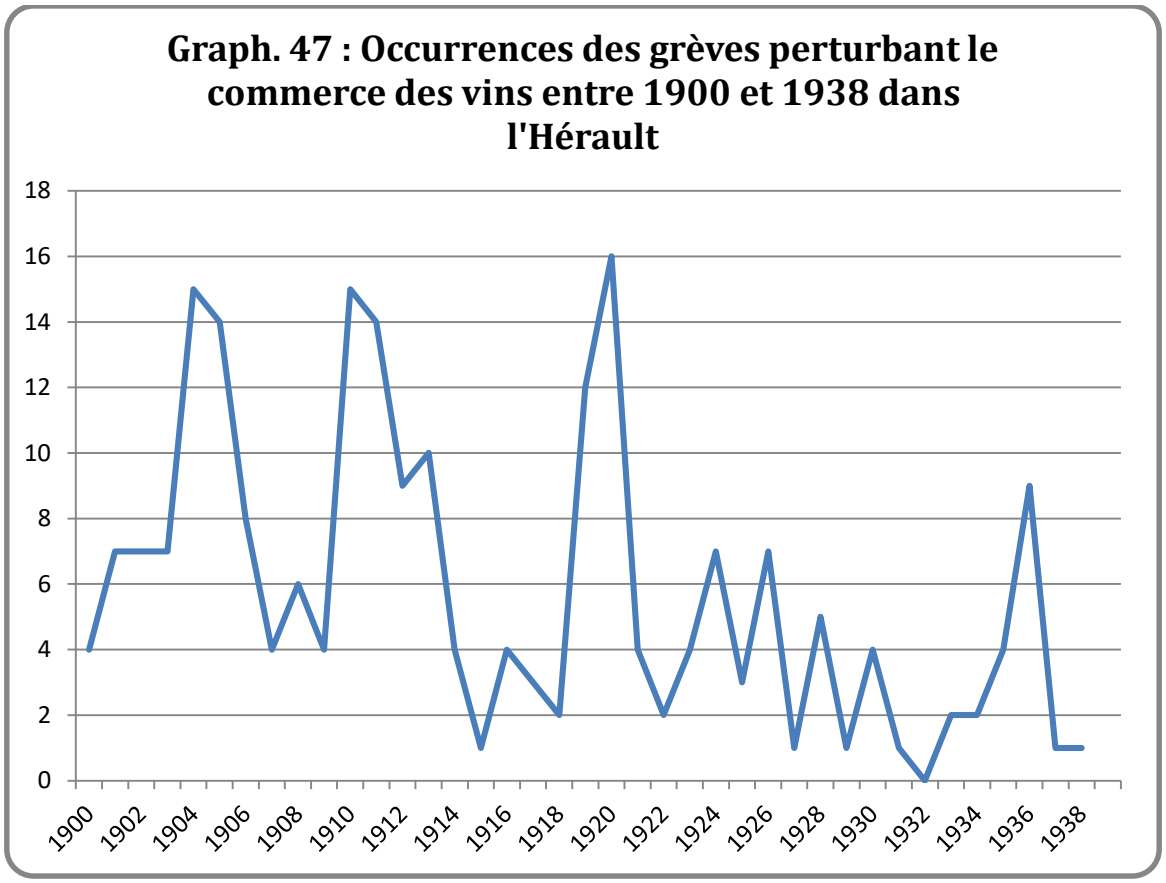
Les négociants sont donc bel et bien présentés comme les ennemis de la classe ouvrière et comme des obstacles à son indépendance. En 1910, le frontignanais Honoré Vivarès subit lui aussi l'animosité contre cette classe dominante. Ce dernier est pris pour cible par les ouvriers de la ville en raison de son refus d'adhérer au cahier des revendications syndicales présenté lors d'une récente grève[7]. Perçu comme un ennemi de la classe ouvrière, il subit le mécontentement de l'ensemble des ouvriers de la ville qui se réunissent devant ses chais pour bloquer son activité commerciale. Dans la même logique, en 1926, dans une lettre de l'Union syndicale des ouvriers confédérés de l'Hérault à Gustave Malet, alors président du Syndicat des vins montpelliérain, le président de l'Union syndicale oppose la « classe des ouvriers » à

[1] BOURDIEU P., « Espace social et genèse des "classes" », *Actes de la recherche en sciences sociales*, vol. 52-53, juin 1984, « Le travail politique », p. 3-14.
[2] Notamment la CGT qui est en train de s'affirmer sur la scène nationale. Cf. PIGENET M., « Action directe et grève générale » in PIGENET M. et TARTAKOWSKY D. (dir.), *Histoire des mouvements sociaux en France de 1814 à nos jours*, Paris, La Découverte, 2012, p. 283-293. Il y a également de nombreux syndicats locaux de branche : soutireurs, entonneurs, charretiers, etc. Ces derniers sont confédérés ou non comme l'Union libre des syndicats ouvriers de Cette non-confédérés par exemple. Enfin, il existe des syndicats départementaux qui regroupent certains syndicats locaux comme l'Union départementale des syndicats ouvriers de l'Hérault.
[3] GIRAUD B., « Des conflits du travail à la sociologie des mobilisations : les apports d'un décloisonnement empirique et théorique », *Politix*, 2009/2 n° 86, p. 19.
[4] Le Bulletin syndical patronal rapporte des propos du syndicaliste ouvrier dit ne pas avoir tenu et le syndicat patronal soutient « avoir fait la morale aux ouvriers », expression qui révolte F. Gradit.
[5] Ici le mensonge.
[6] ADH : 10 M 217, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grève des soutireurs, Sète, Affiche publique « Aux camarades », 1905.
[7] ADH : 10 M 230, Travail et main d'œuvre, Conflits, Conflit entre la Maison « Vivarès » et les maîtres de chais, Frontignan, 1910.

celle des « patrons »[1]. L'un des fondements de ces conflits est donc bien, en partie, la lutte classe contre classe[2].

La seconde raison des conflits sociaux subis par les maisons de commerce héraultaises tient dans le nombre important d'ouvriers et d'employés sous leurs ordres directs et indirects : maîtres de chais, soutireurs, entonneurs, tonneliers, foudriers, charretiers, bateliers ou dockers, entre autres. Tous travaillent pour elles, ce qui multiplie d'autant plus les conflits.

Ainsi, entre 1900 et 1938, il y a 224 occurrences dans les archives de l'Hérault relatives à des mouvements revendicatifs (grèves partielles, grèves générales, mises à l'index, blocus) ayant touché, directement ou indirectement, les maisons de commerce[3] (graph. 47).



Source : ADH 10 M 204-207, *op. cit.*

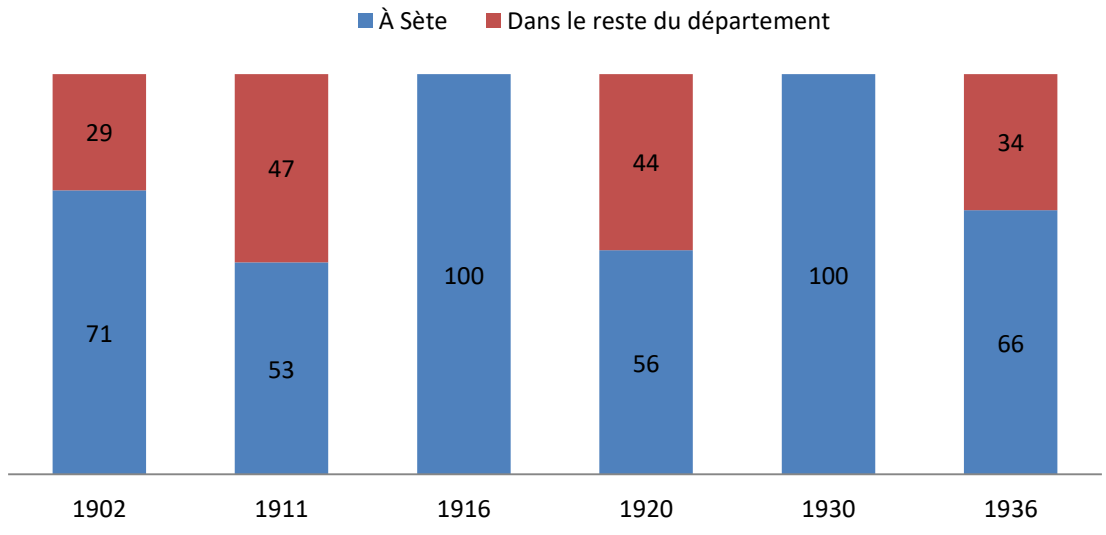
On relève ici que, sur l'ensemble de la période, certaines périodes sont plus propices à ces mouvements. Ce sont bien évidemment les grands moments de lutte sociale généralisée en France : 1906, 1910-11, 1919-20, 1936. Les ouvriers liés au commerce des vins s'inscrivent

[1] ADH : 10 M 259, Travail et main d'œuvre, Conflits, Soutireurs et tonneliers des chais, Montpellier, 1926, Rapport du Commissariat central de Montpellier, 23/10/1926.
[2] C'est la grande période de mise en pratique des idéaux syndicalistes de grève générale et d'action directe, directement influencés par les écrits marxistes et les mouvements anarcho-syndicalistes. Cf. PIGENET M., *art. cit.* L'auteur évoque « la Belle époque du syndicalisme d'action directe » (p. 284).
[3] ADH : 10 M 204 à 270, Travail et main d'œuvre, Conflits, 1900-1939. Par « directement ou indirectement », nous entendons ici les professions directement employées par les maisons de commerce (charretiers, entonneurs, soutireurs, etc.) ou les professions induites (bateliers, dockers, portefaix, tonneliers, ouvriers du bois, etc.)

alors dans une logique nationale d'intensification des mouvements sociaux[1]. En outre, à l'exception de 1932, il n'y a pas une seule année sans mouvement contestataire perturbant les maisons de commerce des vins. Même les années où ce nombre est réduit, il peut s'agir de mouvements longs comme les foudriers à Sète entre avril et juin 1925 ou les charretiers de Marseillan en octobre-novembre 1908, en pleine période d'approvisionnement et d'expédition.

Au total dans le département, cela représente près de six occurrences par an, soit en moyenne 1,5 occurrences par grand centre d'expédition (Montpellier, Frontignan, Sète, Béziers). Dans la réalité, la moyenne pondérée serait plutôt d'une année sur deux pour les villes comme Montpellier ou Frontignan et une année sur trois pour Béziers. En revanche, Sète est continuellement touchée par les mouvements grévistes et revendicatifs comme on le constate avec le graphique 48. On y voit que, tant lors des périodes de contestations massives (1911, 1920, 1936) que des périodes de calme (1902, 1916, 1930), les sétois sont à la pointe des revendications. Si dans les périodes de contestation vive, la part des mouvements sétois est pondérée par la généralisation du mouvement à l'ensemble du département, on peut noter que lors des périodes de calme relatif, les sétois (notamment les dockers) restent particulièrement actifs.

Graph. 48 : Part des mouvements revendicatifs sétois dans l'Hérault (1902-1936)



Source : ADH : 10 M 204 à 270, *op. cit.*

D'ailleurs, il s'agit là de l'une des particularités du mouvement ouvrier sétois[2] qui lui vaut d'avoir une reconnaissance plus grande dans le département, tant de la part des négo-

[1] BERNARD G., DESCHODT J.-P., (dir.), *op. cit.* Ces périodes sont – pour des raisons diverses que les auteurs développent – des moments de revendications syndicales et de mouvements sociaux forts dans le pays.

[2] Sur les mouvements de grèves dans l'Hérault et la forte représentativité du syndicalisme à Sète, voir SAGNES J., *Le mouvement ouvrier du Languedoc. Syndicalistes et socialistes de l'Hérault de la fondation des bourses du travail à la naissance du Pari communiste*, Toulouse, Privat, 1980 et *Politique et Syndicalisme en Languedoc. L'Hérault durant l'entre-deux-guerres*, Montpellier, Centre d'histoire contemporaine du Languedoc méditerra-

ciants que des pouvoirs publics, notamment quant au respect de ses revendications. Par exemple en 1937, un ouvrier soutireur sétois gagne 43 F par jour contre 31,65 F pour un soutireur biterrois ou montpelliérain. Seuls les Frontignanais, en raison de leur proximité géographique, s'approchent des Sétois avec un salaire journalier de 39 francs. Preuve de la force revendicative des ouvriers sétois, à la suite des accords de Matignon de juin 1936, leur salaire augmente de 43 % entre 1936 et 1937 alors que celui des autres connaît des hausses plus limitées : 19 % pour Béziers, 26 % pour Montpellier, 34 % pour Frontignan[1].

Au sommet d'une pyramide commerciale dont ils sont les véritables donneurs d'ordre, les négociants sont ainsi liés à ces revendications. Dès lors, cela leur vaut d'être instrumentalisés par le biais de ces grèves. Ainsi, en septembre 1911, les charretiers sétois se mettent en grève pour protester contre les tracasseries qu'ils subissent à la gare PLM de la ville[2]. Il leur est en effet impossible de manipuler les fûts sur certains quais et lorsqu'ils les entreposent ailleurs, ils sont verbalisés. Ils se mettent donc en grève afin, comme l'indique le tract syndical alors distribué, que « MM. les commerçants […] mettent un terme à cet état de choses ». En conséquence, alors que la gare est en cause, ce sont les négociants qui sont visés par cette grève. En tant que notables et responsables locaux, on attend d'eux qu'ils fassent pression sur la compagnie PLM afin d'améliorer les conditions de déchargement. La situation s'était déjà produite dans le port sétois en mai 1905 : les dockers, solidaires de deux employés de la maison de camionnage « Bacquié » qui avaient été forcés de travailler le 1er mai, menacent de faire grève[3]. Les dockers font pression sur le syndicat de négociants local pour trouver une solution au problème. Celui-ci n'hésite pas à intervenir car, selon le *Journal de Cette*, il est le premier à être inquiété par la menace de grève sur les quais, bien qu'il ne soit pas impliqué dans ce conflit[4]. En mars 1926, les ouvriers bateliers de Marseillan se mettent à leur tour en grève contre leurs patrons, ce qui nécessite là-aussi l'intervention des négociants locaux pour qu'une solution, cette fois-ci par l'intermédiaire d'une conciliation, soit trouvée[5].

Ainsi, l'intercession des négociants, soit par leur action conciliatrice soit leur pouvoir de pression auprès des instances officielles pour instaurer un organe de conciliation[6], est recherchée par les syndicats ouvriers. C'est là une instrumentalisation particulièrement efficace car les maisons de commerce sont profondément dépendantes des services offerts par les ouvriers.

---

néen et du Roussillon, 1986. Dans Histoire de Sète, l'auteur estime que de 1880 à 1940, Sète est le principal foyer syndical départemental. Cf. SAGNES J. (dir.), *Histoire de Sète*, Toulouse, Privat, 2004 (1987), p. 243-249.

[1] ADH : 10 M 335, Travail et main d'œuvre, Conventions collectives du travail, Négociants en vins, 1936-1939.

[2] ADH : 10 M 235, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grève des charretiers, Sète, 1911, Note du Cabinet central du commissariat de Sète, 15/09/1911.

[3] En 1889, la IIe Internationale décide de faire du 1er mai une journée de manifestation pour la réduction du temps de travail. Célébré dans de nombreux pays, la manifestation tourne au drame en France en 1891 à Fourmies où la police tire sur les ouvriers. Journée de commémoration et de revendication récente, les syndicalistes sont très attachés les syndicalistes à cette manifestation au début du siècle. Cf. TARTAKOWSKY D., *La Part du rêve - Histoire du 1er mai en France*, Paris, Hachette, 2005.

[4] *Journal de Cette*, 13/05/1905.

[5] ADH 8 M 259, *op. cit.*, Enquête finale, 27/05/1926. Un juge de paix assure cette conciliation et le salaire des bateliers passe de 600 à 750 F par mois.

[6] Commission mixte dans le cadre des chambres de commerce ou juge de paix dans la plupart des cas.

Au demeurant, cette dépendance explique que les maisons soient facilement perturbées et donc particulièrement vulnérables. En raison de la forte externalisation des services dont elles ont besoin, les ouvriers disposent d'un levier de pression particulièrement efficace. De ce fait, dès qu'une maison n'obtempère pas ou va à l'encontre des directives syndicales, les autorités ouvrières la mettent à l'index. C'est le cas à de multiples reprises comme en 1907, toujours à Sète. Alors qu'elle organise son déménagement d'un quai à un autre, la maison « D. Chauvain » décide de ne pas utiliser les camionneurs pour cette opération mais les gabarres car la voie d'eau est plus rapide. Par mesure de rétorsion et pour protester contre cette décision, les patrons camionneurs sétois refusent alors de servir cette maison pour ses autres activités. Elle ne trouve ainsi plus aucun charretier pour ses fûts arrivés en gare ou dans le port de Sète[1].

Parfois, les représailles sont plus perturbatrices encore. En 1910 à Mèze, les négociants envisagent la fermeture de leurs chais en solidarité avec une maison de la ville mise à l'index par les entonneurs et les bateliers locaux[2]. Mais les patrons hésitent par peur d'une pratique courante dans ces cas-là en mesure de représailles : le sabotage[3]. Ainsi, en 1913, les dockers sétois, une nouvelle fois par mesure de rétorsion contre la maison « D. Chauvain »[4], débarquent au petit matin les fûts qui avaient été embarqués la veille[5]. En 1923, lors d'un conflit entre charretiers et patrons-camionneurs sétois, des sabotages sur la futaille sont envisagés tandis que les charretiers venus de l'extérieur pour suppléer les grévistes sont insultés, agressés et leur marchandise détournée[6].

Dans ce cas, pour mettre fin à des agissements qui perturbent profondément la bonne marche des maisons de commerce, les négociants n'hésitent pas à faire appel à des sociétés extérieures. À Béziers en 1910, les charretiers de la ville se mettent en grève à la suite du renvoi par un patron camionneur de plusieurs ouvriers qui refusaient de travailler le dimanche. Pour pallier ces absences, les négociants biterrois font appel à des charretiers des villages voisins, Magalas ou Corneilhan par exemple. Par ailleurs, ils n'hésitent pas à assurer eux-mêmes les charrois avec certains de leurs hommes et sous l'escorte des gendarmes. Cette escorte est rendue nécessaire par la violence du mouvement de grève comme en atteste l'agression de deux charretiers d'un village voisin qui ont été « assaillis et frappés » à l'entrée de la ville[7].

[1] ADH : 10 M 223, Travail et main d'œuvre, Conflits, Conflit entre les patrons camionneurs et les négociants, Télégramme du commissariat de Sète au préfet, 27/11/1907.
[2] La maison « Guibal » qui emploie des ouvriers non-syndiqués.
[3] ADH : 10 M 241, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grèves des entonneurs et bateliers de Mèze, octobre 1913, Note du commissariat de police de Mèze, 10/10/1913.
[4] Pour avoir licencié des soutireurs qui ont participé à un mouvement de mécontentement interne, les maisons « D. Chauvain » et « Cazalis & Prats » viennent d'être mise à l'index par les syndicats début décembre. À la différence de Chauvain, Cazalis trouve un accord avec les syndicats pour les réintégrer.
[5] ADH : 10 M 239, Travail et main d'œuvre, Conflits, Conflit avec les camionneurs, Sète, 1913, Rapport commissariat central de Sète, 06/12/1913.
[6] ADH : 10 M 255, Travail et main d'œuvre, Conflits, Conflit entre les patrons camionneurs et les charretiers, Sète, 1923, Notes du Commissariat central de Sète, 11-12-19/11/ 1923 et 3-12/12/1923.
[7] ADH : 10 M 229, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grève des charretiers, Béziers, 1910, Rapport du Sous-préfet, 05/10/1910 et Télégrammes des 06/10 et 11/10/1910.

Pour éviter ces conflits qui les pénalisent, certains négociants cherchent à s'organiser. Dès 1905, Casteilla et Euzet, deux négociants sétois, veulent créer une « Union maritime » dont l'objectif est de « limiter le désordre qui touche le port et porte préjudice au commerce local », tout en s'opposant aux syndicats ouvriers qui se structurent rapidement à cette époque. Par le mutualisme et la protection sociale, cette Union a pour objectif d'embaucher de nombreux membres, non-syndiqués avec un salaire intéressant[1]. Même s'il ne voit pas finalement le jour, ce projet est symptomatique des difficultés que connaissent les maisons en raison des mouvements revendicatifs.

Ces raisons poussent également les négociants à se doter de leurs propres employés à demeure, ce qui, pourtant, ne limite pas toujours les conflits dont ils sont la cible directe.

Grèves dans et autour des chais

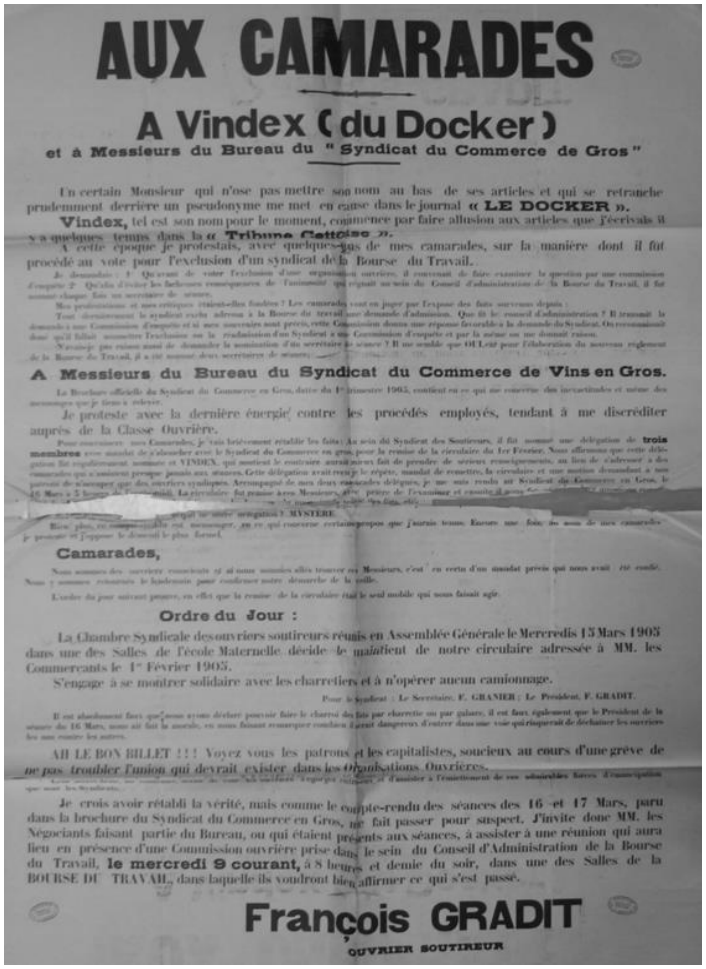
Dans leurs chais et avec les professions périphériques, les négociants doivent par ailleurs faire face à de multiples revendications.

La principale est liée à l'importation du syndicalisme dans les chais. C'est une question extrêmement brûlante, notamment jusqu'en 1914 car le syndicalisme ouvrier, tel qu'il se présente dans les années 1900-1910, c'est-à-dire notablement marqué par l'anarchisme et les idéaux révolutionnaires[2], est assez mal accepté par les négociants. Ces derniers en effet, cherchent, sous divers prétextes, à se séparer principalement des ouvriers syndiqués lors du ralentissement de l'activité. À l'inverse, les syndicats ouvriers – qu'ils soient confédérés ou non – tentent d'imposer la syndicalisation de l'ensemble des ouvriers. De fait, le licenciement ou l'embauche forcée d'ouvriers syndiqués dans les maisons de commerce est alors une question de crispation singulière, d'autant plus que le mouvement ouvrier se trouve alors dans une période de maturation et de légitimation propice à la radicalisation[3].

Les exemples sont nombreux, récurrents et suivent souvent la même logique : le refus des patrons d'employer des ouvriers syndiqués ou le renvoi de ceux-ci entraînent des mouvements de grèves. En mars 1905, négociants et soutireurs sétois se rencontrent au sujet de l'emploi exclusif d'ouvriers syndiqués. Devant les hésitations et les atermoiements du syndicat patronal, les soutireurs promettent de se mettre en grève si aucun accord n'est trouvé lors de la prochaine réunion à laquelle sont *invités*[4], début avril, les négociants[5]. Ces derniers sont interpellés publiquement, par le biais d'un affichage dans la ville (voir fig. 90a, page suivante).

[1] ADH : 10 M 217, *op. cit.*, Note du commissariat spécial de Sète, 28/07/1905.
[2] Ainsi, M. Offerlé indique que le terme « mouvement social » est « préempté de manière unilatérale par une revue proche des anarcho-syndicalistes, le mouvement socialiste qui paraîtra de 1899 à 1914 ». Cf. OFFERLÉ M., Histoire des protestations in FILLIEULE O., AGRIKOLIANSKI É., SOMMIER I. (dir), *Penser les mouvements sociaux*, Paris, La découverte, 2010, p. 265-281. M. Pigenet pour sa part met en exergue l'influence des mouvements anarcho-syndicaliste et révolutionnaire dans « Action directe et grève générale », *art. cit.*
[3] GIRAUD B., *op. cit.*
[4] Lire « forcés ».
[5] ADH : 10 M 217, *op. cit., Sète,* Affiche publique « Aux camarades », 1905.

Fig 90 : Les conflits impliquant les négociants en vins dans l'espace public à Sète au début du siècle



AUX CAMARADES

A Vindex (du Docker)

et à Messieurs du Bureau du "Syndicat du Commerce de Gros"

Un certain Monsieur qui n'ose pas mettre son nom au bas de ses articles et qui se retranche prudemment derrière un pseudonyme me met en cause dans le journal « LE DOCKER ».

Vindex, tel est son nom pour le moment, commence par faire allusion aux articles que j'écrivais il y a quelques temps dans la « Tribune Cettoise ».

A cette époque je protestais, avec quelques-uns de mes camarades, sur la manière dont il fut procédé au vote pour l'exclusion d'un syndicat de la Bourse du Travail.

Je demandais : 1° Qu'avant de voter l'exclusion d'une organisation ouvrière, il convenait de faire examiner la question par une commission d'enquête 2° Qu'elle s'entoure des lumières nécessaires de l'autonomie qui régnait au sein du Conseil d'administration de la Bourse du Travail, il fut nommé chaque fois un secrétaire de séance.

Mes prétentions et mes critiques étaient-elles fondées ? Les camarades vont en juger par l'exposé des faits survenus depuis :

Tout dernièrement le syndicat cycliste adressa à la Bourse du travail une demande d'admission. Que fit le conseil d'administration ? Il renvoie la demande à une Commission d'enquête et si mes souvenirs sont précis, cette Commission donna une réponse favorable à la demande du Syndicat. On reconnaissait donc qu'il fallait soumettre l'exclusion ou la réadmission d'un Syndicat à une Commission d'enquête et par la même on me donnait raison.

N'aurais-je pas raison aussi de demander la nomination d'un secrétaire de séance ? Il me semble que OUI.et pour l'élaboration du nouveau règlement de la Bourse du Travail, il a été nommé deux secrétaires de séance.

A Messieurs du Bureau du Syndicat du Commerce de Vins en Gros.

Le Brochure officielle du Syndicat du Commerce en Gros, datée du 1er trimestre 1905, contient en ce qui me concerne des inexactitudes et même des mensonges que je tiens à relever.

Je proteste avec la dernière énergie contre les procédés employés, tendant à me discréditer auprès de la Classe Ouvrière.

Pour convaincre mes Camarades, je vais brièvement rétablir les faits : Au sein du Syndicat des Soutireurs, il fut nommé une délégation de trois membres avec mandat de s'aboucher avec le Syndicat du Commerce en gros, pour la remise de la circulaire du 1er Février. Nous affirmons que cette délégation fut régulièrement nommée et VINDEX, qui montrait le contraire aurait mieux fait de prendre de sérieux renseignements, au lieu de s'adresser à des camarades qui n'assistent presque jamais aux séances. Cette délégation avait reçu le répète, mandat de remettre, la circulaire et une motion demandant à nos patrons de s'assurer que des ouvriers syndiqués. Accompagné de mes deux camarades délégués, je me suis rendu au Syndicat du Commerce en Gros, le 15 Mars à 2 heures de l'après-midi. La circulaire fut prise avec Messieurs, avec prière de l'examiner et causer à tous [illegible]

[illegible] ? MYSTÈRE

Bien plus, en compagnie de mes camarades, je ne me souviens avoir entendu parler de ce qui me concerne dans les propos que j'aurais tenus. Encore une fois de mes camarades je proteste et j'oppose le démenti le plus formel.

Camarades,

Nous sommes des ouvriers conscients et si nous sommes allés trouver nos Messieurs, c'est en vertu d'un mandat précis qui nous avait été confié. Nous y sommes retournés le lendemain pour confirmer notre démarche de la veille.

L'ordre du jour suivant prouve, en effet que la remise de la circulaire était le seul motif qui nous faisait agir.

Ordre du Jour :

La Chambre Syndicale des ouvriers soutireurs réunis en Assemblée Générale le Mercredis 15 Mars 1905 dans une des Salles de l'école Maternelle décide le maintient de notre circulaire adressée à MM. les Commerçants le 1er Février 1905.

S'engage à se montrer solidaire avec les charretiers et à n'opérer aucun camionnage.

Pour le Syndicat : Le Secrétaire, F. GRANIER ; Le Président, F. GRADIT.

Il est absolument faux que nous ayons déclaré pouvoir faire le charroi des fûts par charrette ou par galure, il est faux également que le Président de la séance du 15 Mars, nous ait fait la morale, en nous faisant remarquer combien il serait dangereux d'entrer dans une voie qui risquerait de déchaîner les ouvriers les uns contre les autres.

AH LE BON BILLET !!! Voyez vous les patrons et les capitalistes, soucieux au cours d'une grève de ne pas troubler l'union qui devrait exister dans les Organisations Ouvrières.

Je crois avoir rétabli la vérité, mais comme le compte-rendu des séances des 16 et 17 Mars, paru dans la brochure du Syndicat du Commerce en Gros, me fait passer pour suspect, j'invite donc MM. les Négociants faisant partie du Bureau, ou qui étaient présents aux séances, à assister à une réunion qui aura lieu en présence d'une Commission ouvrière prise dans le sein du Conseil d'Administration de la Bourse du Travail, **le mercredi 9 courant,** à 8 heures et demie du soir, dans une des Salles de la BOURSE DU TRAVAIL, dans laquelle ils voudront bien affirmer ce qui s'est passé.

François GRADIT

OUVRIER SOUTIREUR

Fig 90a : Interpellation publique par le biais de l'affichage lors du conflit entre les soutireurs et les négociants
Sète, 1905
Source : 10 M 217, *op. cit.*

Fig 90b : Ouvriers des chais rassemblés devant le « Café Glacier », Sète, 1912
On voit ici en bas à droite des ouvriers prêts à embraser un tas de paille devant le « Café Glacier », rendez-vous des négociants sétois, sous le contrôle de l'armée, positionnée le long du quai.
Source : Carte postale, Fonds privés

Cette externalisation du conflit syndical vise alors à mettre une pression supplémentaire sur « Messieurs du Bureau du Syndicat du commerce de vins en gros », parfois de manière violente et menaçante (fig. 90b). À Agde, en 1910, deux ouvriers syndiqués sont renvoyés – pour une raison inconnue – d'une maison de la ville. Une large majorité des ouvriers du port et des charretiers se met alors en grève, ce qui ralentit considérablement l'activité des maisons de commerce de la ville pendant quatre jours[1]. La même année, la maison « Vivarès Jeune », la plus importante de la place, est particulièrement visée à Frontignan par un mouvement de grève. La tension s'installe dans la cité muscatière car on reproche, entre autre, à Vivarès d'employer une majorité d'ouvriers non-syndiqués. En outre, on le soupçonne d'être le principal artisan de l'échec des discussions entre négociants et tonneliers pour faciliter l'emploi de tonneliers syndiqués. Sur ces faits, Vivarès, en raison de la baisse de son activité, licencie un de ses maîtres de chais, syndiqué. Le rapport du commissariat de Police de la ville souligne d'ailleurs qu' « il est de notoriété publique que Vivarès éliminera de ses magasins tous les ouvriers syndiqués pour les remplacer par des non-syndiqués ». Devant son refus de recevoir les syndicats, Vivarès est convoqué au Commissariat de Frontignan où il accepte de reprendre le maître des chais qui avait été, dit-il alors, licencié pour « manquement au règlement intérieur »[2]. En 1925, les soutireurs de la maison sétoise « Guérin » arrêtent à leur tour le travail car l'un des contremaîtres refuse, lui, de se syndiquer[3].

Dans certains cas, l'une des principales difficultés pour les maisons de commerce est la grande solidarité qui existe entre les professions et qui par répercussion touche plusieurs maisons, voire l'ensemble du Commerce local[4]. En 1913, tous les tonneliers, entonneurs et bateliers mézois se mettent en grève pour protester contre l'embauche par la maison « Guibal » d'ouvriers non-syndiqués. Ce mouvement gagne même Sète où des fûts vides appartenant à Guibal sont déchargés alors qu'ils allaient regagner Mèze. Quelques jours plus tard, un équipage sétois refuse d'embarquer les fûts de la maison mézoise en signe de solidarité. Cette affaire qui dure plus d'un mois en pleine période des vendanges et des premiers achats massifs, du 18 septembre au 27 octobre, marque profondément le petit port héraultais dont l'activité commerçante souffre notablement[5]. En 1925, le batelier Miramont de Marseillan est touché par ricochet parce qu'il travaillait avec la maison sétoise « Guérin » mise à l'index par les syndicats : l'ensemble de ses ouvriers refusent de reprendre leur tâche tant qu'il continuera à travailler avec la maison « Guérin ». De son côté, la maison « Clarac Frères et Chauvain »

[1] ADH : 10 M 229, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grève des charretiers, Agde, 1910, Télégramme du commissariat au préfet, 03/10/1910.
[2] ADH : 10 M 230, *op. cit.,* Lettre du Commissariat de Police au préfet (23/01/1910) et Mémo du Commissariat, 25/01/1910.
[3] ADH : 10 M 258, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grève des soutireurs, Sète, 1925, Enquête finale, 18/04/1925.
[4] À l'inverse, il peut arriver que des tensions entre syndicats ouvriers perturbent également le Commerce comme en 1913 quand deux soutireurs de chez Cazalis & Prats doivent abandonner leur travail car ils n'appartiennent pas au syndicat majoritaire dans la maison. Quelques semaines plus tard, dix-huit soutireurs de la maison « D. Chauvain » démissionnent car le contremaître refuse de congédier un syndicaliste d'un groupement adverse. (ADH : 10 M 239).
[5] ADH : 10 M 241, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grève des entonneurs et bateliers, Mèze, 1913, Enquête finale, 14/02/1914.

voit une trentaine de soutireurs cesser leur travail car Clarac accepte de poursuivre avec Miramont. Le lendemain, par solidarité, les tonneliers se mettent également en grève[1]. Ainsi, par capillarité, le conflit qui ne concernait initialement que la maison « Guérin » touche l'ensemble du Commerce sétois.

Chaque grève est également l'occasion de réclamer une revendication salariale. Si ce n'est majoritairement pas le motif initial principal dans les années 1910, cela devient le cas à partir des années 1920. On voit là d'ailleurs s'opérer un basculement après la Grande Guerre. Alors que jusqu'en 1919, les revendications concernaient essentiellement l'embauche ou le licenciement de syndiqués, débouchant sur des négociations salariales, à partir des années 1920 ce sont directement les revendications salariales qui occupent très clairement le devant de la scène revendicative.

Ainsi, en 1910 à Agde, lorsque les charretiers et les ouvriers du port négocient pour reprendre le travail après la grève consécutive au licenciement de deux ouvriers syndiqués, ils obtiennent une revalorisation salariale, à hauteur de 6 F par jour et 30 F par semaine[2]. En décembre 1923, à Sète, à l'inverse, la principale revendication est la revalorisation salariale : deux-cent-cinquante soutireurs se réunissent à la Bourse du commerce pour se mettre en grève afin de demander une hausse de leurs salaires de 22 à 25 F. Le négoce local est peu favorable à cette mesure car les salaires ont déjà été augmentés en novembre de 2 F, mais également car, alors que le coût de la vie a régressé entre 1921 et 1922, les salaires, eux, sont restés stables. La demande des soutireurs n'est donc pas fondée pour le syndicat des vins local. Quelques jours plus tard, les ouvriers du port se lancent dans un mouvement de grève générale pour les mêmes raisons. Et, fait particulièrement notable par rapport à la période précédente, alors que les patrons acceptent l'augmentation demandée, ils la conditionnent à la non-systématisation des embauches de syndiqués, ce qu'acceptent les syndicats[3]. On voit donc que les priorités syndicales ont bien basculé. Si jusqu'en 1920, il s'agissait de forcer les négociants à embaucher des syndiqués pour marquer la puissance négociatrice et humaine des syndicats, ce sont désormais des objectifs plus matériels qui sont visés, comme le reconnaît implicitement le président de l'Union des Syndicats ouvriers confédérés : « Nous vous rappelons qu'il y a nécessité, une bonne fois pour toutes, que les ouvriers reçoivent satisfaction, en leur donnant un salaire leur permettant de vivre ainsi que leur famille » écrit-il, en 1926, à Gustave Malet[4].

Dans les années 1930, les revendications portent alors sur les conditions d'exercice des métiers comme l'indiquent les mouvements de grève qui touchent le port de Sète à la suite de l'annonce de l'arrivée de bateaux-citernes pour l'acheminement des vins de Tunisie et d'Algérie. Devant la menace de chômage, des mouvements sporadiques surviennent entre juin

[1] ADH : 10 M 258, *op. cit.*
[2] ADH : 10 M 229, *op. cit.*
[3] ADH : 10 M 255, *op. cit.*, Conflit avec les soutireurs, Sète, 1923, Note du Commissariat central de Sète, 03/12/1923 et Lettre du Syndicat en gros de la ville, 08/12/1923.
[4] ADH : 10 M 259, *op. cit.*

et octobre 1934[1]. Ici, les syndicats se montrent hostiles à un changement de configuration de leur travail car jusque-là les expéditions se faisaient par fûts. Or, avec l'arrivée de bateaux-citernes, c'est l'assurance d'une réduction drastique de la main d'œuvre. Une telle perspective tend considérablement les relations avec les maisons de négoce qui elles, au contraire, se félicitent d'un mode d'acheminement plus efficace, plus rapide, moins coûteux et donc, plus rentable.

Mais dans la seconde moitié des années 1930, le sujet qui cristallise le plus les tensions est la question des conventions collectives. En effet, à la suite des grandes grèves qui ont suivi la victoire du Front populaire, les accords de Matignon de juin 1936 ont permis la signature, dans chaque branche, d'accords entre patrons et ouvriers[2]. Ainsi, à partir de cette date, ouvriers et patrons doivent s'efforcer de s'entendre autour de conventions collectives. Cela ne va pas de soi car les relations entre patrons et syndicalistes, nous venons de le voir, ont toujours été tendues. Mais dorénavant, la loi encadre strictement ces relations. Si elles avaient un caractère plus ou moins officiel jusque-là, notamment car certaines faisaient intervenir des juges de paix, les conciliations sont dorénavant régies par le régime des conventions collectives[3]. En conséquence, les conciliations se multiplient. Ainsi, en novembre 1937, lorsque les ouvriers du tonneau montpelliérains réclament une hausse de salaire aux négociants et que celle-ci est refusée, il faut passer par le processus de conciliation. Le demandeur, ici le Syndicat du tonneau de Montpellier, écrit alors au préfet de l'Hérault pour mettre sur pied une commission de conciliation qui décide que chaque partie doit désigner un arbitre. Les négociants choisissent d'envoyer Élie Cousin, personnalité éminente du Commerce montpelliérain. Mais, début février 1938, devant l'échec des négociations, il faut procéder à la nomination d'un « superarbitre » en la personne du conseiller à la cour d'appel de Montpellier, désigné par le président du Conseil[4]. Ainsi, dorénavant, les négociations sont régies par et sous le contrôle de l'État.

Contrairement à ce que l'on pourrait penser, c'est une réelle avancée pour les négociants car, incontestablement, ils étaient tout au long de cette période sous la pression des ouvriers. Ces derniers, notamment lorsqu'ils se mettaient en grève lors des périodes de forte activité, pouvaient en effet mettre en péril la bonne santé financière des maisons. Cette nouvelle mesure leur assure une certaine sauvegarde de leurs intérêts comme le montrent les dif-

[1] ADH : 10 M 265, Travail et main d'œuvre, Conflits, Agitation à propos de l'emploi de navires citernes destinés au transport dans la métropole de vins d'Algérie et de Tunisie, ce transport s'effectuant jusque-là en fûts, Notes diverses, juin-octobre 1934.

[2] En complément des accords de Matignon signés dans la nuit du 7 et 8 juin 1936 entre la Confédération générale de la production française, la CGT et l'État, octroyant des avantages sociaux aux ouvriers (augmentation des salaires, délégués syndicaux, liberté d'exercice du droit syndical), les lois du 11 et 12 juin instaurent la création de conventions collectives (ainsi que le passage de la semaine de travail à 40 heures et 15 jours de congés payés). Pour de plus amples précisions, voir MACHU L., « La convention collective, fondatrice de nouveaux rapport sociaux et politiques ? » in MORIN G. et RICHARD G. (dir), *Les deux France du Front populaire : chocs et contre-chocs*, Paris, L'Harmattan, 2008, p. 199-209.

[3] Loi du 31/12/1936.

[4] ADH : 10 M 335, *op. cit.,* Conflit ouvrier du tonneau-négociant, Montpellier, 1937, Notes diverses, novembre 1937.

férents arbitrages qui savent trouver un bon compromis entre les attentes des ouvriers et des patrons[1].

Par ailleurs, à cette pression des ouvriers dans ou autour des chais se joignent les pressions constantes des transporteurs.

Pressions et revendications dans les transports

Dans le cas des transporteurs, les revendications sont totalement différentes. La dimension syndicale est quasiment absente des doléances[2] et trois questions viennent perturber les expéditions et le travail routinier des charretiers dont sont particulièrement dépendantes les maisons de commerce. S'y ajoute également une dimension violente qui est en grande partie rendue possible par l'atomisation de l'activité de transport et les déplacements multiples en dehors du cadre urbain.

Le premier écueil est la question salariale. Tout au long de la période, les expéditions sont entravées par ce sujet, qui dépasse bien souvent le cadre des simples maisons de commerce car ces dernières ne disposent pas encore, pour la grande majorité, de service interne de transport. Ainsi, en 1905, les négociants se plaignent d'avoir à subir les conséquences du conflit entre les charretiers et la Compagnie générale de navigation qui refuse d'augmenter les salaires des premiers[3]. Ceux-ci, qui réclament une revalorisation de 2 F par jour (le salaire est jusque-là de 6 F), font ainsi pression directement sur les maisons de commerce pour qu'elles abandonnent l'idée de travailler avec la Compagnie ou la poussent à répondre aux attentes des charretiers. Finalement, l'un des négociants les plus en vue du port sétois, Henri Vic, fait appel à l'inspecteur départemental du travail qui vient régler le problème[4].

De leur côté, les charretiers montpelliérains se mettent en grève en juillet 1910 car le syndicat des patrons camionneurs et celui des négociants en vins sont en pourparlers au sujet des salaires. Leur action vise à accroître la pression sur les négociants en vins, qui, pour leur part, suspectent les patrons-camionneurs de pousser leurs employés à ce type de manœuvre. Or début août, les négociations achoppent sur cette question des salaires et les pressions des charretiers en grève sont de plus en plus excessives : Denis Galtier, Xavier Chaîne et Alfred Berger écrivent au préfet pour se plaindre que leurs charretiers ont été menacés à plusieurs reprises. Ils demandent l'appui des forces publiques pour pouvoir effectuer en toute tranquillité leurs expéditions. Le préfet accepte de poster des hommes à certains endroits de Montpel-

[1] Ainsi, dans le conflit opposant tonneliers et négociants montpelliérains, le superarbitre offre 245 F aux tonneliers qui en gagnaient jusque-là 210 et qui en réclamaient 270, tandis que les négociants proposaient 230. On est donc plus proche de l'offre des négociants que de la demande des tonneliers. Néanmoins, les augmentations de salaires sont sensibles dans l'ensemble du département comme en atteste le tableau en annexes, p. 1064.

[2] Est-ce parce que les charretiers sont moins syndiqués que les autres ? Il semblerait plutôt que les maisons de commerce faisant appel en très grande majorité à des compagnies de camionnage, cette question syndicale se joue surtout entre le charretier et son employeur direct. Dans le cas des charretiers employés à demeure par les négociants, il s'agit le plus souvent d'entonneurs-soutireurs ou de membres de la famille. Dans le premier cas, ils affichent leurs revendications par le biais des syndicats d'entonneurs ou de soutireurs, dans le second cas, ils ne s'inscrivent pas dans des mouvements syndicaux.

[3] *L'Éclair*, 21/11/1905.

[4] ADH : 10 M 217, *op. cit.*, Note du commissariat spécial de Sète, 10/11/1905. Les sources ne nous renseignent pas sur cette solution. Peut-être un compromis est-il trouvé autour de la revalorisation salariale ?

lier, tandis que des escortes accompagnent certains charrois en dehors des limites de la ville, jusqu'à la Mosson, par exemple[1]. Mi-août, un accord est finalement trouvé et il met fin à une période de tension particulièrement marquée[2]. À Béziers, en octobre suivant, la situation est exactement la même qu'à Montpellier quelques mois plus tôt : les convois des négociants y sont menacés par des charretiers, semble-t-il, manipulés par les camionneurs[3]. Ici aussi, les charretiers qui ne sont pas accompagnés par les forces de l'ordre subissent des violences. Outre l'impact psychologique préjudiciable, c'est un réel souci pour les négociants car le mois d'octobre est une période de grande activité. Or seule une quarantaine de charretiers sur les quatre cents que compte la ville sont alors disposés à travailler. Devant le risque qu'une telle grève fait peser sur leur activité, les négociants sont ici obligés de compenser la hausse de salaire pour les charretiers que refusaient les camionneurs. En revanche, ils décident, en contre-partie, de supprimer le barral et de le remplacer par une bouteille en verre d'un litre par voyage[4].

En novembre 1923, les charretiers de Sète décident d'arrêter le travail et au matin du 14, il faut la présence policière pour éviter les heurts entre la centaine de charretiers grévistes et ceux de la maison Taillan qui, refusant de stopper le travail, sont hués et insultés tout comme les charretiers présents à l'embauche sur le pont Virla[5]. Devant l'ampleur de la situation, le préfet envoie douze gendarmes à cheval et dix-huit à pied supplémentaires qui dispersent une manifestation sur les quais le 16 novembre[6].

Ce sont donc le plus souvent des mouvements violents qui entravent le Commerce et fragilisent l'activité en raison du ralentissement des expéditions et des représailles que doivent subir les maisons de commerce et les employés qui décident de continuer à travailler.

L'autre grande revendication est la question du barral. Cette revendication est l'un des plus constantes de la part des charretiers mais elle est vigoureusement combattue par les négociants car elle est à l'origine de nombreux vols. Le barral est, rappelons-le, le nom que l'on donne à la faveur qui permet aux charretiers de puiser une quantité bien précise du vin transporté, généralement 5 litres par parcours. Sans véritable contrôle, ce barral est prétexte à de nombreux vols tout au long du parcours. Ainsi, un charretier va pouvoir puiser plus que les litres accordés afin de les revendre au cours de son trajet. Si c'est un manque à gagner certain pour les négociants, c'est également un risque majeur de fraude car pour camoufler son méfait, le charretier va ajouter de l'eau dans les fûts et donc mouiller le vin[7]. Les négociants qui cherchent à limiter les vols de vins depuis le début du siècle[8], tentent au début des années

[1] ADH : 10 M 230, *op. cit.*, Grèves des charretiers, Montpellier, 1910, Notes diverses, août 1910
[2] *BMS*, août-sept. 1910, p. 221-223 et 234-236.
[3] ADH : 10 M 229, *op. cit.*
[4] *BMS*, oct. 1910, p. 256-257.
[5] C'est à cet endroit que les maisons recrutent à la journée ou à la demi-journée (l'embauche a lieu à 5h45 et 13h30).
[6] ADH : 10 M 255, *op. cit.*, Grève des charretiers, Sète, 1923, Notes diverses, novembre 1923.
[7] *AM*, 01/08/1927.
[8] ADH : 5 J 35, Fonds Domergue-Claparède, Correspondance, 1889-1910, Bulletins syndicaux, Montpellier, 1900.

1910 de réduire voire de supprimer ce barral[1]. Cette prise de position est peu appréciée par les charretiers. Ainsi, en 1914 à Lunel où le barral a été supprimé par le syndicat local, les vingt-cinq charretiers de la ville refusent de travailler tant qu'il ne sera pas réinstauré. Les charretiers qui cherchent à rentrer dans la ville sont également interceptés et détournés. Devant les tensions qui perdurent en plein mois d'août alors que les vendanges approchent, les négociants réfractaires se rallient à l'avis du président du Syndicat des vins de Lunel et offrent à nouveau 5 litres par convoi aux charretiers[2]. Dans les autres villes, la situation est sensiblement le même, notamment à Montpellier où le syndicat qui avait lui aussi appelé à supprimer le barral, au début de l'année 1914, doit revenir sur sa décision en février après que 55 charretiers sur 58 se sont mis en grève[3]. Pour faire pression sur les négociants, les charretiers, comme dans l'exemple du « Vindex » évoqué plus haut à Sète, usent de l'affichage et l'interpellation publics (fig. 91[4]).

A LA POPULATION MONTPELLIÉRAINE

LETTRE DE

PROTESTATION

Nous, Ouvriers Charretiers, syndiqués ou non, protestons contre les quelques brouillons qui réclament la

Fig. 91 : Affiche publique lors du conflit sur le barral à Montpellier, 1914
Source : ADH : 10 M 241, *op. cit.*

À Sète, pour réduire ces vols, il existe des sociétés de gardiennage qui surveillent leurs fûts entreposés sur les quais. Mais, à partir de 1913, les négociants bénéficient, à l'instar des deux gardes de charrois assignés par le préfet à partir de 1911 à Montpellier, d'une police privée du nom de « Détective office »[5]. Cette société, d'après le commissariat de la ville, dispose parmi ses clients de nombreux négociants et assure une surveillance des marchandises en mouvement dont elle dénonce les vols à la police[6]. Se plaignant des mesures vexatoires que

[1] Cf. *supra*, p. 506.
[2] ADH : 10 M 241, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grève des charretiers, Lunel, 1914, Lettre du président du Syndicat en gros, 09/10/1914.
[3] *Ibid*., Grève des charretiers, Montpellier, 1914, Enquête finale, Commissariat central de Montpellier, 25/02/1914.
[4] L'affiche est reproduite en intégralité en annexes, p. 1117.
[5] ADH : 10 M 217, *op. cit.*, Garde des quais, PV de la convention signée entre ouvriers et patrons, citée dans Le Midi, 14/11/1905. Cette convention est passée avec un syndicat patronal de gardiennage en 1905 au tarif de 4 cts/fût/jour et 4 cts/fût/nuit
[6] ADH : 10 M 240, Travail et main d'œuvre, Conflits, Grève des charretiers, Sète, 1913, Note du Commissariat de Sète, 17/06/1913.

leur fait subir cette société nouvellement installée, les charretiers menacent d'un boycott si on leur supprime le litre de vin qu'ils ont le droit d'avoir avec eux.

Le dernier type de revendications concerne enfin les conditions d'exercice des charrois. En 1907, à Sète, les patrons camionneurs obtiennent dans un conflit qui, pourtant ne portait pas sur ce point-là[1], qu'à partir de 1908, les fûts ne soient plus roulés sur plus de 100 mètres et que s'il est nécessaire de les faire rouler au-delà de cette distance, il faudra alors obligatoirement faire appel aux charretiers. Cette victoire est très symbolique : elle prouve le pouvoir des camionneurs à s'imposer comme un intermédiaire indispensable même sur de très courtes distances, mais également leur capacité à faire accepter des revendications périphériques lors d'un conflit portant sur un autre sujet. Très clairement, ils profitent d'un conflit mineur pour faire acter des revendications qui n'ont rien à voir avec le problème originel. C'était d'ailleurs une question délicate et les camionneurs se félicitent d'y être parvenus[2]. En octobre 1910, à Béziers, les charretiers se mettent par exemple en grève car plusieurs d'entre eux ont été renvoyés par des patrons-camionneurs pour avoir refusé de travailler un dimanche, en dépit des accords passés en décembre 1909, qui autorisaient les camionneurs à faire travailler leurs employés quinze dimanches dans l'année[3]. Il faut l'intervention des négociants pour permettre de reprendre le travail en cette période de vendanges.

En septembre 1911, à nouveau dans le port sétois, les charretiers font eux aussi grève pour protester contre les conditions de roulage dans la gare PLM. Ils refusent de déposer les fûts au point convenu car c'est à l'extrémité du quai, à découvert et sans ciment. Il est donc difficile de faire rouler les fûts, parfois par des températures trop élevées. Devant la fermeté des charretiers et le désarroi des négociants alors que les vendanges battent leur plein, que les chais se remplissent et que les commandes s'accélèrent, la compagnie PLM promet de faire de nouveaux aménagements pour satisfaire les exigences de travail des charretiers[4]. Ce sont bien évidemment les négociants qui sont directement intervenus auprès de la compagnie pour qu'elle promette ces prochains travaux.

Ainsi, il est clair que le négoce, cible facile et privilégiée, est sans cesse mis à contribution, directement ou indirectement, par les autres professions dont elle dépend fortement. Outre les perturbations pour la bonne marche des maisons de commerce, il ne faut pas évacuer la dimension affective[5] qui entre en jeu dans ce type de mouvements et qui pèse égale-

[1] C'est au sujet du conflit qui oppose les camionneurs à la maison « D. Chauvain » au sujet de la préférence accordée aux bateliers pour les déplacements plus courts par l'eau que par terre, dans le cadre du déménagement des chais de la maison (cf. *supra*, p. 802).
[2] ADH : 10 M 223, *op. cit.*, Note manuscrite du juge de paix, 05/12/1907.
[3] Mais pour cela, il faut envoyer une demande à l'inspecteur du travail, ce que ne font pas les camionneurs.
[4] ADH : 10 M 235, *op. cit.*, Note du Commissariat de Sète, 15/09/1911.
[5] I. Sommier évoque les « états affectifs et la dimension affectuelle des mouvements sociaux ». Cf. SOMMIER I., « Les états affectifs et la dimension affectuelle des mouvements sociaux », FILLIEULE O., AGRIKOLIANSKI É., SOMMIER I., *op. cit.*, p. 185-202. Cette dimension est ici présente de deux manières. Tout d'abord par le lien affectif qui unit patrons et employés et que nous avons évoqué plus tôt. En second lieu, par l'inquiétude et le stress que font peser ces mouvements sur des maisons de commerce familiale souvent transmises par le père et engageant des intérêts familiaux (réputation, fonds, propriété) auxquels les négociants sont très attachés.

ment lors de ces négociations. Par ailleurs, si les revendications évoluent et si les rapports de force s'équilibrent dans le temps, ces menaces constantes renforcent tout de même l'absence de quiétude d'une profession particulièrement soumise à de nombreuses tensions internes.

Une profession entre conflictualité et individualisme

Outre les pressions qui émanent des activités auxiliaires, le négoce est également traversé par tout un ensemble de tensions qui, incontestablement, sur la longue durée, fragilisent la cohésion et le pouvoir de résistance de la profession. C'est d'autant plus inquiétant que ces tensions, qui surviennent dans les relations commerciales, au sein des syndicats ou dans les maisons de commerce, surgissent alors que le contexte général se durcit (crises récurrentes, concurrences, difficultés).

Entre partenaires commerciaux, le règne de la menace

Les relations que le négoce héraultais entretient avec ses partenaires commerciaux sont particulièrement complexes. Si les notions de confiance et de respectabilité sont cruciales pour la bonne marche de la maison et la reconnaissance de la profession, le recours à la menace, à l'ultimatum, au chantage, le tout dans un contexte de crispation commerciale, sont des expédients régulièrement employés.

Au premier chef, les clients jouent régulièrement sur ce registre-là. La correspondance des maisons de commerce est remplie de lettres de clients, qui, dans une logique somme toute normale d'un point de vue commercial, font pression sur les négociants expéditeurs en les menaçant. Ainsi, en 1933, Guérin, qui est le plus gros client de Jules Augé, écrit-il en ce sens :

> « Devant les erreurs répétées de votre service comptabilité, ceci en dépit de vos multiples promesses, nous tenons à vous prévenir par la présente recommandée que nous préférons cesser toutes affaires avec vous, à moins que nous n'acceptiez que nous vous adressions nous-mêmes le montant de vos factures à réception de la marchandise. »[1]

Augé, déjà dans une situation difficile au début de l'année 1933 ne peut qu'accepter les prétentions d'un client à qui il expédie plus de 2.000 hl par mois. Le négociant héraultais est dans une situation transactionnelle d'infériorité car il est dépendant de la manne apportée par Guérin, il ne lui est donc pas possible de refuser ou de ne pas se plier à ses volontés. Si ici la menace de rupture des relations commerciales est explicitement formulée, l'intimidation est parfois beaucoup plus subtile et implicite. En 1929, lorsqu'il est en litige avec Michelin au sujet d'un léger creux de route, Augé préfère transiger de peur de perdre un très gros client. D'ailleurs, les échanges de correspondance avec le représentant de Michelin laissent entendre

[1] ADH : 6 U 2 755, Faillite Augé, Correspondance, 1933, Lettre du 10/12/1933.

que la compagnie clermontoise pourrait se tourner vers d'autres fournisseurs[1]. Or, Augé ne peut se passer de ces gros clients qui lui permettent de largement renflouer sa comptabilité[2].

Mais les pressions peuvent également provenir de petits clients, mécontents de la qualité des vins comme ce négociant d'Argenton qui écrit à Denis Dourlan car il n'est pas satisfait des vins reçus et qui le menace de ne plus lui en acheter. Dourlan lui propose de payer les frais de magasinage des vins qui doivent subir un traitement pendant un certain temps[3]. Ici aussi, sous la pression et le chantage, Dourlan, pour fidéliser sa clientèle et ne pas nuire à sa réputation commerciale, capitule devant les sommations des clients. Augé, lui aussi, est régulièrement menacé par certains de ses clients les plus modestes[4].

Parfois, ce sont également les intermédiaires-prestataires de services qui menacent les négociants. C'est souvent le cas avec les loueurs de futailles ou de wagons-réservoirs. En décembre 1929, une société bordelaise de location de wagons-réservoirs écrit à Augé pour lui rappeler qu'un de ses wagons-réservoirs est immobilisé en région parisienne : si le négociant héraultais ne fait pas le nécessaire pour retourner le wagon-réservoir qui aurait dû revenir fin octobre, il s'expose à de « lourdes pénalités »[5]. C'est également le cas avec les représentants : en mars 1929, Lafont, le représentant d'Augé à Limoges menace lui-même Augé qui « ne [manque] pas une occasion de créer des difficultés » par son incapacité à « travailler sérieusement ». Il lui signale qu'ils ont déjà perdu la moitié de leurs clients et que si Augé continue à ne pas tenir compte des attentes des clients, ils risquent bien de perdre l'autre moitié. Risquant d'entacher sa propre réputation, Lafont menace à mot couvert de ne plus travailler avec Augé car il « appréhende à l'avance toutes les réclamations qui vont me tomber »[6]. D'ailleurs, dans son manuel sur le commerce des vins, Raymond Brunet recommande la prudence dans le choix des représentants et dans l'établissement des contrats car il note que « des contestations s'élèvent journellement entre négociants et représentants de l'autre », surtout lorsque ces derniers ne sont pas attachés à la maison[7]. Or Augé et Dourlan ne disposent d'aucun représentant rattaché à leur maison de négoce et, étant dans une logique d'expansion économique tous azimuts tous les deux[8], ils multiplient les démarches auprès de négociants qu'ils connaissent peu, mal, voire pas du tout. Ceci explique la multiplication des conflits qu'ils peuvent rencontrer avec leurs représentants.

Ainsi, par ces quelques exemples, on observe qu'à la fois dans les transactions ou dans les relations avec des intermédiaires, un espace interstitiel de tolérance existe, mais qu'une fois dépassé, le ton devient plus menaçant et les requêtes se transforment en sommations. Par

[1] ADH : 6 U 2 746, Faillite Augé, Correspondance, 1929, Correspondance avec Chalmin, octobre-novembre 1929.
[2] CAEF : B-34219/2, Rapport inspection Banque Populaire, Béziers, 1935.
[3] ADH : 6 U 5 526, Faillite Dourlan, Correspondance, juillet 1926.
[4] C'est le cas par exemple de clients limougeauds, M. Garnerie ou M. Theillaud, qui se plaignent par le biais du représentant d'Augé dans la région. Cf. ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre d'A. Lafont, 19/03/1929.
[5] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre de « Louis Maurel et Cie », 04/12/1929.
[6] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre d'A. Lafont, 19/03/1929.
[7] BRUNET R., *op. cit.*, p. 83.
[8] Pour des raisons différentes toutefois : Augé par appât du gain et volonté de multiplier les contrats dans une période de forte concurrence et Dourlan car il est néophyte et dans l'obligation de se construire un réseau.

ailleurs, ce type de stratégies commerciales ne se limite pas aux seules relations entre partenaires privés. Les institutions publiques agissent exactement de même[1].

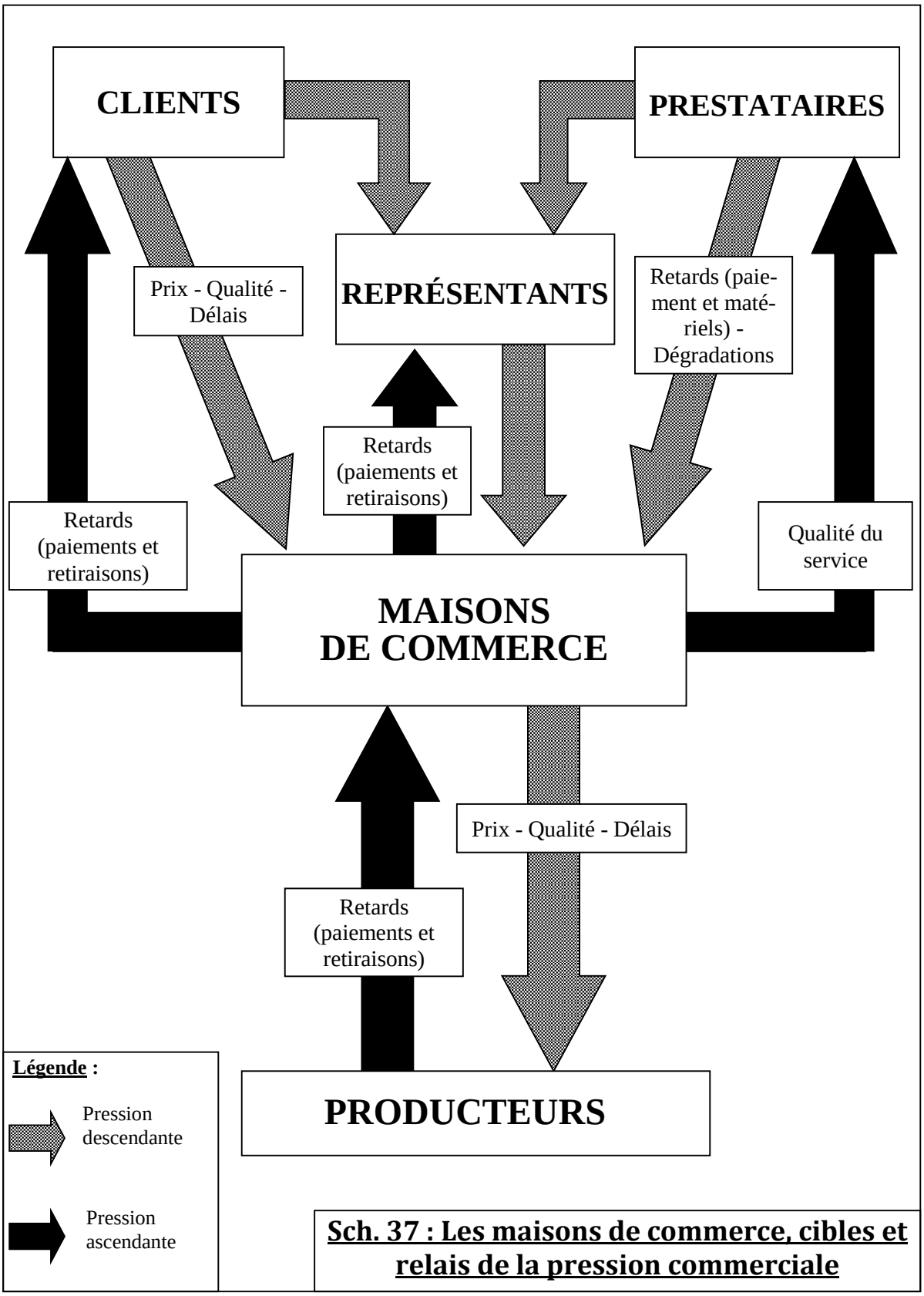
Cependant, les négociants héraultais savent également faire pression sur leurs partenaires commerciaux. Dourlan, en dépit de sa méconnaissance du milieu et de son activité limitée, n'hésite pas à menacer ses clients lorsque ces derniers ne paient pas. En septembre 1926, il se plaint ainsi auprès de son représentant dans la région toulousaine, Mauran, de ne toujours pas avoir été réglé par ses clients. Il conclue sa lettre par un ultimatum : « Si d'ici fin septembre, je ne suis pas payé, j'envisagerai l'emploi d'autres procédés »[2]. En octobre suivant, après trois refus ou absence du payeur lors de la présentation de la traite, Dourlan fait directement pression sur Mauran. Il écrit alors à son représentant : « Réglez le problème si vous voulez que je vous paie. »[3] Il utilise ainsi la pression financière afin que son intermédiaire fasse le nécessaire pour que ses expéditions soient acquittées. Dès lors, si Mauran veut être rétribué, il faut qu'il s'assure que les marchandises ont été réglées. Début décembre, il relance plusieurs de ses débiteurs en les menaçant de saisir la justice. C'est d'autant plus important pour Dourlan que sa maison étant récente, il ne dispose pas d'une stabilité et d'une surface financières suffisamment importantes pour supporter les impayés. Et quand bien même, les registres d'inspection des succursales de la BDF regorgent d'exemples de maisons anciennes et réputées qui connaissent des difficultés en raison d'impayés[4]. D'ailleurs, cela explique que les inspecteurs de la BDF soient si attentifs dans leurs inspections aux partenaires commerciaux des maisons héraultaises et les étudient dans le détail.

À l'autre extrémité de la chaine commerciale, Augé n'hésite pas à intimider certains de ses intermédiaires qui lui procurent des marchandises. En mars 1929, il menace de retenir 2.000 F sur les prochains versements effectué à un intermédiaire qui collecte pour lui des caves, en raison de manquants dans les degrés. Augé utilise exactement le même ton et les mêmes tournures employées à son encontre par ses clients mécontents : « Je serais très heureux de savoir si réellement vous pesez les vins avant de les acheter. »[5]

On est donc dans une configuration où les donneurs d'ordre transmettent les avertissements intimidants par l'intermédiaire de relais qui, sous la contrainte de la pression financière, répercutent ces menaces. Ces dernières apparaissent donc comme des éléments très notablement constitutifs du marché des vins et semblent être un levier d'action particulièrement utilisé et efficace (sch. 37, page suivante). En outre, elles semblent parfaitement acceptées et

[1] C'est le cas par exemple lors des adjudications avec l'armée, la marine ou les hôpitaux.
[2] ADH : 6 U 2 526, *op. cit.*, Lettre à Lauran,15/09/1926. Il sous-entend là le recours en justice.
[3] *Ibid*., oct. 1926.
[4] C'est le cas par exemple, au début du siècle, pour la maison marseillanaise « Fayet B. » qui est gênée par la faillite d'un de ses clients (ABDF : Béziers, 1909). La maison « Anthérieu-Périer » est mise en difficulté par les nombreux retours d'impayés auxquels elle doit faire face au début des années 1920 (ABDF : Sète, 1922 et 1923). À la fin de la période étudiée dans cette recherche, la maison « Veuve Bonnet » de Lunel connaît une « situation obérée par des créances irrécouvrables (ABDF : Montpellier, 1961).
[5] ADH : 6 U 2 746, *op. cit.*, Lettre à Gayraud, 29/03/1929.

intégrées dans le jeu commercial car elles n'empêchent pas – sauf en cas de mise en application – la poursuite des relations commerciales[1].



Sch. 37 : Les maisons de commerce, cibles et relais de la pression commerciale

[1] Comme c'est le cas avec Guérin ou Morel chez Augé alors que ces derniers sont sans cesse en train de menacer Augé et de se plaindre de son manque de rigueur.

Ces tensions sont particulièrement vives lors des faillites. En effet, la maison de commerce, qui ne peut plus répondre à ses engagements vis-à-vis de ses fournisseurs ou de ses clients, est alors placée sous la responsabilité d'un liquidateur nommé par le tribunal de commerce compétent. Celui-ci doit ménager – souvent sous la forme d'un concordat – les intérêts des uns et des autres en proposant un accord amiable autour du remboursement partiel des sommes dues ou des marchandises promises (70-80 % par exemple). Par le biais d'un jeu de correspondances qui met sous pression la maison en faillite, mais également ses partenaires (qui risquent d'y perdre une somme d'argent plus ou moins importante), l'avenir de la maison de commerce se décide alors avant la mise en liquidation judiciaire prononcée par le tribunal de commerce[1]. Les différents exemples de faillites rencontrés dans les archives mettent en lumière ces tensions et ces menaces entre partenaires commerciaux qui sont souvent très nombreux et d'horizons divers[2].

Logiquement, il n'est ainsi pas étonnant de retrouver ce type de méthodes et de manœuvres dans le jeu syndical. En effet, les représentants syndicaux savent également utiliser l'intimidation en vue de convaincre, ou, plutôt devrions-nous dire contraindre, leurs interlocuteurs. Ainsi, en 1911, en raison du renvoi de trois soutireurs par la maison « Banel et Thau » à Sète[3], les soutireurs de la ville se mettent en grève le 7 novembre, suivi par les charretiers et les dockers en signe de solidarité. Devant cet arrêt intempestif de l'activité, les négociants sétois se réunissent à la Chambre de Commerce de la ville, le lendemain, pour décider de ne plus embaucher et de pas ouvrir les magasins jusqu'au lundi suivant. Voté à l'unanimité, ce *lock-out* patronal risque de mettre au chômage l'ensemble des ouvriers des chais et des professions connexes à partir du lundi suivant[4]. La maison « Banel et Thau », soutenue au début de l'affaire par le syndicat local, est certaine d'être dans son bon droit. On risque alors une dégradation rapide du climat social dans la cité sétoise. D'ailleurs, la situation est déjà très tendue dans le port, comme s'en inquiètent les services de police de la ville et le maire[5]. Les négociants utilisent donc là l'arme de la menace du chômage technique pour contraindre leurs employés à accepter leurs conditions. Après cet épisode, à de multiples reprises, la menace de fermeture des maisons de commerce en raison de conflits avec les employés est proférée[6].

Si elle est rarement réellement mise en application, la fermeture des maisons est une manœuvre largement utilisée lors des contestations contre le gouvernement. C'est le cas par exemple en 1923 quand la Fédération méridionale appelle fin février à une manifestation cor-

[1] Mais ce n'est pas toujours le cas. En effet, lors de la procédure, les maisons continuent à travailler et, au début du siècle surtout, une brusque accélération des cours peut permettre de « se relever » et de mettre un terme à la mise en faillite. C'est le cas avec la maison « B. Tous » par exemple.
[2] Voir le tableau des créanciers de la maison sétoise « S. Caumil » à la fin des années 1940 en annexes, p. 1062.
[3] Car ils ont participé, le jour précédent, à une grève avec les conducteurs de Tramway sétois et ne se sont donc pas présentés au travail.
[4] *Le Petit Méridional*, 10 novembre 1911.
[5] ADH : 10 M 235, *op. cit.*, Grève des soutireurs, Note Commissariat central de Sète, 09/11/1911
[6] C'est le cas par exemple à Mèze en 1913 lors de l'affaire Guibal (cf. *supra*, p. 805).

poratiste pour protester contre les injustices et les inégalités fiscales[1]. Le syndicat régional demande à ses adhérents de fermer leur maison pendant une journée. De même, en février 1933, Augé et Granier reçoivent, tous deux, une lettre du Syndicat des Négociants et Commissionnaires en vins des arrondissements de Béziers et Saint Pons auquel ils sont adhérents, leur demandant de fermer leur magasin un après-midi[2]. Encore une fois, il s'agit de « protester contre les projets d'augmentation d'impôts qui achèveront de [nous] écraser ». En mars 1958 cette fois-ci, alors que la radicalisation de la contestation s'est amplifiée dans le Commerce sous l'influence du poujadisme[3], la même menace est avancée pour protester contre le plafonnement des cours à la propriété, récemment décidé par l'État[4].

La protestation peut également prendre la forme, dans les années 1920-1930[5] comme dans les années 1950[6], de menaces au sujet de la parution des cotations hebdomadaires. Dans la même logique d'entrave à un organisme lié à l'État, en 1951, les négociants menacent de paralyser les commissions consultatives chargées d'examiner les dossiers de demande de cartes d'identité professionnelles de courtiers en vins. En effet, la loi de 1949[7] prévoit que ceux -ci recevront une carte d'identité professionnelle à la suite d'un examen par une commission dans laquelle les négociants sont représentés. Or, en raison d'un différend sur le taux de courtage[8], les négociants montpelliérains décident pour faire pression sur les courtiers de menacer l'équilibre de la commission en ne siégeant pas puis en présentant leur démission[9]. Finalement, si les négociants réintègrent la commission uniquement en 1960[10], leur opération de déstabilisation n'a pas fonctionné car la commission a continué de traiter les demandes de carte de courtiers sans eux.

Il y a donc de la part des représentants syndicaux une transposition mimétique des stratégies agressives que l'on retrouve dans les relations commerciales. Ces manœuvres, si elles sont fréquentes et utilisées par toutes les parties[11], sont incontestablement source de ten-

[1] *BMS*, janv. 1923, p. 236. Il s'agit ici de protester contre les avantages des caves coopératives et la multitude de taxes, en constante augmentation, qui pèsent sur le commerce.
[2] Circulaire syndicale, 15/02/1933. (cf. ADH : 6 U 2 755, Faillite Augé, Correspondance, 1933 et 106 J 1304, Fonds Granier, Correspondance, 1932-1933. Elle est reproduit en annexes, p. 1116.
[3] Cf. *supra*, « La tentation poujadiste », p. 683-686.
[4] *MV*, 19/03/1958.
[5] ADH : 7 M 1218, Cours des vins, 1923-1933, Note du 06/08/1927 : en raison d'un conflit entre le bureau de la CGV et la commission des cotes, cette dernière refuse de donner la cote officielle. Cette pratique est reproduite dans les années 1930, notamment pour protester contre les décisions gouvernementales au sujet des libérations des tranches dans le cadre de l'échelonnement, comme en 1936 ou 1937.
[6] ADH : 363 W 338, Fonds de la préfecture, Commission spéciale de Béziers, 1950-1957 : en 1953, les négociants protestent contre les déclarations du ministre de l'Agriculture au sujet de la seconde tranche ; en 1954, ils refusent de laisser paraître la cote pour protester contre le cahier des charges de l'intendance militaire qui ne tient pas compte des coûts de transports.
[7] Loi du 31 décembre 1949 et décret du 27 mars 1951.
[8] Les négociants veulent faire passer le taux de courtage de 30 à 25 F et ils souhaitent que le courtage soit, comme dans le Gard, partagé entre Propriété et Négoce.
[9] ADH : 6667 W 52, Fonds de la préfecture, Carte professionnelle des courtiers, Correspondance (1951-1959), Lettre du de Corbery et Pommier, les deux représentants du Négoce, 27/07/1951.
[10] *Ibid*., lettre de Vergnes, janv. 1960.
[11] En 1936, les courtiers menacent de quitter les commissions de cotation afin d'obtenir une hausse de leur taux de courtage (ADH : 2 W 1663, Fonds de la préfecture, Commissions de cotation, 1936-1950) tandis qu'en 1965, les organisations syndicales viticoles menacent de porter plainte contre les personnes propageant de fausses rumeurs au sujet des cours (*MV*, 28/08/1965).

sion. Une tension que l'on retrouve également à l'intérieur même du monde syndical, battant en brèche les espoirs d'une potentielle unité syndicale.

L'unité syndicale : une illusion

En dépit de l'impact, important ou limité selon les périodes, de son action, le mouvement syndical est tiraillé par des tensions qui menacent son équilibre et son efficacité. Si elles sont souvent masquées par l'implication exemplaire de personnalités de premier plan, mais aussi des comptes rendus souvent aseptisés afin de ne pas froisser les sensibilités des uns et des autres, elles sont néanmoins nettement sensibles.

Voilà ce qu'en dit Pierre Bergé au sujet du syndicat régional en 1927 :

> « Ce groupement formé par les Syndicats de l'Aude, de l'Hérault, du Gard et des Pyrénées-Orientales a une origine plus ancienne que la CGV […]. À la différence de cette dernière, [il] n'a toujours eu que des programmes, mais au moment de les réaliser, l'esprit d'indépendance et de concurrence qui anime la plupart des commerçants a toujours été nuisible à leur réalisation. » [1]

Si ce constat est à nuancer, tant l'épreuve des faits permet d'en infirmer la dimension catégorique, il est symbolique des tensions qui peuvent régner entre syndicats locaux et qui resurgissent lors de certains débats au sein du syndicat régional. En effet, dès la première réunion, en 1900, les débats sont assez vifs à certains sujets, notamment l'affiliation au Syndicat national ou l'intégration des négociants en alcool[2]. Par la suite, d'autres discussions, houleuses vont animer la vie syndicale alors que le mode de désignation des présidents est réformé pour éviter les luttes de personnes, preuve d'une dérive possible de personnification des débats électoraux.

On peut ainsi relever plusieurs débats tendus qui se concluent par l'inapplication des mesures adoptées tel celui au sujet de la suppression du registre n°1 en 1909. Tandis que les Montpelliérains y sont favorables, source d'abus nombreux, la majorité des autres syndicats y sont opposés, principalement car c'est l'une des revendications de la CGV. En définitive, la mesure n'est jamais adoptée.

En 1913-1914, la question du barral est la source de nombreuses divisions. Lorsqu'il intervient à ce sujet devant le Congrès en 1913, Jean Prats demande avec insistance : « Que tous les Syndicats des quatre départements s'entendent une bonne fois sur cette question, qui revient continuellement, et qu'un peu de bonne volonté suffirait à régler au mieux de tous les intérêts. »[3] La situation est telle que selon que l'on aille entonner à Sète, à Béziers ou à Montpellier, les prétentions des charretiers sont différentes. Il est donc nécessaire d'affirmer l'unité syndicale sur cette question épineuse. Pour Prats, fervent artisan de l'unité syndicale, la solu-

[1] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 73-74.
[2] AMM : 2 F NC, PV de la Réunion de formation du Syndicat régional à Montpellier, 23/10/1900.
[3] CR Congrès SR, 1913, *BMS*, avril 1913, p. 271-272.

tion réside dans le refus du barral et l'augmentation, en conséquence, des salaires des charretiers par les patrons camionneurs. Mais certains négociants y voyant là la cause d'une augmentation des tarifs de camionnage préfèrent refuser la disparition de cette faveur. Ainsi, le Syndicat régional émet le vœu de suppression du barral « sous réserve des Syndicats de Carcassonne et de Montpellier », en raison des engagements que ces derniers ont pris de le conserver. Pourtant, après la guerre, le barral existe toujours preuve de l'incapacité des négociants à s'entendre sur ce point et du fait que les tensions qui parcourent le syndicat régional nuisent à l'efficacité de son action.

En 1923, la question de la cotisation à une caisse de défense professionnelle cristallise à son tour les antagonismes intrasyndicaux[1]. À la suite de débats engagés notamment au sujet du type de cotisation (syndicale ou individuelle), c'est la majorité qui l'emporte : la cotisation sera individuelle, au grand dam des syndicats de Pézenas, Carcassonne et Lézignan qui insistent sur la difficulté d'obliger leurs adhérents à cotiser.

Dans les années 1950-1960, ces tensions sont également sensibles notamment au sujet des relations syndicales avec la Viticulture que certains voudraient plus pacifiées alors que d'autres sont plus favorables à une attitude pugnace. Dans le même temps, une fracture semble s'opérer entre négociants en VCC et en VDN qui ne partagent pas les mêmes points de vue, notamment sur les questions fiscales. En effet, de nombreuses exemptions fiscales privilégient les VDN, au détriment des VCC, voire des vins de liqueurs et des apéritifs[2]. Jean-Marie Prats souligne le clivage qui existait dans les années 1960 entre négociants montpelliérains et sétois qui « ne s'appréciaient guère »[3]. Dans un climat de déclin du mouvement patronal et du Commerce héraultais, comment imaginer dès lors que les intérêts unitaires aient pu dépasser les inimitiés, les rivalités et les ambitions personnelles ?

Dans un article sur la VIIe Fête nationale des vins de France, Jean-Marc Bagnol a de même mis en exergue les rivalités qui existent à la fin des années 1930 entre les deux centres viticoles que sont Béziers et Montpellier[4]. Ici, la controverse porte sur la localité qui organisera et accueillera l'événement dans le département. Un compromis est trouvé en associant les deux villes comme en témoigne l'en-tête du papier à lettre du comité d'organisation (fig. 92, page suivante). Il y a fort à penser que ces rivalités existent entre les deux syndicats des vins. C'est en tout cas ce que l'on peut lire en creux en 1910, lorsque Paul Granaud se plaint du faible nombre d'adhérents du syndicat biterrois, surtout en comparaison avec les autres syndicats héraultais[5]. Ces tensions sont également nettement sensibles lors des demandes d'agrandissement des gares de Montpellier ou de Béziers à la même époque[6].

[1] *BMS*, avril-mai 1923, p. 303-307.
[2] Voir certains débats lors des Congrès de la Fédération méridionale, notamment autour des années 1957-62, dans le *MV*.
[3] Entretien avec J.-M. Prats, mars 2013.
[4] BAGNOL J.-M, « Quand la république célébrait les grands crus du Languedoc : la VIIe Fête nationale des vins de France (1er- 4 juillet 1939), *Études Héraultaises*, n°39, 2009, p. 193-204. L'auteur évoque ces rivalités notamment dans la genèse de l'événement alors que le choix de la ville hôte n'a pas été arrêté.
[5] *BMS*, juin-juill. 1910, PV Syndicat de Béziers, séance du 17/05/1910, p. 196-199.
[6] Cf. *supra*, p. 420 et 508. Les Montpelliérains semblent jalouser la rapidité avec laquelle les Biterrois ont obtenu gain de cause.

Fig. 92 : Détail du papier à en-tête du comité d'organisation
VIIe Fête des vins de France, 1939

On retrouve ici les blasons de Montpellier (Est) où siège le Comité et de Béziers (Ouest) où réside le Commissaire général.

Source : ADH : 1 M 352, cité par BAGNOL, J.-M., *art. cit.*

Enfin, faute de sources précises, il est difficile de savoir comment sont perçues les créations des nouvelles structures syndicales, qui émergent notamment autour des années 1910, à Marseillan, Pézenas, Mèze et Lunel. On peut supposer qu'en dépit du bon accueil qui leur est réservé dans l'instance régionale, ces nouveaux groupements sont perçus défavorablement par les syndicats dont ils sont issus. On peut légitimement émettre une telle hypothèse car lorsque le Syndicat de clientèle bourgeoise s'émancipe du Syndicat de Montpellier en 1912 afin d'être « libre de faire aboutir rapidement nos desiderata »[1], le Syndicat montpelliérain voit « avec un grand regret cette scission se produire » et met en place une commission pour convaincre les barricailleurs de revenir sur leur décision[2]. Il y a fort à parier que lorsque les syndicats de Lunel, Mèze, Marseillan ou Pézenas se sont créés, les sentiments ont été les mêmes dans les syndicats de Montpellier, de Sète et de Béziers qui perdaient là des adhérents et, de fait, une certaine représentativité.

D'ailleurs les syndicats ouvriers savent jouer de ces rivalités. En 1937, lors de la conciliation entre les entonneurs et les négociants en vins de Marseillan, il est ainsi fait appel à Ernest Alby, négociant sétois. Si le choix peut à première vue paraître surprenant, il ne l'est pas en réalité. Les entonneurs marseillanais font en effet appel à un sétois car « les négociants sétois ont payé le prix fort lors des dernières négociations avec les entonneurs sétois »[3]. Selon les calculs des ouvriers de Marseillan, les négociants sétois voudront que leurs homologues marseillanais fassent le même effort. Les ouvriers jouent donc sur les rivalités syndicales entre Sète et Marseillan pour arriver à leurs fins.

[1] Lettre de L. Cardaire, 28/12/1912, *BMS*, déc.-jan. 1912-13, p. 206.
[2] *BMS*, déc.-jan. 1912-13, p. 216-218.
[3] ADH : 10 M 335, *op. cit.*, Grève des entonneurs, Marseillan, 1937, Lettre du syndicat des ouvriers entonneurs, oct. 1937.

Ces tensions sont également fortement perceptibles à l'intérieur même des syndicats héraultais. En 1900, un négociant montpelliérain, Cyrille Sylvestre fait état de vols de vin lors de charrois dans la région. À la suite d'un débat contradictoire, le Syndicat de Montpellier décide de ne pas donner de suite juridique à cette plainte, essentiellement car l'autre négociant impliqué, Denis Galtier estime que cette affaire, résultant d'une dénonciation, « suscite des complications regrettables »[1]. Déçu de l'attitude et de l'inaction du groupement, Sylvestre décide de démissionner dans la foulée. En 1911, le syndicat sétois se désolidarise pour sa part d'une maison de commerce : lors de l'affaire « Banel et Thau » qui provoque la menace de *lock-out*, nous avions noté qu'au début de l'épisode, la maison de négoce était soutenue par le syndicat dont Joseph Thau est un membre éminent. Mais très rapidement ce soutien s'effrite. En effet, si le syndicat lors de la réunion du 8 novembre 1911 à la CCS s'était montré inflexible en faveur d'un lock-out, ce n'est plus le cas dans les jours qui suivent, notamment lors de la tentative de conciliation devant le juge de paix. Une note du commissariat de Sète relève même : « Les délégués du syndicat patronal ont, au contraire, fait preuve d'une extrême réserve et se sont même offerts à exercer une pression sur MM. Banel et Thau, si tel était l'avis de ce magistrat. »[2] Le syndicat craint surtout les conséquences préjudiciables qu'entrainerait une grève générale avec de nouvelles revendications salariales qui affecteraient l'ensemble du Commerce local. Le syndicat sacrifie ainsi les revendications légitimes d'une des maisons adhérentes en raison de craintes et de suppositions. Si la réaction de « Banel et Thau » à cette prise de position nous est inconnue, la note du commissariat conclue sur la supériorité de l'« influence morale du syndicat ouvrier » en grande partie grâce à sa « cohésion ». On peut ici y lire en creux les reproches faits au syndicat patronal qui, faute de cohésion et de personnalité, ne s'affirme pas assez face aux ouvriers.

La même année 1911, Félix Michel, alors président du syndicat montpelliérain, donne sa démission en raison des divergences de vues au sujet du barral dans son organisation. Il n'accepte pas qu'alors que des dispositions ont été votées par le syndicat afin de supprimer le barral, certains adhérents aillent à leur encontre[3]. Il est suivi, dans sa démarche, par le secrétaire général et le vice-président. S'ils reviennent, quelque temps plus tard, sur leur démission, cette décision témoigne des crispations qui peuvent exister à l'intérieur même des syndicats héraultais et surtout d'une dichotomie entre le discours syndical et l'attitude des adhérents.

En effet, voilà certainement là la tension la plus importante au sein des syndicats : la distance entre le discours et la réalité. En effet, alors que le discours syndical prône la qualité, lutte contre les vins algériens, réclame la probité de ses membres en particulier et du Commerce méridional en général, les négociants adhérents se singularisent par leur déviance vis-à-vis de ces préceptes. Ainsi, Jules Augé qui est syndiqué, vend des vins de qualité médiocre, tout comme Denis Dourlan. De nombreuses maisons prospèrent selon les rapports

[1] ADH : 5 J 35, *op. cit.*, PV Réunion Syndicat de Montpellier, 03/8/1900.
[2] ADH : 10 M 235, *op. cit.*, Note du Commissariat de Sète, 11/11/1911.
[3] Lettre du 29/09/1911, *BMS*, oct. 1911, p. 503-504.

d'inspection de la BDF grâce aux vins algériens et parmi elles, on trouve des maisons tenues par des membres éminents des syndicats comme les maisons « J. Alby » à Sète et « Leenhardt-Bazille » à Montpellier. Enfin, la multiplicité des procès tout au long de la période témoigne des lacunes du Commerce méridional en matière d'honorabilité commerciale. Pour exemple, en 1914, le rapport d'inspection de la BDF note à propos de Roussel-Lacombe, membre éminent du négoce et de la bourgeoisie montpelliérains, secrétaire général des syndicats montpelliérain et régional : « Peu scrupuleux, dépenses exagérées, conduite privée déplorable, surface personnelle très réduite »[1]. C'est cet éloignement entre ce qui est dit et ce qui est fait, comme l'ont théorisé Streeck et Schmitters[2], qui explique peut-être le mieux les tensions au sein des groupements et la progressive inefficacité d'action des syndicats. D'ailleurs, ces tensions perdurent jusqu'à la fin de la période étudiée comme en témoigne le président montpelliérain Ulysse Vergnes, pour qui l'unité est difficile à obtenir, même dans son syndicat local, en raison de la présence de « brebis galeuses » qui font prévaloir leurs intérêts personnels plutôt que les intérêts collectifs et qui ne respectent pas les consignes syndicales[3].

Cette distorsion entre le message et les actes est particulièrement préjudiciable au négoce et au mouvement patronal, limité par un manque de moyens de coercition efficaces.

Somme toute, il est indéniable que ce qui prévaut par-dessus tout dans le monde commercial, c'est l'intérêt particulier. Cet intérêt particulier qui explique que, dans les transactions et au sein de la filière, tous les coups ou presque soient permis pour faire avancer ses intérêts propres, notamment l'utilisation d'un levier particulièrement efficace : la menace.

Ainsi, le Commerce se trouve toujours sous le coup de cette dernière : une menace externe mais également interne qui fragilise son action et sa structure même. Ce sont d'ailleurs en partie les fragilités constitutives de cette tension permanente qui expliquent que, dès les années 1950, le négoce héraultais est incapable de tenir un rang autre qu'un rang local.

En effet, mis en cause par les mouvements sociaux des années 1900-1930 puis par les syndicats viticoles, le négoce – en tant qu'ensemble commercial et groupement syndical – n'a ni la cohésion ni la force de caractère suffisantes pour faire face à ce qu'il perçoit comme des agressions, internes et externes, qu'il ne peut que subir.

C'est là l'un des échecs majeurs de la profession. Mais ce n'est pas le seul comme le prouve la question des exportations.

[1] ABDF : Montpellier, 1914.
[2] SCHMITTER P., STREECK W., *The Organization of Business Interests: Studying the Associative Action of Business in Advanced Industrial Societies*, Discussion Paper 99/1, Cologne: Max Planck Institute for the Study of Societies, 1999.
[3] CR, AG Syndicat de Montpellier, 1961, *MV*, 26/04/1961.

CHAPITRE 2 : LE RENDEZ-VOUS RATÉ DES VINS HÉRAULTAIS AVEC L'INTERNATIONAL : L'ÉCHEC DES EXPORTATIONS

L'un des principaux problèmes du marché des vins évoqués par ses plus grands analystes ou commentateurs est l'inélasticité de la demande. En effet, cette dernière, si elle connaît des variations certaines sur la longue période, est caractérisée par des évolutions lentes et structurelles. Au contraire, la production, elle, se définit par de profondes variations conjoncturelles, notamment pour les VCC[1]. La conjonction – ou plutôt devrait-on dire la divergence – entre ces deux facteurs est la cause principale des perturbations sur le marché des vins héraultais. Cette inadéquation entre l'offre et la demande pourrait être résolue par le biais des exportations qui feraient alors office de soupape de sécurité. Pourtant, en dépit des efforts syndicaux ou étatiques, les vins héraultais, à de très rares exceptions, s'exportent peu ou mal.

Ainsi, alors que le premier département producteur de l'hexagone peine à faire sortir ses vins du territoire métropolitain, le vin français est loué partout en Europe et dans le monde, paradoxe d'un échec aux multiples facettes.

Une détermination syndicale affirmée

Dès le début du XXe siècle, les efforts des syndicats pour assurer la promotion et l'expédition de vins héraultais vers les pays étrangers sont incontestables. C'est d'autant plus nécessaire que le Midi vinicole est frappé par une série de crises intérieures qui font de l'étranger une alternative commerciale crédible.

1900-1920 : une première étape vers la prise de conscience

En dépit de l'affirmation de Pierre Bergé signalant que « jusqu'à ces dernières années, la France n'a pas eu l'air de comprendre les réels avantages de l'exportation»[2] , dès le début du siècle, les syndicats locaux et le syndicat régional veillent à favoriser les exportations des vins locaux. Dès ses premiers numéros, le *Bulletin mensuel* donne ainsi de nombreuses informations quant aux modalités d'exportation dans les pays européens[3] mais également des pays plus éloignés. Ainsi, le numéro de juillet 1909 renferme, dans la rubrique « Informations », tout un ensemble de renseignements permettant l'exportation vers le Brésil, Haïti ou le Japon[4]. Le bulletin syndical reprend alors des extraits du *Moniteur officiel du Commerce* et différents rapports pour donner des informations concrètes sur les attentes des consommateurs étrangers.

[1] Mais pas uniquement comme l'a montré Ph. Roudié dans le Bordelais. D'ailleurs, l'auteur fait lui aussi un lien entre le marché intérieur et le marché extérieur. Dans le Bordelais également, ce dernier est une soupape de sécurité pour les crus de la région et lorsque les exportations sont en difficulté, c'est l'ensemble de la filière girondine qui souffre. Cf. ROUDIÉ P., *op. cit.*, p. 205 et 265.
[2] BERGÉ P., *op. cit.*, p. 77.
[3] Principalement : Suisse, Allemagne, Belgique, Royaume-Uni.
[4] *BMS*, juill. 1909, p. 420 et sq.

De la sorte, on apprend qu'au Brésil, « les vins français sont plutôt réservés à une clientèle de luxe [mais] ils souffrent de l'insuffisance numérique des maisons françaises ». Le potentiel y est réel car les imitations de vins français sont monnaie courante, preuve de leur succès. En Haïti également, la clientèle bourgeoise est particulièrement visée par les exportations de vins de table français, même si les vins du Midi sont également vendus dans les campagnes en raison de leur couleur foncée, propice aux coupages. Au Japon, un rapport de l'Ambassade d'Espagne souligne que « le vin est un article qui paraît avoir, le plus de chance de succès [car] il est un article de luxe pour la classe pauvre »[1]. Lors du Congrès du Syndicat régional de 1909, un rapport concerne les « relations commerciales entre la France et la Suisse ». On y évoque les dernières évolution de ces relations et les liens qui unissent les commerçants méridionaux et le voisin suisse : « Nous ne devons pas oublier que la Suisse a été de temps immémorial un de nos meilleurs et plus fidèles clients ; qu'à la suite de la loi du 31 décembre 1891, les relations commerciales franco-suisses furent suspendues et que notre commerce de vins en subit un grave préjudice. »[2] On retrouve donc des informations concernant des pays aux relations régulières avec la France et d'autres plus éloignés (fig. 93).

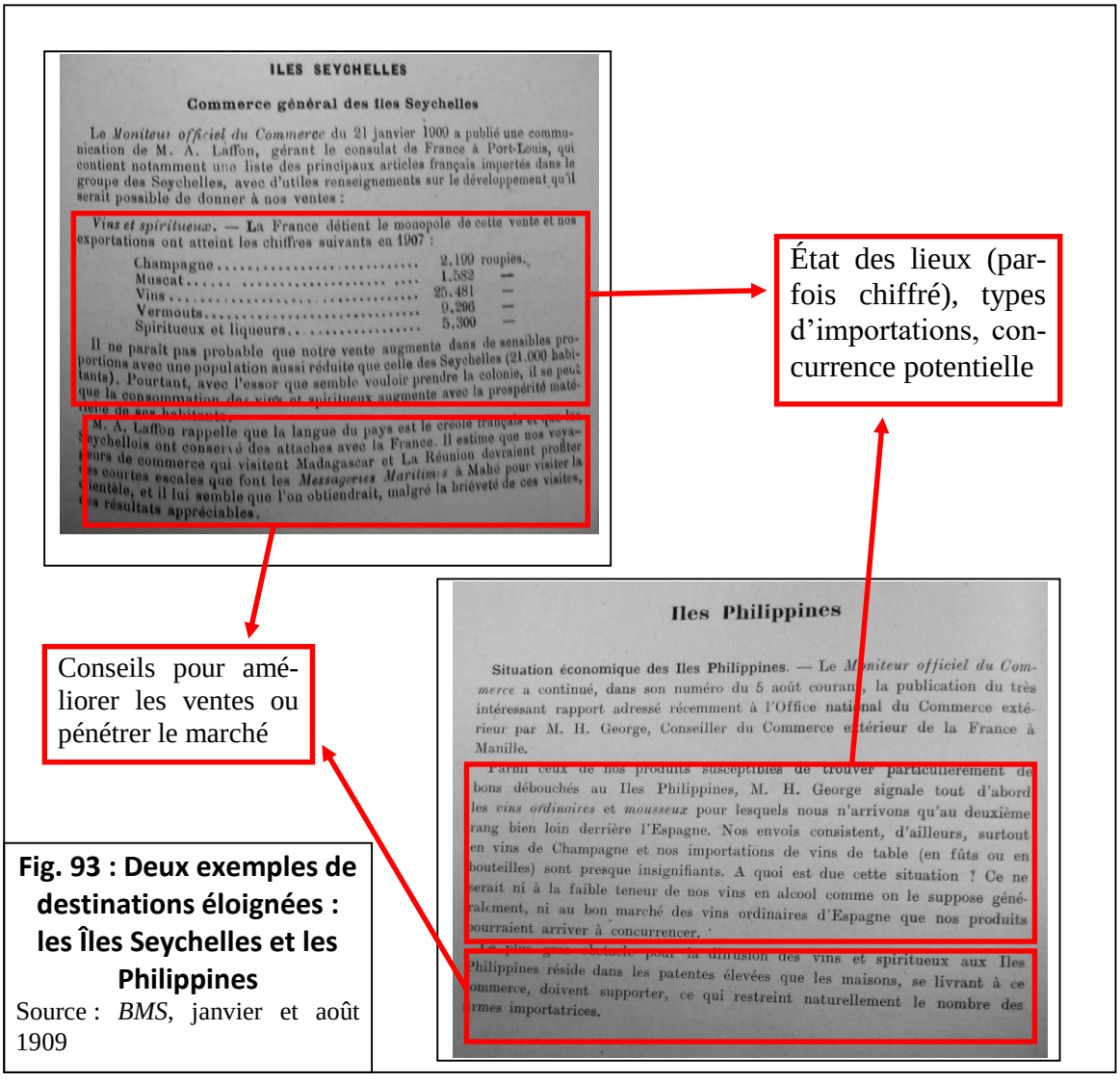


Fig. 93 : Deux exemples de destinations éloignées : les Îles Seychelles et les Philippines
Source : *BMS*, janvier et août 1909

[1] *Idem*.
[2] *BMS*, avril 1909, p. 329.

L'année suivante, l'Office du vin, dès sa première réunion, évoque pour sa part les régimes douaniers en place en Allemagne, en Angleterre et aux États-Unis. Il détaille ainsi les différentes obligations et démarches administratives pour pouvoir pénétrer sur ces marchés[1]. En 1912, lors du Congrès annuel du Syndicat régional, une motion est spécialement destinée aux exportations. Il s'agit d'un vœu qui appelle à l'établissement d'un Code de commerce international afin de réguler « l'importance croissante des relations internationales par suite de la rapidité et des facilités toujours plus grandes de transport »[2].

Par ailleurs, alors que l'État vient d'instaurer en 1898 l'Office national du Commerce extérieur[3], qui a pour mission de fournir aux négociants des renseignements de toute nature « pouvant concourir au développement du commerce extérieur dans les pays étrangers, les colonies françaises et les pays de protectorat », le syndicat de Montpellier recommande la lecture du *Moniteur officiel du Commerce* qui est l'organe de l'Office[4].

Par la diffusion régulière de renseignements pratiques[5], le mouvement patronal cherche donc à valoriser les marchés extérieurs et à leur donner une plus grande attractivité en simplifiant la compréhension des mécanismes d'intégration (fig. 94).

À la même époque, plusieurs syndicalistes de premier plan s'investissent dans cette démarche d'extraversion de la production locale. Ainsi au début du siècle certains négociants de premier plan sont nommés au poste de Conseiller du Commerce extérieur comme Félix Michel à Montpellier ou Gaston Cazalis et Jean Prats à Sète[6]. C'est là un avantage multiple pour eux : crédibilité commerciale localement et à l'étranger en raison de la reconnaissance étatique ; expansion des réseaux au-delà des limites de la région ; meilleures informations sur les marchés extérieurs.

Dans la même logique, certains négociants syndiqués occupent des postes en relation directe avec l'étranger comme les cousins Henri et François Gautier qui travaillent à la fois dans le commerce des vins et le grand commerce. Le premier est consul de la République argentine à Sète au début du siècle, tandis que le second est consul d'Uruguay. Dans les années 1930, son fils Jules est alors consul d'Argentine et d'Uruguay[7], tendant à accréditer la thèse d'un tropisme pour l'exportation de cette famille. D'autres négociants syndiqués sétois de premier plan sont également représentants de pays étrangers: Gaston Cazalis est consul du Paraguay[8], Émile Isenberg, consul de Belgique[9] ou Pierre Hubidos, vice-consul de Turquie[10].

[1] ADH : 8 M 218, Fonds CCB, Office du vin, Bulletin de l'OV, 01/07/1908, p. 13-15.
[2] CR Congrès SR, 1912, *BMS*, fév.1912, p. 26-27.
[3] Loi du 4 mars 1898.
[4] *BMS*, mai 1912, p. 113.
[5] On retrouve dans la rubrique « informations » des renseignements sur les conditions d'accès aux marchés des pays étrangers plusieurs fois par an dans les années 1900.
[6] Cf. les dossiers de promotion à la Légion d'honneur de ces trois négociants, *op. cit*.
[7] *Annuaire de l'Hérault*, 1930.
[8] ANF : 19800035/0215/28189, Fonds de la Légion d'honneur, Dossier G. Cazalis.
[9] *Annuaire de l'Hérault*, 1910.
[10] *Annuaire de l'Hérault*, 1920. Cf. *supra*, tab. 94, p. 654.

À Agde, E. Bucher est vice-consul d'Espagne[1] tandis qu'à Béziers, Traugott Bühler est consul honoraire de suisse de 1894 à 1914 puis consul de 1914 à 1918[2].

À cela s'ajoutent les liens familiaux qui peuvent exister pour certaines maisons comme les négociants d'origine allemande (Koester et Steinmann à Sète par exemple) ou d'origine suisse (Bühler à Béziers et Warnery à Montpellier par exemple). Il y a donc, incontestablement, un ensemble de conditions favorables pour les relations avec l'étranger dans le monde du négoce héraultais et plus particulièrement à Sète, port ouvert sur l'extérieur.

Pour cette raison, les négociants héraultais sont encouragés par les syndicats à participer à différentes expositions à l'étranger : il s'agit de faire connaître leurs vins. Les expositions internationales bien évidemment où les négociants récoltent des prix et siègent aux jurys, ce qui, indubitablement, valorise leurs produits, mais aussi les grandes foires internationales. Ainsi, en janvier 1908, le président montpelliérain est invité par le consul de Belgique à Sète à encourager ses adhérents à participer à l'Exposition universelle qui se déroulera en 1910 à Bruxelles[3]. Quelques mois plus tard, le syndicat invite ses adhérents à participer à l'Exposition britannique de 1911 dont « il ressortira un avantage précieux pour tous »[4] et pour laquelle Félix Michel a été nommé membre du Jury. En 1912, le Syndicat régional, averti par le Comité français des expositions à l'étranger, invite ses adhérents à participer à l'exposition anglo-latine de Londres[5]. D'ailleurs, les vins montpelliérains y sont récompensés par un Grand Prix.

Si la Grande Guerre met un terme à ces participations, l'implication syndicale en faveur des exportations reprend après le conflit.

L'entre-deux-guerres : un effort continu

Durant l'entre-deux-guerres, cet effort ne se tarit pas et traduit en partie la mutation dans le discours syndical autour de la défense de la qualité des vins méridionaux[6]. S'il prend des formes semblables à celles entrevues au début du siècle[7], il s'ouvre à de nouvelles méthodes. En 1923, le *Bulletin mensuel* relaie une lettre de l'attaché commercial de France à Prague. Il y explique qu'il a eu un rendez-vous avec le président de la Chambre syndicale des Commerçants en vins de Prague qui a été surpris d'apprendre les prix pratiqués par les négociants en VCC français. Alors qu'il s'approvisionne dans d'autres pays aux tarifs plus élevés (Italie, Autriche, Hongrie), le dirigeant du groupement pragois se dit prêt à acquérir des vins du Midi et des vins algériens. L'attaché commercial promet des suites à cette rencontre avec

[1] *Idem*.
[2] Traugott Bühler, Documents diplomatiques suisses en ligne : dodis.ch/P16165
[3] *BMS*, janv. 1908, p. 11.
[4] *BMS*, mai 1908, p. 104.
[5] *BMS*, juin 1912, p. 127-128.
[6] Cf. *supra*, « La mutation du discours qualitatif », p. 444 et sq.
[7] G. Domerc qui importe des vins grecs en grande quantité est nommé Conseiller du commerce extérieur en 1926 (ANF : 19800035/429/57387, Fonds de la Légion d'honneur, Dossier G. Domerc) tandis que dans les années 1930, les consulats basés à Sète sont toujours accaparés par les négociants (Conge, Laurens, Gautier, Cazalis, Puech, Roustan, Bouny) alors qu'à Béziers, la famille Bühler assure le consulat de Suisse. Cf. *supra*, p. 654.

l'envoi d'un délégué tchécoslovaque dans la région et un marché pouvant absorber 75.000 hl par an. La Fédération méridionale, par le biais du ministère du Commerce, est directement contactée et elle fait parvenir cette lettre à l'ensemble de ses adhérents afin de les informer d'un potentiel certain, notamment en une période de mévente où les cours sont assez bas[1]. L'année suivante, le *BMS* retrace avec nombre détails la Ve Foire commerciale de Bruxelles. Il se réjouit de la publicité offerte aux vins méridionaux, des nouvelles possibilités d'exportation offertes par « l'agréable spectacle de ses vins rouges et blancs, de ses muscats, de ses banyuls, de ses frontignan et de ses vins de liqueur »[2]. Il fait également la liste des négociants présents à Bruxelles. Les négociants héraultais y sont majoritaires :

Tab. 103 : Les négociants héraultais adhérents de la FM présents à la Ve Foire commerciale de Bruxelles 1924

Nougarède-Bermond	Nîmes	Leroux	Lézignan
Bourry-Audoyer	Nîmes	Guy	Béziers
Labarthe	Frontignan	Leroy d'Auderic	Narbonne
Bècle	Frontignan	Pons	Narbonne
Bisou	Frontignan	Roudil	Montpellier
Baille	Marseillan	Ramel	Montpellier
Prat	Sète	Montfourny	Montpellier
Warnery	Sète/Montpellier	Coulouma	Carcassonne
Marty	Perpignan	Mazarguil	Carcassonne
Alex	Perpignan	Berger	Carcassonne
En grisé : les négociants héraultais		Source : *BMS*, avril 1924	

Preuve d'une réelle implication dans le déploiement de mesures en faveur de l'exportation, la Fédération méridionale adhère, en 1927, à l'Union professionnelle belge afin de faciliter les échanges commerciaux viticoles entre le Midi et la Belgique alors que cette dernière vient de voter une loi relative à la protection des appellations d'origine[3]. C'est là un signe fort donné aux négociants méridionaux pour qu'ils investissent à l'étranger où ils sont sûrs de voir leurs intérêts défendus. Dans la même optique, en juin 1931, la Fédération méridionale participe à la « Ligue internationale des adversaires de la prohibition » dans le but, ici aussi, de permettre l'expédition des vins méridionaux vers d'anciens pays clients, devenus « secs »[4].

Bien évidemment, cet effort d'ouverture est relayé dans l'*Action Méridionale* qui œuvre en sa faveur. En 1925, l'article principal en une est titré « Comment faire connaître nos vins » et retrace les solutions pour vendre à l'étranger. La « conquête des marchés internatio-

[1] Lettre de Blanc, 19/06/1923, *BMS*, juill. 1923, p. 403-404.
[2] *BMS*, avril 1924, p. 173.
[3] PV de la réunion mensuelle, 21/01/1927, *AM*, 01/02/1927.
[4] *AM*, 15/04/1931.

naux » y est présentée comme une évolution inévitable pour les vins méridionaux[1]. Pour cela, il faut cibler les pays susceptibles de trouver un intérêt ces vins, connaître les goûts de leurs habitants, se créer une solide base de clients et surtout envoyer des vins de qualité. En 1928, l'article en Une prend pour titre « Pour vendre du vin en Allemagne » et fait le point sur la situation des exportations de vins outre-Rhin. Il évoque également la nécessité pour les exportateurs français de rationaliser leurs méthodes en évitant de passer par des intermédiaires, trop souvent peu sérieux. Il préconise alors l'association entre négociants locaux, afin de mutualiser les investissements et de réduire les coûts d'exploitation[2]. L'article recommande enfin d'intensifier les efforts publicitaires (prospectus, films, etc.) ou l'ouverture de *Weinstube*[3] afin de faire connaître les vins français en Allemagne. En 1929, l'*Action Méridionale* se fait le relais de l'*Exportateur français* d'octobre qui consacre un numéro spécial aux VCC. Le journal recommande tout particulièrement la lecture de ce magazine à ses adhérents afin de parfaire leur connaissance des marchés extérieurs et de s'orienter vers de nouvelles solutions pour « trouver de nouveaux débouchés » aux vins méridionaux à l'étranger[4]. En 1938, en dépit de la dégradation du climat diplomatique, l'Allemagne est à nouveau à l'honneur dans le numéro d'avril avec une évaluation du potentiel commercial dans ce pays[5]. L'objectif est à nouveau d'apporter des conseils précis sur la marche à tenir pour exporter avec efficacité, notamment grâce à une étude des potentialités des marchés étrangers et des recommandations fournies par les personnels sur place.

Une des grandes nouveautés pendant l'entre-deux-guerres est par ailleurs la réception de missions étrangères, tâche dans laquelle le mouvement syndical s'investit pleinement. Ainsi, en septembre 1923, une délégation canadienne est reçue à Montpellier. Cette rencontre est importante car elle permet de connaître les attentes des partenaires commerciaux au Canada, de leur faire découvrir la variété des produits méridionaux mais également de leur faire part des doléances du Commerce. Lorsque Gustave Malet, alors à la tête du syndicat régional, prononce son discours lors de la réception du 6 septembre, il évoque la nécessité pour chacun des partenaires commerciaux de « faire des affaires ». Il réclame des facilités « dans l'importation de nos bons vins de France », notamment en supprimant les monopoles qui régissent le marché de vins canadien et en faisant mieux savoir « que la France ne produit pas que des vins fins »[6]. Par la suite, la Fédération ou les syndicats locaux reçoivent, à de nombreuses reprises, des élus ou journalistes étrangers, belges et allemands notamment[7], tout en continuant à participer à des foires expositions[8]. Enfin, en 1931, la Fédération est invitée à participer à l'Exposition coloniale : vingt-quatre de ses adhérents s'y présentent sous l'égide du syndicat régional qui a loué une vitrine sur place[9].

[1] *AM*, 30/01/1925.
[2] *AM*, 15/04/1928.
[3] Bars à dégustation.
[4] *AM*, 15/10/1929.
[5] « Retour d'Allemagne », *AM*, avril 1938.
[6] *BMS*, sept. 1923, p. 13-16. Cf. *supra*, « L'effort de valorisation des vins méridionaux durant l'entre-deux-guerres », p. 446 et sq.
[7] En 1929 ou 1938 par exemple.
[8] En Belgique par exemple en 1924 où la Fédération réserve un stand complet pour ses vins.
[9] *AM*, 01/02/1931.

Si une fois encore la guerre vient briser l'élan syndical, il se renforce très nettement après 1950.

À partir des années 1950 : l'accélération

À partir des années 1950, l'effort syndical en faveur des exportations s'intensifie très clairement et très nettement. S'il est non négligeable jusqu'à la Seconde Guerre mondiale, il reste secondaire et intermittent, mais après la guerre, il gagne en vigueur. Une section exportation est ainsi créée au sein de la Fédération méridionale en 1952[1] (fig. 94) et un représentant de la Fédération siège désormais au Syndicat national du commerce d'exportation[2]. Elle est également représentée au sein de la Fédération internationale des Industries et du Commerce des vins et spiritueux, dont Maurice Corbery, par ailleurs Conseiller du commerce extérieur de la Xe Région, est l'un des fondateurs au début des années 1950.

SAMEDI 28 JUIN 1952

MONTPELLIER LE 24 JUIN 1952

L'assemblée Générale de la Section Exportation de la Fédération Méridionale du Commerce en gros des Vins et Spiritueux

Fig. 94 : Le *Midi Vinicole* célèbre la naissance de la Section exportation de la FM
Source : *MV*, 24/06/1952

Articulée autour de six objectifs[3], la section exportation de la Fédération méridionale œuvre pour permettre la promotion et l'exportation des vins méridionaux hors des frontières nationales. Par exemple, en 1952, elle propose de développer les transports maritimes entre Sète et Anvers, Amsterdam ou le Danemark où la demande en VCC semble importante[4]. Désormais, lors des Congrès de la Fédération, un rapport sur les exportations est toujours présenté. Le rapporteur y établit alors un tableau complet de l'évolution législative récente, mais également les évolutions statistiques d'une année sur l'autre. Il conclut généralement par une analyse de la situation du marché de l'exportation, évaluant les tendances et les perspectives. Cette nouvelle orientation syndicale se veut particulièrement efficace dans le cadre d'une ouverture du négoce héraultais vers les marchés étrangers.

De son côté, le *Midi Vinicole*, dans la continuité de l'*Action Méridionale*, se fait aussi l'avocat des exportations. En 1956 par exemple, l'article « La propagande pour le vin en Allemagne » revient sur les nouvelles opportunités qui s'offrent au négoce méridional avec la hausse du niveau de vie de l'autre côté du Rhin et les actions en faveur de la consommation

[1] La première assemblée générale a lieu à Montpellier le 24 juin 1952 et elle est présidée par son fondateur, le montpelliérain Maurice Corbery.
[2] En 1952, le premier représentant méridional est le biterrois L. Huc qui représente les VCC.
[3] Liberté des exportations dans le cadre des accords commerciaux ; assouplissement de la règlementation ; compensation pour l'exportation de la distillation obligatoire ; assouplissement des formalités du service des alcools ; création d'un Comité interprofessionnel pour l'exportation des VCC ; encouragement de l'exportation et implication du négoce dans les accords.
[4] *MV*, 28/06/1952.

de vin en RFA[1]. En mats 1964, sous le titre « Expansion des exportations de vins et spiritueux », le journal appelle ses lecteurs à profiter de la bonne dynamique des exportations de vins français, dont la croissance n'a jamais été aussi forte depuis 1945[2]. En août 1964, il évoque également le soutien de la Fédération méridionale dans le Comité national pour la Propagande en faveur du vin[3] dont l'action à l'international est valorisée. L'article rappelle que le Comité s'est impliqué dans la propagande à l'étranger depuis quelques années et qu'il soutient l'action des négociants exportateurs, notamment car ils donnent une image positive de la culture française à l'étranger[4]. En 1965, sous le titre « La nécessité de l'exportation », le journal revient sur les journées d'études organisées par l'École supérieure d'Agriculture d'Angers. Il y est question de « conquête de nouveaux marchés » et de « conservation des marchés extérieurs ». L'article reprend le discours du ministre Edgard Pisani qui détaille les prérequis pour réussir à s'exporter : connaissance des marchés étrangers, maîtrise des informations, utilisation de la publicité, solidarité nationale, patience et résolution[5]. Ce sont, finalement à quelques détails près, les mêmes mots que dans les années 1900-1910. En 1966 enfin, le journal se fait l'écho, comme dans les années 1920-1930 d'une foire exposition, sauf que cette fois-ci, elle se déroule à Jacksonville, en Floride. Le journal y décrit le succès de l'opération pour les vins méridionaux et l'intérêt croissant des grossistes américains pour la production méridionale[6].

Néanmoins, en dépit de cet effort prolongé et prononcé de la part des syndicats ou des représentants syndicaux méridionaux, les difficultés à l'exportation restent nombreuses et expliquent le peu d'engouement des négociants héraultais à s'investir dans les exportations.

Causes et facteurs d'un échec au long cours

Plusieurs raisons expliquent les grandes difficultés qu'éprouvent les négociants héraultais à exporter. Certaines sont exogènes et difficilement contournables, d'autres, au contraire, sont nationales et résultent de l'action, parfois perturbatrice, de l'État.

Tracasseries, réputation et concurrence exacerbée : trois obstacles insurmontables

Trois obstacles principaux semblent difficilement surmontables pour les maisons de commerce héraultaises (sch. 38, p. 837). Le premier concerne l'ensemble des tracasseries que rencontrent les vins héraultais à l'export. D'ailleurs, cette raison pousse le Syndicat régional à réclamer, en 1912, un Code de du commerce international qui viserait à réduire les difficultés telles que :

[1] *MV*, 05/12/1956.
[2] *MV*, 18/03/1964.
[3] On retrouve d'ailleurs à sa tête Émile Claparède, maire de Béziers et ancien président de la CCB qui a toujours été très proche des intérêts commerciaux biterrois.
[4] *MV*, 22/08/1964.
[5] *MV*, 05/05/1965.
[6] *MV*, 17/12/1966.

- les lenteurs lors des différends commerciaux ;
- la non-exécution des jugements en matière commerciale ;
- l'inflexibilité des règles en matière de conventions commerciales[1].

À ce sujet, en effet, les négociants doivent faire face à un nombre considérable de conventions internationales plus ou moins complexes, qui, si elles sont détaillées et expliquées par les syndicats locaux, n'en restent pas moins imperméables pour le petit et le moyen négoce. Ainsi, d'un pays à l'autre les conditions d'entrée, de pesage, de circulation des marchandises sont différentes tandis que les droits d'entrée varient fortement[2].

Par exemple, dans les années 1920, alors que les expéditions vers la Belgique ou l'Allemagne suivent un schéma classique (représentants, grossistes, demi-grossistes)[3], au Canada, les vins étrangers sont achetés par l'État et un service unique à Paris qui centralise les propositions. Par ailleurs, ces législations sont susceptibles, brusquement, de connaître de profondes modifications. Ainsi, en 1919, les États-Unis votent le *Volstead Act* qui institue la prohibition et fait basculer le pays dans la catégorie des « pays secs »[4], c'est-à-dire ne consommant pas d'alcool, ce jusqu'en 1933[5]. Dans le même ordre d'idées, en 1926, un nouvel accord douanier est signé entre l'Allemagne et la France. Contrairement aux accords précédents, il exclut des avantages commerciaux les VCC et les apéritifs (non mousseux). Il apparaît dans une lettre lue devant le bureau de la Fédération méridionale de Maurice Bokanowski, ministre du Commerce, que les vins ont en fait été « sacrifiés » pour éviter de rompre les négociations[6]. En dépit des promesses du ministre, les vins méridionaux sont contingentés et la liberté commerciale entravée[7].

Les négociants se plaignent d'ailleurs, directement ou indirectement, de ces situations. Ainsi, en 1908, ils font part de leurs doléances quant aux frais qui grèvent les marchandises en arrivant sur les places de consommation anglaises par l'intermédiaire du ministre du Commerce, Jean Cruppi, qui vient d'inviter les négociants montpelliérains à l'exposition franco-britannique[8]. Quelques années plus tard, en 1923, Gustave Malet, devant la délégation canadienne, exprime le mécontentement des négociants montpelliérains et méridionaux de voir la liberté commerciale entravée par les méthodes d'approvisionnement du pays[9].

---

[1] CR Congrès annuel SR, 1912, *BMS*, fév. 1912, *op. cit.*
[2] En 1929, par exemple, les droits d'entrée en Russie sont de 7.330 F par hl contre 200 F en Espagne.
[3] *AM*, 15/04/1928.
[4] Comme la Finlande (1919-1932) ou la Russie (1914-1925).
[5] PEGRAM T., *Battling Demon Rum: The Struggle for a Dry America, 1800-1933*, Chicago, Ivan R. Dee ed., 1998.
[6] PV réunion mensuelle 22/10/1926, *AM*, 01/11/1926. L'État préfère sacrifier les VCC et les apéritifs plutôt qu'arrêter des négociations dont les enjeux économiques dépassent le simple cadre du marché des VCC et des apéritifs. Lors de ces accords, seuls les champagnes font véritablement l'objet de négociations entre les deux pays.
[7] PV, réunion mensuelle 21/10/1927, *AM*, 01/11/1927.
[8] *BMS*, mai 1908, p. 104.
[9] *BMS*, sept.1923, *op. cit.* Le Canada importe selon un système de monopole d'État qui implique un bureau central d'achat, la « Commission des liqueurs ». Cela limite grandement les marges de manœuvres des maisons de commerce qui protestent contre « ces erreurs économiques »

Ces tracasseries continuent après le second conflit mondial comme en témoigne le *Midi Vinicole* qui s'inquiète de la probable nouvelle règlementation concernant l'importation des vins en RFA en 1964. De nouvelles dispositions extrêmement restrictives quant à l'origine et la nature des vins commercialisés doivent en effet bientôt être prises : pour qu'un vin soit désormais importé outre-Rhin, il faudra qu'il soit en conformité avec les règlements allemands (différents des règles françaises, notamment en termes de vinification) ou bien qu'il soit destiné à une consommation immédiate. Le journal s'interroge sur l'impact de telles mesures pour les vins méridionaux qui subissent de nombreuses manipulations[1].

À ces soucis d'ordre administratifs et douaniers s'ajoute le manque de tenue commerciale des vins héraultais et méridionaux. En effet, ces derniers souffrent de ne pas être reconnus, d'après les syndicats, à leur juste valeur. Ainsi, selon la notice du *Moniteur officiel du Commerce* en 1909, les VCC qui sont vendus en Haïti le sont car ils « sont très colorés »[2]. Il semblerait donc qu'en Haïti, les vins soient surtout achetés pour servir de coupage ou être dilués dans de l'eau. Finalement, ils sont exportés pour être utilisés dans les mêmes conditions qu'en France, ce qui n'est guère reluisant pour la réputation des vins méridionaux. D'ailleurs, lorsqu'une délégation étrangère est reçue dans le Midi, elle se dit souvent surprise par la qualité et la variété des vins méridionaux, preuve d'un déficit d'image, même à l'étranger. C'est le cas par exemple en 1925 quand la *Revue Vinicole Belge* revient sur les récentes rencontres entre négociants méridionaux et belges :

> « Il fut un temps, pas éloigné, où l'appellation de "Vin du Midi" éveillait dans l'esprit du consommateur belge l'aspect d'une boisson vineuse, de couleur violente, tirant sur le bleu ou le jaune ardent, de teneur fortement alcoolique et rêche à la langue et au gosier.
> « La mission belge […] fut surprise de la gamme si variée des vins locaux qu'on lui fit apprécier dans les réceptions et les banquets nombreux. »[3]

Dans la première moitié du XXe siècle, les vins du Midi, même lorsqu'ils sont exportés pour être consommés en tant que tels, pâtissent d'une image particulièrement négative.

Trente-cinq ans après la visite de la délégation belge, c'est au tour des négociants bordelais de remettre en cause la qualité des VCC méridionaux, en estimant que les vins du Midi sont « au bas de l'échelle » et qu'ils nuisent, à l'international, à l'image des vins français en général[4].

---

[1] *MV*, 22/08/1964.
[2] *BMS*, juill. 1909, p. 421.
[3] *La Revue Vinicole Belge*, avril 1925.
[4] *MV*, 31/05/1961. Ici il faut comprendre qu'ils nuisent aux intérêts bordelais dont une grande partie du chiffre d'affaires se fait à l'étranger. Or depuis la fin des années 1950, les vins bordelais voient leur part relative diminuer dans les exportations de vins français. Ph. Roudié souligne que « l'époque de la prépondérance séculaire du Bordelais dans le trafic international des vins était révolue » (Cf. ROUDIÉ P., *op. cit.*, p. 325). C'est cette tension qui explique la réaction des négociants bordelais qui tentent en outre de regagner le marché américain par la promotion qualitative des vins français en général et bordelais en particulier (Cf. ROUDIÉ P., *Idem).*

En conséquence, il est difficile de pouvoir vendre des vins dont la qualité est encore remise en question dans l'ensemble des pays. C'est d'autant plus vrai que les vins languedociens ne disposent pas d'une politique commerciale unifiée. C'est pourquoi certains négociants en appellent à une stratégie de conquête des marchés extérieurs commune. Selon un article pionnier et iconoclaste pour l'époque paru dans l'*Action Méridionale* en 1925, ce serait possible en utilisant comme nom unique l'appellation « Languedoc », afin d'abandonner le nom de « Vins du Midi » qui véhicule une mauvaise image et de redorer, « par la magie du verbe », les marchandises expédiées depuis le Midi[1]. Cela permettrait de valoriser le produit en l'associant à un identifiant géographico-historique bien ciblé. Cet appel se heurte toutefois à l'individualisme des intérêts particuliers et il n'est plus jamais fait allusion à une stratégie commerciale commune qui gommerait cette mauvaise réputation des vins méridionaux et permettrait de lutter sur des marchés extérieurs ultra-concurrentiels.

Voilà le dernier obstacle à l'exportation des vins héraultais : ces derniers se trouvent confrontés à une concurrence exacerbée. Une concurrence interne déjà comme le souligne l'article de l'*Action Méridionale* de 1925 : « Le consommateur belge […] aime et apprécie grandement nos Bourgognes et nos Bordeaux » souligne l'auteur qui prend comme référence les vins de Corton ou de Saint-Estèphe[2] . Dès lors, les vins méridionaux doivent faire face à des vins fins français qui sont « organisés, ont leurs représentations [sur place] et n'attendent plus que l'occasion favorable d'un droit de douane possible pour entrer en plus grande abondance » écrit l'attaché commercial en Tchécoslovaquie en 1923[3]. En outre, dans les accords douaniers, seuls certaines productions « nobles » sont favorisées comme le Champagne qui, en 1926, bénéficie d'exemptions dans le cadre de l'accord franco-allemand qui réduit drastiquement les importations de VCC méridionaux outre-Rhin. Le négoce local souffre ainsi d'un double déficit : déficit d'image mais également d'organisation qui lui sont fatals dans cette lutte âpre pour la conquête des marchés extérieurs.

Cette lutte est d'autant plus acharnée que les vins languedociens doivent affronter la concurrence étrangère. Dans un premier temps, jusque dans les années 1940-1950, cette concurrence est essentiellement espagnole. Dans le discours syndical, c'est le pays qui revient régulièrement comme le premier à entamer les positions françaises à l'étranger. Ainsi, en 1923, lorsqu'il prononce son discours devant la délégation belge en visite auprès des négociants du Midi après le récent accord-commercial franco-belge[4], Malet reconnaît : « C'est, en effet, le vin espagnol qui a les faveurs de la masse et les chiffres prouvent que les augmentations d'importation des vins espagnols [en Belgique] ont de beaucoup dépassé les augmentations d'importation de vins français. »[5] Rendements supérieurs, coûts globaux inférieurs, accords commerciaux privilégiés : les vins espagnols sont le principal jusqu'au milieu du siècle.

[1] « Comment faire connaître nos vins », *AM,* 1/02/1925.
[2] *Idem*.
[3] Lettre de Blanc, 19/06/1923, *op. cit.*
[4] BUSSIÈRE E., *La France, la Belgique et l'organisation économique de l'Europe, 1918-1935,* Paris, Comité pour l'histoire économique et financière de la France/IGPDE , 1992, p. 149-159.
[5] *BMS,* oct. 1923, p. 44-48.

Dans les années 1950, ce sont ensuite surtout les vins italiens qui concurrencent les vins français de consommation courante sur le marché européen et international. Ils bénéficient des mêmes avantages (faible fiscalité, charges de fonctionnement peu élevées, encadrement moins rigoureux qu'en France) que les vins espagnols de la période précédente mais sont en outre largement et généreusement financés par l'État italien qui en fait l'une de ses principales armes économiques[1].

Face à cet ensemble de concurrents[2], il apparaît difficile de lutter, surtout que l'action de l'État français peut se révéler particulièrement inégale.

L'implication étatique dans la seconde moitié du XXe siècle : frein ou facilitateur ?

Avant 1939, l'État intervient de manière très limitée dans les orientations exportatrices des VCC. S'il existe bien évidemment tout un ensemble de politiques douanières voire bancaires qui visent à assurer les relations commerciales avec les voisins européens ou les pays plus lointains[3], les VCC ne bénéficient d'aucune assistance particulière. Tout au plus, nous l'avons vu, l'État ouvre-t-il ses portes à des négociants au sein de l'Office national du commerce extérieur créé à la fin des années 1890 « afin de renforcer la place de la France à l'international »[4]. Mais il n'y a pas de mouvement volontariste marqué en faveur de l'exportation des vins du Midi. C'est parfois même le contraire qui survient comme nous l'avons indiqué plus haut avec les accords franco-allemands de 1926[5].

Après la Seconde Guerre mondiale, la situation s'inverse radicalement. En effet, dans le cadre d'un contrôle étatique fort des marchés, l'État initie une politique globale pour assurer une plus grande efficacité aux exportations. Pour les administrations en charge de la gestion du marché des vins, les exportations apparaissent comme une solution au déséquilibre cyclique de ce dernier. La stratégie mise en œuvre passe alors par une meilleure diffusion des informations à l'usage des exportateurs et par une politique incitative d'aide à l'exportation.

Ainsi, au début des années 1950, la Chambre de commerce de Montpellier reçoit une note de l'Ambassade de France au Royaume-Uni[6]. Intitulée « Note au sujet des possibilités offertes par le Royaume-Uni à l'exportation des vins de tables français », elle établit un panorama précis de la consommation des vins outre-Manche ainsi que des opportunités offertes aux vins méridionaux. On y apprend que pour les Britanniques le terme de « vins » est plus vaste qu'en France, depuis les vins très légers jusqu'aux Vermouth, et qu'ils affectionnent plus particulièrement les vins renforcés, comme les Porto ou les Xérès. La note revient également sur la place des vins français sur le marché britannique. Ils y occupent une place con-

[1] BARDISSA J., *Cent ans de guerre du vin*, Paris, Téma Éditions, 1976, p. 49.
[2] On pourrait également rajouter les vins grecs, hongrois, portugais ou autrichiens mais leur concurrence est moindre.
[3] AN : F 12 7001, Tarifs douaniers (1838-1910). On y retrouve par exemple certains accords douaniers passés avec l'Espagne, l'Italie ou l'Allemagne concernant les VCC.
[4] BARBIER-DECROZES M., *Du Protectionnisme à la mondialisation, 1898-1998, Histoire des Conseillers du Commerce extérieur de la France*, Paris, CCE Communication, 1999.
[5] Dans les années 1930, la situation s'assouplit quelque peu, mais les VCC restent fortement contingentés.
[6] ADH : 14 ETP 36, Fonds Xe Région économique, Production régionale : rapports, notes, correspondance, Note au sujet des possibilités offertes par le Royaume-Uni à l'exportation des vins de table français, 27/03/1950.

sidérable au sein de ce que l'auteur appelle les « vins légers », c'est-à-dire titrant moins de 13°6, mais il rajoute que cette place est de plus en plus remise en question par la concurrence des vins italiens, espagnols, allemands et en provenance des dominions. En outre, les consommateurs britanniques sont dévariés par la multiplicité des noms, des appellations, c'est-à-dire « des vins difficiles à connaître et à reconnaître ». À ce déficit commercial – que ne semblent pas connaître les concurrents des vins héraultais – s'ajoute une taxation lourde et inégale car tous les vins étant considérés comme des produits de luxe à l'import, les vins de table supportent proportionnellement des taxes plus lourdes.

Le diplomate donne alors plusieurs conseils pour raffermir les positions françaises sur le marché des VCC au Royaume-Uni. Il estime ainsi nécessaire d'exporter des vins de qualité, « travaillés par un négoce honnête et traditionnaliste ». Il recommande, par ailleurs, le groupement de plusieurs maisons, ce qui est une garantie de qualité et permet de mutualiser les frais, notamment d'étude des marchés, d'expéditions et de publicité.

Si on retrouve les mêmes arguments que dans les années 1920[1], les informations sont, contrairement à celles paraissant à partir des années 1900, beaucoup plus précises et circonstanciées et, surtout, elles donnent des indications directes et détaillées sur la marche à suivre pour favoriser les exportations. L'intercession de l'État est donc ici un signe de compétence, de rigueur et de fiabilité, surtout dans cet exemple où la concurrence s'accentue[2].

L'État est particulièrement impliqué dans l'orientation des négociants car, dans le cadre du statut vinicole instauré dans les années 1950, il veille à favoriser les exportations. En effet, l'article 79 du code du vin permet aux viticulteurs de ne pas être assujettis à la distillation obligatoire si les vins qu'ils vendent à l'exportation contiennent la même quantité d'alcool que les vins devant partir à la distillation. Ainsi, alors que la distillation obligatoire, qui concerne les vins en excédent, est synonyme de perte financière conséquente, les viticulteurs peuvent se tourner vers les négociants-exportateurs pour éviter d'envoyer leurs vins en excédent « à la chaudière ». En contrepartie, ils reçoivent une aide de la part de l'État pour faciliter ces exportations, la « compensation ». Les exportateurs ont alors six mois pour faire sortir du territoire les quantités de vins qui sont « hors tranche » et inscrites sur un registre spécial à disposition de la Régie. Les vins passent ensuite en douane, où un bulletin spécial est visé puis remis au propriétaire qui peut alors toucher la compensation.

À la même période, l'État met en place la procédure EXIM pour les négociants : c'est la possibilité, par le biais de bons, d'importer, en cas de pénurie, autant que ce que l'on exporte, valorisant ainsi le rôle de soupape des exportateurs. Enfin, en 1955, la taxe à l'exportation qui oscillait entre 4 et 7,5%[3] est supprimée et la compensation est remplacée par une aide financière à l'exportation[4]. Cette dernière conditionne l'aide apportée par l'État à un prix d'achat-plancher à la propriété. Ainsi, dès 1955, une aide de 1.500 F par hl est assurée

[1] Cf. *supra*, « L'effort de valorisation des vins méridionaux durant l'entre-deux-guerres », p. 446 et sq., notamment l'article « Pour vendre du vin en Allemagne », *AM*, 15/04/1928.
[2] Voir le tableau de l'érosion des ventes de VCC au Royaume-Uni en annexes, p. 1083.
[3] ADH : 4 ETP 257, Fonds de la CCM, Compte rendu du Congrès de la Fédération méridionale, 1955, p. 9.
[4] Décrets des 10 et 28 avril 1955.

pour un achat à hauteur de 310 F l'hl[1]. L'État met donc en œuvre, au début des années 1950, des outils qui visent à faciliter les exportations de VCC et à pousser les négociants à se lancer dans cette entreprise.

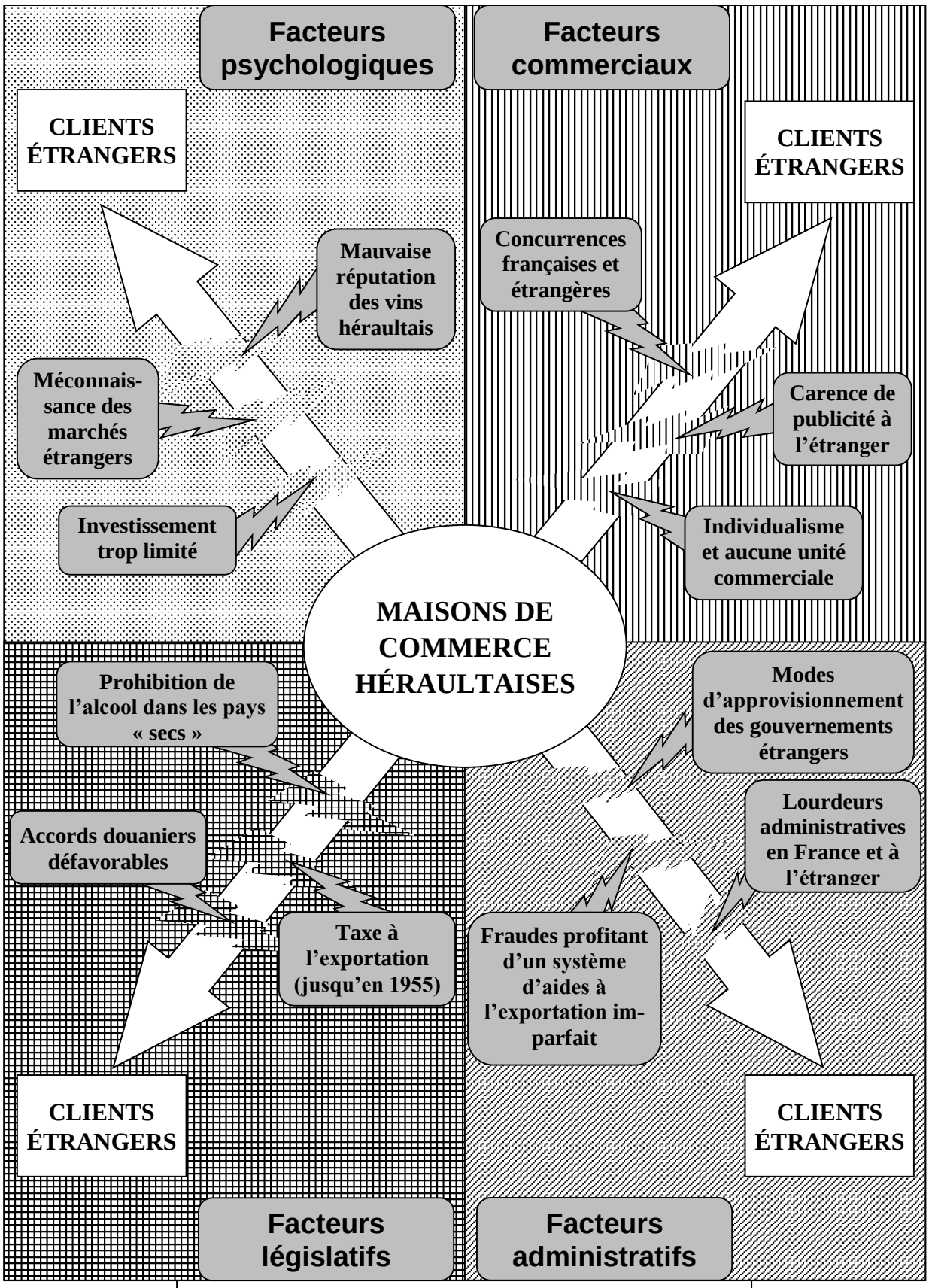
En dépit de l'inventivité de ce système et de sa volonté de favoriser l'exportation des VCC, les critiques sont nombreuses. Paul Villeneuve, alors président du Syndicat des vins de Béziers, estime que pour de « nombreux producteurs, l'exportation apparaît […] comme une atténuation au régime des prestations d'alcool imposées par le statut vinicole »[2]. En conséquence, le système de compensations est perçu comme un moyen de contourner la loi plus qu'une véritable implication dans la démarche exportatrice. Il n'y a donc ni continuité, ni qualité, ce que ne manque pas de confirmer un rapport de l'inspection générale des Finances en 1953[3]. En outre, les négociants se plaignent régulièrement des contraintes administratives, de la complexité des processus et des nombreux formulaires à remplir. De fait, André Montet, lorsqu'il présente le rapport de la section Exportation en 1956, exprime ce mécontentement matériel : « Nous vous avions dit que le nouveau système d'aide à l'exportation n'était pas aussi bien qu'on voulait le croire et vous vous êtes vite aperçu que la quantité de paperasse est assez impressionnante. »[4] Enfin, le règlement des primes, souvent tardif, est lui aussi régulièrement pointé du doigt[5].

Mais, ce sont surtout les nombreuses fraudes qui posent le plus de problèmes. Elles sont multiples : fraudes aux acquits ; fraudes fiscales ; fraudes aux excédents. Par exemple, jusqu'en 1951, il fallait, pour que les maisons de commerce qui exportaient puissent bénéficier de la compensation, qu'elles expédient à l'étranger plus que la moyenne de leurs exportations des deux années précédentes. Pour bénéficier de l'aide, des maisons n'ayant jamais exporté se sont mises à le faire massivement, ceci au détriment de maison régulièrement exportatrices. D'autres trafiquent les acquits : les degrés alcooliques sont falsifiés pour pouvoir exporter. Parfois, des vins prévus à l'origine pour l'exportation sont remis immédiatement sur le marché intérieur. Enfin, il y a un trafic des compensations qui permet aux négociants et aux viticulteurs de ne pas être imposés sur ces dernières qui deviennent invisibles aux yeux du fisc[6]. C'est donc tout ensemble de dérives qui, comme sur le marché intérieur, déséquilibre le marché aux exportations.

Toutes ces raisons poussent l'État à réformer le système d'aide à de multiples reprises – en 1951, 1953, 1955, 1959[7] – avant de le supprimer en 1964 en raison de l'entrée progressive dans la CEE. Mais dans l'Hérault, cela ne change pas fondamentalement la donne : en

[1] Ce qui est supérieur aux prix pratiqués pour le marché intérieur de l'époque.
[2] « Le négoce des vins et l'exportation », *MV*, 06/10/1951.
[3] CAEF : 4A-2261/2, Note sur l'encouragement à l'exportation des VCC, 12/04/1954.
[4] CR Congrès FM, 1956, *MV*, 09/06/1956. Voir un type de dossier pour obtenir l'aide, en annexes, p. 1082.
[5] CR Congrès FM, 1957, *MV*, 22/05/1957.
[6] CAEF : 4A-2261/2, *op. cit.* pour l'ensemble de ces fraudes qui y sont présentées avec précision.
[7] En 1959 par exemple, les vins destinés à l'exportation sont toujours des vins hors quantum mais si les négociants sont dans l'impossibilité d'expédier des vins HQ, ils peuvent exporter des vins du quantum. Les quantités de vins exportées depuis le quantum seront alors compensées par des quantités hors quantum (décret du 16 mai 1956).

raison d'obstacles qu'ils n'arrivent pas dépasser (sch. 38), les vins du département ne s'exportent que très peu.



Sch. 38 : Les vins héraultais et l'exportation
Difficultés et obstacles

Les maisons héraultaises à l'export : paradoxe(s) d'une union manquée

Très clairement, la mise en relief du potentiel viticole de l'Hérault et le résultat des exportations sur l'ensemble de la période donne l'impression d'un gâchis certain. Incapables d'intégrer la dynamique des produits qui s'exportent, les maisons héraultaises restent cantonnées, pour différentes raisons, au marché domestique.

Les difficultés de l'enquête

Retracer quantitativement et qualitativement le parcours des vins héraultais, depuis les chais du département jusqu'aux clients étrangers, se heurte à différents obstacles de taille que notre étude n'a pu que très partiellement surmonter.

Le premier est la nature même de nos sources entrepreneuriales. En effet, aucune des archives d'entreprises et de maisons de commerce auxquelles nous avons eu accès ne concerne des marchés européens et internationaux. C'est en soi déjà un signe du peu d'intérêt des maisons héraultaises pour les marchés étrangers. C'est d'autant plus révélateur que ces maisons se signalent par leur diversité : Rassiguier fait au début du siècle à la fois de la barricaille et du gros ; Dourlan vend en bouteilles ; Augé et la famille Granier expédient des dizaines de milliers d'hl sur l'ensemble du territoire national ; Marcel Salasc vend une grande partie de ses marchandises à l'italien « Martini & Rossi » mais c'est à destinations des succursales françaises de la marque italienne (notamment Beaucaire). La quasi-totalité d'entre elles ne semble pas vouloir tirer avantage de l'exportation ni s'investir à l'étranger. Dourlan fait passer des petites annonces en Belgique mais il ne semble y passer aucun contrat. Seul « Cazalis & Prats » possède des réseaux à l'étranger et s'inscrit dans des stratégies d'extraversion, avec une certaine réussite jusqu'aux années 1960. Mais hormis des documents publicitaires, aucune archive entrepreneuriale n'est parvenue jusqu'à nous.

Il est, dans cette configuration, difficile d'avoir des informations de première main sur les motivations des exportateurs, leurs stratégies commerciales, leurs orientations conjoncturelles, leurs difficultés et leurs réussites. Il est également difficile d'avoir une idée, ne serait-ce que d'ordre général, sur l'étendue des exportations dans une maison de commerce héraultaise. Et surtout, il nous est impossible d'en définir une possible chronologie, avec ses évolutions, ses ruptures, ses fluctuations.

Cette rareté des ressources liées aux exportations se retrouve également dans les autres types de sources. Le *Moniteur Judiciaire du Midi* par exemple, qui est un indice assez évocateur quant aux évolutions des pratiques, les types de poursuites et de procès dans le département, n'évoque en près de 600 numéros consultés qu'une seule fois un litige concernant les

exportations – et encore met-il aux prises la Compagnie de chemin de fer du Midi et une maison de commerce méridionale[1].

Les Archives départementales de l'Hérault, pour leur part, n'ont aucune entrée « exportations » pour la filière viti-vinicole et les références qui y sont liées sont extrêmement rares, parcellaires et exceptionnelles, sans aucune continuité. Les autres archives recèlent parfois d'informations utiles mais secondaires ou annexes. Il y a bien à Sète quelques données sur la participation de maisons à des expositions internationales mais cela reste très superficiel. Quant aux archives de la BDF, elles évoquent, lorsque les rapports d'inspection sont assez détaillés, les succursales ou les maisons ouvertes à l'étranger mais il n'est jamais précisé si c'est pour l'importation ou l'exportation. Quelques notices évoquent la clientèle à l'étranger mais elles sont très rares.

En réalité, les seules sources véritablement exploitables sont celles émanant des pouvoirs publics ou des organisations syndicales. Mais elles posent également plusieurs problèmes. Tout d'abord, les textes officiels ne donnent que de rares informations précises. Ce sont souvent des textes législatifs ou des circulaires, ce sont parfois des études générales sur les exportations de VCC en France pour telle ou telle période, mais qui ne donnent qu'une idée globale du marché de l'exportation national. Les documents syndicaux, eux, sont parfois un peu plus précis mais ils manquent de régularité et parfois même de rigueur. En outre, les seuls chiffres concrets que nous possédons pour les années 1950-1960 sont issus des Congrès de la Fédération méridionale et, surtout, ne concernent pas l'Hérault seulement, mais l'ensemble des exportations nationales. Faut-il y voir chez les syndicalistes chargés des rapports sur l'exportation la volonté de masquer des chiffres somme toute très peu élevés ? La question reste en suspens. Mais nous avons noté à de multiples reprises que le discours syndical divergeait des pratiques réelles. D'ailleurs, la note d'un inspecteur des finances en 1953 relève que les pratiques frauduleuses sont massives dans la région en matière d'exportations[2] alors que dans le même temps les syndicats appellent l'État à faire confiance aux négociants qui seraient par nature honnêtes[3]. On peut donc craindre que derrière la tonalité généraliste de ces rapports se cache la dissimulation d'une situation peu reluisante.

Il est ainsi très difficile de quantifier avec précision les exportations des vins héraultais ou même de définir des stratégies d'occupation des marchés extérieurs sur l'ensemble de la période de notre étude. Nous nous bornerons donc à proposer une esquisse de quantification, à certains moments, pour quelques maisons seulement. Enfin, il faudra essayer d'émettre quelques hypothèses sur les raisons de cette illusion exportatrice, et notamment, ici aussi, sur le décalage entre le discours syndical officiel, l'action de l'État et la nature même des maisons héraultaises.

[1] *MJM*, 30/08/1908, CAM (23/07/1908).
[2] CAEF : 4A-2261/2, Note sur l'encouragement à l'exportation des VCC, 12/04/1954.
[3] C'est là l'une des antiennes lors des Congrès de la FM où est présenté chaque année le rapport sur les exportations. Voir par exemple les congrès de 1956 et 1957.

Esquisse de quantification des circuits de commercialisation des vins héraultais à l'étranger

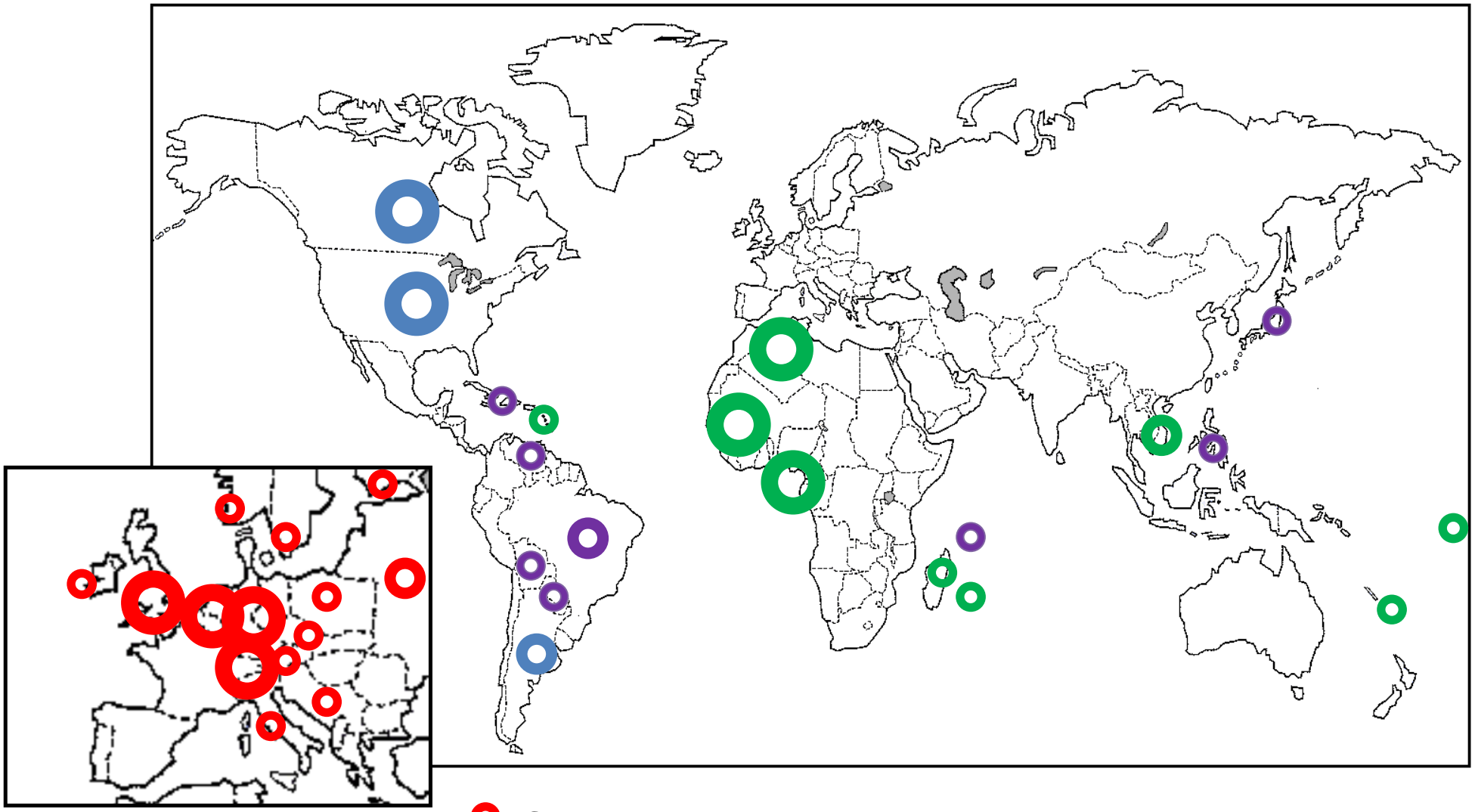
Si l'on observe la récurrence des destinations évoquées dans la presse syndicale ou dans les archives pour les vins languedociens, quatre groupes de pays se détachent (carte 20, page suivante). Tout d'abord, les pays européens : Allemagne, Autriche, Belgique, Grande-Bretagne, Russie, Suisse et Tchécoslovaquie. Certains ne sont évoqués que ponctuellement comme l'Autriche, la Tchécoslovaquie et la Russie alors qu'avec les autres, les relations apparaissent continues. Ainsi, les importations en Suisse sont évoquées dès les années 1900[1] et encore dans les années 1960[2], tout comme en Allemagne[3]. Ensuite un second groupe concerne les dépendances outre-mer : colonies puis DOM-TOM et colonies après 1946. Un troisième ensemble regroupe des pays d'Amérique particulièrement prisés : États-Unis, Canada et Argentine[4], bien que les relations commerciales soient aléatoires avec notamment des phases « en sommeil », au moment où ces pays adoptent des lois dites « sèches »[5]. Enfin, quelques pays « exotiques » se distinguent : Brésil, Haïti, Japon, Paraguay, Venezuela par exemple (carte 20, page suivante). À différents degrés, tous les continents sont touchés par les exportations de vins héraultais.

La répartition des exportations du port de Sète en 1955 (tab. 104) permet d'identifier certains des mêmes ensembles.

Tab. 104 : Exportation des vins par le port de Sète, 1955 (en hl)

VCC				***Apéritifs et spiritueux***			
Alger	10.080	Conakry	6.910	Alger	6.740	Tokoradi	210
Bone	560	COA	41.490	Oran	340	Madagascar	1.760
Philippeville	1.320	Madagascar	57.650	Bone	230	Saigon	3.710
Oran	6.910	Saigon	1.430	Tunis	620	Antilles	1.626
Tunis	20	Fort de France	16.390	Casablanca	1.700	Fort de France	1.860
Casablanca	340	Pointe à Pitre	5.240	Fort-Lyautey	150	Pointe à Pitre	330
Fedala	14.710	Antilles	10.060	Dakar	1.250	Nouvelle-Orléans	20
Dakar	236.620	Brême	6.120	Abidjan	620		
Abidjan	93.360	Londres	1.060	Douala	240	Source : *MV*, 10/01/1956	
Douala	38.190	Gênes	1.770	Cotonou	240		
Cotonou	390	Valencia	100	COA[6]	410		

[1] *BMS*, oct. 1907, p. 13.
[2] *MV*, 18/04/1964.
[3] *BMS*, juin 1908, p. 133 et *MV*, 13/09/1969.
[4] D'après J.-L. Cazalet, le port de Sète entretient avec ce pays des relations commerciales depuis au moins la moitié du XIXe siècle. Il n'est donc pas surprenant que le consul de ce pays dans la ville soit issu d'une famille les plus en vue dans le commerce d'exportation sétois, les Gautier (Henri puis son neveu Jules).
[5] C'est-à-dire instaurant la prohibition. Cf. *supra*, p. 831.
[6] Côtes occidentales de l'Afrique



Carte 20 : Les différents types de pays cibles pour l'exportation des maisons héraultaises et leurs récurrences dans les sources 1900-1970

Bien évidemment, en raison de la nature même des infrastructures d'expéditions sétoises, la grande majorité de ces dernières se fait en direction de l'outre-mer, notamment les colonies d'Afrique sub-saharienne qui représentent 85 % des expéditions, pour assurer essentiellement le ravitaillement des colons et des militaires sur place. C'est d'ailleurs dans ce type d'exportations que certaines maisons héraultaises ont fait fortune comme dans le premier XXe siècle, les maisons « Catalan Frères » à Montpellier[1] ou « L. Bessière»[2] à Mèze.

Les expéditions vers ces pays s'expliquent de différentes manières. Le lien avec les pays germaniques est en grande partie le plus ancien, apparu dès le début du XIXe siècle avec la venue de négociants allemands et suisses dans les grands centres expéditeurs du département et qui, par la suite, se sont installés définitivement et ont prospéré. C'est le cas pour les familles Koester, Winberg ou Herber à Sète ; Aschmann, Bühler ou Meyer à Béziers ; Warnery, Leenhardt ou Krüger[3] à Montpellier. Ces relations sont également entretenus par les grandes familles protestantes locales qui dominent le commerce viticole départemental au moins jusqu'à la Première Guerre mondiale[4]. Le lien avec la Suisse est, pour sa part, renforcé pendant la Grande Guerre quand Sète devient le port officiel du pays et ouvre les rives de la Méditerranée à la confédération Helvétique[5]. Ces liens restent forts après 1918 comme en témoigne la présence de la maison « Schenk » qui installe un comptoir pendant la guerre[6], puis achète des propriétés dans le département[7] et existe encore à la fin des années 1960[8]. Par ailleurs, après 1918, la ville de Sète cherche à faire fructifier cette relation exclusive. En 1919, le Comité de défense économique de la ville organise une conférence pour évaluer les aménagements possibles à un partenariat exclusif entre le port héraultais et la Suisse[9].

Les liens avec les colonies et les anciennes colonies s'expliquent quant à eux essentiellement par la présence massive de métropolitains sur place qui consomment à la fois des VCC et des apéritifs[10]. L'Amérique du nord, en dépit de sa présence à la fois dans les années 1900 et les années 1960 reste malgré tout marginale. Il y est souvent fait référence, mais entre les taxes élevées, les tracasseries administratives et la concurrence intérieure (Texas, Californie), ces pays sont surtout mentionnés car ils apparaissent comme des marchés vastes et attractifs. Mais dans la réalité, il s'agit surtout de marchés de niche[11]. Enfin, les marchés « exotiques » doivent leur mention essentiellement à la présence sur place d'immigrés français qui ont ouvert une maison de négoce et commercent, de manière plus ou moins anecdotique, avec des maisons héraultaises.

---

[1] ABDF : Montpellier, 1900 et 1906. Les frères Catalan exportent essentiellement vers la Nouvelle-Calédonie où réside l'un des frères, chargé de vendre le vin sur place, notamment à la Compagnie du Nickel de Nouméa.
[2] ABDF : Sète, 1945. Bessière vend essentiellement vers l'Indochine et les Antilles.
[3] L'histoire de l'arrivée dans l'Hérault de la famille Krüger est en partie racontée dans APPOLIS É., LEUILLIOT P., « Dans le monde des affaires au XIXe siècle. Le mysticisme hétérodoxe à Sète », *Annales, Économies, Sociétés, Civilisations*, 12e année, n° 2, 1957, p. 231-242.
[4] RAMÈS A.-M., *op. cit.*, p. 243 et sq.
[5] « Cette, port suisse », *L'Éclair*, 24/03/1919.
[6] ABDF : Sète, 1922.
[7] ABDF : Montpellier, 1924.
[8] Voir publicité dans le *Midi Vinicole* à la fin des années 1960.
[9] « Cette, port suisse », *art. cit.*
[10] Près de 83 % des apéritifs exportés partent en 1955 vers les colonies.
[11] En 1955, au départ de Sète, seuls 20 hl sont expédiés à destination de la Nouvelle-Orléans.

Les négociants héraultais exportent bien évidemment des VCC mais également des apéritifs. Toutefois, ces derniers restent très largement minoritaires. Ainsi, en 1929, la maison « J. Euzet », spécialisée dans les VCC algériens, vend en une seule transaction en Autriche (3.427 litres), le tiers des transactions de la maison « Cazalis & Prats » qui exporte son « Vermouth soleil » et du Quinquina (8.926 litres) en Tchécoslovaquie entre 1930 et 1939[1]. Cet exemple est toutefois intéressant car cette continuité dans les exportations se réalise dans une période des années 1930 où les exportations françaises sont au contraire en difficulté. Dès le début du siècle, l'extraversion de la maison est symbolisée par une circulaire envoyée aux représentants orientés à l'exportation : « Nous sommes certains qu'après examen de nos prix et conditions, vous trouverez, Monsieur, un réel avantage à faire une expédition d'essai à vos correspondants des colonies ou de l'étranger »[2]. Dans les années 1920, un « prix-courant », traduit en espagnol et en anglais est édité (fig. 95).

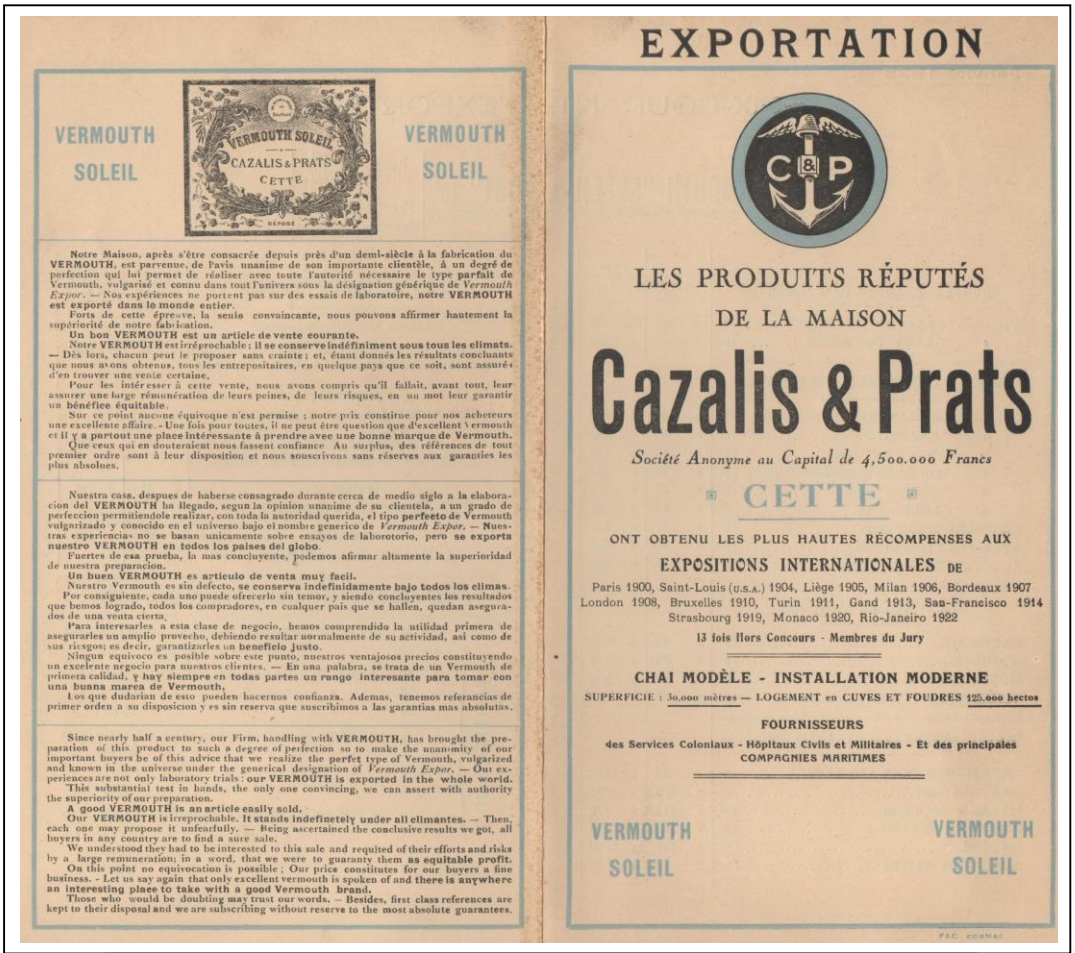


Fig. 95 : Couverture du « prix-courant » spécial « Exportation » Maison « Cazalis & Prats », 1928
Source : Fonds privés familiaux

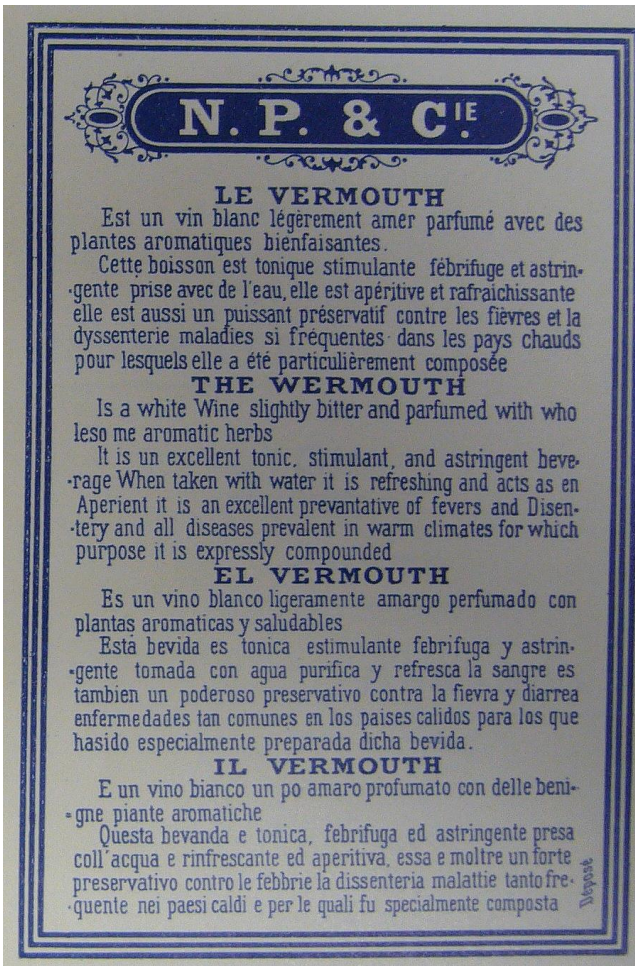
[1] ADH : 7 M 1220, Correspondance du directeur des services agricoles sur les vins exportés en Tchécoslovaquie par « Cazalis & Prats », négociants à Sète, 1930-1939, en Autriche par « J. Euzet », 1929.
[2] *Circulaire « Cazalis & Prats »*, 1898, Fonds privés familiaux.

Au demeurant, la maison « Cazalis & Prats » continue d'exporter après 1939 et acquiert une certaine réputation en Amérique du nord. Le vermouth y est alors bu avec des alcools forts (vodka, whisky, gin) comme en témoigne un épisode du *Saint :*

> « Il dénicha une vodka Ramanoff, y mit de la glace, ajouta quatre gouttes de Cazalis and Prats avant d'agiter le shaker.
> - Vous voyez ; je suis en train de prendre tous les trucs du business-man américain. »[1]

D'ailleurs, en raison de cette renommée à l'international, la maison « Cazalis & Prats » change de nom dans les années 1960 pour devenir la maison les « Vermoutheries Jean Prats ». Dans une logique de meilleure identification à l'étranger, il est alors préférable de faire apparaître le terme de « vermouth » dans son nom[2].

Dans le même ordre d'idées, la maison « Noilly-Prat » propose pour sa part une contre-étiquette colorée traduite en anglais, espagnol et italien à l'arrière de la bouteille :


N. P. & Cie

LE VERMOUTH

Est un vin blanc légèrement amer parfumé avec des plantes aromatiques bienfaisantes.

Cette boisson est tonique stimulante fébrifuge et astringente prise avec de l'eau, elle est apéritive et rafraichissante elle est aussi un puissant préservatif contre les fièvres et la dyssenterie maladies si fréquentes dans les pays chauds pour lesquels elle a été particulièrement composée

THE WERMOUTH

Is a white Wine slightly bitter and parfumed with who leso me aromatic herbs

It is un excellent tonic, stimulant, and astringent beverage When taken with water it is refreshing and acts as en Aperient it is an excellent prevantative of fevers and Disentery and all diseases prevalent in warm climates for which purpose it is expressly compounded

EL VERMOUTH

Es un vino blanco ligeramente amargo perfumado con plantas aromaticas y saludables

Esta bevida es tonica estimulante febrifuga y astringente tomada con agua purifica y refresca la sangre es tambien un poderoso preservativo contra la fievra y diarrea enfermedades tan comunes en los paises calidos para los que hasido especialmente preparada dicha bevida.

IL VERMOUTH

E un vino bianco un po amaro profumato con delle benigne piante aromatiche

Questa bevanda e tonica, febrifuga ed astringente presa coll'acqua e rinfrescante ed aperitiva, essa e moltre un forte preservativo contro le febbrie la dissenteria malattie tanto frequente nei paesi caldi e per le quali fu specialmente composta

Fig. 96 : Contre-étiquette « Noilly-Prat », 1910
Source : ADH : 1 J 1397, Fascicule de présentation

[1] CHARTERIS L., *Merci, le Saint*, Paris, Fayard, 1956, p. 94.
[2] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.

La maison lyonnaise, basée à Sète et à Marseillan, concentre ses efforts sur le Canada, où elle dispose d'une base clientèle conséquente et sur le Royaume-Uni où le Noilly-Prat devient producteur officiel de vermouth de la reine d'Angleterre dans les années 1950[1]. Quant au Dry Martini, un mélange de gin et de vermouth blanc, inventé dans les années 1910 aux États-Unis à partir du Noilly-Prat sec, il est l'une des boissons les plus populaires dans les années 1950 sur le continent américain ainsi que le cocktail préféré d'un autre espion, James Bond.

Les apéritifs héraultais ont ainsi su, notamment lors des années 1950, profiter d'une certaine dynamique commerciale bénéfique à leurs intérêts et qui les a popularisés dans le grand public étranger.

D'un point de vue quantitatif, s'il est difficile de proposer des évolutions chiffrées précises sur l'ensemble de la période, il est cependant possible de dessiner de grandes tendances.

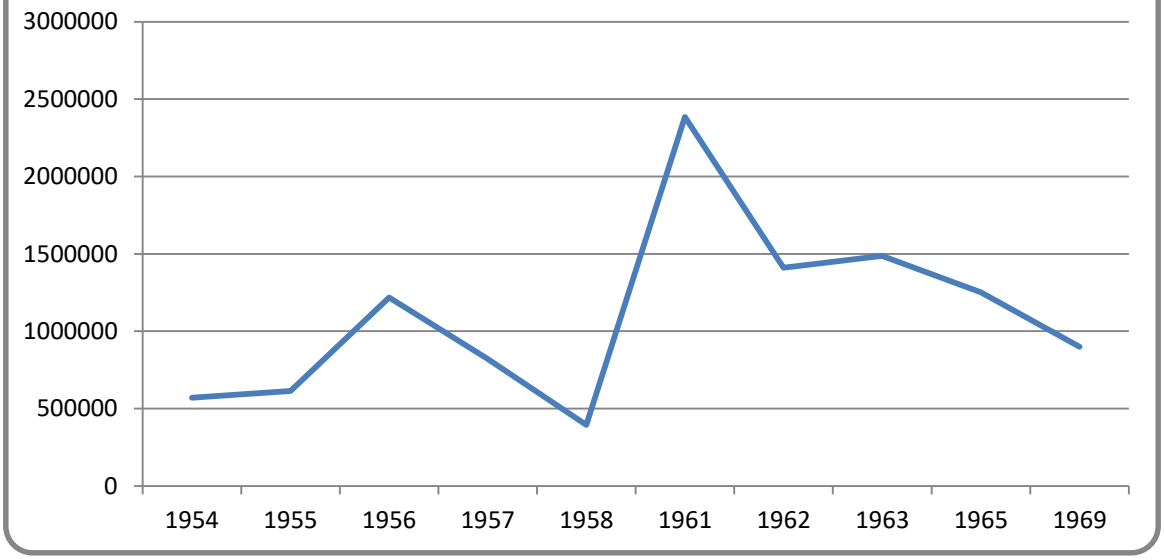
Avant 1939, l'ensemble de ces exportations est particulièrement marginal dans le total des expéditions. Il n'existe pas de chiffrage particulier permettant de quantifier la part des exportations dans les expéditions. Toutefois, Jean-Louis Cazalet indique qu'entre 1899 et 1914, la moyenne des exportations pour le port de Sète est de 88.000 hl[2]. Or, dans le même temps, au début des années 1910, la ville expédie entre 700.000 et 1.3 M d'hl sur l'ensemble du territoire national.[3]. Ainsi, au mieux, un peu plus de 12 % et environ 6,5 % en moyenne des vins transitant par Sète sont exportés pour cette période, ce qui est peu, pour la principale interface avec les pays étrangers dans le département. D'ailleurs, lorsque sont évoquées les expéditions vers les pays étrangers, il s'agit toujours de petites quantités : « Cazalis & Prats » expédie en fûts de 120 l, voire en barrique de 250 l et ces expéditions ne dépassent jamais les 500 l, ce qui est extrêmement peu pour une maison qui brasse plusieurs dizaines de milliers d'hl selon les périodes. En 1906, lorsque la dame Olivier exporte son vin en Allemagne, elle expédie un fut de grenache de 220 hl seulement, tandis qu'en 1929[4], Euzet expédie encore par demi-muids[5]. Ce sont donc des quantités relativement faibles qui sont expédiées, notamment en raison des contingents qui frappent les VCC jusqu'aux années 1960[6].

Après la Seconde Guerre mondiale, quelques chiffres nous sont un peu mieux connus grâce aux rapports de la section exportation de la Fédération méridionale, lors des congrès. Ainsi, le milieu des années 1950 voit une augmentation des exportations. Les vins exportés depuis le port de Sète enregistrent par exemple une croissance de près de 100 %[7] entre 1955 et 1956 tandis que l'ensemble des vins sans appellation connaissent en France une hausse de l'ordre de 67 % en 1955[8]. Mais les chiffres donnés lors des congrès sont nationaux, ce qui empêche toute conjecture à l'échelon départemental. Toutefois, peut-on supposer que

[1] « Noilly-Prat, près de deux siècle de saga », *La Tribune*, 12/08/2010.
[2] CAZALET J.-L., *op. cit.*, p. 203.
[3] AMS : 2 F 17, Statistiques, Boissons sorties de Sète, 1905-1915.
[4] *MJM*, 30/08/1908, CAM (23/07/1908).
[5] ADH : 7 M 1220, *op. cit.*
[6] « Importations en Suisse de vins de France et d'Algérie », *MV*, 18/03/1964.
[7] *MV*, 4/12/1956. 100. 268 hl en 1956 contre 50.367 hl en 1955.
[8] *MV*, 16/02/1957.

l'Hérault – le principal producteur de VCC – subit les mêmes évolutions que la métropole (graph. 49) et que lorsque les exportations vers l'outre-mer et l'étranger augmentent de 18 % entre 1954 et 1955[1] ou chutent de près de 60 % entre 1956 et 1958[2], les exportations héraultaises connaissent la même tendance.

Graph. 49 : Les fluctuations des exportations de VCC 1954-1969



Source : *Midi vinicole,* 1954-1970

On peut également envisager la même logique de dynamiques communes pour les années 1960. Ainsi, avec la suppression de l'aide aux exportations au 1er septembre 1964, ces dernières enregistrent une chute significative de plus de 40 % entre 1963 et 1964, pendant la période courant de septembre à décembre[3]. Par conséquent, entre 1961 et 1965, les exportations de VCC diminuent de moitié. D'ailleurs, la fin des années 1960 est marquée dans ce domaine par un réel pessimisme et un abattement général. Les comptes rendus de la section exportation ne font plus que quelques lignes et celui de 1969 se termine ainsi : « Nos exportateurs, découragés, ont perdu la clientèle qu'ils avaient conquise après tant d'efforts et s'ils n'ont pas perdu la foi, ils ne disposent d'aucun moyen leur permettant de reprendre leur prospection. »[4]

Cette perte rapide de la clientèle s'explique essentiellement par la nature même des maisons de commerce héraultaises qui, structurellement, ne sont pas conçues pour s'imposer à l'international.

[1] *MV*, 09/06/1956
[2] CR Congrès FM, 1959, *MV*, 22/04/1959.
[3] *MV*, 05/05/1965.
[4] *MV*, 17/05/1969.

Des défaillances structurelles

Le premier facteur qui explique cette désaffection pour les exportations est un facteur historique. En effet, le basculement des années 1880-1920 voit le département devenir un grand centre importateur, tandis qu'on enregistre la disparition progressive des maisons de commerce exportatrices implantées dans le département depuis le milieu du XIXe siècle. Sous l'effet combiné de ces deux phénomènes, le contour des exportations se modifie. En effet, en raison de la crise phylloxérique, de l'élévation des droits de douanes et de l'accroissement de la concurrence étrangère, l'Hérault perd son statut de département exportateur. Sète, par exemple, voit ses exportations diminuer de moitié au tournant du siècle[1] et, en dépit de quelques reflux[2], cette tendance se poursuit jusqu'à la fin de la période[3] (tab. 105). Ainsi, le port connaît son dernier point d'équilibre entre exportations et importations en 1878[4] et devient par la suite un port majoritairement importateur, au même titre que le département.

Tab. 105 : Sète et l'extraversion viticole : du port exportateur au port importateur

	Importations	Exportations	Tendance
1875	83.966	416.489	+
1878	339.030	320.593	=
1910	1.772.331	53.213	-
1929	2.182.390	Non référencées	-
1937	1.942.670	20.963	-
1955	374.485	50.367	-
1960[5]	Non référencées	200.000 (est.)	-

Sources : Cazalet J.-L., ABDF et *MV*

En outre, au sein du paysage commercial héraultais, la disparition des grandes familles originaires d'Europe germanique (Koester, Bühler, Bencker, Winberg, Meyer par exemple) ainsi que l'effacement progressif de la bourgeoisie protestante (Cazalis, Leenhardt, Krüger) ont également un effet déstructurant sur le marché de l'exportation. Ces familles disposaient à la fois des réseaux et des ressources qui leur permettaient de vendre avec régularité sur les marchés d'Europe du nord[6]. Mais, le désintérêt des successeurs pour la profession– et les re-

[1] CAZALET, J.-L., *op. cit.*, p. 203

[2] À la fin des années 1950 et au début des années 1960, il y a environ 200 à 300.000 hl qui sont exportés depuis le port sétois, en majorité vers les chais algériens. Ces derniers utilisent les vins méridionaux pour couper leurs vins et les expédier directement à l'exportation (cf. *infra,* « Midi-Algérie, les liaisons dangereuses », p. 851-861).

[3] « Un exposé sur le port de Sète », *MV,* 16/03/1960.

[4] CAZALET J.-L., *op. cit.*, p. 203.

[5] Ces chiffres proviennent d'un discours d'E. Orsetti lors de la venue du Général de Gaulle à Sète en 1960. Bien que s'appuyant sur des chiffres approximatifs et incomplets, Orsetti souligne le caractère importateur du port sétois.

[6] Ainsi P. Bühler se rend-il régulièrement dans l'entre-deux-guerres dans la commune familiale d'Aarbourg ainsi que dans d'autres villes de Suisse. Il profite de son statut de consul pour probablement consolider des liens commerciaux ou en nouer de nouveaux. Cf. le journal *La Fédération Horlogère Suisse* des 04/08/1923 et 08/08/1925 qui annonce la visite de Bühler en Suisse.

vers qu'ils ont pu y connaître – les font disparaître des circuits de commercialisation vers l'étranger. En effet, il semblerait logique que lorsque ces maisons se désengagent de la filière pour des raisons personnelles ou financières, elles commencent d'abord par les marchés les plus lointains[1].

Ce basculement est d'autant plus pénalisant pour les exportations que ces dernières nécessitent des moyens importants. Il faut en effet une surface financière particulièrement solide pour prospecter à l'étranger, fidéliser la clientèle, assurer des expéditions régulières et de bonne qualité. Or, au moins jusqu'aux années 1930, le négoce local se caractérise par un manque de professionnalisme, des structures fragiles et une versatilité importante. Ce sont là des obstacles majeurs à la possibilité d'un développement à l'international, si tant est qu'il y en ait la moindre volonté face aux obstacles qui s'érigent à l'international (sch. 38, p. 837).

D'ailleurs, les instances syndicales rappellent très régulièrement, dans le premier XXe siècle, la nécessité de faire des sacrifices. Ainsi, en 1909, lorsque le Syndicat régional se fait le relais de l'ambassadeur français au Brésil, il évoque « les facilités de paiement plus larges [pour la clientèle] », « la publicité intelligemment menée » et les « quelques sacrifices pécuniaires » auxquels doivent être prêt les négociants héraultais[2]. Or la grande majorité des maisons de commerce héraultaises se caractérisent par leur manque de liquidité et de moyens. Seules les grandes maisons peuvent se permettre d'investir dans la publicité à l'étranger et allouer à leurs clients des facilités de paiements allant au-delà de 45 à 60 jours. Mais ces grandes maisons sont surtout attirées par les profits que permettent l'importation des vins algériens ou espagnols et ne voient qu'un intérêt limité à l'exportation. En définitive, seules les maisons ayant une politique commerciale de qualité s'exportent comme la maison « Cazalis & Prats » dont les deux associés, Gaston Cazalis et Jean Prats s'impliquent activement dans la promotion du « Vermouth Soleil », notamment en participant aux expositions universelles[3] et à différents jurys lors des expositions internationales[4]. Ils y nouent et consolident des liens commerciaux qui, assurément, participent à leur rayonnement commercial à l'étranger. Mais c'est là un exemple limité dans le département.

Par ailleurs, le discours syndical insiste largement sur la nécessité d'être patient, sur « le travail de longue haleine »[5] que représentent les exportations, mais aussi sur la nécessité d'être le fournisseur régulier d'un produit de qualité. Ici aussi, ces deux critères sont antinomiques des pratiques dans le négoce héraultais jusqu'aux années 1930. Celui-ci se caractérise par un trop grand renouvellement pour ne pas perturber et contrarier les clients étrangers. Par ailleurs, il est souvent fait mention de la nécessité de s'adapter aux conditions du marché à

[1] En tout cas, c'est ce qui ce passe au niveau métropolitain pour Dourlan et Granier. Lorsqu'approche la fin de leur activité commerciale, on sent une contraction des aires d'expéditions : Dourlan cherchant à vendre ses vins blancs à des fabricants d'apéritifs locaux (comme Noilly-Prat) tandis que Granier se recentre sur l'Hérault.
[2] *BMS*, juill. 1909, p. 420.
[3] AMS : 2F 14, Liste des commerçants sétois, Lettre du maire de Sète au préfet, 22/03/1904 et lettre de Cazalis au Maire, s.d., 1908.
[4] J. Prats participe aux jurys des expositions de Paris, Saint Louis, Liège, Milan, Bordeaux, Londres et Bruxelles entre 1900 et 1910.
[5] *AM*, 15/10/1929.

l'étranger, en l'étudiant bien et en prenant le temps de comprendre ses subtilités, mais c'est ici aussi contraire à la philosophie de nombreux négociants héraultais qui aiment, comme le rappellent régulièrement les rapports d'inspection de la BDF, la spéculation et les « coups »[1]. Plus que tout autre client, le client étranger, en raison de son éloignement et de sa connaissance limitée des produits proposés, a besoin de confiance et de sécurité, ce que ne sont pas en mesure de leur apporter la grande majorité des négociants héraultais durant cette période.

Après 1950, alors que le négoce connaît une profonde professionnalisation et une concentration importante qui lui apporte stabilité et puissance financière, deux des préalables indispensables pour la réussite à l'étranger, les négociants héraultais semblent se désintéresser des exportations. Un indice tangible tient dans la très faible participation à l'assemblée générale de la section exportation de la Fédération méridionale en 1952 : le *Midi Vinicole* relève que l'assemblée était « peu importante par le nombre »[2]. Les causes semblent être différentes de la période précédente. Tout d'abord, l'activité apparaît trop risquée. En 1965, pour la première fois « depuis très longtemps », les baisses en volume se sont ainsi accompagnées de baisse en valeur, ce qui est particulièrement préjudiciables aux négociants héraultais, qui, peu à peu, semble-t-il, abandonnent le marché de l'exportation[3]. En outre, les difficultés administratives sont nombreuses et semblent freiner les bonnes volontés. Ainsi, dans les années 1960, seuls peuvent librement rentrer en Suisse les eaux-de-vie, les liqueurs, les vermouths et les vins naturels en bouteille d'un litre maximum. Toutes les autres marchandises – et donc l'écrasante majorité des vins héraultais – sont contingentées et doivent passer par un processus administratif contraignant[4]. De plus, dans de nombreux pays, comme le Royaume-Uni voire vers les DOM-TOM, les VCC sont frappés par les mêmes taxes que les vins d'appellation. Ils subissent alors une taxation beaucoup plus lourde qui les désavantage et n'encourage pas les négociants héraultais à exporter dans des pays ou régions où les marges sont réduites au maximum. Enfin, trop souvent, il existe un décalage entre les prix du Midi et les prix de l'achat à l'international : en 1952, les cours de VCC oscillent entre 240 et 300 F dans le département alors qu'à l'international ils s'établissent entre 130 et 180 F[5]. Il n'y a donc aucun intérêt pour les maisons héraultaises d'envisager s'exporter, même avec les différents systèmes d'aide mis en place par l'État.

Ainsi, dans les années 1900-1930, si ce sont les structures qui font défaut au négoce héraultais, dans les années 1950-1960, c'est très clairement l'envie qui manque aux maisons héraultaises qui préfèrent se concentrer sur un marché qu'elles connaissent mieux et qui leur rapporte davantage.

En définitive, c'est un bilan particulièrement négatif qui caractérise l'implication des maisons de commerce héraultaises sur les marchés internationaux. En dépit des actions des

[1] C'est-à-dire réaliser des profits très rapidement.
[2] *MV*, 28/05/1952.
[3] *MV*, 05/05/1965.
[4] *MV*, 23/011/1966.
[5] CAEF : 4A-2261/2, *op. cit.*, p. 2.

syndicats et de l'État pour favoriser les exportations, les maisons de négoce du département souffrent de trop grosses lacunes structurelles pour s'imposer sur des marchés ultra-concurrentiels.

En outre, ceux-ci semblent trop peu porteurs et trop indécis pour inciter à une quelconque prise de risque. D'autant plus qu'au contraire le négoce local a fait le choix de l'importation et de la dépendance à des productions extérieures au département.

CHAPITRE 3 : QUAND LA MENACE VIENT DE L'EXTÉRIEUR

Alors que l'ensemble de la période couverte par notre étude se caractérise par une succession de crises cycliques qui frappent la filière viti-vinicole plus ou moins durement, le négoce des vins est également mis sous tension par des facteurs exogènes.

Évoquons tout d'abord les relations singulières et ambiguës que celui-ci entretient avec les vins d'Algérie. À travers une évolution où très souvent le discours officiel s'éloigne de la réalité, vins du Midi et vins algériens sont inextricablement liés. S'établit alors, entre les deux filières, un rapport ambivalent, fait de fluctuations et de renversements, qui structure et conditionne fortement l'ensemble de la période.

À ce paradigme algérien se greffe dans les années 1950 une grande inconnue : la question européenne. Alors que les puissances européennes cherchent à s'entendre sur un projet d'union économique, le négoce des vins héraultais reste dans l'expectative. Si les perspectives d'ouverture de nouveaux marchés semblent susciter quelque espoir dans une période heurtée, affleure également la crainte de voir arriver sur le territoire métropolitain de nouveaux concurrents qui ont déjà largement entamé les positions méridionales à l'exportation. Dans tous les cas, c'est un nouveau cadre qui provoque de nombreux débats et de multiples réactions.

Midi-Algérie : les liaisons dangereuses

La crise phylloxérique, outre les ravages sur la viticulture et l'économie méridionale qu'elle provoque, a comme effet collatéral la fondation et le rapide développement d'une viticulture algérienne puissante et prospère[1]. Cette dernière, qui bénéficie de conditions climatiques exceptionnelles, vient alors très rapidement compléter puis concurrencer les vins du Midi[2].

1900-1914 : premiers contacts, premiers profits, premières inquiétudes

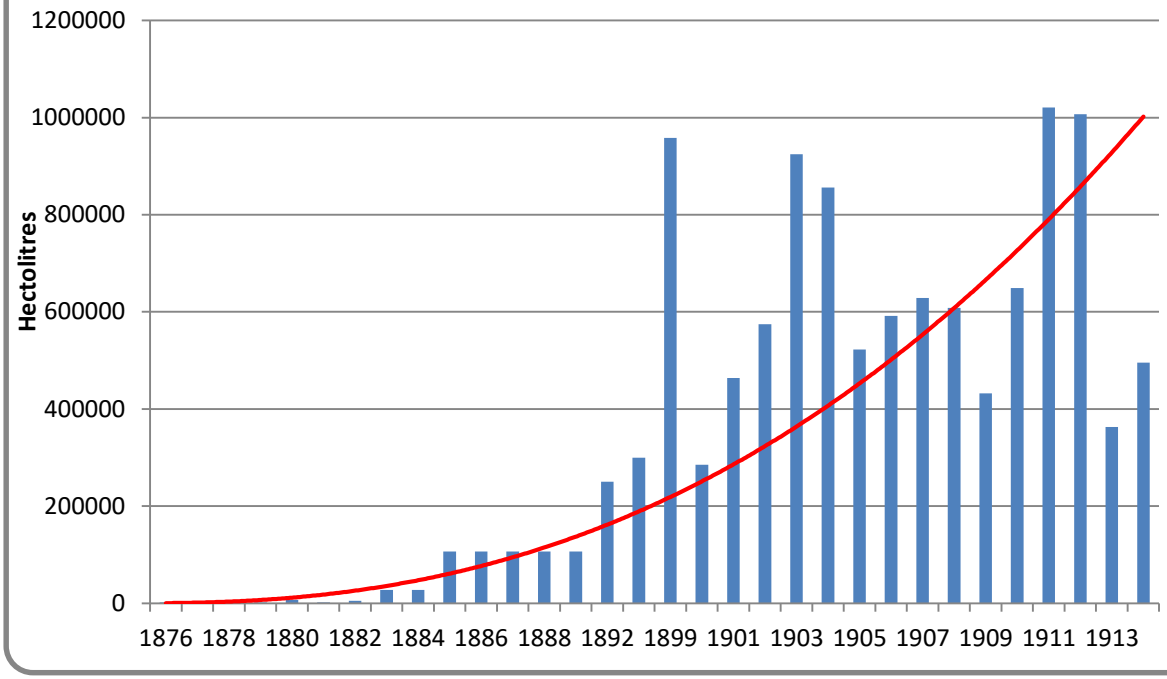
Alors que s'estompent les répercussions de la crise phylloxérique, les vins algériens sont, pour les négociants héraultais, une véritable bénédiction. Ils ont tout d'abord permis de maintenir les finances des maisons de commerce à flot en se substituant aux vins méridionaux dans la décennie précédente.

De fait, l'afflux de vins algériens bénéficie tout d'abord à la ville de Sète dont les importations de vins en provenance de la colonie progressent massivement au cours de la période (graph. 50).

[1] LACHIVER M., *op. cit.*, p. 442-444.

[2] En 1885, le vignoble algérien dépasse son premier million d'hl produits, contre seulement 200.000 hl dix ans auparavant. En 1914, les dix M d'hl sont dépassés et à partir de 1928, jamais la production ne descendra en dessous de 11.5 M. En 1934, elle atteint son maximum avec 22 M d'hl produits. De 1945 à l'Indépendance, l'Algérie produit près de 15 M d'hl par an.

Graph. 50 : Les importations de vins Algériens à Sète (1876-1914)



Source : CAZALET J.-L., *op. cit.*, p. 252-278

À cette période, les vins algériens deviennent les premiers vins importés dans le port héraultais, dépassant la barre des 50 %[1] du total des importations, tandis que Sète devient le point d'entrée national des vins algériens[2] (graph. 50).

Ces vins possèdent des qualités particulièrement recherchées : fort degré, couleur foncée et belle tenue, atouts qui en font des vins particulièrement prisés pour les coupages dans les chais sétois. Par ailleurs, on utilise également les mistelles (blanches ou rouges) venues d'Afrique du nord pour les vermoutheries et la production de vins d'apéritif qui sont en train de faire la réputation des villes et villages autour du bassin de Thau (Sète, Marseillan, Mèze). En outre, ces vins, contrairement aux vins italiens ou espagnols qui affluent dans le port héraultais, sont franco de droit et offrent donc des perspectives de rentabilité supérieures. En conséquence, ces entrées massives de vins algériens à Sète participent majoritairement au doublement des expéditions, en dix ans, depuis l'Île singulière[3]. Cela est facilité par la nature même du port sétois qui dispose déjà des infrastructures et de l'expérience des relations avec l'extérieur (Espagne, Grèce, Italie). Enfin, la nouvelle fonction d'interface avec l'Algérie attire également de nouvelles maisons venues d'autres villes voisines, comme les Warnery depuis Montpellier ou la maison « Perrin » de Marseillan.

Cette activité permet d'accélérer le développement de professions connexes, dans lesquelles les Sétois se spécialisent : transitaires ou consignataires. Leur rôle est de faciliter les importations et les expéditions, vers les autres régions métropolitaines ou vers l'étranger. Ce

[1] *Idem*.
[2] Les fluctuations correspondent aux besoins des maisons de commerce selon la teneur de la production locale.
[3] AMS : 2 F 17, Statistiques, Boissons sorties de Sète, 1905-1915. On passe de 690.000 hl en 1905 à 1,4 M en 1915.

sont des intermédiaires portuaires entre l'intérieur et l'extérieur de la métropole. On y retrouve bien évidemment des familles qui sont également impliquées dans le négoce, comme les familles Domerc, Euzet ou Frisch qui disposent des moyens financiers pour investir dans de telles structures commerciales. D'ailleurs, le basculement algérien du port au tournant du siècle les pousse à fonder, en 1899, le Syndicat des transitaires, consignataires, commissionnaires de transports et négociants exportateurs qui regroupe entre 25 et 31 membres à cette époque[1]. Cette création est la conséquence du refus de la Compagnie PLM d'accorder aux transitaires un tarif de transport préférentiel pour les vins algériens alors que ces derniers affluent dans le port sétois. Une assemblée de protestataire se réunit donc en septembre 1899 avant de décider la création d'un syndicat en décembre afin de défendre leurs droits[2]. Les transitaires-négociants s'insurgent essentiellement contre le favoritisme dont bénéficient les compagnies marseillaises de navigation qui, depuis la cité phocéennes, bénéficient ensuite de privilèges tarifaires jusqu'à Paris. Ainsi, concrètement, le commerce de ces vins algériens permet au mouvement syndical de se structurer au début du siècle dans le port sétois.

Historiquement, le lien commercial entre le département et l'Algérie procède de la genèse même de la viticulture algérienne. En effet, une grande partie des viticulteurs partis, sous les effets du désordre phylloxérique, tenter de reconstituer un vignoble en Algérie sont des vignerons méridionaux[3]. Alors que la vigne s'accroit de l'autre côté de la Méditerranée[4], des familles méridionales tentent également leur chance dans le négoce. Elles ont, bien entendu, conservé des liens forts avec leur patrie d'origine et il est fort probable qu'elles commercent avec les mêmes acteurs qu'avant leur départ. En outre, les négociants héraultais y déploient des réseaux sur place : la maison sétoise « Grosbon frères » a un représentant en Algérie en 1907 alors que la maison biterroise « Crozals frère et fils » ouvre une succursale d'expédition à Oran au début des années 1910, tout comme la maison « L. Huc » ou les Montpelliérains « Cazalis et Delord »[5] pour ne citer que quelques exemples. Parfois, un membre même de la famille est envoyé sur place : Vic de la maison « Gros fils et Vic » y envoie son fils tenir un bureau d'expédition en 1914[6]. Certaines maisons disposent parfois de vignes en Algérie : « F. Fondère » à Sète qui au tournant du siècle produit sur place environ 100.000 hl[7] par an ; « Julien L. Père et fils » dont l'un des fils est à Sète et l'autre en Algérie où ils sont propriétaires d'une « grande propriété »[8] ; « Gros fils et Vic » à Béziers dont les vignes en Algérie valent 250.000 F au début du siècle[9]. À l'inverse, certaines maisons algériennes disposent de repré-

[1] AMS : 7 F 30, Syndicats professionnels, 1900-1910, Syndicats professionnels non-adhérents à la bourse du travail, Notes sur les syndicats.
[2] *Idem*.
[3] GAVIGNAUD-FONTAINE G., *Le Languedoc viticole, la Méditerranée et…, op. cit.*, p. 49.
[4] BESSAOUD O., « La viticulture oranaise, au cœur de l'économie coloniale » in BOUCHÈNE A., PEYROULOU J.-P., SIARI TENGOUR O., THÉNAULT S. (dir), *Histoire de l'Algérie à la période coloniale*, Paris, La découverte, 2012, p. 425-428.
[5] ABDF : Sète, Béziers, Montpellier, 1900-1914.
[6] ABDF : Béziers, 1914.
[7] ABDF : Sète, 1884-1903.
[8] ABDF : Sète, 1884-1901.
[9] ABDF : Sète, 1908.

sentants dans le département pour écouler leur production comme la maison « Tarbouriech » de Mostagem dont le représentant dans l'Hérault, Lavabre, exerce à Sète[1]. Même les importateurs étrangers présents dans le département font le commerce des vins algériens : c'est le cas de la maison espagnole Rodrigo, implantée à Sète et dont une partie des stocks provient d'Algérie[2]. Il est donc logique que des courants commerciaux majeurs se construisent tout naturellement entre l'Algérie et le département. C'est d'ailleurs ce que confirment les rapports d'inspection de la BDF. En 1902, l'inspecteur de la succursale de Béziers relève qu'à Sète, « les transactions [d'importation] se font principalement entre négociants de France, d'Algérie, d'Espagne ou d'Italie »[3]. Déjà au début du siècle, l'Algérie semble donc en bonne position dans la hiérarchie des régions d'importation. Plus tard, les rapports insistent sur les liens entre le port sétois et l'Algérie. Ainsi en 1907, le rapport relève : « Cette année encore, le port de Sète reçoit des chargements considérables de vins d'Algérie. »[4] Dès les années 1900, certaines maisons axent leurs stratégies commerciale et publicitaire autour de cette « orientation algérienne » comme ici la maison « J. Bergnes » à Sète en 1909.

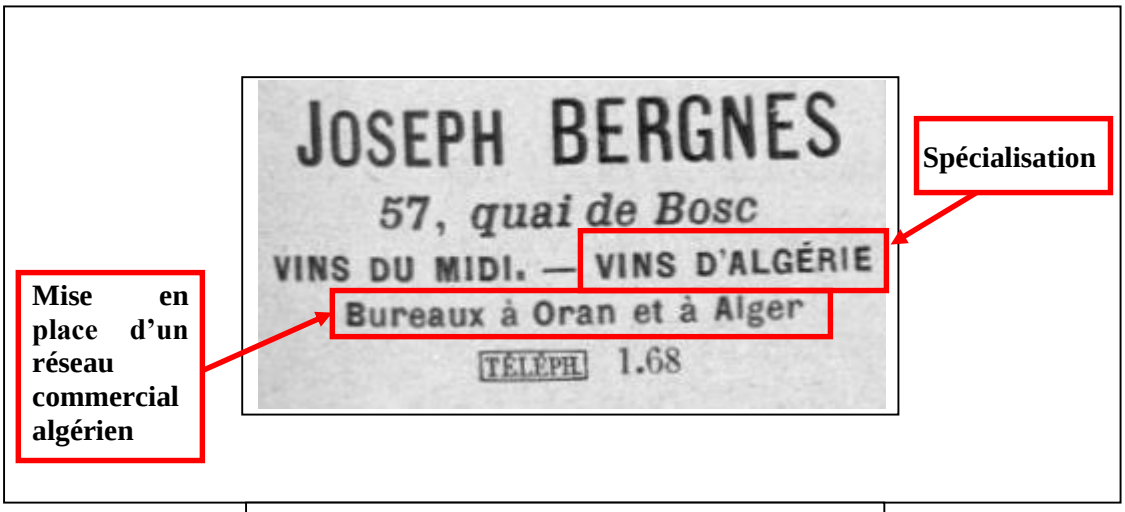


Fig. 97 : La maison « J. Bergnes » : un exemple typique de l'orientation algérienne à Sète au début du siècle
Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1909

Les vins algériens permettent ainsi aux maisons qui disposent des meilleurs relais ou des moyens financiers les plus importants pour se développer de réaliser d'importants bénéfices. En l'espèce, la maison sétoise « Tous B. » réalise en 1903 de beaux profits grâce à ses achats algériens alors que jusque-là sa situation n'était guère favorable[5]. Lavabre, le représentant de Tarbouriech, prospère, lui aussi, grâce aux vins d'Algérie qu'il fait rentrer dans le port sétois, ce qui lui permet à la mort de son commettant de continuer de manière indépendante

[1] ABDF : Sète, 1901.
[2] ABDF : Sète, 1899-1904.
[3] ABDF : Béziers, 1902.
[4] ABDF : Sète, 1907.
[5] Le rapport de la BDF de 1899 relève qu'il « n'a pas réussi depuis 20 ans à accroître sa situation » tandis que celui de 1903 note qu'il « doit avoir beaucoup gagné en 1902 car il avait acheté à bon compte des quantités de vins d'Algérie ».

son commerce[1]. À Béziers, l'inspecteur de la BDF établit un lien direct entre la fortune de la famille Crozals et le commerce des vins algériens[2] tandis que Fabregat qui en 1900 était sur le point de suspendre ses paiements, poursuit son activité grâce à des bénéfices engrangés avec les vins algériens en 1902-1903[3]. À Montpellier, la maison de premier ordre « Leenhardt-Bazille » achète la même année « une grande quantité » de marchandise en Algérie et réalise de beaux bénéfices en ce début de siècle grâces aux vins algériens[4]. À la même époque, leurs cousins, « Parlier & Krüger » importent certaines années plus de 300.000 hl de ces vins[5].

Du côté des syndicats, l'attitude vis-à-vis de la production algérienne est ambivalente. Il y a, tout d'abord, une prise de conscience du danger qu'elle représente, mais qui reste, somme toute, assez limitée. Ainsi, en 1907, à la Chambre de commerce de Béziers lors de la réunion précédant la venue de la commission parlementaire, on évoque rapidement la question algérienne. En pleine crise, les vins algériens y sont présentés comme des concurrents, notamment dans les chais de Bercy où ils sont dilués[6]. Mais ce sont surtout les conditions préférentielles d'expéditions dont ils bénéficient qui sont remises en cause : sur un même trajet (Sète-Paris), les vins du Midi paient environ 15 % de plus que les vins algériens, en raison des conditions tarifaires avantageuses qu'a finalement octroyées le PLM[7]. Mais les vins ne sont qu'un sujet d'inquiétude mineur : sur les treize mesures et remèdes proposés pour enrayer la crise, une seule fait référence à l'Algérie, pour laquelle la chambre demande une application des mêmes mesures que celles appliquées au Midi. Un an plus tard, devant la croissance notable de la production algérienne, le Syndicat régional renouvelle son vœu de voir les vins algériens taxés de 5 F par hl, tout en attendant du gouvernement qu'il limite, comme cela a été le cas pour les vins tunisiens, la production et les expéditions vers la France. Un vœu en ce sens est adressé au ministre du Commerce, Jean Cruppi, en juillet 1908, fondé sur une notion qui sera récurrente par la suite : la préférence métropolitaine[8]. Mais la critique la plus virulente concerne essentiellement le « tarif Daher »[9] qui permet aux vins d'Algérie de bénéficier de réductions tarifaires de l'ordre d'1 à 2 F par hl depuis Marseille vers les villes de l'Est[10]. Le président du Syndicat régional rencontre en 1909 le directeur du PLM à Montpellier pour essayer de mettre un terme à ce qu'il considère comme une injustice tarifaire[11]. Dans le même temps, le Syndicat régional s'inquiète des difficultés des transports avec l'Algérie et

[1] Alors que l'inspecteur de la BDF, à la mort de Tarbouriech, se posait des questions sur son avenir. ABDF : Sète, 1901-1912
[2] ABDF : Béziers, 1902.
[3] ABDF : Béziers, 1903.
[4] ABDF : Montpellier, 1903-1908.
[5] ABDF : Montpellier, 1908.
[6] ADH : 8 M 219, Fonds de la CCB, « Enquête parlementaire sur la crise viticole – indication des causes de la crise et de ses conséquences. Remèdes proposés », Séance du 12/03/1907, p. 13.
[7] *Ibid*., p. 16.
[8] *BMS*, juil. 1908, p. 154. Il y est affirmé qu'il faut « sauvegarder les intérêts primordiaux de la métropole, quand bien même les intérêts coloniaux devraient en souffrir ».
[9] Ce tarif ne concerne pas le département. Il s'agit d'un accord au sujet des vins algériens ralliant l'Est de la France depuis Marseille et qui détourne les vins algériens du transit héraultais.
[10] *BMS*, juin 1908, p. 123.
[11] *BMS*, mai 1909, p. 351-352.

demande en novembre 1911 que le privilège du pavillon[1] soit supprimé dans certains cas exceptionnels (comme lors des pénuries de vapeurs par exemple)[2]. Surtout, en dépit des inquiétudes sur l'extension de la viticulture algérienne, le syndicat sétois obtient, grâce à l'action de Jean Prats, l'application, la même année, d'un tarif préférentiel en faveur des vins algériens transitant par Sète.

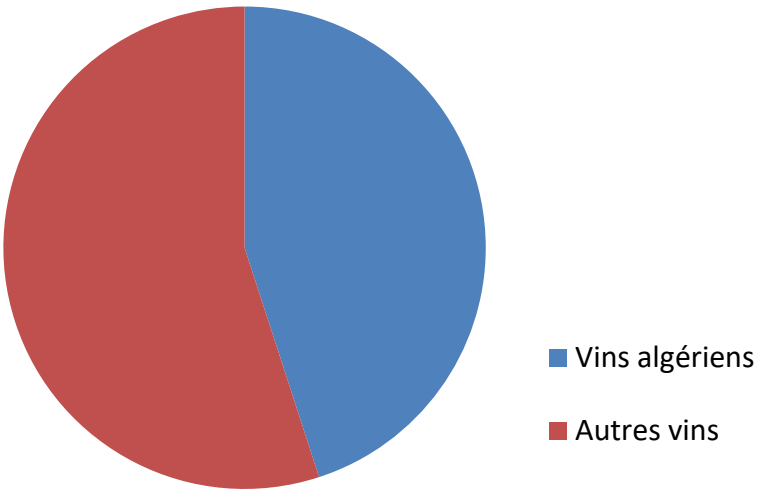
Le mouvement syndical oscille donc entre craintes de voir les vins algériens concurrencer les vins méridionaux sur le territoire métropolitain et désir d'accaparer ce commerce fructueux.

Mais la situation évolue après la Première Guerre mondiale : le lien se fait de plus en plus fort entre la viticulture méridionale et les vins algériens, tandis que les inquiétudes syndicales s'accentuent.

1914-1945 : le temps du paradoxe, le Midi entre attraction et rejet

La Grande Guerre ne rompt pas le lien consubstantiel entre l'Algérie et le Midi. Bien au contraire, il le renforce comme le prouvent les archives judiciaires[3] :

Graph. 51 : Part des vins algériens dans les procès pour fraudes à Montpellier en 1915-1916



Cette surreprésentation témoigne en partie de l'accroissement des importations en temps de guerre, notamment pour répondre à la demande du ravitaillement militaire où les vins algériens affluent en masse.

Le négoce local s'approvisionne alors de plus en plus sur la rive sud de la Méditerranée comme en attestent les rapports d'inspection de la BDF. Si avant 1914, les références à l'Algérie sont épisodiques, cela n'est plus le cas après 1919. Il est ainsi régulièrement fait

[1] Seules les compagnies françaises peuvent effectuer les transports entre l'Algérie et la France
[2] *BMS*, nov. 1911, p. 512-513.
[3] ADH : 3 U 3/41, Tribunal Grande instance, Montpellier, Fraudes, 1914-1921.

référence au vignoble algérien comme source d'approvisionnement. Les vins algériens sont, en effet, pour les négociants-forfaitaires, un atout indéniable pour lutter contre la montée en puissance des commissionnaires. À Sète et à Montpellier, dès les années 1920, il est fait mention des vins algériens tandis qu'il faut attendre les années 1930 pour que cela apparaisse régulièrement dans les inspections biterroises.

À Montpelier dès 1919, le rapport d'inspection de la BDF note que la maison « Cazalis et Delord », première maison de la place, vend « surtout des vins algériens ». En 1926, le rapport relève que la maison dispose de « succursales à Alger et Oran où s'effectuent la presque totalité des achats », tandis qu'en 1928 il est très clairement spécifié qu'elle est « spécialisée dans les importations d'Algérie »[1]. La maison « Leenhardt-Bazille » avant de faire faillite au début des années 1920 était également spécialisée dans les vins algériens[2]. À la fin des années 1930, la maison « Guizard et Corbière » traite près de 320.000 hl par an dont 200.000 en provenance d'Algérie où ils disposent d'une succursale[3]. À la même période, la maison « Parlier & Krüger » concentre son activité sur l'Algérie : si au début des années 1920, elle réalise les deux tiers de son chiffre d'affaires de l'autre côté de la Méditerranée, ce n'est plus le cas dans la décennie suivante où, selon l'inspecteur de la BDF, « tout se fait entre Alger et Rouen »[4]. Il est ainsi frappant de noter que les maisons de commerce les plus réputées de la ville s'orientent massivement vers les vins algériens durant l'entre-deux-guerres, preuve de l'attractivité (vinicole et commerciale) des vins d'Afrique du nord et d'une prospérité renforcée pendant le conflit.

À Sète, le constat est le même. En 1923, par exemple, le rapport de la BDF dans sa présentation générale de l'économie de la ville révèle que « les négociants sétois se fournissent pour la plupart en Algérie »[5]. Ici aussi, un nombre important de maisons de premier plan noue des liens de plus en plus ténus avec l'Algérie. « J. Alby », par exemple, se spécialise dans les vins fins algériens, notamment les rosés[6]. André Clauzel, en 1923, obtient pour plus de 800.000 F de papier de campagne afin d'importer des vins algériens alors qu'Hayat concentre son activité sur ces vins-là également, tout comme la maison « Mainguet et Philippon » à la même période[7]. La maison « Cazalis & Prats » passe, elle, dans les années 1920 un contrat d'exclusivité avec un certain Pastoureau en Algérie, essentiellement pour les mistelles qui servent à l'élaboration du « Saint-Raphaël »[8]. Les investissements en Algérie continuent également : Joseph Marmiès financent la maison de son fils (« Marmiès et Bel ») qui part s'installer à Alger à la fin des années 1920[9]. À l'inverse, certaines maisons algériennes ouvrent des bureaux de vente à Sète : la société algéroise « Treyer » dont le fils réside à Sète

[1] ABDF : Montpellier, 1919-1928.
[2] ABDF : Montpellier, 1919-1921.
[3] ABDF : Montpellier, Sète, 1938.
[4] ABDF : Montpellier, 1921, 1930. Dans les années 1930, la part héraultaise de l'activité ne représente plus qu'entre un cinquième et un quart des expéditions.
[5] ABDF : Sète, 1923.
[6] *Idem*.
[7] *Idem*.
[8] ABDF : Montpellier, 1924.
[9] ABDF : Sète 1928.

pour le compte de la société[1] ou le sétois Imbert qui travaille pour le compte de diverses maisons algériennes[2]. Georges Sprecher, pour sa part, fait une grande partie de sa fortune, pendant les années 1930 dans les vins algériens[3]. Preuve du basculement d'une partie du commerce et des flux commerciaux en faveur des vins algériens, lorsque la maison espagnole « Mommeja J. », qui dispose d'une succursale à Sète depuis le début du siècle, connaît de graves difficultés, elle ferme sa maison sétoise pour en ouvrir une à Alger. Quant à la très forte dépendance du Commerce sétois vis-à-vis des vins d'Algérie, elle est exacerbée pendant la Seconde Guerre mondiale : lorsque les relations commerciales avec l'Algérie sont rompues en 1942 en raison de l'extension du conflit mondial aux rives de la Méditerranée, certaines sociétés sétoises qui étaient toujours en activité grâce aux vins algériens enregistrent un net ralentissement de leurs affaires. Tel est le cas par exemple pour « SETIMPORT », « J. Alby » ou « Viguier Ch. et Cie » dont le chiffre d'affaires chute de moitié[4].

À Béziers, le lien avec l'Algérie est un peu plus distendu. Généralement, les maisons qui s'étaient spécialisées dans les vins algériens dès le début du siècle poursuivent sur leurs dynamiques commerciales : la maison « P. Crozals et fils » devient « Crozals & Vissac & Fils » après le rachat de la structure commerciale par le représentant algérien de la maison[5]. En 1932, ils doublent leurs bénéfices en raison de « vins algériens très porteurs » lors de la dernière campagne[6]. À la même époque, la maison « Les Fils de Louis Huc » ouvre un second entrepôt algérien[7], à Mostaganem, pour réaliser ses achats en Algérie[8]. La société familiale devient alors le spécialiste des vins algériens dans le biterrois.

Dans le même temps, de nouvelles maisons ou sociétés voient le jour, mariant les intérêts héraultais et algériens. En 1919, la « Société méridionale et algérienne de vins » est créée à Sète avec à sa tête comme principal actionnaire un négociant de Toul[9]. En 1921, la « Compagnie générale des Vins du Midi et d'Algérie » est fondée à son tour à Béziers par des actionnaires extérieurs au département et des négociants impliqués localement, à Sète et Montpellier[10]. La même année, des « administrateurs fortunés et honorables » fondent à Montpellier la « SA des vins d'Algérie » dont le siège est à Alger et dont les vins transitent directement vers la région parisienne par les ports de Sète ou de Rouen[11]. Des maisons de taille plus réduite prennent également cette orientation. C'est le cas, par exemple, pour la maison « Peyrot et Coulombié » dont les deux actionnaires, deux petits négociants biterrois, installent le siège social de leur société à Alger[12]. En 1930, un négociant biterrois d'origine parisienne,

[1] ABDF : Montpellier, 1924.
[2] ABDF : Sète, 1928.
[3] ABDF : Sète, 1938. Cf. « Sézary et fils » que Sprecher rachète.
[4] ABDF : Sète, 1945.
[5] ABDF : Béziers, 1926.
[6] ABDF : Béziers, 1932.
[7] Le premier est à Oran.
[8] ABDF : Béziers, 1930-1935.
[9] ABDF : Sète, 1920.
[10] ABDF : Béziers, 1923-1924 et CAEF : B-0020405/1, Remboursement des sinistres de guerre, dossier des sinistres, Statuts de la CGVMA.
[11] ABDF : Montpellier, 1921.
[12] ADH : 131 J 5-3, Fonds Doumergue, Statuts « Peyrot Jeune et Coulombié », 1917-1922.

Georges Sarrazin, fonde à Sète la « Société vinicole franco-algérienne »[1]. Un an plus tard, un autre négociant, ancien failli, sans surface et disposant d'une confiance limitée ouvre une maison de commerce à Béziers avec comme nom l' « Union vinicole algérienne »[2]. Ces maisons veulent profiter du courant d'affaires et des liens existant entre l'Hérault et l'Algérie pour importer massivement des vins d'Afrique du nord en métropole. En un sens, elles veulent imiter les plus grandes maisons du département qui réalisent de gros bénéfices et assoient leur fortune sur la manne algérienne depuis le début du siècle comme « Parlier & Krüger » à Montpellier, « Les fils de L. Huc à Béziers » ou « J. Alby » à Sète. Ces nouvelles structures voient toutefois le jour dans deux contextes différents. Celles qui apparaissent au tournant des années 1920 cherchent à prolonger le lien commercial qui s'est renforcé pendant la Première Guerre mondiale tandis que celles qui naissent dans les années 1930 sont plus une réponse face à la crise qui frappe le commerce des vins. Ces deux dynamiques différentes conditionnent ainsi l'éclosion de ces nouvelles structures commerciales algéro-héraultaises durant l'entre-deux-guerres.

Enfin, les publicités elles aussi témoignent de cette évolution. Nombre d'entre elles manifestent de la conjonction du négoce des vins méridionaux et algériens dans leur entête : « Vins d'Algérie », « Vins du Midi et d'Algérie », « Algérie-Exotiques-Midi », etc. Certaines maisons insistent même sur la qualité de leurs vins algériens comme la maison « Cazalis & Prats » dont l'orientation qualitative générale est incontestable. Elle propose ici des vins rouges d'Algérie de « 1er choix » comme l'indique cette publicité.

Fig. 98 : Publicité « C & P » 1927
Source : *Annuaire de l'Hérault*, 1927

Mais, désormais, les vins algériens entrent en concurrence frontale avec ceux du Midi. En 1923, l'inspecteur de la succursale de Béziers note que, devant la médiocrité de la campagne de 1922 dans le Centre, de grosses quantités de vins d'Algérie ont été achetées. Or ceux-ci ont totalement été vendus dès le début de l'année 1923[3]. On fait alors appel aux vins

[1] ABDF : Sète, 1930.
[2] ABDF : Montpellier, 1931.
[3] ABDF : Béziers, 1923.

méridionaux qui apparaissent très clairement désormais comme le second choix pour remonter les vins septentrionaux. Se joue alors un double-jeu dans le Midi où de nombreuses maisons importent massivement, à travers leurs bureaux d'achats sur place, des vins algériens qui entrent en concurrence directe avec les vins de la région. Ainsi, le principal facteur de déstabilisation du Commerce local provient des négociants méridionaux eux-mêmes : les grandes maisons ne conservent dans le département que leurs services administratifs, la plupart des opérations commerciales se déroulent désormais en dehors de l'Hérault, entre l'Algérie, Rouen ou Dunkerque[1].

Cette situation de perte de contrôle de flux commerciaux majeurs entraîne une vive inquiétude dans les milieux syndicaux à partir des années 1930. Dorénavant, les vins algériens apparaissent comme l'adversaire principal de la filière languedocienne et ils concentrent, en dépit de nuances certaines, la majeure partie des attaques. À Béziers, dans les instances dirigeantes, les vins algériens sont alors tenus pour responsable des dérèglements que connaît le marché des vins, au même titre que la fraude au début du siècle. Ainsi, devant la Commission Barthe, Achille Gaillard, président de la CCB, estime que l'une des causes principales de la crise d'alors est la surproduction et notamment celle en provenance d'Algérie[2]. Il préconise ainsi, comme il l'avait déjà fait dans un rapport de 1925[3], le contingentement annuel des importations algériennes à 7-8 M d'hl. Cette position est novatrice dans le monde du négoce et il n'est pas étonnant qu'elle émane d'un industriel proche des milieux négociants mais qui n'en est pas un. D'ailleurs, en totale contradiction avec les thèses de Gaillard, Ernest Alby et Jean Prats, les deux syndicalistes sétois réclament devant la Commission Barthe des mesures destinées à favoriser la reprise des importations algériennes dans le port héraultais[4]. En effet, Sète souffre alors très notablement de la concurrence de la liaison Algérie-Rouen-Paris qui est moins onéreuse et qui a entraîné une dérivation des circuits commerciaux.

Mais Gaillard n'entend pas céder et persiste dans sa démarche. En 1933, il affirme : « Cet aménagement, il faut le dire, doit en premier lieu consister à dresser une barrière définitive devant l'envahissement des vins algériens. »[5] Il faut dire qu'entre-temps, devant la persistance de la crise et l'augmentation de la production algérienne[6], les institutions patronales ont reconnu une partie du péril que représente cette dernière, notamment sous la pression insistante des syndicats de vignerons[7]. En effet, en mai 1932, la CCM évoque « la prédomi-

[1] Le rapport de la BDF note à propos de la maison « Parlier & Krüger » en 1930 : « n'ont que des bureaux à Montpellier. Tout se fait entre Alger et Rouen » (ABDF : Montpellier, 1930). C'est le cas pour « Cazalis et Delord » également.

[2] *Rapport Barthe (1930)*, p. 153.

[3] ADH : 8 M 230, Fonds de la CCB, Commission des vins, Rapport Gaillard, septembre 1925. Dans ce rapport sur la crise viticole, A. Gaillard préconise d'harmoniser consommation et production en contingentant les vins métropolitains et algériens. La CCS et la CCM (où siègent de nombreux importateurs de vins algériens) se désolidarisent de cette analyse.

[4] *Rapport Barthe (1930)*, p. 96 et sq. Ce n'est pas surprenant car une partie de leurs activités consiste dans l'importation de vins algériens.

[5] ADH : 8 M 232, Fonds de la CCB, Commission des vins, Délibérations sur la crise viticole 1932-1934, PV Séance, 19/06/1933.

[6] Au début des années 1920, l'Algérie produit en moyenne 7 M hl par an contre 17 M hl au début des années 1930. Par ailleurs, la qualité de ces vins s'est nettement améliorée dans le même temps.

[7] Le contingentement algérien – voire sa suppression – totale est l'une des revendications les plus régulières devant la Commission Barthe de la part des membres de la CGV.

nance dans la crise de la question algérienne »[1] alors que le 8 juillet de la même année, l'*Action Méridionale* titre en une « La question algérienne »[2]. Le Commerce, par solidarité avec la viticulture méridionale qui s'oppose frontalement à sa rivale algérienne, prend alors position contre les importations massives des vins algériens.

Voilà une décision importante : elle marque un renversement dans le Commerce méridional et dans le négoce héraultais, même s'il est fort probable que certains syndicats, comme celui de Sète, en vertu de ses spécificités et de ses liens intimes avec l'Algérie, doivent appréhender cette décision avec beaucoup de prudence. Dans cette prise de position, la Fédération méridionale se prononce alors pour l'arrêt total des plantations, le relèvement des degrés minimums des vins importés et le contrôle qualitatif des productions en Algérie[3]. Elle ne se prononce pas pour un blocage ou un contingentement mais elle espère un contrôle plus strict des vins algériens, ce qui est déjà une première étape. En réalité, la Fédération méridionale s'oppose à l'importation de vins de vins algériens de bas degrés (8-9°)[4] car ils risquent ainsi de passer directement à la consommation sans être travaillés par les négociants métropolitains et notamment méridionaux. Mais, en raison de leur conception libérale du marché, les membres de la Fédération méridionale se refusent à un blocage des vins algériens qui ralentirait l'activité d'une majorité des maisons héraultaises.

Finalement, le gouvernement entend les doléances de la filière viti-vinicole méridionale au début des années 1930[5] et un comité franco-algérien est réuni, en 1935, afin de trouver « un aménagement à l'amiable du marché des vins et la solution de la question algérienne »[6]. Regroupant des membres des chambres de commerce de la Xe Région économique (dont G. Malet, E. Alby, F. Pétrier ou P. Granaud entre autres), il est reçu an avril 1935 à Alger pour présenter les trois points permettant de régler la question franco-algérienne : distillation, qualité et arrachage. Mais aucune mesure restrictive n'est envisagée par les négociants méridionaux, ce qui s'explique par les liens ténus qui existent avec l'Algérie, comme le souligne le rapport de la BDF de 1937 à Montpellier[7]. L'inspecteur y révèle que de nombreux négociants montpelliérains ont disparu car, habitué à travailler avec l'Algérie, ils ont fini par s'y installer.

Alors que la guerre rompt, à partir de 1942, les liens économiques entre la colonie et la métropole, les importations reprennent après 1944. Et si les tensions autour de la question algérienne persistent, ils changent de forme.

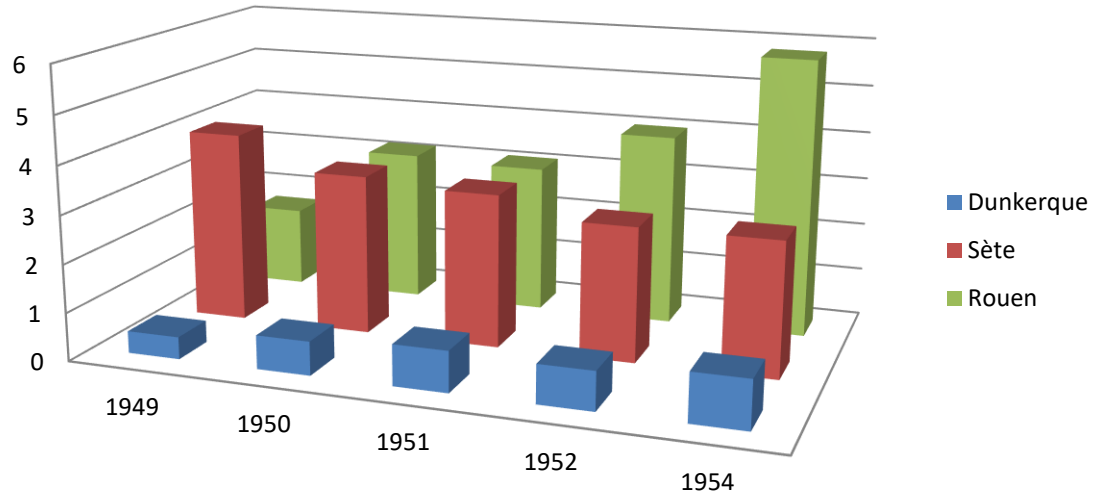
1945-1970 : apaisement et nouvelles crispations

Après 1944, les courants commerciaux entre l'Algérie et le Midi reprennent avec une certaine vigueur. Ainsi, à Sète, dans ce domaine, la parenthèse 1942-1944 est rapidement fermée. En effet, si à partir de 1942 et l'irruption des troupes allemandes sur le sol méridional,

[1] *Le Petit méridional*, 05/05/1932.
[2] *AM*, 08/07/1932.
[3] Notamment par le biais du Casier vinicole.
[4] Au lieu des 13-14° habituels.
[5] Loi du 4 juillet 1931 qui limite les plantations et loi du 8 juillet 1933 qui les interdit.
[6] *AM*, mars 1935.
[7] ABDF : Montpellier, 1937.

le commerce maritime est profondément bouleversé[1], le début de l'année 1945 voit le retour des importations de vins algériens dans le port héraultais. En effet, Sète est alors « le seul port français en mesure de recevoir des importations de l'Afrique du Nord »[2] et donc, des vins. Bien que ce courant soit assez faible au départ, il bénéficie des destructions engendrées par les combats à Rouen et très rapidement, les importations reprennent le cours normal d'avant-guerre et les dépassent même : en 1949-1950, les importations de vins par le port sétois représentent 37 % des importations métropolitaines (contre 25 % en moyenne dans l'entre-deux-guerres)[3]. Mais la situation ne dure pas et Sète est rapidement dépassé par Rouen et concurrencé par Dunkerque (graph. 52).

Graph. 52 : Les importations de vins algériens en France 1949-1954



Source : *MV*, 02/03/1957

Les maisons spécialisées dans les importations de vins algériens, comme la maison « J. Alby », la société « SETIMPORT » tenue par Lucien Poujol, le vice-président du syndicat, l'ancienne maison « Ch. Warnery et Cie » désormais gérée par le fils de Charles, Max, ou la SARL « Viguier Charles & Cie » profitent de ce nouvel afflux pour réaliser, à nouveau, d'importants bénéfices. De nouvelles maisons enregistrent un fort développement dans le port sétois et profitent de la manne algérienne : « Herber, Préau et Cie», « Wallgren SA», « Rambaud et Cie » ou « Sté. B. Taillan » dans les années 1950 par exemple.

En outre, le port sétois se met à exporter vers l'Algérie des vins méridionaux qui servent, sur place, pour les coupages : en 1955, environ 20.000 hl de VCC sont exportés vers l'Algérie. Par ailleurs, un courant d'exportation d'apéritifs et de spiritueux est assez impor-

[1] ABDF : Sète, 1945. Les bateaux sont en grande majorité envoyés vers Marseille ou l'Italie alors que les barques sont utilisées par les militaires allemands. À l'été 1944, les bombardements alliés et les destructions causées par les Allemands à leur départ aggravent encore plus la situation. À cela s'ajoute un ensablement général qui réduit de moitié la cote d'accès au port. Pour une contextualisation plus générale de l'histoire de Sète pendant la Seconde Guerre mondiale voir SAGNES J. (dir.), *Histoire de Sète*, *op. cit.*, p. 228-231.
[2] ABDF : Sète, 1945.
[3] SPRECHER G., *Sète, le plus grand port à vin du monde*, Sète, CCS, 1952.

tant : plus de 7.000 hl sont exportés vers l'Algérie cette année-là, soit près du tiers des exportations pour ce type de marchandises[1]. Dans cette logique commerciale, certaines maisons sétoises conservent des bureaux en Algérie comme la maison « Cazalis & Prats » qui dispose d'un employé sur place chargé à la fois d'acheter les mistelles et de vendre les produits de la maison[2]. Au plus fort des exportations, près de 200.000 hl font le trajet Sète-Algérie au tournant des années 1960.

Ainsi, un courant d'échanges entre l'Hérault et l'Algérie se met à nouveau en place, sans que cela ne crée, dans les années 1950, de remous au sein du Commerce. En effet, les vins algériens, dont environ 14 M d'hl sont importés chaque année en moyenne dans la métropole, sont désormais pleinement intégrés dans la logique commerciale par les négociants. D'ailleurs, lors du Congrès de 1955, Paul Villeneuve, président de la Fédération méridionale et du syndicat biterrois, prend en référence les vins cotés à Oran pour légitimer son constat positif de la situation viticole : « Les marchés de Béziers et d'Oran font réapparaître, pour la première fois depuis bien des années, la parité des cours du Midi et Algérie, ce qui témoignerait d'une effort de la viticulture méridionale vers l'amélioration de la vinification. »[3] En creux, il justifie d'ailleurs la raison principale qui explique que les maisons de négoce s'approvisionnent en Algérie : une meilleure qualité de vinification et des vins de meilleure tenue[4]. Deux derniers indices viennent confirmer l'apaisement du marché des vins quant à la question algérienne : les cours moyens annuels présentés en septembre par le *Midi Vinicole* sont ceux de Béziers et d'Oran, tandis qu'à Sète la commission de cotation continue de coter les vins algériens[5]. En outre, depuis la naissance du Groupement national des expéditeurs de Vins de France et d'Algérie en 1957, les négociants méridionaux y partagent les postes à responsabilité avec leurs homologues algériens.

Dans la presse syndicale, la « question algérienne », si polémique dans les années 1930, a de même complètement disparu. Tout au plus évoque-t-on la menace des vins algériens lorsque ceux-ci remettent en cause la place des vins méridionaux sur le marché national. Ainsi, en 1953, le *Midi Vinicole*, sous le titre « Coupage des vins Centre-Ouest/Algérie : alliance d'intérêts anti-méridionale », regrette les accords commerciaux et l'entente étroite entre la viticulture algérienne et les vignerons du Centre dont les vins, lourds pour les uns, légers pour les autres, se marient pour « procurer aux consommateurs un produit commercial de qualité passable et d'un prix moyen auquel les viticulteurs [méridionaux] se refusent »[6]. Mais dans l'article, ce sont les vins du Centre-Ouest et non ceux d'Algérie qui sont la cible des attaques : « Le vignoble du Centre-Ouest, émietté, pulvérisé en d'innombrables parcelles créées sous la raison de plantation familiale ou sous le couvert de l'hectare individuel. […] Il a planté librement de bons et de mauvais cépages [et] il crée chaque année un excédent clandestin de plusieurs millions d'hl de très petits vins. »

[1] *MV*, 10/01/1956
[2] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[3] ADH : 4 ETP 257, Fonds de la CCM, Compte rendu du Congrès de la Fédération méridionale, 1955, p. 59.
[4] Comme c'était déjà le cas dans les années 1930 lors des débats entre syndicats patronaux au sujet de la conduite à tenir face aux vins algériens.
[5] Ces derniers enregistrent une majoration de 50 à 60 F entre la cotation à Alger et celle à Sète en 1952.
[6] *MV*, 28/10/1953.

Cependant, dans les années 1960 la dynamique change brusquement, sous l'influence cette fois-ci des viticulteurs. La question algérienne est à nouveau la source d'une crispation forte entre Production et Commerce. Le discours anti-algérien s'inscrit en réalité dans la continuité d'une thématique qui émerge dans la seconde moitié des années 1950 au sein des milieux viticoles : la lutte contre les importations[1]. En effet, alors que la France vient de donner à l'Algérie son indépendance par les accords d'Évian en mars 1962, les vins algériens deviennent des vins étrangers dont il faut limiter les entrées sur le territoire métropolitain. D'ailleurs, la soudaineté de la réaction nous entraîne à penser que l'absence des attaques anti-algériennes de la décennie précédente est probablement une des conséquences du conflit militaire en cours, matérialisée par une discrétion respectueuse des événements dramatiques qui s'y déroulent[2].

Il est difficile de savoir quel a été l'impact des rapatriements des Français d'Algérie sur le négoce héraultais. Il semble toutefois être limité. Quelques familles de négociants rentrent en France pour s'installer définitivement, comme les Skalli à Sète mais une étude de 1965 indique que les maisons exportatrices sont restées sur place : 24 sur 29 sont encore présentes à Alger en 1965[3]. En outre, la presse syndicale n'évoque que très rarement le retour de négociants algériens dans le Midi : tout au plus une demande d'emploi d'un négociant rapatrié en 1965[4]. Par ailleurs, certains témoignages soulignent les difficultés que connaissent ces négociants lors de leur retour : Jean-Marie Prats nous apprend ainsi qu'à ses débuts Skalli a connu de nombreuses pertes tandis que certains de ses collègues revenus d'Algérie disparaissaient rapidement[5].

Ainsi, une fois les combats terminés dans l'ancienne colonie, la question algérienne redevient centrale. Les négociants héraultais s'inquiètent des nationalisations des grandes propriétés et du tarissement des exportations qui risquent de réduire leur propre activité[6]. Le gouvernement se veut rassurant en vertu de l'accord signé avec les autorités algériennes et qui assure l'exportation d'une partie des vins locaux[7]. Mais la situation se complique à partir de juin 1963, lorsque le gouvernement décide d'arrêter les importations d'Algérie et de bloquer les 2 M d'hl de vins algériens qui étaient sous douane. Désormais, les négociants possédant des vins algériens ne peuvent les mettre en vente que s'ils achètent l'équivalent de vins français, titrant entre 9°5 et 10°5. En conséquence, en 1963, les importations de vins algériens ne représentent plus que la moitié de celles de 1961[8] et en 1964, un nouvel accord bilatéral con-

[1] Voir « Assez d'importations », *MV*, 03/09/1958 ou « Pas besoin des Grecs », *MV*, 11/10/1958.
[2] Pour une mise en perspective, voir BOUCHÈNE A., PEYROULOU J.-P., SIARI TENGOUR O., THÉNAULT S. (dir), *Histoire de l'Algérie à la période coloniale*, Paris, La découverte, 2012, chap. IV : « Vers l'indépendance de l'Algérie ».
[3] MUTIN G., « Le commerce extérieur de l'Algérie en 1964 », *Revue de géographie de Lyon*. Vol. 40 n°4, 1965, p. 347.
[4] *MV*, 17/03/1965 : un négociant du Gard, « récemment rapatrié » cherche des représentants.
[5] Comme les maisons « Cuaz » et « Martinez » par exemple. Cf. Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[6] CR Congrès FM, 1963, *MV*, 01/05/1963.
[7] Article 6 des Accords d'Évian mais dont on ne connaît alors pas la teneur exacte.
[8] 6,7 M hl contre près de 14 M.

tingente les vins algériens selon un calendrier bien précis jusqu'en 1968[1]. En réalité, ces plafonds ne seront jamais atteints et en 1967, la France suspend de manière unilatérale les importations, avant de les reprendre, périodiquement, selon les besoins. Les prix, pour leur part, sont eux aussi strictement encadrés et évalués sous les cours méridionaux pour ne pas entraîner de déséquilibres sur le marché[2].

Dans le Commerce, ces nouvelles complications désorientent les négociants qui doivent maintenant gérer le déblocage des vins sous douane ou dans leurs chais et la gestion des contingentements[3]. Les protestations, qui restent lettre morte, se multiplient[4], d'autant plus que même les vins vieux en chais sont soumis à ces restrictions, en volume et en valeur[5].

Surtout, le Commerce devient la cible des organisations viticoles qui veulent limiter voire stopper les importations de vins algériens, au contraire du négoce[6]. Jean Valéry, dans son éditorial souligne alors : « Cette question des importations des vins d'Algérie est devenue une sorte de maladie chronique qui ne laisse pas de préoccuper aussi bien la Viticulture que le Commerce, mais pour différentes raisons. »[7] Si certains acteurs de la Production peuvent trouver un avantage dans l'importation des vins algériens[8], en mars 1965, le Syndicat des jeunes viticulteurs de l'Hérault se dit opposé aux importations et assure qu'il va, localement, exercer un contrôle sur les maisons de commerce pour surveiller leurs activités[9]. En 1967, Jean Baux, alors président du Syndicat des assujettis à la distillation obligatoire, s'élève contre ces importations qui obligent le Languedoc à « subventionner le Maghreb »[10]. À Sète, les opérations « coup de poing » contre les importateurs se multiplient : on vide les cuves des chais sur les routes, on ralentit les déchargements, on perturbe les expéditions[11]. Dans le même temps, les organisations viticoles trouvent une nouvelle stratégie : demander l'interdiction des coupages par les vins algériens alors qu'au même moment, le Commerce demande la reprise des importations des vins d'Afrique du Nord qui vient d'être stoppée[12]. Finalement, le gouvernement ne tranche pas. Les coupages étrangers sont bien interdits mais les vins algériens pourront être coupés à hauteur de 20 % de leur volume[13]. Sous la pression

[1] 8,8 M hl en 1964 ; 8,3 M hl en 1965 ; 7,7 M hl en 1966 ; 7,2 en 1968.
[2] GALLISSOT R. (éd.), *Les Accords d'Évian : en conjoncture et en longue durée*, Paris, Kartala, 1997, p. 177.
[3] En décembre 1963, on prévoit pour l'année 1964 six tranches pour lesquelles sont distribués des bons de répartition destinés aux négociants importateurs depuis au moins 1959.
[4] *MV*, 10/07/1963, 09/12/1964 et 13/11/1965.
[5] Les vins algériens pour 1964 sont plafonnés fin 1963 à 5 F 70 le degré-hl alors qu'à Montpellier à la même période les 11° se vendent à 6 F 40.
[6] *MV*, 11/11/1964.
[7] *Idem.*
[8] En février 1965, une réunion se tient entre la Fédération des caves coopératives et des représentants de la FM pour qu'une partie des bons de répartition soit allouée aux caves coopératives. Ces dernières les rétrocèderaient alors aux négociants qui, en échange de ce bon procédé, rachèteraient les petits vins produits par les caves. Cet « imbroglio » comme l'appelle le *MV* porte tout de même sur près de 500.000 hl.
[9] *MV*, 20/03/1965.
[10] « Quand le Languedoc subventionne le Maghreb », *MV*, 01/02/1967.
[11] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.
[12] *MV*, 31/05/1967.
[13] Arrêté du 23/09/1967 sur le coupage des vins français avec des vins originaires et en provenance d'Algérie, (JORF du 26/09/1967).

des organisations viticoles, en 1968, ce taux décroit, pour atteindre 8 %[1]. Bien que le Commerce reste inquiet de ces restrictions, la question algérienne disparaît de l'actualité.

C'est en tout cas un coup dur porté aux maisons de commerce héraultaises et il faut très vraisemblablement y voir là l'une des causes de leur disparition[2]. Ainsi liées aux vins algériens qui ont su les faire prospérer, certaines maisons subissent de plein fouet la réduction drastique des leurs importations.

La forte dépendance puis la disparition des vins algériens[3] du paysage commercial national accentuent ainsi la fragilisation croissante des maisons héraultaises alors que dans le même temps un nouveau cadre d'exercice s'impose à tous : la Communauté économique européenne.

Le négoce héraultais face à la CEE : le mélange des sentiments

Lorsqu'il évoque la situation sur le marché des exportations devant la Fédération méridionale en 1955, le président de la section, André Montet, espère, pour favoriser les exportations, « que la libération des échanges se poursuivra et que nous trouverons des débouchés de plus en plus importants »[4]. Il évoque ainsi implicitement le projet européen d'ouverture des frontières douanières qui est en passe d'éclore[5] et qui semble *a priori* s'inscrire dans la logique libérale prônée par les négociants.

En réalité, les appréciations vis-à-vis de la construction européenne sont plus contrastées.

Le temps de l'indifférence et des questionnements : les années 1950

Avant 1957, il n'est – en tout cas dans la presse syndicale, les réunions du Bureau des différents syndicats ou dans les correspondances – jamais fait explicitement état du processus de construction européenne qui s'amorce pourtant dès le début de la décennie 1950. Certaines remarques ou arguments y font allusion comme la phrase d'André Montet citée plus haut, mais cela reste à cette époque largement anecdotique. Ainsi, même dans les rapports de la section exportation, il n'est fait état d'un quelconque processus d'harmonisation ou de construction européenne avant la signature du Traité de Rome lui-même. Tout au plus espère-t-on la multiplication des accords douaniers pour favoriser les échanges de vin[6]. En revanche, dès

[1] *MV*, 28/02/1968.
[2] La maison « Les fils de Louis Huc » qui avait fait fortune grâce aux vins algériens semble disparaître directement après le tarissement des importations de ces vins.
[3] Trainés « comme un boulet » par le marché français depuis le début du siècle selon M. Lachiver (cf. LACHIVER M., *op. cit.*, p.444).
[4] ADH : 4 ETP 257, *op. cit.*, CR Congrès 1955, p.17.
[5] Voir au sujet de la construction européenne les synthèses suivantes : CHRISTOPHE-TCHAKALOFF M.-F., *Les Grandes Étapes de l'organisation de l'Europe, 1945-1996*, Paris, PUF, 1997 et ZORGBIBE C., *Histoire de la construction européenne*, Paris, PUF, 1997.
[6] AG Section exportation, 1952, *MV*, 28/05/1952.

1957, les négociants semblent s'intéresser régulièrement à cette problématique. Cet intérêt prend tout d'abord la forme de nombreux questionnements au sein des milieux commerciaux.

Dès février 1957, un article du *Midi Vinicole* reprend la genèse du futur traité et souligne que les diverses tentatives précédentes n'ont jamais abouti ou sont restées superficielles, ce qui au demeurant peut justifier, en partie, le désintérêt du monde du négoce pour un sujet qui semble dépasser ses intérêts propres. L'article revient donc sur les projets d'union douanière franco-italienne ou le « pool vert » de Pierre Pflimlin au début des années 1950, deux projets restés lettre morte. Il est, début 1957, également question des recommandations de l'OECE qui visent, selon le *Midi Vinicole*, à « discipliner les échanges européens, ordonner leur libération progressive, mais sans réalisation de la moindre intégration »[1]. On sent dans le ton et dans le propos une certaine amertume vis-à-vis des projets et des programmes de développement économique nés au sein de l'Europe d'après 1945 mais qui n'ont jamais vu le jour. C'est là aussi ce qui explique, jusqu'à la signature du Traité de Rome en 1957, une certaine indifférence vis-à-vis des problématiques européennes dans les milieux commerciaux. Les thématiques abordées et les sujets de préoccupation semblent alors plus terre-à-terre[2], sans compter le manque d'attrait général pour les questions extranationales et les exportations.

Toutefois, la mise en branle de la construction européenne entraîne, à partir de 1957, de nombreux questionnements. Ils sont renforcés par les difficultés rencontrées par les négociateurs européens pour aboutir à un programme commun au sujet de l'agriculture. Et, si l'abaissement progressif des droits de douane pour arriver « sur le plan commercial […] à un seul pays : l'Europe des six » est une mesure bien reçue dans l'opinion publique viticole en 1957[3], le *Midi Vinicole* regrette le flou entourant le domaine agricole et, donc, les vins : « Faute d'avoir pu s'entendre sur le détail des mesures à prendre dans le domaine agricole, le projet de traité se contente de dire qu'une organisation en commun des marchés agricoles est à prévoir. »[4] Le journal s'interroge surtout sur l'un des principes fondamentaux sur lequel se bâtit ce projet de marché agricole commun : la régulation du marché. Sera-t-il un marché ouvert à la libre concurrence comme en RFA ou en Belgique ? Ou bien un marché dont l'organisation serait fortement encadrée comme en France ou aux Pays-Bas ? Voilà une question fondamentale qui intéresse au plus haut point les milieux commerciaux viticoles, eux qui sont les ardents défenseurs d'un marché le plus libéralisé possible depuis la fin de la guerre. On cherche également à mesurer les forces viticoles en présence, mais également les potentiels débouchés comme le résume le *Midi Vinicole* dans un tableau paru en juin 1957 (tab. 106, page suivante).

[1] *MV*, 02/02/1957.
[2] Fiscalité, libéralisation des transports, gestion quotidienne de la réforme du Statut viticole, écoulement de la campagne, etc.
[3] MAFFRE-BAUGÉ E., *Face à l'Europe des impasses*, Toulouse, Privat, 1979, p. 15-18. Il y évoque la « grande illusion » à laquelle ils ont cru, emportés par la « nouvelle foi » et la croyance dans « l'expansion certaine de la viticulture ».
[4] *MV*, 02/02/1957.

Tab. 106 : « Le marché commun et la viticulture » *MV,* **15/06/1957**			
Pays	***Superficie en vignes (ha)***	***Production de vins (en milliers d'hl)***	***Consommation (en millier d'hl)***
France	1.888.350	74.500	60.000
Italie	1.700.000	58.580	50.000
Allemagne	73.978	2.404	4.875
Luxembourg	1.240	118	100
Belgique	435	120	555
Pays-Bas	452	3	165

Quelques semaines après la signature du traité, le négociant Paul Rouanet, alors président de la CCB, s'interroge lui aussi. S'il voit des avantages dans un marché de plus de 170 M de consommateurs, il se demande quels seront les contours commerciaux de la nouvelle communauté économique qui voit le jour avec la signature du Traité de Rome. Il s'inquiète de la concurrence exacerbée procédant d'une telle organisation économique et de ses conséquences néfastes sur un pays de petites et moyennes entreprises comme la France. En effet, selon lui « les affaires de moyenne importance risquent de disparaître au profit des grands trusts […] et il n'est pas douteux que cette organisation exigera des sacrifices »[1]. C'est bien évidemment en pensant aux maisons de commerce héraultaises que le président Rouanet affirme cela. Syndicaliste de premier rang, il sait très bien que le négoce du département se caractérise en grande majorité par des petites et des moyennes structures qui ne pourraient pas rivaliser face à de grands groupes paneuropéens. Au-delà de cette question, particulièrement vive dans un négoce qui est déjà touché par un vaste mouvement de concentration depuis quelques années, il évoque également les différences de fiscalité ou de salaires entre les nations signataires. Surtout, preuve du manque d'enthousiasme pour un des membres les plus éminents du négoce local, Rouanet conclut sur la nécessité de soutenir la construction européenne essentiellement pour des raisons géostratégiques, notamment face aux blocs américain et soviétique qui, en cette époque de Guerre froide, cherchent à étendre leur rayonnement respectif[2]. De fait, il est ici très paradoxal – et particulièrement révélateur – de voir qu'un des principaux responsables de l'orientation économique et commerciale du département[3] soutienne, en premier lieu, la construction européenne pour des raisons politiques et non pas économiques. On peut vraisemblablement y lire là au mieux la circonspection, au pire le doute face à ce projet européen commun. Il termine d'ailleurs son intervention en réclamant du temps pour la mise en place du Marché commun car « l'adaptation sera difficile » et devra se faire « après la suppression des disparités qui existent entre les divers États [car] la France

[1] *MV*, 03/04/1957.
[2] Voir à ce sujet GIRAULT R., FRANK R., THOBIE J., *La Loi des géants, 1941-1964 : Histoire des relations internationales contemporaines, T. III*, Paris, Payot, 2005
[3] Rouanet est alors VP de la CCB, membre du Bureau de la Xe Région et en 1955 il est nommé président de la CCB.

n'est pas préparée à une épreuve concurrentielle »[1]. Ce n'est donc pas dans le plus grand optimisme qu'est accueillie cette nouvelle orientation économique européenne.

Lors des deux Congrès de la Fédération méridionale qui suivent la signature du Traité, la question de la CEE n'est même pas abordée ou alors succinctement au sein de rapports consacrés à d'autres sujets. En 1957, Georges Bonfils, dans le rapport de la section exportation, évoque ainsi les possibles conséquences du Marché commun pour les exportations des vins méridionaux mais c'est une question secondaire et encore une fois, il s'agit d'aborder, vaguement, les potentialités qu'un tel projet pourrait apporter[2]. En 1958, c'est au détour du rapport sur les transports routiers qu'est évoquée la construction européenne.

D'ailleurs, il est intéressant d'interpréter le vœu émis à cette occasion :

> « La Fédération méridionale émet le vœu que, dans les échanges de vues qui se développent sur l'organisation de l'Europe, les pouvoirs publics soutiennent ceux des représentants français qui sont chargés de défendre le principe et la sauvegarde du transport privé. »[3]

Au-delà de la défense d'intérêts particuliers au sein d'un projet beaucoup plus global et avec des intentions autres, la formulation révèle toute la méfiance et la prudence face à ce que les négociants semblent considérer comme un projet parmi d'autres. De ce fait, bien qu'acté en 1957, la construction européenne n'est pas une réalité tangible pour des négociants dont les principales préoccupations sont plus concrètes et matérielles[4]. Ainsi, un an après sa signature, le Traité de Rome et ses orientations économiques semblent, pour les négociants héraultais, ne pas être autre chose qu'un projet. Or dans les domaines agricole et viticole, l'extrême lenteur des négociations leur donne raison.

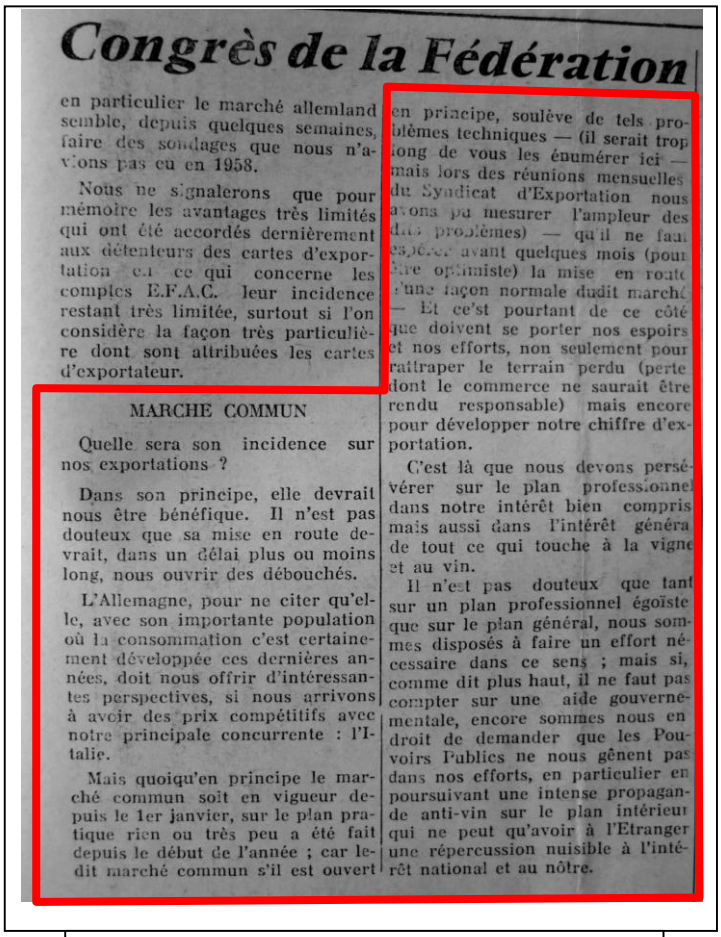
Il faut toutefois souligner ici l'analyse à courte vue du négoce méridional. En effet, comme dans bien d'autres domaines, les négociants appréhendent la construction européenne par le simple biais de leurs intérêts particuliers. Si cela peut se comprendre pour un organisme corporatif, cette appréhension se trouve particulièrement en décalage avec le discours général qui évoque bien souvent l'intérêt général. Or, si la construction européenne peut apparaître comme une menace pour la viticulture méridionale qui est défavorisée par des coûts largement supérieurs, notamment face au voisin italien, c'est également une avancée manifeste. En effet, l'un des objectifs de la politique agricole commune défini dès 1957 est la stabilisation des marchés, ce qui est l'une des principales doléances du négoce et des propriétaires depuis le début du siècle. En outre, la CEE vise à une libéralisation des échanges et à une plus grande compétitivité au sein du Marché commun, également deux des combats syndicaux portés par le négoce sur l'ensemble de la période, notamment la libéralisation de procédés de commercialisation et des transports.

---

[1] *Idem*.
[2] CR, Congrès FM, 1957, *MV*, 22/05/1957.
[3] CR, Congrès FM, 1958, *MV*, 07/06/1958.
[4] Notamment en 1958 la question du double secteur.

Mais, en réalité, les représentants syndicaux ne voient dans la CEE qu'un projet inégal qui risque de les pénaliser et de les défavoriser. Ainsi, plutôt qu'entrevoir – au prix, il est vrai, de sacrifices – les effets positifs pour la filière, les négociants héraultais n'entrevoient la CEE principalement que par le thème des exportations. Cependant, celle-ci, on l'a vu, n'intéresse que peu de maisons dans le département, ce qui a pour effet de renforcer l'indifférence avec laquelle la CEE est accueillie par les milieux commerciaux.

Il faut attendre 1959 pour que la question du Marché commun soit effectivement posée lors du Congrès annuel de la Fédération méridionale et que la CEE apparaisse pour les négociants comme une réalité concrète, discutée par les instances syndicales. Cette dernière est liée, encore une fois, à la question des exportations mais elle fait l'objet d'un point précis lors de la présentation du rapport de Georges Bonfils et elle est reprise *in extenso* par le *Midi Vinicole* (fig. 99), ce qui n'était pas le cas auparavant.



Congrès de la Fédération

en particulier le marché allemand semble, depuis quelques semaines, faire des sondages que nous n'avions pas eu en 1958.

Nous ne signalerons que pour mémoire les avantages très limités qui ont été accordés dernièrement aux détenteurs des cartes d'exportation et ce qui concerne les comptes E.F.A.C. leur incidence restant très limitée, surtout si l'on considère la façon très particulière dont sont attribuées les cartes d'exportateur.

MARCHÉ COMMUN

Quelle sera son incidence sur nos exportations ?

Dans son principe, elle devrait nous être bénéfique. Il n'est pas douteux que sa mise en route devrait, dans un délai plus ou moins long, nous ouvrir des débouchés.

L'Allemagne, pour ne citer qu'elle, avec son importante population où la consommation c'est certainement développée ces dernières années, doit nous offrir d'intéressantes perspectives, si nous arrivons à avoir des prix compétitifs avec notre principale concurrente : l'Italie.

Mais quoiqu'en principe le marché commun soit en vigueur depuis le 1er janvier, sur le plan pratique rien ou très peu a été fait depuis le début de l'année ; car ledit marché commun s'il est ouvert en principe, soulève de tels problèmes techniques — (il serait trop long de vous les énumérer ici — mais lors des réunions mensuelles du Syndicat d'Exportation nous avons pu mesurer l'ampleur des dits problèmes) — qu'il ne faut espérer avant quelques mois (pour être optimiste) la mise en route d'une façon normale dudit marché — Et c'est pourtant de ce côté que doivent se porter nos espoirs et nos efforts, non seulement pour rattraper le terrain perdu (perte dont le commerce ne saurait être rendu responsable) mais encore pour développer notre chiffre d'exportation.

C'est là que nous devons persévérer sur le plan professionnel dans notre intérêt bien compris mais aussi dans l'intérêt général de tout ce qui touche à la vigne et au vin.

Il n'est pas douteux que tant sur un plan professionnel égoïste que sur le plan général, nous sommes disposés à faire un effort nécessaire dans ce sens ; mais si, comme dit plus haut, il ne faut pas compter sur une aide gouvernementale, encore sommes nous en droit de demander que les Pouvoirs Publics ne nous gênent pas dans nos efforts, en particulier en poursuivant une intense propagande anti-vin sur le plan intérieur qui ne peut qu'avoir à l'Etranger une répercussion nuisible à l'intérêt national et au nôtre.

Fig. 99 : Premier rapport relatif au Marché commun devant la FM Congrès 1959
Source : *MV*, 22/04/1959

À la question « Quelle sera son incidence sur nos exportations ? », Bonfils présente les perspectives de nouveaux débouchés qu'offrira l'ouverture du marché commun, notamment

les populations germaniques « où la consommation s'est certainement développée ces dernières années »[1]. Mais Bonfils regrette que, depuis la signature de l'acte instituant la CEE, « rien ou très peu a été fait », alors que faute de directives, les maisons de commerce n'ont pas su comment interpréter ce traité. Selon lui, les problèmes techniques ralentissent grandement « la mise en route d'une façon normale du dit marché » et il table sur celle-ci « d'ici quelques mois – pour être optimiste ». Néanmoins, s'il condamne les retards et les soucis auxquels doivent faire face les négociants, Bonfils évoque aussi les espoirs engendrés par le Marché commun, sur le plan des exportations mais également sur pour l'ensemble de la profession qui pourrait y trouver un facteur de modernisation et d'expansion.

Ainsi, le négoce héraultais se retrouve dans une situation paradoxale face à la CEE. Entre attentisme et indifférence, le thème est secondaire, loin de l'activité quotidienne des négociants. La décennie suivante marque une nette rupture : l'ouverture des frontières et les dispositifs régulateurs suscitent alors à la fois espoir et crainte.

Les années 1960, entre espoirs et craintes

Les congrès annuels indiquent que le tournant des années 1960 marque une rupture dans la perception de la construction européenne par le négoce héraultais. En effet, le sujet est dorénavant débattu de manière régulière.

Au sein de la CNVS, il y a même, à partir de 1960, la présentation d'un rapport annuel sur la construction européenne. Le premier, diffusé à large échelle dans le département, est particulièrement évocateur de la nouvelle implication du Commerce dans le projet européen[2]. On y évoque « un tournant de l'histoire professionnelle », avec la perspective à la fin des années 1960 d' « un seul et unique marché du vin pour les six pays ». La CNVS détaille alors les perspectives fondamentalement positives pour la profession, si tant est que les maisons de commerce acceptent de s'adapter. Il est également question de la participation de la CNVS aux comités consultatifs pour l'élaboration du tarif douanier en 1959, avec un « mode de taxation qui pénalise les produits de basse qualité vendus à bas prix et empêchera la fraude ». Ce sont là deux des vœux défendus devant les instances nationales par le Commerce méridional depuis plusieurs années. Le syndicat national est également appelé à intervenir auprès de la commission Mansholt qui rédige le projet d'organisation agricole commune. La CNVS recommande alors à l'ensemble des maisons de se tenir informées des évolutions de la construction européenne. Dans une démarche à dimension propédeutique, elle fait le tour des thèmes qui vont connaître, dans un futur proche, des modifications : régime des sociétés et du crédit, fiscalité, salaires, régime du commerce de gros, règles de vinification, fraudes, publicités, etc. Tant de thèmes qui intéressent le Commerce méridional et qui dépassent le simple cadre des exportations. Ici, l'implication de la CNVS est importante car nous avons vu que, depuis les années 1950, c'était elle qui imprimait la dynamique syndicale sur l'ensemble du territoire national et que les syndicats locaux étaient particulièrement soumis aux grandes orientations

[1] CR Congrès FM, 1959, *MV*, 22/04/1959.
[2] CR Congrès CNVS, 1960, *MV*, 04/06/1960.

décidées à Paris. Le tournant que veut imprimer la CNVS aura donc inéluctablement des conséquences pour les maisons héraultaises mais également sur le discours des syndicats méridionaux. Enfin, pour conclure, le rapport insiste sur l'un des grands espoirs placé dans la construction européenne : « simplification des réglementations paralysantes ; allègement d'une fiscalité aberrante ; plus juste appréciation de la qualité de nos produits ». C'est là aussi, en substance le programme d'action et les principales revendications des négociants méridionaux depuis plusieurs décennies.

Preuve de ce basculement, l'une des motions de la Fédération méridionale cette même année 1960 est la suivante : « La Fédération méridionale fait confiance aux délégués de la profession qui œuvrent dans les conférences internationales pour arriver à l'harmonisation des législations viti-vinicoles dans le cadre du Marché commun »[1], tandis que plusieurs autres motions se réfèrent au cadre communautaire. Lors du banquet, il est enfin évoqué la nécessité d'avoir des syndicats forts et bien organisés « à la veille de l'entrée de la France dans le Marché commun »[2]. Par ailleurs, le jour précédent, l'homme fort du syndicalisme héraultais, Ulysse Vergnes, déclare devant le Congrès du Groupement national des expéditeurs de vins de la métropole et d'Algérie dont il est le secrétaire général, que « l'entrée en vigueur de la CEE […] sera une révolution », notamment en raison de la profondeur de marché qu'elle va désormais offrir aux commerces méridional et algérien[3]. Dorénavant, la construction européenne est bel et bien intégrée au discours syndical et au processus de défense professionnelle.

Le *Midi Vinicole* se fait alors l'écho des espoirs du négoce dans le Marché commun. Cela se traduit notamment par de nombreux articles qui présentent positivement le processus. En janvier 1960, un article reprenant les grands thèmes traités dans un magazine allemand, *Deutsche Wein-Zeitung*, dont le numéro spécial traite de « La France viticole », expose ainsi les avantages de « l'Europe du vin ». Afin de permettre le développement des économies viticoles nationales, les professionnels du négoce des pays membres se retrouvent sur de nombreux points : usages commerciaux, protection des marques, dénonciation de la fiscalité incohérente, propagande en faveur des vins, etc. [4] Il est certain que l'un des espoirs est alors de voir se former une corporation unie et paneuropéenne qui dépasserait les cadres nationaux et permettrait la défense des intérêts du négoce. Vœu pieux – voire naïf – toutefois, si l'on prend en considération les difficultés manifestes que rencontre le négoce méridional pour s'organiser et s'entendre autour de certains thèmes et surtout les antagonismes qui existent au sein même de la seule CNVS qui a été au bord de l'implosion à la fin des années 1950[5]. Néanmoins, très clairement, cette union d'intérêts est l'un des arguments principaux avancé par les représentants patronaux méridionaux pour justifier leur adhésion à la cause euro-

[1] *MV*, 18/05/1960.
[2] CR, Congrès FM, 1960, *MV*, 27/04/1960.
[3] CR, Congrès GNEVMA, *MV*, 27/04/1960.
[4] *MV*, 27/01/1960.
[5] En 1958, il a fallu repousser l'élection du président du syndicat en raison de fortes tensions internes entre plusieurs candidats et groupements.

péenne. Surtout, selon le discours syndical, c'est seulement dans le cadre européen que pourra se réaliser l'harmonisation viti-vinicole qui permettrait de sortir du régime des accords bilatéraux, si néfastes au commerce méridional, et de mettre la France sur un pied d'égalité avec ses voisins producteurs, notamment l'Italie.

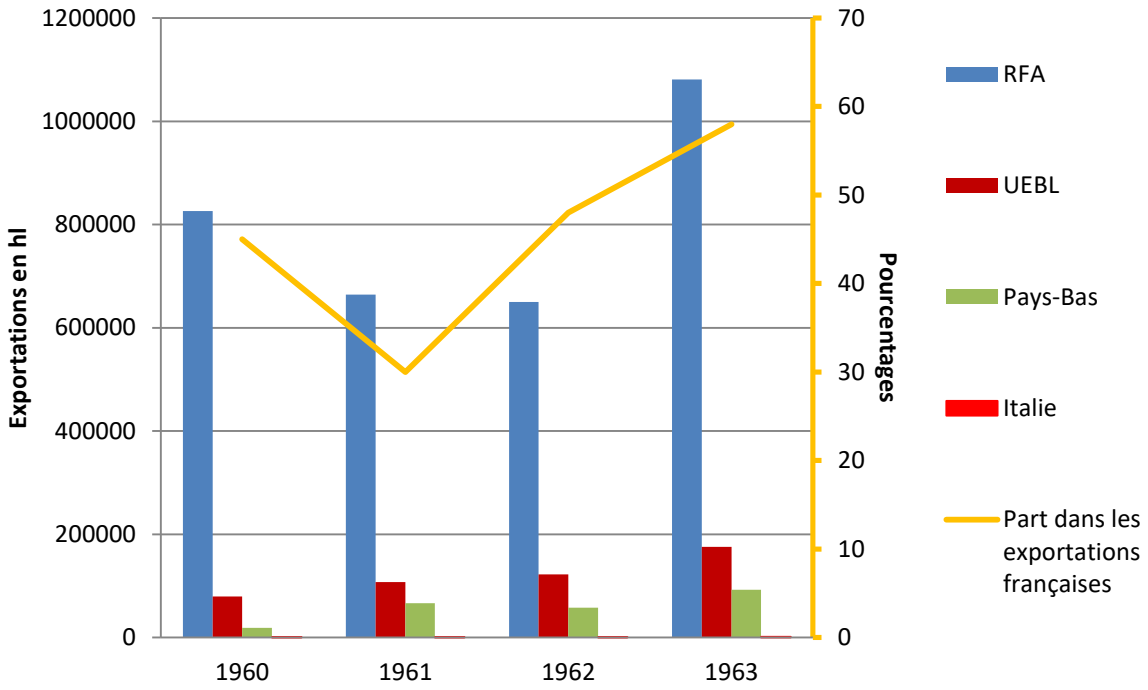
C'est là un point crucial car, comme le souligne un article sur l'organisation des marchés agricoles : « L'exportation est aujourd'hui indispensable à l'équilibre des marchés avec l'expansion de la production et la disparition progressive de l'isolement vis-à-vis des marchés extérieurs, tout au moins dans la CEE [et] c'est dans ce cadre, plus large, qu'elle doit être prévue désormais. »[1] Pour cette raison, dès 1960, le *Midi Vinicole* appelle à « la nécessité de mettre en place, rapidement, cette organisation commune ». Surtout, le journal se félicite de la démarche qualitative impulsée par la Commission européenne dans le domaine viticole, les négociants méridionaux étant persuadés que leur région, produisant des vins de meilleure qualité que ceux du Centre-Ouest et de l'Italie, serait alors privilégiée[2]. D'ailleurs, lors du congrès de Fédération méridionale en 1961, la question de l'harmonisation européenne et des nouveaux débouchés offerts par le Traité de Rome sont évoqués à plusieurs reprises[3]. Cette harmonisation est importante car au début des années 1960, les marchés des vins ont des modes de fonctionnement particulièrement disparates : la France n'autorise que des entrées limitées de vins étrangers, l'Italie n'admet aucune importation de VCC et la RFA n'autorise l'entrée libre des vins sur son territoire que pour un usage industriel uniquement tandis qu'elle soumet les VCC à un contingentement strict et très limité. En outre, la France soutient les prix à la production et régule l'offre sur l'année alors que l'Italie assure le soutien les prix à la consommation et n'a pris aucune mesure pour limiter les ventes. Enfin, la première interdit les nouvelles plantations tandis que l'autre les encourage[4].

C'est pourquoi en 1964, Jean Valéry, dans un éditorial intitulé « L'Europe vinicole en 1970 », se fait le porteur des espoirs du Commerce. Il estime tout d'abord que la disparition des barrières commerciales entraînera, de fait, la suppression des droits de circulation. Il espère également la disparition de la taxe unique car le principal concurrent commercial de la France viticole, l'Italie, l'a déjà fait en 1962, pour favoriser le commerce de ses vins. Pour Jean Valéry, l'un des principaux attraits de la CEE réside dans la possibilité de recourir aux services de producteurs ou de négociants de l'ensemble des six pays membres et de multiplier librement les succursales dans ces pays[5]. L'accroissement d'un marché par essence libéral entrainerait donc indéniablement celui des structures commerciales.

Le journal présente également chaque année les tendances exportatrices vers les pays membres de la CEE. En 1964, il revient sur les évolutions récentes des exportations vers ces derniers (graph 53[6]).

[1] *MV*, 18/06/1960.
[2] *Idem.*
[3] CR, Congrès FM, 1961, *MV*, 13/05/1961 et 31/05/1961.
[4] « Les VCC et le Marché commun », *MV*, 11/04/1964.
[5] *MV*, 27/06/1964.
[6] UEBL : Union économique belgo-luxembourgeoise.

Graph. 53 : Evolution des exportations de VCC vers les pays membres, 1960-1963



Source : *MV*, 22/01/1964

Par le biais de ces données chiffrées, le journal se veut optimiste. Avec une tendance à l'accroissement des exportations, le marché européen et son unification douanière présentent dès lors de réels intérêts pour les maisons de commerce prêtes à s'investir dans des réseaux commerciaux européens.

Mais au-delà de ces espoirs – nombreux mais loin d'être assouvis – sourdent des craintes réelles. La première est liée à la perception même de l'œuvre modernisatrice de la CEE. En effet, derrière ce qui est l'un des objectifs majeurs de la construction européenne se cache la mise en péril des intermédiaires et notamment des plus petits d'entre eux. Ainsi, dès 1960, l'inquiétude de voir le tissu commercial viti-vinicole méridional se décomposer est présente : « L'isolement ne se conçoit plus dans le cadre du Marché commun et les petites entreprises ne le peuvent plus, sans se regrouper dans le cadre d'une forte organisation professionnelle. »[1] Derrière ce message appelant à l'adhésion syndicale se trouve un autre bien plus inquiétant : la promesse de temps à venir difficiles et funestes, notamment pour les plus petites structures qui auront du mal à être compétitives sur le marché européen. D'ailleurs, en mai 1963, le négociant sétois Georges Bonfils ne dit pas autre chose lorsqu'il affirme devant la Fédération méridionale que le Marché commun est « un facteur d'instabilité »[2], notamment en raison des nouvelles concurrences qui vont émerger. Vergnes, pour sa part, souligne, devant

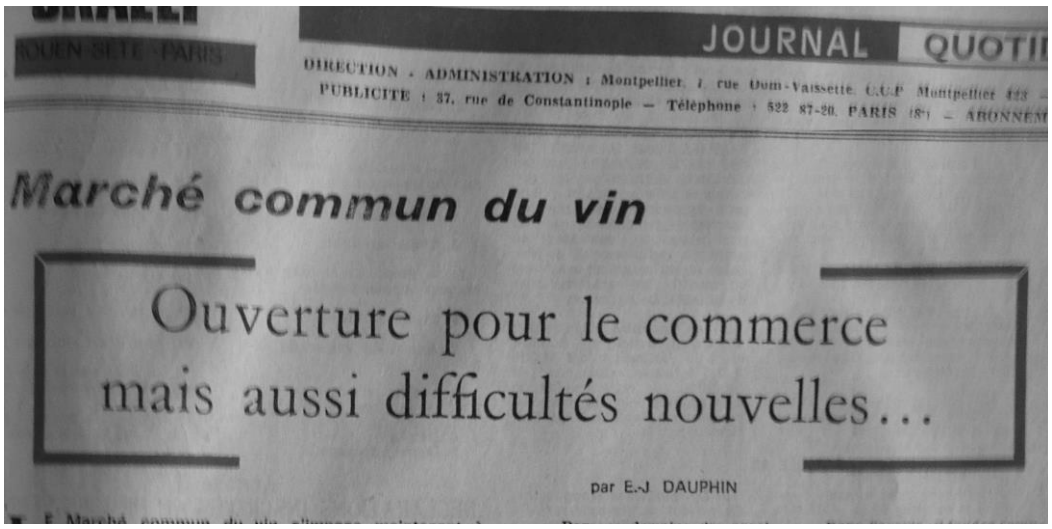
[1] *MV*, 04/06/1960.
[22] CR, Congrès FM, 1963, *MV*, 01/05/1963.

le syndicat montpelliérain, que quels que soient les espoirs portés par la construction européenne, il faut s'attendre à « une œuvre de longue haleine »[1]. Les responsables syndicaux connaissent particulièrement bien les défaillances du négoce local pour savoir que la plus grande difficulté sera l'adaptation à un nouveau système commercial, à de nouvelles règles et à de nouveaux processus de commercialisation, le tout dans un contexte où la concurrence sera renforcée.

Alors que l'échéance du 1er avril 1970 approche[2], la presse syndicale se fait l'écho d'inquiétudes de plus en plus vives. Les retards dans les travaux d'harmonisation inquiètent tout d'abord le Commerce dès 1966. En l'occurrence, une ouverture des frontières associées à une non-harmonisation des législations entraînerait « de sérieuses distorsions de concurrence dans les échanges »[3]. Lors du congrès de la Fédération méridionale, le président Vergnes s'inquiète ainsi de « l'intégration de notre commerce dans l'évolution actuelle »[4] et plus particulièrement de la CEE. Au même titre que la Production, le négoce se croit menacé par le processus de construction européenne, surtout en raison de la production italienne, plus compétitive que la production française. D'ailleurs lorsqu'est créé en 1967 le Syndicat des négociants expéditeurs de France par Ulysse Vergnes, il est question des différents problèmes que ce syndicat va tenter de régler et notamment « demain, celui du Marché commun »[5]. Quelques semaines plus tard, le *Midi Vinicole* se fait le relais de l'inquiétude pressante dans les milieux commerciaux à la suite du règlement 67/67 qui limite et encadre les contrats d'exclusivité entre partenaires commerciaux. Le journal conclut, résigné, qu' « il nous est nécessaire de [le] connaître, pour mieux nous défendre, nous y conformer et nous y adapter »[6]. Dans le numéro suivant, il revient sur ce problème, indiquant qu'avec la disparition des contrats d'exclusivité, « nous verrons nos marges bénéficiaires beaucoup moins assurées, mais encore obligées de diminuer, ce qui mettrait en péril notre rentabilité. »[7] En décembre 1967, le journal indique les grandes orientations de la politique agricole en matière viticole : libre circulation des marchandises, encadrement des prix intérieurs et extérieurs, détermination de la qualité des vins commercialisés[8]. Si certaines orientations sont reçues positivement, d'autres comme l'encadrement des prix, font craindre le renforcement d'un contrôle du marché des vins. En juin 1968, un article regrette l'ouverture des frontières sans harmonisation de la législation intérieure, ce qui va entraîner nécessairement des problèmes pour les expéditeurs[9]. Lorsque la liberté des vins est proche en février 1970, le *Midi Vinicole* souligne, que la législation européenne « préserve finalement les grands principes de la règlementation française, la plus

[1] CR, AG Syndicat de Montpellier, 1961, *MV*, 26/04/1961.
[2] Le 1er avril 1970 est la date de mise en place de l'Europe des vins, c'est-à-dire la disparition des barrières douanières dans le domaine viti-vinicole. Finalement, cette date est repoussée au 22 avril 1970.
[3] *MV*, 04/06/1966.
[4] CR, Congrès FM, 1966, *MV*, 11/05/1966.
[5] *MV*, 02/09/1967.
[6] *MV*, 11/10/1967.
[7] *MV*, 14/10/1967.
[8] *MV*, 16/12/1967.
[9] *MV*, 12/06/1967.

stricte »[1], preuve d'un certain soulagement face à une trop grande libéralisation qui pouvait apparaître comme une menace pour les intérêts de la filière. Lorsque le marché des vins est enfin ouvert en avril 1970, la *Journée Vinicole* affiche en Une ses craintes (fig. 100) après avoir évoqué en février de la même année les « préoccupations du commerce » face à l'ouverture européenne : complexification administrative ; flou et incertitude des projets ; inquiétudes au sujet des importations[2].


JOURNAL QUOTI

DIRECTION - ADMINISTRATION : Montpellier, 1, rue Dom-Vaissette. C.C.P. Montpellier 123 -
PUBLICITE : 37, rue de Constantinople — Téléphone : 522 87-20. PARIS (8e) — ABONNEM

Marché commun du vin

Ouverture pour le commerce
mais aussi difficultés nouvelles...

par E.-J DAUPHIN

Fig. 100 : Les craintes de la presse spécialisée en Une
Source : *La Journée Vinicole*, 06/05/1970

Finalement, les espoirs auront vite été balayés par la réalité et le pragmatisme des négociateurs européens. D'ailleurs, les négociants – avec une certaine résignation – s'inscrivent dans un processus européen qui est devenu, dès le début des années 1960, une réalité concrète et avec laquelle ils doivent, malgré eux[3], composer.

Si, dans l'ensemble, les deux menaces extérieures incarnées par les vins algériens et par la mise en place de la CEE pèsent sur le négoce héraultais de manières différentes, elles ont une part de responsabilité plus ou moins grande dans l'effacement de ce dernier. La trop forte dépendance vis-à-vis des vins algériens, avec qui le négoce héraultais a tissé des liens consubstantiels, est, à la suite du tarissement des importations algériennes, une première raison majeure.

La seconde est l'inadéquation de la plupart des maisons de commerce héraultaises qui se caractérisent encore au milieu des années 1960 par leur petite taille, à un marché européen, vaste et taillé pour les superstructures (SVF, DMS-Préfontaines, CDC-Dubonnet) qui voient le jour dans cette décennie.

Ainsi, au croisement de plusieurs facteurs extérieurs qui le menace, le négoce héraultais ne peut pas véritablement lutter et assiste, impuissant, à l'accélération de son déclin.

[1] *MV*, 07/02/1970.
[2] *La Journée Vinicole*, 23/02/1970
[3] Le président de la FM lors du Congrès de la FM en 1970 affirme : « Dans la perspective de l'ouverture prochaine de la communauté européenne viti-vinicole à laquelle nous ne sommes pas préparés, des problèmes de réorganisation commerciale vont se poser », *MV*, 10/06/1970.

CONCLUSION DE LA SECTION 7

À plusieurs titres, le négoce héraultais apparaît dans une position fragile sur le marché des vins. De surcroît, il est frappant de constater que cette position va en s'affaiblissant pendant l'ensemble de la période. On saisit alors mieux pourquoi il disparaît, peu à peu, de la filière en l'espace d'un siècle. Nous avons essayé de montrer que ces fragilités structurelles sont de trois ordres.

Tout d'abord, les conflits conditionnant et traversant la profession sont une source majeure de fragilisation. L'Hérault viti-vinicole n'est pas le seul à connaître les revendications ouvrières[1], mais dans le département, ces mouvements se singularisent par leur fréquence, leur permanence et l'ampleur des professions impliquées. Les conflits professionnels avec tout un ensemble de partenaires perturbent tout particulièrement le négoce et sont source de fragilisation. Depuis les employés des chais jusqu'aux clients, en passant par les prestataires de service tels les charretiers ou les représentants, le négoce des vins héraultais est sans cesse sous la pression de protagonistes du marché des vins dont il est extrêmement dépendant. Cette dépendance le place dans une position de faiblesse où il devient une cible facile. Évoluant sous le règne de la menace qu'il sait lui aussi mobiliser, le négociant héraultais doit faire face à une pression multiple et multidirectionnelle qui accentue les tensions au sein de la profession.

Il est ainsi logique de retrouver cette conflictualité à l'échelon syndical où les intérêts particuliers prédominent, dans un emboitement d'échelles qui vont depuis les intérêts individuels jusqu'aux intérêts nationaux. Au-delà des conflits de territorialités et des rivalités géographiques, le mouvement syndical est morcelé autour de nombreuses thématiques qui font resurgir la priorité des uns et des autres : son propre commerce. Ainsi, en dépit d'un message d'unité, c'est l'individualisme qui prime, expliquant en somme le déclin du mouvement face aux difficultés dans les années 1950.

En second lieu, le négoce héraultais est fragilisé par son incapacité à s'adapter à une demande extérieure pourtant salvatrice et concrète. En effet, sur l'ensemble de la période, au contraire des autres vignobles[2], l'échec des exportations est patent. En dépit des aptitudes réelles des productions méridionales pour l'exportation (produit malléable, diversité des marchandises, productions de qualité), du contexte historico-géographique (présence de nombreux négociants d'origine étrangère, tradition exportatrice de la région, infrastructures du port de Sète) et des potentialités offertes par les marchés des vins étrangers, les vins héraultais

[1] Ph. Roudié évoque le cas des tonneliers bordelais, particulièrement agités au début du siècle et dans les années 1930. Cf. ROUDIÉ P., *op. cit.*, p.216-218 et 275.
[2] Bordelais, bourguignon et champenois en particulier. Cf. ROUDIÉ P., *op. cit.* pour le Bordelais, LUCAND C., *op. cit.* pour la Bourgogne et ÉTIENNE M., *op. cit*. ou DESBOIS-THIBAULT C. *op. cit* pour la Champagne.

n'auront jamais su – à de rares exceptions près – s'exporter pour conquérir les marchés étrangers.

Pourtant, il faut noter les efforts fournis par les syndicats et l'État en la matière. Mais le négoce héraultais n'a jamais semblé conditionné pour l'exportation et des exigences si éloignées des réalités des pratiques dans le département : patience, sacrifices, coopération intraprofessionnelle, lisibilité et identification des produits. En définitive, les quelques cas de réussites (« Noilly-Prat », « Cazalis & Prats », « Catalan Frères » ou « L. Bessière ») le sont temporairement et sur des marchés de niche (apéritifs pour les uns, DOM-TOM et colonies pour les autres). Ce sont par ailleurs des maisons qui ont cherché à s'investir dans des réseaux extranationaux au prix d'un travail souvent de longue haleine, bien loin des maisons qui s'impliquent dans l'exportation dans les années 1950 pour profiter des primes et compensations offertes par l'État.

Enfin, le négoce héraultais a profondément été fragilisé sur le marché des vins par sa dépendance vis-à-vis de facteurs exogènes tels que les vins algériens ou la mise en œuvre de la communauté économique européenne. Dans le premier cas, la relation symbiotique des maisons de commerce du département aux vins algériens a créé une soumission forte et perturbatrice. Remplaçant peu à peu les vins héraultais sur le marché national, les produits algériens ont également entraîné l'externalisation de l'ensemble des grandes maisons de commerce du département. Ainsi, les vins en provenance de l'Algérie contournaient le département pour rejoindre les centres de consommation du nord, du centre et de l'est de la France par Rouen où les maisons héraultaises avaient installé dès les années 1920 leurs plus grands entrepôts. Surtout, les vins algériens devinrent dans les années 1960, le sujet majeur de crispation de la relation avec les organisations syndicales de vignerons, entraînant la radicalisation d'un mouvement viticole bien décidé à se passer du négoce local.

C'est d'autant plus problématique qu'au même moment, les négociations dans le cadre de la construction agricole européenne font surgir de nombreuses craintes dans les milieux commerciaux. Après des périodes successives d'indifférence, d'interrogations puis d'espoirs, les responsables patronaux font état de plusieurs inquiétudes quant à l'avenir de la profession. En effet, le modèle de développement de la CEE implique nécessairement une modernisation des structures commerciales, une mise en concurrence croissante et un éloignement des centres de décision. Trois facteurs qui font craindre aux responsables patronaux pour le futur d'une profession qui, encore dans les années soixante, se caractérise par la petite taille de structures peu modernisées.

En définitive, face à ces trois facteurs fragilisants, le négoce héraultais se caractérise par une très grande passivité. En dépit d'un discours syndical volontaire et volontariste tant au début qu'à la fin de la période étudiée, la réalité des faits dessine les contours d'une profession qui subit les conséquences de situations qu'elle ne maîtrise pas. Ce défaut de maîtrise et cette inertie expliquent en partie, de 1900 à 1970, son déclin et son effacement de la filière.

Conclusion de la troisième partie

À l'issue de cette troisième partie consacrée aux différentes tensions qui structurent le monde commercial dans l'Hérault et qui expliquent son déclin au cours du XXe siècle, il apparaît que ces dernières ont plusieurs sources, plusieurs formes et plusieurs impacts.

Les sources de ces tensions sont doubles. Tout d'abord, il s'agit de tensions internes à la profession. Particulièrement virulentes, elles sont la conséquence de la rude concurrence qui anime le marché des vins (dans le département, en France et dans le monde) et qui se manifeste par une mise sous pression permanente. Cette tendance à la généralisation des tensions se perçoit entre négociants dans le cadre des relations transactionnelles, mais également entre syndicalistes dans des logiques de concurrences territoriale et productive. Ces tensions sont également perceptibles au sein même d'une maison de commerce, notamment autour de la question de la réputation et de la respectabilité, deux facteurs fondamentaux dans la mise en valeur de la crédibilité commerciale. Ainsi, en raison d'un environnement commercial peu propice à la sérénité en raison de nombreux facteurs déstabilisateurs depuis le début du siècle (encombrement, nouveaux acteurs, fraude, hyperspéculation), la profession de négociant est intrinsèquement génératrice de tensions perturbatrices.

En second lieu, elles sont d'origine externe. Il s'agit là de facteurs extérieurs à la profession qui sont difficilement maîtrisables et qui viennent la perturber, voire la fragiliser. Les professions connexes déstabilisent tout d'abord le négoce par leurs revendications et leur aptitude à profiter de la dépendance des maisons de commerce. Viennent ensuite l'ensemble des lois qui encadrent la profession et la rendent particulièrement responsabilisante. Par ailleurs, ce reconditionnement législatif pendant l'ensemble de la période se double d'une action en profondeur de la justice qui remodèle le marché des vins et incidemment la profession. Incontestablement, ce double effort est perçu comme intrusif par les négociants et il est source d'inquiétudes. Dans le même ordre d'idées, la relation aux vins algériens est elle aussi porteuse de nombreuses tensions : entre les marchandises (vins du Midi/vins algériens), entre les acteurs (responsables patronaux/importateurs), entre partenaires dans la filière (négociants/viticulteurs). Ici donc, un produit extérieur à la région vient perturber la bonne marche de la filière dans son ensemble et la nécessaire unité, préalable à une survie de celle-ci dans un marché des plus concurrentiels. Enfin, le renforcement de cette concurrence par le biais de la mise en œuvre de l'Europe du vin en 1970 confronte le négoce héraultais à de nouvelles problématiques qui génèrent des craintes et des angoisses. Soucieux de son devenir dans une organisation commerciale paneuropéenne, le négoce s'interroge sur son positionnement et sa survie dans un marché de 170 M de consommateurs dévolu aux grosses structures qui émergent dans les années 1960.

Ces tensions peuvent également prendre plusieurs formes. En premier point, elles prennent la forme de conflits. Cette conflictualité est l'un des éléments structurant de l'activité des maisons de commerce. Ces dernières sont en effet sans cesse menacées dans l'exercice de leur activité par des conflits sous-jacents ou ouverts. Ainsi domine dans la profession le règne de la menace à plusieurs échelles : des clients, mécontents des produits, des pratiques, des prix ; des employés qui veulent travailler selon leurs volontés et leurs propres grilles de salaires ; d'autres produits venus d'Algérie, d'Europe, de France même ; entre syndicalistes qui ne partagent pas les mêmes intérêts, les mêmes ambitions ou les mêmes opinions ; de la justice qui éprouve la bonne foi des négociants et consacre la responsabilité individuelle ; de la fraude qui nuit à la respectabilité générale de la profession.

C'est d'ailleurs pour cette raison que la seconde forme de ces tensions est constituée par les poursuites et les procès auxquels ont à faire face les négociants. Ces procédures civiles, pénales ou fiscales sont excessivement nombreuses dans la période et leur caractère itératif renforce le lien indissociable qui existe entre le marché des vins et la justice. En effet, qu'il s'agisse des contrats de vente ou d'achat, des manipulations et confections de marchandises, des relations avec les employés, de la bonne tenue administrative des maisons de commerce ou de l'encadrement des prix et des marges bénéficiaires, le négoce entretient une relation exclusive avec la justice. En effet, par le biais de la jurisprudence et de son interprétation de la loi, cette dernière définit le cadre dans lequel évoluent les maisons de commerce. Mais par la nature même de son essence, cette relation est synonyme de tensions car elle entretient le doute sur la respectabilité et l'honorabilité des maisons de commerce dont l'un des principaux interlocuteurs administratifs est un service de « répression ».

Enfin, ces tensions ont comme conséquence deux impacts antagonistes sur la profession. Tout d'abord, on ne peut leur nier une portée positive. En effet, logiquement et invariablement, l'ensemble des tensions que nous venons d'évoquer écartent du marché des vins les maisons de commerce qui sont les moins à même d'y évoluer. Les structures inadaptées ou corrompues sont évincées par la rigueur de la concurrence, les exigences de la clientèle ou la constance de la justice. Ainsi, ces tensions sont à l'origine d'un mouvement de modernisation incontestable pendant la période. En effet, pour répondre aux soucis de responsabilisation, de respectabilité et de continuité que réclame le bon exercice de la profession, les maisons de commerce doivent s'engager dans un processus de renouvellement de leurs activités et des conditions dans lesquelles elles évoluent. Cela passe par une nouvelle approche d'un marché assaini par la justice, une nouvelle conception rigoureuse de la profession et une nouvelle adaptation à une filière en pleine mutation.

Néanmoins, il est évident que ce stress consubstantiel à la profession cause des effets profondément déstabilisateurs et perturbateurs pour les maisons de commerce. En effet, ces tensions ont pour conséquence la mise sous pression permanente d'une activité qui est, au contraire, à la recherche de la plus grande sérénité commerciale possible. Cette dernière passe par la prévention de tous les incidents qui pourraient nuire à la réputation de la maison de

commerce et ainsi rompre l'établissement de réseaux commerciaux en partie basé sur l'honorabilité commerciale. Face à la crainte d'une dépréciation de l'image de la structure commerciale dont il est responsable, le négociant doit alors gérer un stress aux origines multiples et à l'intensité croissante pendant toute la période. Par ailleurs, les effets d'une concurrence acharnée et de la responsabilisation accrue des négociants sont des tensions qui font aussi de la profession une activité très risquée. C'est là l'un des facteurs principaux du manque d'attractivité du négoce héraultais après 1945 et surtout de la désaffection pour un métier où il est de plus en plus difficile de réaliser, légalement, de gros bénéfices.

En définitive, les tensions sont un élément constitutif de l'identité de la profession et il n'est ainsi pas surprenant que certains des acteurs du marché des vins trouvent le métier « épuisant »[1] en raison des pressions pluridimensionnelles qui pèsent sur eux.

Fragilisées par des tensions aux contours multiples, on saisit mieux alors certains des facteurs qui expliquent la disparition et l'effacement des maisons de commerce dans le paysage commercial languedocien au cours la période.

[1] Entretien avec J.-M. Prats, oct. 2012.

CONCLUSION

GÉNÉRALE

À l'issue de cette étude, il convient de tirer le bilan de nos recherches. L'ambition première de ce projet était double :

- comprendre les modalités de fonctionnement et les évolutions d'une profession incontournable dans l'écoulement de la plus grande production métropolitaine viticole au XXe siècle ;
- saisir les causes et les facteurs de l'effacement progressif d'un groupe socioprofessionnel au cœur d'un siècle qui a pourtant marqué son apogée.

Pour répondre à ce double questionnement, ce travail a interrogé la trajectoire des négociants en vins dans l'Hérault depuis les crises de mévente du début du siècle jusqu'à l'avènement du marché viticole européen en 1970. Comme le souligne Christophe Lucand pour le négoce bourguignon, il s'agissait de dépasser « l'extrême polarisation [des archives] et l'exceptionnelle hétérogénéité des pièces, d'origine, de nature et de contenu différents »[1].

Les pièces de ce puzzle archivistique révèlent plusieurs éléments. Tout d'abord, elles mettent en exergue la complexité et l'évolution d'un métier aux multiples facettes qui concerne plusieurs domaines historiographiques : histoire des entreprises ; histoire de la fiscalité et de la finance ; histoire des techniques ; histoire des grands courants économiques. Ensuite, le morcellement des archives, leur disparition relative et l'absence de fonds propres au commerce des vins illustrent le basculement de la société et de l'économie viti-vinicoles héraultaises vers une filière sans intermédiaire. Les vœux de Paul Degrully au début du siècle sont satisfaits[2] car, entre 1900 et 1970, le négoce a perdu sa position dominante sur le marché. Enfin, elles mettent en lumière l'épaisseur du négociant en vins, personnage pluriel qui évolue aux confins d'univers multiples. Homme de réseaux et de l'informel, le patron d'une maison de négoce s'interprète, se comprend et s'éclaire à travers l'analyse des logiques réticulaires dans lesquelles il s'inscrit. Ces trois grandes lignes de force résument l'essence de cette recherche et répondent à son questionnement originel.

[1] LUCAND C., *op. cit.,* p. 881.
[2] Bien que l'auteur reconnaisse que les intermédiaires sont indispensables sur le marché des vins, il ajoute « pour le moment » et étudie les dispositions qui permettraient de se passer des commerçants en gros. Cf. DEGRULLY P., *op. cit.,* p. 224-281.

De la maison de commerce à l'entreprise de négoce : la modernisation de l'appareil commercial héraultais

Le phénomène de modernisation des maisons de commerce héraultaises entre 1900 et 1970 peut se scinder en deux temps qui répondent chacun à des impératifs différents. Il a comme conséquence directe un changement de nature des maisons traditionnelles et artisanales qui deviennent peu à peu de véritables entreprises modernes.

En premier lieu, de 1900 à 1930, la modernisation touche l'ensemble d'une profession qui connaît alors son âge d'or. Ici, il s'agit de répondre à une demande nationale de plus en plus importante et de profiter d'une conjoncture qui assure la fortune des maisons les mieux équipées et les plus réactives. En dépit des crises cycliques qui frappent régulièrement la filière viti-vinicole (1905, 1907, 1921), le négoce peut dans son ensemble résister aux aléas de la conjoncture. Au contraire de la majorité des producteurs bien plus sensibles aux secousses qui frappent le marché, les maisons de commerce disposent d'atouts qui leur permettent de surmonter les écueils d'un marché des vins héraultais instable : puissance financière, réserves de capitaux, stratégies d'acquisition des marchandises aux meilleurs prix. Sur un marché des vins où un rapport de force s'établit le plus souvent en sa faveur, le négociant peut orienter ce dernier afin de réaliser un maximum de bénéfices. Grâce à des logiques spéculatives qui s'adaptent à la fois aux conditions du marché et aux demandes d'une clientèle qui s'étend majoritairement sur l'ensemble du territoire métropolitain, ces profits sont le socle de la puissance des maisons de commerce héraultaises dans ce premier vingtième siècle. Dans cette logique, pour optimiser la rentabilité de leur maison, les négociants héraultais s'engagent dans un processus de modernisation qui conduit celles-ci sur le chemin d'une mutation entrepreneuriale majeure.

Dans un milieu où le darwinisme commercial fait rage[1], la modernisation est un préalable nécessaire pour faire face à la concurrence. Celle-ci est double : elle est à la fois interne au département et extra-méridionale. Ainsi, dans le département, le nombre des commissionnaires s'est accru au début du siècle. Ces négociants qui ne disposent ni de moyens financiers, ni d'espaces de stockage ne font qu'assurer l'interface entre les clients de l'Extérieur et les producteurs locaux. Pour répondre aux demandes de leur clientèle, ils expédient les vins directement depuis la propriété, sans passer par les chais des maisons de commerce comme c'est le cas avec les forfaitaires qui eux soignent, manipulent et coupent les vins. Par leur faible rémunération, ces commissionnaires sont prisés par une clientèle extra-méridionale en

[1] P. Degrully rapporte les propos de Paul Bret, président du Syndicat régional en 1906 : « La loi des échanges, des créations et des transformations est en bonnes mains, il faut la leur laisser. Quant aux parasites qui peuvent, ici ou ailleurs, s'y trouver et l'encombrer, le droit inéluctable au mieux et à la concurrence est là pour les réduire ou les détruire. » Degrully conclut en affirmant : « M. Bret est catégorique […] : la loi de Darwin doit éliminer les agents en surnombre ; les plus forts, les plus habiles, les mieux armés en intelligence et en capitaux doivent seuls subsister. » Cf. DEGRULLY P., *op. cit.*, p. 229

forte hausse[1]. Pour un négoce traditionnel qui considère ces nouveaux commerçants comme des « parasites », l'une des solutions à cette nouvelle concurrence est la modernisation de l'outil commercial. Celle-ci prend plusieurs formes. Depuis le changement de nature juridique des maisons de commerce (apparition massive des SA et des SARL) jusqu'aux nouvelles techniques de conservation et de gestion des chais (électrification, motorisation, nouvelle vaisselle vinaire), en passant par la spécialisation grandissante du personnel (ouvriers des chais, personnel administratif, laboratoire), la modernisation des moyens de communication (téléphone, transport) et l'investissement de nouvelles techniques commerciales (publicité). Ce phénomène général[2] permet aux maisons héraultaises d'affirmer leur mainmise sur le marché des vins locaux qui sont expédiés dans toute la France. Ainsi, au-delà des frontières départementales, le rayonnement du négoce local s'étend sur l'ensemble du pays et – timidement – au-delà des limites hexagonales (Belgique, Allemagne, Suisse). Mais l'attrait du marché des vins languedociens ne se limite pas à la seule région méridionale. Dans tout le pays de nouvelles structures émergent pour profiter de cette manne financière que sont les consommateurs toujours plus nombreux en ce début du siècle. Les sociétés à succursales multiples (« Nicolas », « Félix Potin ») et les coopératives de consommation cherchent alors, en installant des bureaux d'achat dans le département, à contourner l'entremise des négociants locaux. Cette concurrence nouvelle se double, au tournant des années 1930, d'un contexte de crise durable. C'est ainsi qu'un second effort de modernisation est nécessaire.

En effet, si le premier temps de la modernisation est lié à un contexte positif, le second, entre 1930 et 1970, est une réponse nécessaire aux difficultés que rencontre la profession. La première est la concurrence exacerbée à laquelle doit faire face le négoce local. Les maisons de l'Extérieur les plus puissantes produisent désormais leurs propres vins, sous des marques diverses et variées. Ces « vins de marque » (Préfontaines, Gévéor, Vins des Rochers, Kiravi, Vins du Postillon) émergent lentement dans les années 1930 et inondent le marché dans les années 1950-1960. Confectionnés essentiellement à base de vins héraultais et algériens dans les chais des grandes sociétés qui les produisent, ils imposent un nouveau goût aux consommateurs français. Placés entre les vins fins de Bourgogne ou du Bordelais et ces « vins de marque », les vins héraultais se voient majoritairement réduits à l'état de matière première pour des sociétés commerciales extra-méridionales.

Par ailleurs, en raison de la crise bancaire dans les années 1930 puis des restrictions imposées par l'État à partir de la fin des années 1940, les circuits de financement s'amenuisent. Alors que jusque-là ils étaient multiples et peu limités, la situation s'inverse par la suite. Le négoce doit donc financer une activité gourmande en fonds (investissements struc-

[1] Entre 1899 et 1908, le nombre de marchands en gros en France a progressé de 15 %. Dans l'Hérault, les six grands centres expéditeurs (Montpellier, Béziers, Sète, Clermont-l'Hérault, Lunel et Frontignan) n'enregistrent aucune évolution à cette époque.

[2] Que l'on retrouve également dans d'autres vignobles (Cf. LUCAND C., *op. cit.* pour la Bourgogne ou LONDEIX O., *op. cit* pour les apéritifs « Lillet » en Gironde) ou dans d'autres domaines agro-alimentaires (VABRE S., *op. cit.* sur le Roquefort.)

turels, achats en grosses quantités, immobilisation et conservation des marchandises pendant un laps de temps plus ou moins long) par des canaux financiers de plus en plus restreints. Les banques se montrent alors de plus en plus soucieuses des crédits octroyés et le lien qui pouvait exister entre les mondes bancaire et commercial au début du siècle se distend. Alors que les institutions bancaires sont de plus en plus nationales avec la disparition des dernières banques locales, les négociants doivent se plier à des règles rigoureuses (comme la déclaration des bilans financiers et le respect des équilibres comptables) afin de financer leur activité.

Enfin, un nouvel acteur fait irruption sur la scène commerciale locale : les caves coopératives. Conçues au début du siècle comme des instruments de vinification au service des petits et moyens propriétaires qui ne disposaient pas de suffisamment de vaisselle vinaire, les caves coopératives deviennent peu à peu des outils de commercialisation. Si dans un premier temps les réussites sont inégales et les négociants restent les premiers clients des « coopé », à partir des années 1950 et surtout 1960, celles-ci prennent leur indépendance commerciale. Désormais, elles assurent elles-mêmes la commercialisation de leurs marchandises vers les grandes sociétés extra-méridionales et surtout vers la grande distribution qui, via de puissantes centrales d'achat, polarise une partie des nouveaux circuits de commercialisation.

Dans ce climat tendu, les maisons de commerce, dans un souci réel d'efficacité, cherchent à adopter de nouvelles stratégies entrepreneuriales afin de répondre aux exigences nouvelles du marché. Cela passe tout d'abord par un nouvel effort de modernisation des infrastructures avec l'apparition de nouveaux contenants (cuves réfrigérées), procédés (concentration à froid, embouteillage), moyens de transports (camions à quadruple cuve, caisses pour les bouteilles) ou moyens de communication (télex). Ensuite, il y a un réel souci de sécurisation des transactions à travers une rationalisation et une standardisation des contrats afin de réduire les risques et de rassurer clientèle et fournisseurs. Par ailleurs, les maisons de commerce les plus puissantes et les plus ambitieuses, par le biais d'un double processus de concentration horizontale et verticale, deviennent de véritables entreprises modernes assurant à la fois l'achat, la confection et la vente auprès des particuliers ou des demi-grossistes. Ces négociants cherchent alors à limiter les intermédiaires dans les régions de consommation, afin de réduire les circuits et assurer la pérennisation de l'entreprise de négoce. Enfin, les maisons héraultaises qui subsistent dans un climat de dissolution du tissu commercial local[1] optent la plupart pour la spécialisation. Alors que jusqu'aux années 1930, la stratégie était celle de la maximalisation des marchandises écoulées, les années 1960 voient le recentrage des activités dans un secteur bien précis. Qu'il s'agisse de celui des apéritifs, des importations, des VCC vendus en bouteille, des VDN ou des vins fins, les négociants veillent à ne plus disperser leurs forces sur une variété de marchés dont ils n'ont plus la maîtrise.

Ces stratégies fonctionnent plus ou moins efficacement. Les maisons qui refusent la modernité et le nécessaire nouvel effort sombrent peu à peu, pour disparaître sous le poids des

[1] Qui s'inscrit lui-même dans un contexte national de délitement des structures commerciales viti-vinicoles. Cf. LUCAND C., *op. cit* ou LONDEIX O., *op. cit*. On le relève aussi par la diminution du nombre de maisons de commerce à travers le pays.

responsabilités administratives de plus en plus importantes, sous les coups d'une justice de plus en plus rigoureuse ou évincées par des concurrents locaux ou non. Les autres cherchent à assurer la pérennité de structures le plus souvent d'origine familiale mais qui, petit à petit, ont acquis le visage d'entreprises modernes, efficaces et bien gérées. C'est une évolution essentielle pour répondre aux exigences d'un marché devenu ultra-concurrentiel et continuer à prospérer face aux grands trusts (SVF, CDC, Primistères, SAPVIN) qui concentrent moyens financiers, réseaux de production, outils de distribution et dont on imite, à une moindre échelle, les stratégies commerciales.

Ces mutations qui illustrent le changement de nature des maisons de commerce héraultaises entre 1900 et 1970 sont nécessaires pour continuer à conserver une influence et le contrôle du marché. C'est là le véritable enjeu de la période.

Enjeux et tensions autour du contrôle du marché des vins héraultais

Nous avons relevé plus haut que le marché était le cadre de rapports de force commerciaux entre propriétaires et négociants locaux d'une part et ces derniers et négociants extra-méridionaux d'autre part. C'est la domination de ce marché qui explique les principales mutations des maisons de commerce, mais c'est aussi la perte de son contrôle qui explique le lent déclin de l'armature commerciale héraultaise. Ici trois temps structurent notre étude.

De 1900 à 1930, le marché est aux mains des négociants locaux. Ceux-ci dominent les écoulements de la plus grande production métropolitaine à travers des réseaux de commercialisation protéiformes (vente au forfait, à la commission, barricaille) et des politiques d'implantation de succursales de vente proches des grandes régions de consommation (Nord, région parisienne, Lyonnais, Est de la France). Ils ont une action prescriptive sur le marché des vins en orientant ses cours à la hausse ou à la baisse selon leurs besoins et les attentes d'une clientèle extra-méridionale qui ne dispose pas des relais dans l'Hérault pour évincer leur intermédiation commerciale. Leur fonction est primordiale tant pour des producteurs dont ils jaugent les capacités de production (qualitatives et quantitatives) que pour les clients dont ils connaissent les exigences (quantité, goût, aspect). Ce poids déterminant est symbolisé par les différents marchés aux vins héraultais qui font état de la suprématie du négoce dans le département. Le marché aux vins, véritable cœur de la filière, est le lieu d'exercice d'une puissance commerciale qui y étale tous ses atouts. On y vient pour goûter la marchandise et faire des affaires, mais surtout pour rencontrer ses partenaires commerciaux et se tenir au courant des dernières tendances qui orientent la filière.

Dispositif de contrôle et d'affermissement du pouvoir des négociants, les commissions de cotation qui voient le jour au début du siècle renforcent cette prééminence sur le marché. Seules décisionnaires des cours officiels qu'elles calculent à l'abri des regards et selon des considérations qui ménagent leurs intérêts, les instances du Commerce font de ces commis-

sions des instruments de leur toute-puissance. Avec un pouvoir de rayonnement dépassant largement le territoire héraultais, les « messieurs de la cote » orientent par ce biais le marché des vins. C'est là un atout supplémentaire entre les mains d'un mouvement patronal qui s'affirme alors autour de trois grands pôles : syndicats (locaux et régional), chambres de commerce et tribunaux de commerce. Au croisement d'intérêts particuliers et collectifs défendus par les syndicats, les organes économiques consultatifs et représentatifs du département sont alors aux mains des négociants. Ce cumul des pouvoirs permet dès lors au Commerce d'accéder plus rapidement et avec plus d'efficacité aux pouvoirs publics. Ils en deviennent dans les années 1920 un interlocuteur privilégié, défendant les grandes orientations du marché autour de l'assainissement et la régulation de ce dernier. Cette période marque l'apogée d'un Commerce héraultais qui s'appuie sur l'action de la justice – civile et commerciale – pour institutionnaliser certaines de ses pratiques et épurer la profession en excluant ceux qui n'arrivent pas à s'adapter à une législation de plus en plus stricte.

Ainsi, forts des bénéfices réalisés pendant la Première Guerre mondiale qui a vu affluer des millions d'hl de vins en provenance des chais méridionaux au front, les maisons héraultais profitent également du courant des vins algériens dont la majorité, au moins jusqu'aux années 1920, transitent par ses chais. Dès lors, dominateur sur le marché des VCC voire sur celui des VDN et dans une moindre mesure sur celui des apéritifs, le Commerce est également le garant de l'ordre commercial.

Mais les années 1930 et le début des années 1940 viennent rompre ce schéma et sont le cadre d'un premier basculement. Les fortunes rapidement établies ou consolidées dans les années 1900 à 1920 ont attiré de nombreux nouveaux acteurs, avides de profiter de la rentabilité d'une filière aux débouchés fructueux. Peu à peu, nous l'avons relevé plus tôt, les activités de confection et d'assemblage échappent aux négociants héraultais. Ces derniers assurent désormais principalement des fonctions de stockage et d'écoulement tandis que les maisons de l'Extérieur, notamment les plus importantes, deviennent prescriptrices en matière de goût des vins. Or, en dépit de la volonté des syndicats de commerce méridionaux de promouvoir des vins de qualité, les vins héraultais ne sont, pour la grande majorité des acteurs de la filière nationale, que des « vins médecins », c'est-à-dire des vins servant à remonter d'autres vins produits dans des régions où la couleur et le degré ne sont pas suffisants pour la commercialisation. Face à cette dépréciation rapide de l'image des vins héraultais et aux coûts des transports, le commerce de barricaille, si important au début du siècle, disparaît massivement dans le département dans les années 1930.

Dans le même temps, la combinaison de deux phénomènes engagent le négoce dans la voie de la dépendance vis-à-vis de l'Extérieur. Les cours tout d'abord entament une période d'affaissement qui devient dès lors la norme. Contrairement à la période précédente où des crises intenses mais sporadiques venaient rompre des tendances conjoncturelles positives, le tournant des années 1930 voit la situation s'inverser. Désormais, les périodes de prospérité viennent oxygéner un marché au bord de l'asphyxie. L'économie française traverse ensuite, à

partir de 1931, des turbulences liées à l'effondrement de la finance internationale à la suite du Jeudi noir de 1929 à New York. Sur le marché des vins, la conséquence est la disparition ou l'affaiblissement des banques qui subventionnaient largement les maisons de commerce. Ces dernières profitaient des largesses offertes par des banques dont elles occupaient les conseils d'administration pour financer à crédit une activité abondante nécessitant de nombreux capitaux. Face à cette double rupture conjoncturelle, les maisons de commerce veillent à limiter les risques. Cela explique que nombre d'entre elles se tournent vers la commission qui peu à peu concerne une part de plus en plus considérable des activités. Ainsi, avec l'irruption et la multiplication des bureaux d'achat extra-méridionaux dans le département, la filière perd de son indépendance commerciale et nombre de maisons de commerce deviennent des exécutants. Cette fragilisation sur le marché des vins est renforcée par la « question algérienne ». L'intensification de la production de l'autre côté de la Méditerranée vient concurrencer la viticulture méridionale et donc réduire d'autant la demande intérieure. Par ailleurs, les années 1930 marquent le contournement définitif du département par les courants d'écoulement des vins en provenance d'Algérie. Ils rejoignent désormais les grands bassins de consommation du Nord et de la région parisienne par Rouen où s'installent les grandes maisons héraultaises, participant ainsi à la déliquescence de l'appareil commercial départemental.

Toutefois, le constat globalement négatif à cette période ne doit pas sous-évaluer les évolutions positives pour le Commerce. L'irruption de l'État, nouvel acteur sur le marché des vins est une première avancée profitable pour les négociants. Celui-ci intervient essentiellement dans cette période par l'intermédiaire de la force législative qui créé les conditions d'exercice d'un marché équilibré, régulé et apaisé. Par le biais du Statut viticole promulgué sous la houlette du député héraultais Édouard Barthe entre 1930 et 1935[1], les responsables patronaux voient la plupart de leurs revendications satisfaites (régulation, contingentement, assainissement). C'est là, en partie, la reconnaissance de leurs efforts pour assurer la lisibilité d'un marché dont ils espèrent encore être les garants. Néanmoins, le Statut répond également aux aspirations de la petite et de la moyenne propriété qui – via un financement plus facile de son activité et une nouvelle étape dans la coopération – n'est plus dans l'obligation de vendre ses productions sous la contrainte, dès les vendanges terminées. Ainsi, si reconnaissance il y a, elle n'est pas hégémonique, contrairement aux espoirs des négociants, et comme l'indique la création de commissions mixtes de cotation, regroupant négociants et propriétaires, à la fin des années 1930. Cependant, cette fonction de relais de l'État au sein de la filière est pleinement reconnue par le gouvernement de Vichy entre 1940 et 1944. Les négociants y jouent un rôle primordial dans le ravitaillement de la métropole et l'approvisionnement de l'ennemi. Rouage essentiel de l'armature commerciale nationale, ils assurent le bon fonctionnement des écoulements et renseignent un État interventionniste sur la filière, tout en répondant aux exigences de l'Occupant. C'est en partie cette reconnaissance qui explique le déclin de la période suivante.

[1] Voir à ce sujet BAGNOL J.-M., *Le Midi viticole au Parlement …, op. cit.*

En effet, la fin des années 1940 marque la perte du contrôle du marché des vins par les négociants. Celle-ci est la conjonction de trois facteurs.

Le premier est la mise sous tutelle du marché par l'État. Alors que l'irruption de l'État dans les années 1930 avait été saluée par les milieux commerciaux, l'étatisme et le planisme des années 1940-1950 sont rejetés par une profession profondément influencée par une idéologie libérale. Cette situation est principalement le fait des négociants : en temps de crise, ils ont cherché à ménager leurs intérêts avant tout, parfois au prix de compromissions avec l'ennemi ; en temps de paix, dans l'immédiat après-guerre, ils ont refusé de suivre les directives gouvernementales en matière d'encadrement des prix. Le contrôle de la filière par l'État au détriment des négociants, notamment par le biais de nouvelles commissions de cotation où les négociants sont mis en minorité puis par l'encadrement strict des cours qui réduit les marges de manœuvre et la spéculation, est particulièrement néfaste à une profession dont la plupart des familles se retirent petit à petit dans les années 1950 et 1960. Dès lors, devenu trop risqué, trop coûteux et trop encadré, le métier n'attire plus ni les héritiers de famille ayant fait fortune dans le négoce et préférant vivre de leur rente, ni de nouveaux acteurs qui préfèrent investir des carrières plus prestigieuses et moins hasardeuses. En 1967, alors que la région connaît une nouvelle période d'agitation viticole, le *Midi Vinicole*, dans une forme d'aveux reconnaissant la passivité du négoce local, décrit la situation : « Mais le Commerce, lui, ne peut qu'être un témoin inerte de cette situation. Pour lui, acheter à 5,50 ou 6,50 F, peu lui importe, il sait revendre. Mais cela en temps normal, quand il peut agir librement »[1]. Ce constat reconnaît explicitement que le négoce n'a plus aucun pouvoir sur un marché qu'il dominait encore un demi-siècle auparavant. Désormais, quels que ce soient les cours, il peut revendre. C'est là la disparition de sa fonction première – celle de spéculateur – et la reconnaissance de son assujettissement à la fois aux orientations de l'État et aux maisons de l'Extérieur qui, quel que soit le prix de vente, lui verseront la même commission.

C'est là le second facteur de délitement du tissu commercial héraultais. Après un rebond positif au tournant des années 1950, la profession est passée presque entièrement sous le contrôle de l'Extérieur. Symbole de cette soumission aux grands centres de consommation et à leurs entreprises à visées monopolistiques, la première maison en termes de volume et de profitabilité dans le rapport de la BDF sur le commerce des vins en 1962 est la maison « P. Guibal et Cie » qui ne travaille qu'à la commission. Les maisons travaillant encore au forfait deviennent minoritaires et doivent s'orienter vers une spécialisation déjà évoquée plus haut. Les maisons héraultaises sont devenues des intermédiaires sans réel impact sur le marché, au même titre que les courtiers dans les décennies précédentes. Elles ne font que relayer les offres des uns et les demandes des autres, s'occupant d'écouler, de stocker et de conserver des vins qui ne font que passer par leurs chais. Dans le département, les plus grandes structures appartiennent désormais toutes à des intérêts extra-méridionaux : Margnat SA, Dubonnet, Saint-Raphaël, SVF, CGVMA, Noilly-Prat tandis que la majorité des maisons historiques héraultaises, celles qui donnaient le ton sur le marché dans les rapports de la BDF jusqu'en

[1] *MV*, 18/03/1967.

1939, ferment leurs portes, notamment avec le tarissement de la manne algérienne : « Les fils de Louis Huc », « Bülher J.-C. », « Parlier & Krüger », « J. Meyer » pour n'en citer que quelques-unes. À cette subordination commerciale se joint une sujétion syndicale. En effet, le mouvement patronal héraultais, en dépit de l'émergence d'une personnalité de premier plan (Ulysse Vergnes), perd une grande partie du crédit dont il jouissait auprès des pouvoirs publics. Dorénavant, tout se fait à travers le syndicat national qui est l'interface principale avec les administrations et le gouvernement. Les grandes décisions nationales orientent dès lors un syndicalisme local qui n'a plus aucun pouvoir, si ce n'est celui de conseil juridique et de courroie de transmission. Or, face à la multitude d'intérêts défendus par le syndicat national et le peu de poids qu'ont les négociants méridionaux face aux négoces parisiens, bordelais, bourguignons ou champenois, les revendications et autres vœux sont souvent lettre morte, disparaissant même de la presse spécialisée à la fin de la période étudiée.

Le dernier facteur dans cette période est la charge effectuée par les milieux des propriétaires. Ces derniers se réorganisent et se radicalisent durant les années 1950 autour de syndicats et de comités d'action[1] qui prennent en partie pour cibles les négociants. Cette nouvelle étape dans les tensions entre Commerce et Propriété est multiple. Elle se joue tout d'abord dans une propagande agressive qui fait du négoce le responsable de la dégradation des cours et de la filière. Les négociants sont ainsi victimes des débordements lors des manifestations viticoles et l'activité des maisons de commerce est perturbée : on arrête des trains, on vide des cuves, on investit les chais. Surtout, le mouvement syndical vigneron qui bénéficie de l'émergence de personnalités de premier plan (Jean-Baptiste Bénet, Emmanuel Maffre-Baugé, André Castéra pour citer les plus connus) veille à s'assurer l'attention des pouvoirs publics. Dans les années 1950, très distinctement, c'est lui qui est l'intermédiaire principal de la filière. Cette hégémonie est telle que dans la seconde moitié des années 1960, les dirigeants syndicaux du négoce ne font même plus partie des rassemblements protestataires ou des visites d'élus nationaux. Évité au niveau national, le mouvement patronal héraultais l'est également au niveau local. Dans la presse spécialisée, les articles émanant du négoce ont disparu au profit de ceux de la viticulture, signe d'un basculement de la domination sur le marché. Celle-ci est entérinée par le mouvement coopératif. Ce dernier qui faisait encore largement appel aux services et aux réseaux des négociants jusqu'aux années 1950, trouve son indépendance dans les années 1960. En relation directe avec les maisons de l'Extérieur et les centrales d'achat de la grande distribution, les caves coopératives sont désormais les intermédiaires chargés de vendre en gros les VCC héraultais dans toute la France. Sans l'entremise de maisons de négoce qui faisaient jusque-là office de tampons entre le monde de consommation et celui de la production, elles sont en première ligne pour répondre aux exigences qualitatives et quantitatives des donneurs d'ordres extra-méridionaux. Dans ce contexte, les négociants héraultais auraient pu se rabattre sur les marchés extérieurs qui apparaissent toujours dans les études de marché comme une solution aux décalages entre offre et demande sur le marché des vins. Mais dans leur grande majorité, les maisons de commerce ne disposent ni des réseaux, ni

[1] Voir à ce sujet MARTIN J. P., *op. cit.*

des moyens, ni de la patience suffisants pour gagner des parts de marchés à l'étranger, surtout face à une concurrence redoutable qui a fait de l'étranger sa chasse gardée (vins de Bordeaux et Bourgogne[1]). Contrairement aux périodes précédentes, les négociants à la tête des maisons de commerce refusent – à quelques exceptions près – de s'investir dans des réseaux qu'ils ne maîtrisent pas en dépit de leur aptitude à s'inscrire dans des logiques réticulaires que cette étude a mis en lumière.

Le négociant, homme de réseaux et de l'informel

Étudier le négociant en tant que réalité socioprofessionnelle ne relevait pas de soi au début de notre étude. Nous gardions déjà à l'esprit les mises en garde formulées par Luc Boltanski quant aux dangers de « la conception substantialiste des groupes sociaux » et les reconstructions intellectuelles qui découlent d'une approche déterministe *a priori*[2]. Nous avons donc défini un cadre d'étude inverse : à partir d'un groupe de professionnels qui se nomment eux-mêmes « négociant en vins », il s'agissait de déceler les convergences et les divergences de représentations, de parcours, d'habitus[3] de ce groupe. Le second écueil résidait dans la complexité de l'imbrication des liens sociaux et économiques d'une société qui requiert la prise en considération de plusieurs approches méthodologiques. Afin d'éviter toute démonstration structuraliste trop manichéenne, nous avons multiplié les sources (orales, privées, publiques, entrepreneuriales) et les sujets d'étude (négociants de premier ordre, « petites » maisons, négoce urbain, négoce rural, négociants en faillite ou négociants prospères) pour embrasser la réalité d'une profession diverse et variée. Force est de constater que plusieurs lignes de convergence fortes se sont imposées lors de cette recherche. Au-delà des trajectoires individuelles et des parcours de vie multiples, elles font de ce groupe par essence hétéroclite, un acteur historique homogène. Deux caractéristiques principales ont ici retenu notre attention.

Tout d'abord, le négociant évolue dans un univers social et commercial où règne l'informel. Il y est sans cesse confronté et œuvre pour pourvoir maîtriser un facteur qui peut prendre plusieurs formes et concerner plusieurs domaines. En premier lieu, dans le domaine commercial, l'informel est omniprésent. Il recoupe de nombreuses problématiques dans une filière où les rumeurs et les nouvelles peuvent « impressionner » le marché. Ainsi, en 1911, le *Midi Vinicole*, dans son compte rendu hebdomadaire du marché aux vins biterrois écrit : « Il était visible au marché de vendredi qu'on s'est bien ressaisi. Ce qui avait pu provoquer un commencement de panique, c'était la menace de voir jeter sur le marché beaucoup de marchandises en revente »[4]. En 1920, le journal reçoit la lettre suivante d'un de ses abonnés :

[1] Cf. ROUDIÉ P. *op. cit.* et LUCAND C., *op. cit.*
[2] BOLTANSKI L., « Les systèmes de représentation d'un groupe social : les "cadres" », *Revue française de sociologie*, 1979, 20-4. p. 631-667.
[3] Voir à ce sujet : BOURDIEU P., *Le Sens pratique*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980, et *Questions de sociologie*, Paris, Les Éditions de Minuit, 1980
[4] *MV*, 28/03/1911

> « Les fausses nouvelles adroitement colportées les jours du marché aux vins jettent le désarroi et le découragement parmi les commerçants et viticulteurs honnêtes et laborieux. […] Mardi 27 juillet, une mauvaise nouvelle se répandait comme une traînée de poudre. […] L'effet produit par cet odieux mensonge fut désastreux. »[1]

Le négociant doit donc gérer, sur le marché des vins, des nouvelles qui viennent perturber son activité. Cela démontre en creux la fragilité d'une profession dépendante des informations et de leurs conséquences sur les cours. Il s'agit là d'une thématique qui est fondamentale pour la bonne marche d'une maison de commerce : celle du contrôle de l'information. Celui-ci est primordial afin d'offrir sérénité et lisibilité au négociant sur un marché des vins chaotique. Pour se l'assurer, il recourt à de multiples procédés : informations syndicales, enquêtes auprès des banques, journaux spécialisés, contacts personnels, accélération des prises d'information (télégramme, téléphone puis télex). Ce sont là des moyens de contrôler l'informel ou tout au moins d'en limiter les impacts nuisibles à la maison de commerce.

Socialement, cette gestion de l'informel est également essentielle. Par son mode de vie, par ses loisirs, par ses valeurs, le négociant est incontestablement un notable. Si plusieurs degrés de notabilité peuvent être relevés au sein du groupe, les négociants partagent de nombreux points communs dont le plus important est sans aucun doute la visibilité sociale. Ce facteur informel peut provenir de plusieurs sources et prendre différentes formes : habitat luxueux, loisirs élitistes, implication associative, philanthropie, vêtements, etc. Au moins jusqu'aux années 1940, il assure une place particulière aux négociants en vins dans la société héraultaise. À différentes échelles et selon des différenciations locales, ils apparaissent comme une élite, au même titre que les grands propriétaires terriens, les petits industriels ou les rentiers dont ils partagent le style de vie et le goût pour l'extraversion de leur condition sociale.

Au carrefour de ces deux facteurs informels dans les domaines social et économique se trouve la question de la réputation. C'est ici aussi un élément majeur dans les représentations du négoce. La réputation est l'élément-clé qui permet à la maison de négoce de se développer ou au contraire de péricliter. Sur un marché des vins où la crédibilité est fondamentale, le négociant se doit d' « avoir bonne réputation ». Pour cela, il s'appuie sur des stratégies qui mettent en œuvre l'informel : marques, publicité, nom de la maison dans le domaine commercial ; engagement au service de la collectivité, quête de distinctions prestigieuses, postes à responsabilités dans le domaine social. Dès lors, la question de la réputation et de l'image recoupe ainsi à la fois la dimension commerciale et la dimension sociale. L'une profite à l'autre et inversement dans une dynamique méritocratique qui sous-tend les démarches du négociant :

[1] *MV*, 04/08/1920

elles sont consubstantielles de sa réussite personnelle en tant que commerçant et en tant que notable.

Toutefois, cette prise en considération constante des facteurs informels entraîne en partie le déclin du négoce. En raison des tensions, des risques et du stress qui pèsent sur les maisons de commerce, de nombreux héritiers refusent de s'engager dans la profession et font sortir du groupe socioprofessionnel des familles prospères et investies dans la profession depuis le XIXe siècle. Par ailleurs, l'attrait réputationnel ou la sécurité offerte par d'autres métiers (essentiellement des professions libérales ou intellectuelles) concourent à la désaffection croissante de fils et filles de négociants pour une profession dont le prestige est bien plus limité après 1945. Enfin, afin de correspondre aux codes sociaux d'une bourgeoisie qui aspire à imiter les pratiques aristocrates du XIXe siècle[1], nombre d'héritiers après avoir tenté l'aventure dans le Commerce ou non, décident de vivre de leurs rentes et de la fortune amassée par leurs parents. Ce sont là des éléments informels qui conditionnent le désengagement d'une fraction importante de la bourgeoisie héraultaise de la profession tout au long de la période.

Afin de défendre ou consolider sa réputation et de gérer avec le plus d'efficacité l'ensemble des facteurs informels qui régissent sa réussite, le négociant s'inscrit dans de multiples réseaux. C'est là le second trait caractéristique qui ressort de cette étude. Ces réseaux sont indispensables car par leur interconnexion, ils ouvrent certains milieux au négociant et lui permettent de renforcer son positionnement dans la société viti-vinicole locale, régionale et nationale. Dès lors, la stratégie réticulaire est un outil de choix dans la construction d'une trajectoire sociale et commerciale florissante.

Commercialement, le négociant s'inscrit dans des réseaux qui lui permettent d'écouler sa marchandise et de défendre ses intérêts. Si les réseaux commerciaux aval et amont, par le biais des intermédiaires (courtiers et représentants), sont primordiaux pour assurer le fondement même de la réussite économique de la maison de commerce, ils répondent souvent à des logiques d'expansion et de contraction qui veillent à assurer l'équilibre de la maison de commerce. Au-delà de ces premiers réseaux, les négociants les plus influents investissent des réseaux de pouvoir qui leur garantissent d'assurer la défense des intérêts collectifs et de leurs intérêts individuels : syndicats, chambres de commerce, tribunaux de commerce, X^e^ région économique, commissions consultatives régionales ou nationales, conseils d'administration des banques.

Socialement, le premier réseau est celui de la famille. Via des alliances familiales endogamiques (grands propriétaires, banquiers, autres négociants ou commerçants puis médecins ou intellectuels après 1945), les négociants s'assurent l'apport de fonds alliés et une reconnaissance sociale renforcée. Au-delà de ce premier échelon, ils s'engagent également dans d'autres logiques réticulaires : associatives, politiques ou religieuses.

[1] DAUMARD A., *op. cit.,* p. 178-179.

Dans une réciprocité manifeste, par leur positionnement social extraverti et leur probité commerciale, les négociants assurent aux réseaux dans lesquels ils s'inscrivent une visibilité marquée. À l'inverse, l'engagement dans ces réseaux multiples offre aux négociants un élargissement de leur pouvoir de rayonnement comme en attestent certains parcours personnels multi-réticulaires[1].

Ces parcours sont révélateurs de la pluralité des réseaux que les négociants peuvent investir et l'écrasante majorité de ces derniers cherchent à s'inscrire dans plusieurs de ces réseaux à travers leurs relations familiales, professionnelles, syndicales, consulaires, associatives, politiques ou religieuses, à des échelles et des degrés différents. Dans tous les cas, ces logiques réticulaires, qu'elles soient commerciales, sociales, locales ou nationales, sont indissociables de la prospérité des maisons de commerce et de leur patron, qui, à l'aune de cette étude, se révèle bien être un homme de réseaux et de l'informel.

***

Si le cas héraultais n'est pas unique en Languedoc[2], il est exceptionnel par l'ampleur du phénomène : nombre et poids des syndicats, des maisons de commerce, des marchés aux vins, des commissions de cotation ; captation partielle de la commercialisation des vins algériens ; accaparement des postes à responsabilité dans l'orientation économique du département et de la région ; multiplication des personnalités de premier plan ; forte influence dans l'ensemble de la société viti-vinicole départementale. C'est ce qui en fait un objet historique singulier et lui donne cette dimension nationale que les autres départements méridionaux n'ont pas.

De 1900 à 1970, ce négoce des vins héraultais connaît de profondes mutations. Celles-ci suivent une double dynamique : positive avec la modernisation des maisons qui souhaitent poursuivre une activité éprouvante[3] mais rentable, si tant est que l'on soit capable d'investir les bons réseaux et de maîtriser l'informel ; négative avec la dissolution du tissu commercial local, la mise sous tutelle par l'État ainsi que par les grands groupes vinicoles et le désengagement de la plupart des familles qui y avaient fait fortune. Inextricablement liées, ces deux dynamiques impriment le visage d'un négoce héraultais nouveau au tournant des années 1970.

[1] Voir les différentes biographies en annexes ou le schéma personnel de Jean Prats, p. 1181.

[2] Dans les autres départements, de nombreux négociants et maison de commerce suivent la même trajectoire que dans l'Hérault. Citons par exemple le cas de la maison de commerce catalane « Byrrh » à la renommée nationale et internationale ou le parcours de Marius Leroy d'Audéric, président de la CCN, VP du TCN, Président du SR, VP du comité international des vins et spiritueux de France, Président du Cercle commercial et industriel de Narbonne, Président de l'Union civique de Narbonne, Conseiller du Commerce extérieur, Administrateur des hospices, engagé en 1914 et chevalier de la légion d'honneur (Cf. ANF : 19800035/1277/47268, Fonds de la Légion d'honneur, Dossier de M. Leroy d'Audéric).

[3] Selon l'expression de J.-M. Prats, dernier patron de la maison « Cazalis & Prats » devenue entre-temps « Les Vermoutheries Jean Prats ».

En définitive, en dépit d'un processus de modernisation pendant la période, le négoce local hérité du passé disparait sous l'effet conjugué de différents facteurs[1] mis en évidence dans cette étude. Au-delà de son implication dans l'économie départementale et de son action – structurante ou déstructurante selon les points de vue – sur le marché des vins, c'est un notable impliqué dans la société locale qui s'efface également de la scène départementale.

Finalement, ne subsistent en 1970 que quelques rares maisons qui ont misé sur la commercialisation de produits de qualité et qui ont compris que dorénavant il fallait s'adapter aux nouvelles conditions du marché qui valorise les vins de terroir en lieu et place des vins de marque qui disparaissent dans les années 1970. Après cette date, certaines maisons survivent tant bien que mal sur un ancien modèle, profitant de position de rente (importations) ou de marché de niche (apéritifs) et rachetant leurs anciens concurrents (« Préau et Cie » qui rachète « Arnal-Salze » ou « Clarac frères et Clauzel » qui reprend les « Vermoutheries Jean Prats » à Sète par exemple) mais elles vont rapidement être confrontées aux impératifs du nouveau cadre règlementaire commercial imposé par la CEE et aux nouvelles concurrences étrangères (Italie et Nouveaux mondes). C'est en ce sens que pourraient s'orienter de nouvelles recherches, tant l'élargissement de la concurrence et du paysage commercial semble avoir, après 1970, amorcé une nouvelle mutation sur le marché des vins méridionaux. D'ailleurs, ce marché européen comme l'évoque Ulysse Vergnes devant le Congrès de FM en 1970, évoque de nombreux espoirs pour une profession en grande difficulté. Pour clore cette étude, laissons donc la parole à celui qui fut la dernière grande figure du négoce local et qui ouvre ici des perspectives pour le futur :

> « Le Marché commun des vins ? Une aventure et une grosse vague dans notre grande famille professionnelle ; nous, les anciens, allons tout mettre en œuvre pour monter sur les rails de cet important train… et formulons l'espoir que la génération des jeunes négociants retirera de cette immense entreprise pour leur métier, tous les profits et le bien-être que nous en attendons. »[2]

[1] Si la question démographique n'a jamais été abordée, elle n'est pas non plus négligeable, la plupart des grandes figures du négoce départemental disparaissant entre 1955 et 1965 : G. Malet, E. Alby, G. Orsetti, G. Domerc, G. Sprecher, M. Taillan, L. Meyer ou L. Huc pour ne citer que les plus connus, tandis que les autres sont âgés : M. Péridier est né en 1879, E. Cousin en 1888, P. Rouanet en 1892, G. Bonfils en 1897, A. Méloux en 1898.
[2] « Rapport sur le Marché commun », Congrès de la FM, 1970, *Journée Vinicole*, 29/05/1970.

INDEX DU VOLUME II

Index des principaux patronymes, noms de maisons et groupements

A

Aïn, Émile, 644, 670
« J. Alby » (Sète), 591, 603, 636, 858
Alby, Ernest, 455, 458, 471, 474, 520, 585, 589, 590, 591, 592, 596, 597, 599, 600, 602, 603, 610, 611, 616, 617, 636, 650, 737, 751, 820, 822, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 897
Anthérieu, Victor, 574, 583, 585, 587, 588, 595, 607, 616, 617, 621, 630, 633, 634, 647, 650, 668, 669, 670, 671, 676, 679, 724, 757, 814
Araou, Paul, 525, 526, 527, 531, 537, 741, 749, 767, 768, 772, 789
« Argelliès Frères » (Frontignan), 782, 789
« Arnal L. », (Lodève), 585, 775
« Arnal-Salze » (Sète), 585, 897
Arnaud, Paulin, 576, 585, 670
Augé, Jules, 585, 589, 602, 614, 617, 629, 630, 632, 634, 635, 700, 719, 720, 721, 722, 725, 726, 727, 728, 729, 740, 747, 772, 787, 789, 790, 812, 813, 814, 815, 817, 821, 838
Augé, Justin (député), 667, 668, 672, 673
Azam, E., 585

B

Balmefrezol, Edmond, 585, 592
Barrillon, Charles, 520, 523, 610, 641, 642, 650
Barthe, Édouard (député), 430, 450, 453, 455, 458, 461, 471, 481, 527, 528, 531, 537, 539, 675, 703, 746, 860, 890
Barthes-Jaubert, Jacques, 564
Bastide d'Izard, Jean, 458, 527, 658
Baudassé, Famille, 585
Baumel, Alfred, 523, 593, 600, 649, 663, 670, 677, 678, 752
Bècle, Famille, 446, 585, 595, 827
« Bergnes Joseph » (Sète), 854
Bertouy, Pierre, 535, 668, 670, 671, 678, 715
Bessière, Famille, 474
Bessière, François, 574
Bessière, Léon, 606, 842, 878
Bessière, Thomas, 670
Biscaye, Henri, 520, 647, 658, 663, 668, 669, 678
Biscaye, Marcel, 655, 656
Bisset, Famille, 610
Bonfils, Georges, 547, 869, 870, 874, 897
Bonnaventure, 583, 584, 632
« Veuve Bonnet » (Lunel), 814
Botta, Léon, 575, 578, 630
Bret, Paul, 404, 405, 406, 407, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 434, 444, 496, 501, 502, 503, 504, 506, 518, 519, 535, 576, 577, 578, 579, 580, 591, 597, 632, 633, 635, 643, 662, 672, 676, 678, 683, 689, 708, 710, 744, 769, 885
Brousse, Emmanuel (député), 511, 672, 673, 752, 778, 784, 788
Bühler, Famille, 581, 585, 597, 611, 612, 619, 655, 826, 842, 847
Bühler, Paul, 578, 580, 644, 654
Bühler Traugott, 572, 576, 578, 580, 605, 654, 826
Buridon, Famille, 572, 594

C

Caffarel, Gabriel (fils) 404, 406, 638, 643, 780
Campanaud, Henri, 441
Castelnau, Famille, 581, 648, 655, 658, 677

« Catalan Frères » (Montpellier), 577, 578, 613, 842, 878
Catalan Joseph, 650
Cattelat, Louis, 525, 595
« Cazalis & Prats », (Sète) 444, 445, 590, 595, 624, 652, 653, 700, 740, 757, 797, 802, 805, 838, 843, 844, 845, 848, 857, 859, 863, 878, 896, 897
« Cazalis et Delord » (Montpellier), 572, 853, 857, 860
Cazalis, Gaston, 599, 602, 610, 617, 631, 632, 639, 644, 646, 650, 651, 653, 654, 825, 848
Cazalis, Lionel, 582, 656
CDC (Paris), 724, 876, 888
CGVMA (Paris – Béziers – Sète) , 591, 741, 858, 891
Chappaz, Famille, 628,
Chappotin, Famille, 647, 669
Chappotin, Louis, 586
Chappotin, Rose, 574, 588
« D. Chauvain » (puis « M. Chauvain et Cie », Sète), 411, 587, 589, 802, 805, 811
Chauvain, Famille, 576, 577, 581, 610, 615, 616, 630, 633
Chauvain, Dominique, 576, 599
Chauvain, Gustave, 634
Chauvain, Louis, 577, 582, 587
Chauvain, Marius, 587
« Clarac Frères et Chauvain » (puis, « Clarac Frères et Clauzel », Sète), 474, 587, 592, 805, 806, 897
Clarac, Victor et Joseph, 585, 587, 589, 592, 610, 633, 805
Clauzel, André, 857
Clauzel, Fernand, 474, 479, 585, 592, 600, 615, 616, 897
Corbery, Maurice, 817, 829
Coste, Gaston, 525, 610
Coste, Paul, 509, 523, 582, 585, 591, 592, 597, 599, 610, 611, 639, 640, 655
Coste, Famille (Paulhan), 585,
Cousin, Camille, 655
Cousin, Élie, 525, 543, 643, 647, 650, 676, 678, 807, 897
Cousin, Élie-Émile (député), 402, 657, 663
Crozals, Famille, 572, 583, 585, 586, 587, 594, 601, 853, 855, 858

D

De Crozals, Cyprien, 518, 535, 612,
Déjean, Famille, 594, 641, 654
De Rodez-Bénavent (député), 450, 673
Dispan-Marril, Augustin , 475, 477, 480
Domerc, Georges, 520, 554, 585, 595, 600, 610, 611, 650, 654, 826, 853, 897
Domergue, Antoine, 401, 413, 503, 506, 577, 614, 617, 620, 628, 632, 633, 645
Dourlan, Denis, 629, 700, 722, 725, 727, 729, 747, 782, 787, 790, 813, 814, 821, 838, 848
« Dubonnet SA » (Paris – Sète), 724, 876, 891
Dugrip, Famille, 641, 643
« Dupuy-Coste » (Banque, Sète), 578, 591, 639, 655

E

Estève, Louis-Martin, 518, 610, 650, 654, 602
Estève, Louis, 600, 610, 650
Euzet, Joseph, 396, 523, 594, 599, 610 620, 621, 641, 647, 649, 650, 651, 654, 668, 677, 678, 722, 803, 843, 845, 853

F

Falgueirettes, Jules, 583, 599, 638, 641
Félix Potin (Paris), 886
Fraisse, Jean, 479, 480, 551, 561, 563

G

Galtier, Denis, 508, 520, 521, 677, 678, 719, 808, 821
Gantet, Simon, 590, 592, 599, 606, 636

Gautier, Henri, 602, 654, 655, 825, 840
Gautier, François, 654, 655, 825
Gautier, Jules, , 638, 654, 655, 826, 840
Gautier, Paul, 638
Génie, Jules, 404, 456, 468, 535
Génie, Émile, 448, 638
« Gévéor » (Paris), 886
Ginestet, Arlette, 590, 602, 634, 652, 687
Granaud, Paul, 418, 520, 527, 528, 529, 531, 539, 585, 590, 598, 617, 646, 647, 651, 652, 654, 658, 765, 819, 861
Granier, Camille, 593
Granier, Gabriel, 470, 633, 634, 670, 671, 682
Granier, Joseph, 585, 596, 600, 601, 614, 629, 631, 632, 634, 644, 645, 649, 669, 678, 685, 700, 702, 748, 757, 789, 817, 838, 848
Granier, Paul, 572, 578, 581, 583, 585, 593, 614, 617, 618, 629, 634, 670, 671, 678, 722
Guy, François, 494, 498, 512, 518, 572, 612, 619, 620, 633, 658
Guy, Jean, 585, 588, 619, 620, 643, 644, 650, 654
Guy, Joseph, 446, 585, 588, 589, 600, 619, 620, 782, 827

H

Herber, Adolphe, 571, 610, 842,
Herber, Joseph, 585, 603, 635
Herber, Jules, 585, 610, 630, 635, 642, 644, 650, 651, 862
Hubidos, Pierre, 592, 594, 607, 610, 654, 825
« Louis Huc » (puis « Les Fils de Louis Huc », Béziers), 589, 853, 858, 859, 892
Huc, Louis, 572, 577, 585, 589, 613, 618, 620
Huc, Louis (Fils), 474, 479, 585, 589, 635, 658, 897
Huc, Pierre, 525, 585, 589, 617, 829, 866,

J

Jeanjean, Famille, 470, 474, 475, 523, 585, 592, 593, 596, 597, 603, 614, 616, 620, 624, 625, 627, 629, 630, 631, 633, 634, 635, 652, 678, 682, 685, 702, 719, 748, 752
Julien, Famille, 594, 601, 610, 639, 640, 641, 853
Julien, Jules, 610, 632
Julien, Néri, 610, 646

K

Koester, Louis, 630, 638, 639, 640, 641, 644, 645, 826, 842, 847

L

Labarthe, Marcel, 446, 630, 631, 827
Lafferre, Louis, 433, 449, 453, 501, 673, 674, 675
Leenhardt, Charles, 582,613
Leenhardt, Eugène, 419, 433, 438, 450, 508, 523, 525, 528, 600, 613, 646, 650, 658, 764
Leenhardt, Fernand, 600, 628, 647
Leenhardt, Jules, 633
Leenhardt, Louis, 585, 586, 598, 603, 613, 620,
Leenhardt, Pierre, 573, 576, 582, 598, 601, 613, 617, 627, 631, 747, 857
« Leenhardt-Bazille » (Montpellier), 580, 585, 586, 601, 602, 620, 677, 822, 842, 847, 855, 857
Leroy-d'Audéric, Marius, 425, 827, 896
Lurie, Cerf (député), 667, 668, 681

M

Malet, Gustave, 436, 439, 441, 442, 443, 450, 451, 455, 458, 461, 467, 476, 520, 521, 523, 525, 531, 537, 538, 543, 544, 546, 552, 613, 645, 647, 649, 650, 651, 665, 669, 676, 678, 683, 689, 697, 713, 715, 763, 768, 798, 806, 828, 831, 833, 861, 897
« Margnat » (Marseille), 891

Martel, Omer, 501, 582, 583, 584, 594, 658, 733
Méloux, André, 474, 544, 546, 595, 650, 651, 666, 680, 686, 747, 751, 770, 786, 788, 791, 897
Messine, Hyppolite, 405, 410, 613
Meyer, Jean, 585, 612, 629, 634, 724, 769, 842, 847, 892
Meyer, Louis, 658, 897
Michel, Félix, 518, 594, 602, 627, 630, 631, 635, 646, 647, 649, 650, 654, 655, 676, 677, 689, 745, 821, 825, 826
Montet, André, 650, 669, 670, 679, 836, 866

N

Nègre, François, 573, 578
« Nicolas » (Paris), 764, 886
« Noilly-Prat » (Lyon – Sète – Marseillan), 844, 845, 848, 878, 891
Nougarède-Bermond, Jules, 456, 827

O

Olive, Famille (Frontignan), 595
Olive, François (Sète), 523, 574
Orsetti, Eugène, 520, 544, 588, 650, 847, 897

P

Guibal, Famille (Clermont-l'Hérault), 474, 555, 585, 597, 605, 647, 659, 702, 891
« Guibal » (Mèze), 588, 802, 805, 816
Paloc, Famille, 595, 723, 737
« Parlier & Krüger» (Montpellier), 590, 677, 842, 847, 855, 857, 859, 860, 892
Péridier, Maurice, 602, 607, 615, 616, 635, 650, 683, 897
Périer, Joseph, 578, 595, 670, 671, 814
Pétrier, François, 452, 458, 460, 544, 547, 585, 595, 650, 656, 676, 861
Philippon, Famille, 585, 857
Poujade, Famille, (Mèze), 647, 668, 670, 678
Poujade, Pierre (homme politique), 683, 684, 685, 686
Poujol, François (Poussan), 593, 607, 670
Poujol, Lucien (Sète), 862
Pradal, Antoine (Lézignan-Corbières), 452, 456, 528, 532
Pradal, Jean (Béziers), 520, 521, 583
«A. Prat », 757
Prats, Jean, 399, 411, 427, 433, 434, 445, 446, 448, 449, 453, 455, 456, 457, 461, 471, 474, 476, 480, 496, 513, 518, 520, 521, 532, 543, 585, 589, 590, 594, 603, 606, 610, 611, 618, 619, 625, 626, 633, 641, 646, 650, 651, 653, 654, 655,676, 677, 678, 687, 689, 719, 818, 825, 848, 856, 860, 896
Prats, Jean-Honoré, 525, 682, 602
Prats, Jean-Marie, 595, 632, 634, 635, 652, 797, 819, 896
Préau, Famille, 595, 862, 897
Préfontaines (Paris), 559, 876, 886

R

Rassiguier, Lucien, 615, 620, 838
Razimbaud, Jules (député), 672, 673, 744
Reboul, Camille (député), 667, 668
Rey, Charles, 582, 602, 620, 628, 629, 634
Rieux, Famille, 432, 592, 633
Rouaud, Jean, 669, 670, 671
Roussel-Lacombe Étienne, 411, 422, 434, 517, 520, 585, 653, 655, 662, 677, 763, 764, 767, 822
Roux, Henri, 599, 616,
Roux, Maurice, 638, 641

S

Salasc, Famille, 470, 474, 589, 595, 596, 616, 620, 622, 631, 632, 634, 647, 678, 838
Salis, JAcques (député), 673
SAPVIN (Paris), 888
« Schenk SA» (suisse – Sète), 842

SETIMPORT (Sète), 858, 862
Skalli, Famille, 595, 596, 597, 616, 864,
Soulié, Louis, 573, 578, 583
Sprecher, Georges, 458, 585, 594, 599, 650, 654, 858, 862, 897
Steinmann, Famille, 678, 826

T

Taillan Auguste, 678
Taillan, Bernard, 600, 862
Taillan, Maurice, 598, 599, 600, 601, 606, 632, 636, 650, 654, 658, 776, 897
Taillan, Pierre, 575, 581, 585, 598, 610, 611, 634, 636, 678, 809
Teissier, Abel, 782, 784, 785, 788
Thau, Joseph, 580, 599, 610, 639, 740, 816, 821
Thau, Louis, 610, 617, 639
Tirat, Robert, 468, 546, 549, 550, 551, 679, 681
« B. Tous » (Sète), 601, 776, 816
Tous, Raphaël, 592, 601, 607, 632
Tudez, Jean-Baptiste, 583

V

Vergnes, Ulysse, 473, 474, 475, 476, 479, 480, 481, 483, 484, 486, 488, 544, 546, 549, 556, 558, 559, 560, 562, 564, 632, 644, 662, 685, 686, 689, 719, 817, 822, 872, 874, 875, 892, 897
Villeneuve, Paul, 77, 479, 546, 563, 650, 652, 686, 836, 863
« Vins du Postillon » (Paris), 886
Vivarès, Frédéric, 573, 581
Vivarès, Honoré, 595, 798, 805
Voisin, Jean, 572, 575, 577, 580, 581, 582, 614, 628, 629, 636, 757
Voisin, Urbain, 575, 580, 583, 601, 614, 628

W

Warnery, Charles, 446, 580, 581, 585, 613, 634, 646, 648, 649, 651, 653, 655, 658, 677, 757, 826, 827, 842, 852, 862
Warnery, Max, 650, 862

Principaux groupements

CGV/CGVM, 421, 423, 433, 435, 436, 450, 451, 453, 503, 514, 526, 534, 535, 536, 538, 539, 540, 555, 563, 564, 708, 751, 764, 788, 817, 818, 860
CNVS, 474, 476, 477, 478, 479, 480, 486, 553, 560, 652, 751, 752, 871, 872
Fédération méridionale du Commerce en gros des vins et spiritueux, 435, 436, 437, 446, 449, 450, 454, 455, 463, 465, 472, 473, 475, 476, 477, 478, 479, 481, 483, 484, 485, 486, 487, 488, 522, 523, 528, 547, 560, 562, 563, 564, 565, 626, 665, 667, 675, 681, 686, 737, 747, 751, 753, 768, 770, 786, 816, 819, 827, 829, 830,831, 835, 839, 845, 849, 861, 863, 866, 869, 870, 872, 873, 874, 875
Syndicat national du Commerce en gros des vins et Spiritueux, 399, 405, 406, 411, 420, 445, 450, 451, 456, 457, 463, 464, 465, 468, 474, 477, 479, 480, 488, 651, 662, 686, 698, 750, 752, 818, 829
Syndicat régional du Commerce en gros des vins et Spiritueux, 399, 401, 404, 405, 406, 407, 409, 410, 411, 412, 413, 414, 419, 420, 421, 422, 425, 427, 433, 434, 435, 436, 437, 439, 444, 445, 446, 449, 451, 453, 456, 474, 501, 502, 503, 512, 517, 538, 549, 663, 683, 708, 710, 713, 745, 749, 750, 751, 752, 769, 773,775, 791, 818, 819, 824, 825, 826, 830, 848, 855, 885

Index des principales localités héraultaises

A

Agde, 523, 572, 575, 582, 584, 612, 618, 624, 633, 634, 647, 654, 668, 741, 805, 806, 826

B

Balaruc-les-Bains, 607

Béziers, 401, 402, 404, 407, 414, 418, 420, 429, 430, 431, 432, 433, 434, 436, 438, 446, 449, 452, 453, 454, 458, 460, 464, 465, 466, 472, 479, 495, 498, 501, 509, 510, 512, 513, 517, 518, 519, 520, 523, 525, 527, 530, 531, 532, 535, 536, 537, 539, 540, 544, 546,547, 551, 554, 561, 562, 563, 564, 571, 572, 576, 577, 578, 580, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 592, 593, 594, 595, 598, 600, 601, 603, 605, 611, 612, 613, 614, 616, 617, 618, 619, 620, 629, 630, 633, 634, 643, 644, 646, 647, 651, 652, 654, 655, 656, 658, 666, 668, 669, 670, 673, 674, 675, 676, 677, 700, 708, 721, 723, 724, 725, 726, 727, 728, 732, 733, 734, 735, 738, 740, 767, 768, 772, 775, 780, 782, 786, 789, 800, 801, 802, 809, 811, 813, 814, 817, 818, 819, 820, 826, 827, 830, 836, 842, 853, 854, 855, 858, 859, 860, 863, 886

C

Campagnan, 733, 775

Capestang, 585, 774

Cessenon-sur-Orb, 585, 589, 614, 722

Clermont-l'Hérault, 418, 454, 470, 474, 523, 585, 589, 595, 596, 620, 631, 634, 647, 649, 668, 669, 670, 671, 739, 886

Corneilhan, 802

Cournonterral, 417

F

Florensac, 582, 602, 647, 668

Frontignan, 402, 418, 445, 446, 454, 531, 554, 573, 574, 575, 576, 578, 581, 583, 585, 586, 587, 588, 595, 596, 607, 616, 617, 621, 630, 632, 633, 634, 647, 668, 669, 670, 671, 676, 679, 702, 724, 758, 774, 780, 782, 789, 798, 800, 801, 805, 827, 886

L

Lattes, 576, 613, 700

Lavérune, 576

Lodève, 421, 523, 585

Lunel, 402, 407, 414, 417, 418, 454, 470, 554, 595, 643, 647, 685, 810, 814, 820, 886

M

Magalas, 572, 578, 581, 583, 585, 592, 593, 596, 600, 614, 617, 618, 649, 670, 671, 702, 802

Maraussan, 411, 412, 721

Marseillan, 402, 414, 418, 431, 432, 446, 454, 530, 531, 535, 572, 575, 577, 581, 582, 583, 585, 592, 601, 602, 611, 614, 616, 618, 620, 628, 629, 633, 634, 636, 670, 724, 782, 800, 801, 805, 820, 827, 845, 852

Mauguio, 416, 613, 668

Mèze, 402, 454, 460, 466, 474, 573, 574, 577, 580, 585, 588, 606, 607, 611, 620, 632, 633, 647, 668, 669, 670, 671, 678, 782, 789, 802, 805, 816, 820, 842, 852

Montagnac, 789

Montpellier, 395, 397, 401, 402, 404, 407, 410, 413, 414, 416, 419, 420, 421, 422, 426, 427, 429, 431, 432, 433, 434, 438, 446, 447, 450, 451, 454, 455, 456, 458, 467, 468, 469,

470, 471, 472, 474, 475, 483, 485, 487, 488, 493, 495, 496, 498, 500, 502, 503, 504, 506,507, 508, 509, 513, 517, 518, 520, 521, 522, 523, 525, 530, 531, 535, 536, 538, 540, 544, 546, 550, 551, 554, 555, 560, 564, 571, 572, 573, 574, 576, 577, 578, 579, 580, 581, 582, 585, 586, 587, 589, 590, 593, 594, 595, 596, 598, 600, 601, 603, 613, 616, 617, 619, 620, 627, 630, 633, 634, 636, 643, 644, 645, 646, 647, 648, 649, 650, 651, 654, 655, 656, 658, 662, 663, 666, 669, 670, 675, 676, 677, 680, 681, 683, 686, 697, 703, 704, 706, 708, 711, 716, 719, 723, 724, 725, 727, 731, 732, 733, 734, 735, 736, 737, 738, 739, 740, 741, 744, 745, 746, 764, 768, 769, 772, 773, 774, 775, 776, 777, 778, 779, 780, 781, 782, 783, 785, 788, 789, 790, 799, 800, 801, 807, 809, 810, 814, 818, 819, 820, 821, 822, 825, 826, 827, 828, 829, 834, 842, 852, 853, 855, 856, 857, 858, 859, 860, 861, 865, 875, 886

Murviel-lès-Béziers, 554, 612, 619

N

Neffiès, 577

O

Olonzac, 418, 431, 530, 555

P

Paulhan, 585

Pézenas, 402, 414, 449, 454, 523, 525, 530, 531, 585, 614, 667, 669, 702, 775, 819, 820

Pignan, 416, 576, 678

Poussan, 573, 583, 593, 603, 607, 620, 633, 670, 763

Puisserguier, 572

S

Saint-Chinian, 530, 585, 589, 603, 669, 787

Saint-Félix-de-Lodez, 585, 592, 596

Saint-Georges-d'Orques, 418, 421, 573, 779

Saint-Jean-de-Védas, 577, 613, 614

Sète, 401, 402, 404, 406, 407, 412, 413, 414, 418, 419, 420, 427, 433, 438, 445, 446, 448, 454, 456, 460, 465, 466, 471, 472, 474, 480, 498, 503, 504, 506, 508, 509, 512, 517, 518, 520, 521, 523, 524, 525, 531, 532, 535, 544, 546, 547, 554, 571, 573, 574, 575,576, 577, 578, 581, 582, 583, 584, 585, 586, 587, 588, 589, 590, 591, 592, 594, 595, 596, 598, 600, 601, 602, 603, 606, 607, 610, 611, 615, 616, 617, 620, 629, 630, 632, 633, 634, 635, 636, 637, 638, 639, 641, 642, 643, 644, 645, 647, 648, 649, 651, 654, 655, 656, 658, 659, 667, 668, 669, 670, 675, 676, 677, 678, 687, 702, 708, 718, 719, 724, 727, 734, 737, 740, 744, 750, 758, 759, 765, 768, 776, 781, 782, 789, 798, 800, 801, 802, 803, 805, 806, 808, 809, 810, 811, 814, 816, 818, 820, 821, 822, 825, 826, 827, 829, 839, 840, 842, 843, 845, 847, 848, 851, 852, 853, 854, 855, 857, 858, 859, 860, 861, 862, 863, 864, 865, 877, 886, 897

SOMMAIRE

VOLUME I

REMERCIEMENTS ..... p. 3
RÉSUMÉ ..... p. 5
TABLE DES MATIÈRES ..... p. 7
SIGLES ET ABRÉVIATIONS ..... p. 13
LISTE DES TABLEAUX, GRAPHIQUES, SCHÉMAS, CARTES ET FIGURES ..... p. 15
ORIENTATIONS BIOGRAPHIQUES ..... p. 22
CITATION ..... p. 23
INTRODUCTION GÉNÉRALE ..... p. 25

PREMIÈRE PARTIE : Le Commerce des vins en gros dans l'Hérault : pratiques, circuits commerciaux et dynamiques d'une activité capitale en mutation ..... p. 63

SECTION 1 : 1900-1930 : un négoce florissant et rayonnant ..... p. 67

Chapitre 1 : Être négociant dans l'Hérault au début du siècle ..... p. 71
Une hétérogénéité marquée ..... p. 71
Des structures commerciales protéiformes ..... p. 97

Chapitre 2 : Une position pivotale : le négoce héraultais entre le Midi et l'« Extérieur » ..... p. 107
Permettre l'écoulement de la plus grande production française ..... p. 107
Relais et circuits de commercialisation ..... p. 120
Le marché aux vins, baromètre de la filière ..... p. 144

Chapitre 3 : Le négociant, un patron soucieux de rigueur, d'efficacité et de modernité ..... p. 159
Devenir négociant : plus qu'une simple formalité ..... p. 159
La problématique question des transports ..... p. 166
La modernisation des infrastructures commerciales ..... p. 178
Des stratégies commerciales entre tradition et modernité ..... p. 199

Chapitre 4 : La Première Guerre mondiale, un conflit perturbateur mais profitable ..... p. 227
Loin du front, un secteur pourtant troublé ..... p. 227
Une activité qui subsiste ..... p. 236

Conclusion de la section 1 ..... p. 247

Section 2 : 1930-1970 : le temps des inquiétudes et des difficultés ..... p. 249

Chapitre 1 : Le basculement des années 1930 ..... p. 251
Le renversement de conjoncture sur le marché des vins héraultais ..... p. 251
Les nécessaires tentatives d'adaptation ..... p. 260
La transformation du tissu commercial ..... p. 273

Chapitre 2 : Entre restrictions et tentations : les vins héraultais dans la Seconde Guerre mondiale ..... p. 291
Révolution nationale et Occupation : la régulation rigide du marché des vins ..... p. 291
Le négoce héraultais face aux dérèglements et aux bouleversements ..... p. 303

Chapitre 3 : Vers la disparition du négoce local (1945-1970) ..... p. 319
L'effacement progressif ..... p. 319
La fin de l'indépendance ..... p. 334

Chapitre 4 : Après 1950, un modèle de développement en crise ..... p. 347
L'atrophie de l'activité commerciale dans le département ..... p. 347

Une gestion de crise permanente ..... p. 362
Conclusion de la section 2 ..... p. 388
Conclusion de la première partie ..... p. 391

VOLUME II

DEUXIÈME PARTIE : La « tentation hégémonique ». Enjeux et stratégies autour d'un négoce conquérant ..... p. 395
SECTION 3 : La puissance syndicale en action ..... p. 399
Chapitre 1 : Un mouvement syndical en quête d'unité et d'efficacité (1900-1920) ..... p. 401
Un nouveau regroupement : le Syndicat régional du Midi ..... p. 401
Un discours ambitieux ..... p. 409
Un mouvement qui cherche à s'affirmer ..... p. 416
Un tournant décisif : la Première Guerre mondiale et l'immédiat après-guerre ..... p. 425
Chapitre 2 : L'âge d'or de la puissance syndicale (1920-1944) ..... p. 435
Le raffermissement syndical : la Fédération méridionale du commerce en gros des vins et spiritueux ..... p. 435
La mutation du discours qualitatif ..... p. 444
Le rayonnement manifeste ..... p. 449
Chapitre 3 : L'indiscutable affaiblissement (1945-1970) ..... p. 463
La difficile fin des années 1940 ..... p. 463
La question de la représentativité ..... p. 469
Les derniers combats ..... p. 481
Conclusion de la section 3 ..... p. 490
SECTION 4 : Un objectif : le contrôle de la filière viti-vinicole héraultaise . p. 491
Chapitre 1 : Un premier effort désordonné (1900-1920) ..... p. 493
Orienter la filière ..... p. 493
Devenir l'interlocuteur numéro un de la filière héraultaise ..... p. 501
L' « Office du vin, office central de renseignements, d'étude et d'action », un instrument efficace ? ..... p. 509
Chapitre 2 : La domination comme ambition (1920-1939) ..... p. 517
Une politique de lobbying efficace ..... p. 517
La rationalisation de la filière viti-vinicole héraultaise ..... p. 525
Propriété et Commerce, des relations en clair-obscur ..... p. 534
Chapitre 3 : L'échec d'une tentative hégémonique (1950-1970) ..... p. 543
Le rayonnement contrarié ..... p. 543
Un acteur parmi les autres ..... p. 558
Conclusion de la section 4 ..... p. 566
Section 5 : Le négociant : un notable au cœur de la société viti-vinicole héraultaise ..... p. 569
Chapitre 1 : Trajectoire (s) d'une élite en recomposition ..... p. 571
1900-1920 : le règne des grandes familles ..... p. 571
Années 1920-années 1960 : L'émergence d'une nouvelle bourgeoisie ..... p. 584
Chapitre 2 : Modes et styles de vie : Une notabilité affirmée ..... p. 609
L'habitat comme marqueur social fort ..... p. 609
Un style de vie distinctif ..... p. 621
Chapitre 3 : L'implication sociale d'un notable reconnu ..... p. 637
L'engagement associatif comme outil de valorisation et de promotion ..... p. 637
Une question de prestige(s) ..... p. 646

Chapitre 4 : L'ambiguïté du jeu politique ..... p. 661
Un investissement limité ..... p. 661
1900-1939 : la proximité avec les milieux républicains ..... p. 671
1950-1970 : le virage à droite ..... p. 680
Conclusion de la section 5 ..... p. 687
Conclusion de la deuxième partie ..... p. 689
TROISIÈME PARTIE : Le négoce héraultais sous tension(s) : dérives, répression, perturbations et déboires dans le commerce des vins ..... p. 691
Section 6 : Responsabilités, déviances et justice dans le négoce héraultais ..... p. 695
Chapitre 1 : Les vins héraultais : la mauvaise réputation ..... p. 697
« Soigner les vins » : négoce et vinification ..... p. 697
Le mythe du « vin naturel » ..... p. 706
Des stratégies commerciales douteuses ..... p. 716
Chapitre 2 : L'impact fondamental de la justice sur le marché des vins héraultais : contrôle et normalisation ..... p. 731
Les tribunaux méridionaux, source d'une régulation adaptative ..... p. 731
Deux acteurs incontournables, partenaires et antagonistes sur le marché des vins : Service de répression des fraudes et Syndicats ..... p. 743
Chapitre 3 : Le Commerce du Midi en marge de la loi ..... p. 755
Gestion des stocks, circulation et responsabilités légales ..... p. 755
Une activité risquée ..... p. 763
Fraudes et fraudeurs ..... p. 776
Conclusion de la section 6 ..... p. 791
Section 7 : Une position fragile : menaces et revers sur le marché des vins héraultais ..... p. 795
Chapitre 1 : Une activité génératrice de conflits dans un contexte tumultueux ..... p. 797
Au cœur des conflits sociaux (1900-1939) ..... p. 797
Une profession entre conflictualité et individualisme ..... p. 812
Chapitre 2 : Le rendez-vous raté des vins héraultais avec l'international : l'échec des exportations ..... p. 823
Une détermination syndicale affirmée ..... p. 823
Causes et facteurs d'un échec au long cours ..... p. 830
Les maisons héraultaises à l'export : paradoxe(s) d'une union manquée ..... p. 838
Chapitre 3 : Quand la menace vient de l'extérieur ..... p. 851
Midi-Algérie : les liaisons dangereuses ..... p. 851
Le négoce héraultais face à la CEE : le mélange des sentiments ..... p. 866
Conclusion de la section 7 ..... p. 877
Conclusion de la troisième partie ..... p. 879
CONCLUSION GÉNÉRALE ..... p. 883

VOLUME III

ÉTAT DES SOURCES ..... p. 899
BIBLIOGRAPHIE ..... p. 945
ANNEXES ..... p. 1007
INDEX GÉNÉRAL ..... p. 1279