

À chacun, sa vision des affaires : Marchands de la mer et de l'intérieur (Bretagne – Castille – Andalousie, XVI^e siècle) (1)

Au XVI^e siècle, la maîtrise du commerce vers l'Espagne des toiles bretonnes est passée des marchands « de l'intérieur » castillans aux négociants-armateurs malouins. Quels facteurs peuvent-il expliquer cette évolution ?

par **Jean-Philippe PRIOTTI***

A travers l'étude comparée de deux réseaux informatifs concurrents, l'un dirigé par des armateurs et des marchands malouins et l'autre par des hommes d'affaires castillans, je voudrais ébaucher ici les contours des changements structurels qui affectèrent le commerce atlantique à la fin du XVI^e siècle et au début du XVII^e, au moment où l'afflux des métaux précieux en Espagne (en provenance d'Amérique) atteignit des niveaux sans précédent, tout en testant la validité de l'affirmation selon laquelle il y aurait eu adéquation entre abondance et qualité de l'information, d'un côté, et avantages compétitifs et performance économique, de l'autre (2).

Pour comprendre ces changements, il est important d'avoir à l'esprit la relative modestie des arrivées de métaux précieux américains avant 1560 et leur abon-

dance croissante au cours de la décennie suivante et pendant plus d'un demi-siècle. Cet afflux d'argent vers Séville offrait la possibilité de réduire les coûts de l'échange, car, dans un système où le crédit s'était développé pour pallier la pénurie de monnaie, les risques de défection de l'acheteur étaient plus élevés que lorsque du comptant était utilisé. Là où la monnaie allait devenir abondante, comme en Andalousie, l'importance, pour la conclusion de bonnes affaires, des réseaux sociaux, de l'information et de la confiance perdait de son caractère primordial.

(2) Depuis les années 1990, le développement de nouvelles techniques de communication a invité sociologues, historiens et économistes à manifester un intérêt croissant pour l'histoire de l'information et de la connaissance. Entre autres références, nous citerons : SASSEN Saskia, *Globalization and its discontents*, New York, New York University Press, 1998 ; BURKE Peter, *Historia social del conocimiento. De Gutenberg a Diderot*, Barcelona, Paidós, 2002 (1^{re} éd. 2000, en anglais) ; NORTH Douglass C., *Institutions, Institutional Change and Economic Performance*, Cambridge, Cambridge University Press, 1990. Toutefois, comme l'a justement souligné BOTTIN Jacques, auteur de l'article « Négoce et circulation de l'information au début de l'époque moderne » in LE ROUX Muriel (dir.), *Histoire de la Poste, de l'administration à l'entreprise*, Éditions de l'École Normale Supérieure, 2002, p. 49, 54, l'adéquation entre la régularité et la qualité de l'information et son efficacité globale pour les affaires ne va pas de soi.

* FRAMESPA-UMR 5136, Université de Toulouse II Le-Mirail. CRHAEL, Université du Littoral.

(1) Cet article est une version enrichie d'un texte paru dans *Rives nord-méditerranéennes*, n° 27, 2007, p. 13-24, sous le titre *Information, organisations commerciales et performance économique. Marchands de la mer et de l'intérieur au début de l'époque moderne*.

Afin de compléter les travaux récents sur la vitesse de circulation, la diffusion et le coût de transmission de l'information (3), et d'en connaître l'efficacité réelle, il semble nécessaire d'étudier le substrat humain au sein duquel cette information était enchâssée, circulait et était traitée en vue d'une action déterminée. La bonne information ne circulait pas en vase clos, au profit d'un seul acteur : elle était soumise au jeu concurrentiel. La qualité de l'information perdurait pour peu que l'on agît avec la rapidité requise dans son traitement. Dans un *Trattato dei buoni costumi*, l'auteur, qui faisait profession de commerçant, recommandait :

« [...] Si tu reçois un paquet de lettres pour toi et d'autres marchands, commence par ouvrir les tiennes. Et agis. Tes affaires réglées, il sera temps de remettre aux autres leur courrier » (4). Cependant, agir n'était pas si simple. En effet, la façon dont les hommes d'affaires de quelque importance placés au centre d'un réseau humain utilisaient l'information dépendait, dans une large mesure, du statut de l'informateur et de la confiance dont il était crédité, et ce statut n'était pas établi une fois pour toutes ; il fluctuait en fonction de la place de la firme à laquelle appartenait tant l'informateur que l'informé, ainsi que de celle des firmes concurrentes, dotées de leur propre réseau informatif. Pour cette étude, j'ai utilisé environ un sixième de la correspondance Ruiz, un fonds d'archive riche de plus de 55 000 lettres, dont la plupart avaient été envoyées à Simón Ruiz, un grand marchand castillan établi à Medina del Campo (5). Le contenu de ces missives rend possible la comparaison entre le système informatif et la performance économique du réseau social de la firme Ruiz, composé de Castillans, de Bilbanais et de Nantais, actifs sur l'itinéraire Nantes-Bilbao-Castille, et un deuxième réseau, formé de Malouins et de Vitréens, qui contrôlait l'axe Vitré-Saint-Malo-Andalousie durant la période 1560-1600.

A la fin des années 1550, les Castillans, au premier rang desquels se trouvait la firme Ruiz (6), contrôlaient le commerce traditionnel des toiles bretonnes entre le Sud de la Bretagne et la Castille, à travers les ports de Nantes et de Bilbao. C'était un des principaux axes du commerce castillan avec le reste de l'Europe et, à cette époque, les toiles bretonnes étaient à la fois l'article

étranger le plus vendu en Castille et un des principaux produits chargés sur les navires à destination des Indes. D'ailleurs, en parallèle, les Ruiz étendaient leur commerce à Séville.

Mais, suite à la paix de 1559, à l'afflux massif d'argent américain et à la proximité des centres de production textile bretons et normands, le commerce des Malouins en Andalousie concurrença celui que les Castillans réalisaient traditionnellement entre le Sud de la Bretagne et le Nord-Ouest de l'Espagne, car les uns et les autres avaient les mêmes zones d'approvisionnement. Compte tenu de la plus grande disponibilité d'argent comptant en Amérique et en Andalousie, la demande s'intensifiait et, pour y répondre, des intermédiaires nouveaux, en particulier malouins, se lançaient sur le marché. Cela se traduisit par un accroissement de la demande auprès des producteurs bretons et l'offre en tira le meilleur parti. Toutefois, Malouins et Castillans n'organisaient pas leur commerce de la même façon (7) et les informations auxquelles ils avaient recours pour mener à bien leurs affaires, utilisaient des canaux différents.

A Saint-Malo, l'apprenti-marchand bénéficiait d'une formation « sur le tas », dans laquelle l'expérience de la navigation représentait, encore au XVII^e siècle, la principale discipline (8). Elle permettait, en effet, de collecter soi-même de l'information – une information en grande partie visuelle et orale, laquelle invitait à s'aventurer dans les affaires, grâce à la connaissance simultanée des caractéristiques des différents ports. Ces navigations répétées forgeaient la perception que le marchand malouin avait des affaires. Résolument tourné vers la mer, sans cesse confronté aux éléments, il devait être capable, si nécessaire, d'accoster à la sauvette dans un port qui n'était pas celui de sa destination. La tempête, les corsaires, une avarie, et mille autres péripéties encore pouvaient le dévier de son objectif. La mer et le ciel n'appartenaient pas au domaine de la prévision et réclamaient, par conséquent, une réactivité reléguant au second plan la valeur des préceptes théoriques. Pour parvenir à bon port, il lui fallait se laisser porter par les courants et les vents et donc actualiser sans cesse l'information qu'il possédait sur des circonstances en perpétuelle évolution. Sa réponse était davantage dictée par une bonne capacité d'adaptation que par un plan préétabli.

Ces points de vue et ces façons de faire avaient préparé les Malouins à se saisir des opportunités d'un marché andalou inondé de trésors américains. Le succès de leurs affaires en Andalousie tenait pour partie à la sim-

(3) CASADO Hilario, « La circulation de l'information dans les réseaux de commerce espagnols aux XV et XVI siècles », in *Autour du 101^e anniversaire de Fernand Braudel. Circulation et frontières*, École des Hautes Études en Sciences Sociales, Paris, 27-29 nov. 2003 (à paraître). Je remercie l'auteur de m'avoir laissé consulter ce texte avant publication ; JEANNIN Pierre, « La diffusion de l'information » in CAVACIOCCI Simonetta (éd.), *Fiere e mercati nell'integrazione delle economie europee, secc. XIII-XVIII. Atti della « Trentaduesima Settimana di Studi »*, 8-12 maggio 2000, Firenze, Le Monnier, 2001, p. 231-262.

(4) Ceci, en 1360 – cité par BRAUDEL Fernand, *Civilisation matérielle, économie et capitalisme, XV-XVIII^e siècle*, Paris, A. Colin, 1979, t. II, p. 362.

(5) Archivo Histórico Provincial de Valladolid (AHPV) : fonds Ruiz (lettres de Nantes, Lyon, Bilbao, Séville et Lisbonne).

(6) LAPEYRE Henri, *Une famille de marchands : les Ruiz*, Paris, A. Colin, 1955.

(7) J'ai eu l'occasion d'exposer les différences entre ces deux groupes, du point de vue des modes de paiement, *Metales preciosos, competencia comercial y transformación económica en el Atlántico franco-español (1550-1570)*, *Jahrbuch für Geschichte Lateinamerikas*, 43, Böhlau-Verlag-Köln-Weimar-Wien, 2006, p. 25-40.

(8) LESPAGNOL André, *Modèles éducatifs et stratégies familiales dans le milieu négociant malouin aux 17^e et 18^e siècles : les ambiguïtés d'une mutation*, in ANGIOLINI Franco et ROCHE Daniel (éd.), *Cultures et formations négociantes dans l'Europe Moderne*, Paris, EHESS, 1995, p. 264 et sq.

(9) AHPV, C51-31, Francisco MOROVALLY (FMO) à SR, 4-1-1579. Sur la signification de la présence de marchands américains en Andalousie,



© Joseph Martin/AKG images

« A Saint-Malo, l'apprenti-marchand bénéficiait d'une formation "sur le tas", dans laquelle l'expérience de la navigation représentait, encore au XVII^e siècle, la principale discipline ». *Vue de Saint-Malo (Ille-et-Vilaine). Gravure sur cuivre, coloriée, 1586.*

plicité de leur organisation et à des coûts très bas (notamment ceux pour l'information). Les ventes se faisant contre pièces et barres d'argent, il n'était nul besoin de se renseigner sur les acheteurs. De plus, ces affaires, les Malouins les réalisaient surtout à Sanlúcar et à Cadix, qui étaient des ports moins soumis aux tracasseries administratives que Séville. Leur information, côté espagnol, se limitait à la date approximative du départ des flottes pour l'Amérique et à l'état de la demande en toiles, des données susceptibles d'être obtenues sans avoir à mener une longue enquête sur place. D'ailleurs, en tous les cas, au début, Malouins et Vitréens ne s'installaient pas à demeure, en Andalousie ; ils occupaient ainsi le marché espagnol avec une information minimale, de faible coût, agissant à vue, comme ils le faisaient en mer, en profitant du « potentiel de la situation ». Compte tenu de l'accroissement de la demande des marchands venus d'Amérique, les Malouins faisaient même deux voyages par an en Andalousie (9), ce qui leur permettait d'obtenir, en continu, des informations sur la demande.

Pour eux, c'était en amont que se situaient les enjeux. Le seul impératif se situait du côté de l'offre : il leur fallait obtenir la marchandise, à tout prix. Mais dans ce

nouveau contexte, de nombreux allers-retours épistolaires entre patrons et employés, comme c'était le cas chez les Ruiz, étaient inutiles, car Malouins et Vitréens se rendaient eux-mêmes sur les marchés d'approvisionnement bretons, jugeant sur place de ce qu'il était bon de faire et agissant en fonction des circonstances. L'information se dégagait de la situation ; elle y était inscrite. Ainsi, pour minime qu'elle ait été, leur information était directe, visuelle, et elle s'étendait à toutes les phases du circuit commercial : ils ne quittaient pour ainsi dire pas la marchandise des yeux, depuis l'achat, en Bretagne, jusqu'à la vente, en Andalousie.

Par ailleurs, le fait de pouvoir compter sur des moyens de transport en propre – car nombre de ces Malouins étaient également des armateurs – représentait un atout décisif (10). La production et le transport étaient précisément les deux variables sur lesquelles pesait une forte

je me permets de renvoyer à mon article « Logiques commerciales d'une globalisation. Les toiles françaises dans l'Atlantique hispano-américain (1550-1600) », in PÉREZ Béatrice, ROSE Sonia et CLÉMENT Jean-Pierre (éd.), *Des marchands entre deux mondes*, Paris, Presses Universitaires de la Sorbonne, 2007, p. 15-41.

(10) Surtout dans un contexte de guerre généralisée, de prix élevés et de rareté relative des moyens du transport. Début juillet, l'on cherchait des bateaux sur la côte basque, à Saint-Jean-de-Luz et au Pasajes, car l'on n'en

pression, en période d'abondance monétaire, de forte demande en marchandises et de conflits. En de pareilles circonstances, la question n'était plus tellement de savoir à qui on allait vendre la marchandise, mais bien la façon dont on pouvait l'obtenir, puis l'acheminer jusqu'à l'acheteur final.

Cette fonction d'armement, assurée par le port breton, est primordiale lorsqu'on veut analyser les raisons de la réussite commerciale malouine. Comme on vient de le voir, elle permettait de résoudre les problèmes posés par la disponibilité de plus en plus aléatoire des moyens de transport. Mais, à cette disponibilité, elle ajoutait la sécurité du transport. En effet, les relations des Malouins avec la monarchie avaient contribué à en faire des marchands-guerriers itinérants. Depuis le Moyen Âge, aux moments-clés de la constitution ou de la sauvegarde territoriale du royaume, les Malouins avaient servi le monarque français (11). Cela avait conforté leur réputation de grands marins et la quasi-indépendance de leur port d'origine, les services rendus au Royaume donnant droit à de nombreux privilèges. A une époque où les circuits marchands étaient placés sous le feu des conflits et donc exposés à des hausses des coûts de transaction, les Malouins étaient en mesure de fournir une protection armée, tant à eux-mêmes qu'à autrui (12). En 1575, un marchand de Saint-Malo, au nom de vingt-trois autres marchands et capitaines de la marine de la ville, proposait de fournir douze grands vaisseaux armés pour la guerre, avec soldats et munitions, chaloupes et pataches nécessaires pour servir le roi (13). Moyennant 120 000 livres, ils s'engageaient à bloquer le port de La Rochelle et ils offraient 100 000 écus de caution à Paris ou à Rouen – une somme qu'ils étaient disposés à perdre, s'ils trouvaient en mer plus forts qu'eux (14). Il est intéressant de savoir qu'à la même époque des pirates rochelais avaient attaqué les convois des Malouins et de leurs alliés vitréens, au retour du

trouvait pas à Nantes à un prix raisonnable, C27-246, JR à SR, 6-7-1575. De plus, comme un embargo avait été instauré pour confondre les Rochelais, peu de navires étaient disponibles, C27-248, JR à SR, 23-7-1575.

(11) Ainsi, 23 navires malouins s'engagèrent dans la flotte royale, en 1295. Les Malouins aidèrent aussi le roi à reconquérir la côte normande occupée par les Anglais entre 1436 et 1453. De plus, entre 1460 et 1470, l'escorte armée des convois marchands se concentra à Saint-Malo autour de la nef amirale de Bretagne pour lutter contre les Anglais. C'est souvent à Saint-Malo que l'on cherche les navires pour former une escorte armée, parfois pour le compte du duc de Bretagne contre les Français, RUSSON Marc, *Les côtes guerrières. Mer, guerre et pouvoirs au Moyen Âge (France-Façade océanique, XIII^e-XV^e siècle)*, Rennes, PUR, 2004, p. 21-22, 46, 260, 284.

(12) Cette protection armée, les Malouins en étaient les organisateurs non seulement en France, mais aussi à l'étranger : sur le cas de Cartagena, MONTOJO Y MONTOJO Vicente et RUIZ IBÁÑEZ José Javier, *La comunità mercantile di Genova e Saint-Malo a Cartagine, porta della Castiglia in* MOTTA Giovanna (éd.), *Mercanti e viaggiatori per le vie del mondo*, Milano, Franco Angeli, 2000, p. 75-90.

(13) GRÉGOIRE Louis, *La Ligue en Bretagne*, Paris-Nantes, J.B. DUMOULIN et A. GUÉRAUD et Cie, 1856, p. 101. En 1573, Les Malouins avaient déjà lutté contre l'Anglais en aidant, à leurs frais, à la prise de Belle-Isle.

(14) Toutes les prises reconnues de bonne guerre devaient leur revenir, les droits de l'Amirauté exceptés, *ibid.*, p. 102.

voyage d'Andalousie (15). En proposant cette aide armée au roi, les Malouins faisaient d'une pierre deux coups : sous prétexte de secourir le royaume, ils escomptaient faire partager à l'État les coûts de protection de leur commerce (16). Nous ignorons si, dans ce cas précis, le roi répondit favorablement à cette proposition. Mais ce qu'il semble important de souligner, c'est cette façon dont les Malouins associaient intérêts public et privé, pour faire baisser leurs coûts de transaction (17).

Ajoutée à la pratique du convoi lors des retours vers la Bretagne, la possession des armes donnait la possibilité de courir un minimum de risques sur les barres d'argent et les pièces de monnaie transportées, et donc de se passer d'assurance. De cette façon, les Malouins pouvaient éviter le recours à la lettre de change et les aléas dus au retard des foires (18). En ces temps troublés, ils avaient particulièrement bien adapté l'organisation de leurs affaires aux opportunités commerciales nouvelles, avec la mobilité, la force et la rapidité d'action en guise d'avantages comparatifs transactionnels (19) vis-à-vis de Castillans dont la principale ressource restait l'information. Bien entendu, les Malouins faisaient leur possible pour amoindrir leurs coûts de transaction, mais il

(15) AHPV, C27-230 Julien Ruiz (JR) à SR, 24-4-1575.

« Afortunadamente, los de Vitré han sido castigados por los de la Rochela que les han tomado algunos naos con mucho dinero. Los de Vitré se han hechado a la mar con 12 naos para vengarse. Se dice que han hecho algunas presas de las que los ladrones habían tomado ».

(16) LANE Frederic, *Economic consequences of organized violence*, The Journal of Economic History, 1958, p. 401-417 ; *ibid.*, « National Wealth and Protection Costs », in CLARKSON J., COCHRAN Th.C. (éd.), *War as a Social Institution : the Historian's Perspective*, New York, 1941, p. 32-43.

(17) Un élément supplémentaire permet de comprendre pourquoi le roi ne souhaite pas décevoir les Malouins : une bonne partie des trésors américains qu'ils rapportaient à bord de leurs navires armés était employée pour battre monnaie. Entre 1571 et 1590, les frappes monétaires de Rennes, approvisionnées par Saint-Malo, atteignirent leur plus haut niveau, loin devant celles effectuées à Nantes et sur la majeure partie des places françaises, SPOONER Frank C., *L'économie mondiale et les frappes monétaires en France, 1493-1680*, Paris, Armand Colin, 1956, cartes, p. 263-264. Et les Malouins d'en tirer profit, AHPV, C14-256 André Ruiz (ARI) à SR Nantes, 5-12-1571. « Y aunque pierdan en la entrada 12 o 15 %, ganan ».

(18) D'ailleurs, à Saint-Malo, au XVI^e siècle, l'usage de la lettre de change est exceptionnel.

(19) Le basculement de l'activité commerciale bretonne du Sud vers le Nord de la province tenait à d'autres facteurs et notamment au rapprochement de deux villes qui collaboraient au développement malouin, créant ainsi un authentique pôle de croissance dans le dernier tiers du XVI^e siècle, beaucoup plus tôt qu'on a pu l'écrire : Vitré et Rouen. A partir des années 1560 prend forme un courant migratoire, de Vitré à Saint-Malo. Et dès la seconde moitié des années 1560, la correspondance Ruiz évoque l'activité des Vitréens sur les marchés bretons et leur présence à bord des bateaux naviguant vers l'Andalousie, alors que (selon ces mêmes sources) les Malouins ne sont mentionnés qu'à partir du début des années 1570. La collusion de leurs intérêts ne laisse pas de doute. On parvient même à les confondre. L'orientation et l'essor du commerce de ces deux villes n'est pas non plus sans rapport avec la guerre, Rouen héritant en partie des fonctions d'Anvers, à partir de la révolte des Pays-Bas du Nord et devant le péril protestant ; Vitré optant de plus en plus pour un commerce à destination de l'Espagne.

(20) Il faudrait compiler les livres de comptes des Castillans, ainsi que la documentation laissée par les Malouins, pour s'en rendre compte avec plus de précision. Si, du côté castillan, ce travail semble faisable, il sera en

est difficile de dire dans quelle proportion ces coûts étaient inférieurs à ceux supportés par les Castillans (20).

En revanche, il est établi que les uns comme les autres envisageaient l'efficacité de leurs affaires selon des modalités distinctes, conditionnées par des cultures différentes. Cela est dû au fait que l'information était enchâssée dans une organisation économique plus large, laquelle relevait d'une culture particulière.

Dès les années 1570, de périphérique et auxiliaire dans les circuits commerciaux, la place des Malouins et des Vitréens devint centrale. Matériellement et culturellement, ils étaient mieux armés pour tirer profit des circonstances nouvelles où l'adaptabilité à la situation et la rapidité de décision et d'action étaient devenues des facteurs aussi importants, sinon davantage, que l'information elle-même. Lorsque le rapport entre l'offre et la demande se modifiait, suite à l'introduction massive de métaux précieux, la conclusion des bonnes affaires passait davantage par la valorisation du « potentiel de la situation » que par celle d'un plan projeté d'avance (21).

L'efficacité du commerce des Malouins et des Vitréens était de notoriété publique : ils accaparaient le trafic avec Sanlúcar, Cadix et les Canaries et l'on trouvait parmi eux des négociants trois fois plus riches que ceux de Nantes, un port où les Castillans jouaient les premiers rôles (22). En s'imposant sur les lieux d'approvisionnement avec des achats conclus en grande partie au comptant, les Bretons du Nord accaparaient une part croissante du marché des toiles françaises. Avec leur conception matérielle du marché, ils déstabilisaient le réseau Ruiz et faisaient se déliter la confiance qui unissait entre eux ses différents membres. Il allait s'ensuivre des transformations au sein de la firme Ruiz et une augmentation de ses coûts de l'information (commissions réduites, multiplication des courriers, indécisions diverses, surveillances) (23).

Ainsi, au début des années 1570, Simón Ruiz enregistrait des déficits sur les toiles françaises vendues en Castille et à Séville (24). Revenons sur le processus qui mène à cette situation, en retraçant le fonctionnement de la firme Ruiz avant et après l'intrusion des Malouins sur le marché, c'est-à-dire avant et après les années 1560, afin d'observer la façon dont l'adaptation malouine aux nouveaux impératifs économiques fit augmenter de façon significative les coûts de l'information du réseau castillan.

revanche beaucoup plus difficile de trouver ce genre d'information, du côté malouin.

(21) Tel que le définit JULLIEN François, *Traité de l'efficacité*, Paris, Grasset, 1996, 237 p.

(22) Cité par LAPEYRE Henri, *Une famille...*, p. 121.

(23) Voir notamment les disputes qui émaillent la correspondance de Julien Ruiz, de Nantes, avec son oncle Simón, de Medina del Campo.

Jusqu'au début des années 1560, grâce à un réseau multiculturel relativement intégré, les marchands espagnols de Nantes et de Medina del Campo avaient contrôlé les circuits commerciaux reliant la Bretagne du Sud à la Castille, profitant d'un certain degré de monopole de l'information et du crédit pour étendre leurs affaires commerciales. Dans les années 1530-1550, ces hommes d'affaires avaient accumulé un certain savoir-faire et ils s'étaient arrogés, à l'abri de la concurrence, un quasi-monopole sur les toiles bretonnes, qu'ils vendaient en Espagne (25). A l'époque, la demande castillane commandait le marché breton. Les Ruiz de Nantes choisissaient et achetaient, fardeau après fardeau, la marchandise aux producteurs venus du Nord de la Bretagne, pour en effectuer la vente dans le port de la Loire. Lorsque la marchandise leur déplaisait, les Ruiz de Bretagne se permettaient même de la leur renvoyer. A l'époque, la pression sur l'offre était faible et l'on pouvait obtenir la marchandise de la qualité que l'on souhaitait. Les informations contenues dans la correspondance entre les Ruiz de Nantes et les Ruiz de Castille montrent le soin que l'on apportait aux assortiments de toiles, aux différentes qualités, ainsi qu'à la solvabilité des consommateurs castillans, sur lesquels on possédait des informations précises, étant donné que les ventes s'effectuaient à crédit.

Dans la seconde moitié des années 1550, Simón Ruiz avait fait compagnie avec plusieurs Nantais. Un certain équilibre dans les décisions et dans le partage de l'information reflétait le climat de confiance qui régnait alors entre les associés. Pour payer la marchandise achetée à crédit, la firme utilisait le relais des foires de Lyon, où les Ruiz connaissaient les Bonvisi, des marchands-banquiers originaires de la ville de Lucques. Au début des années 1560, cette firme et ses employés jouaient les premiers rôles dans le commerce entre la Castille et le reste de l'Europe.

Rivé à son écritoire, les doigts tachés d'encre et les yeux fatigués à force de lire les lettres de ses correspondants, le marchand de l'intérieur, à l'instar de Simón Ruiz, se faisait une idée du marché et des circuits de l'argent à partir des informations que ces lettres contenaient. Il est intéressant de voir quelle fut la réaction de Simón

(24) Si ces déficits ne durent pas forcément, les faibles gains sont la norme jusqu'en 1577 (au moins), voir annexe CASADO Hilario, art. cit. A l'évidence, tous les Castillans ne se trouvaient pas dans la même situation que Simón Ruiz et certains s'adaptaient mieux que lui à la nouvelle donne économique. De 1562 à 1565, par exemple, les Salamanca de Rouen effectuèrent tous leurs achats de toiles, sauf deux, au comptant, URIARTE Clara, *Un negocio y un modo de vida en el siglo XVI. La compañía de García de Salamanca (1551-1574)*, thèse de doctorat, Bilbao, Universidad de Deusto, 1997, p. 212.

(25) C'est à partir du second tiers du XVI^e siècle que ces toiles devancèrent leurs concurrentes flamandes sur les marchés castillans, CASADO Hilario, *Medina del Campo Fairs and the integration of Castile into 15th and 16th Century European Economy* in CAVACIOCCHI Simonetta (éd.), *Fiere e mercati nell'integrazione delle economie europee, secc. XIII-XVIII. Atti della Trentaduesima Settimana di Studi, 8-12 maggio 2000*, Firenze, Le Monnier, 2001, p. 511-513. Des prix abordables, la qualité de leur finition et le déclin du commerce hispano-flamand au milieu du XVI^e sont à l'origine de leur compétitivité.



© Jörg. P. Anders/BPK BERLIN, Distr. RMN

« Les yeux fatigués à force de lire les lettres de ses correspondants, le marchand de l'intérieur se faisait une idée du marché à partir des informations que ces lettres contenaient ». *Hans Holbein le jeune (1497-1543) Portrait du marchand Georg Gisze. Gemäldegalerie. Berlin.*

Ruiz et celle de ses associés à l'arrivée des Malouins et des Vitréens, dans les années 1560-1570.

Tandis qu'Yvon Rocaz, un des associés nantais de Simón, préconisait que la firme procédât comme ses concurrents du Nord de la Bretagne, Simón Ruiz s'y refusait (26). D'ailleurs, ce dernier profita de la mort de Rocaz, en 1569, pour accroître son poids au sein de la firme. Dorénavant, il contrôlait seul l'information et il instaurait des rapports hiérarchisés avec des employés dont il avait assuré le renouvellement quelque temps auparavant et qui étaient personnellement liés à lui. A cette époque, il affirmait ne plus vouloir s'associer avec quiconque. A travers ordres et commissions, il projetait, seul, sa propre vision des choses sur ses collaborateurs. En cela, il imposait son point de vue théorique, bâti à rebours à partir de la situation d'arrivée, celle du marché consommateur, considérant comme anecdotiques les circonstances qui modelaient les différentes phases du circuit commercial situées en amont... La correspondance relate le décalage entre ses exigences et la réalité du marché. Tandis que son neveu de Nantes lui écrivait que Malouins et Vitréens raffaient tout sur les marchés, Simón continuait à exiger de lui qu'il pose

ses conditions. Lucide, son neveu lui répondait : « *aquí no se pueden hacer las cosas como allí se piensan* » (27). Pour l'employé, appliquer les ordres se révélait souvent impossible, ce qui rendait la conduite des affaires périlleuse.

Les coûts de l'information ne pouvaient qu'augmenter. Tout d'abord, placé dans le cadre d'une relation hiérarchisée, Julien ne pouvait pas respecter les commissions d'achat trop restrictives de son oncle, Simón Ruiz. S'ensuivait une multiplication des missives entre patron et employé, laquelle faisait se traîner en longueur l'acquisition de toiles et faisait même échouer certaines affaires. Ensuite, au travers de tierces personnes, Simón surveillait les moindres faits et gestes de son neveu (28). Ces différentes mesures représentaient des débours considérables en temps et en argent pour le fonctionnement de la firme et elles reflétaient la méfiance qui entourait les relations entre les deux hommes.

Même si ces contributions matérielles et immatérielles étaient souvent réalisées à fonds perdus, elles s'inséraient dans la logique du système marchand (que nous

(27) AHPV, C38-203 JR à SR 1-11-1577.

(26) AHPV, C3 229 Yvon Rocaz (YR) à SR, 10-1-1565. « *Algún día, hemos de probar el camino donde van los de Vitré por los ver venir con mucho dinero y ser ricos* ».

(28) La volonté du patron devait être respectée, sous peine de sanction, car Simón était en mesure de porter atteinte à la réputation de son neveu sur le marché, en refusant d'honorer les lettres de change que ce dernier avait tirées sur lui, par exemple.

avons dépeint pour les années 1530-1560), dont l'investissement en temps, en argent et en énergie justifiait sans doute l'escalade de l'engagement de Simón Ruiz dans ce sens. D'autant plus que, jusqu'à ces années, cette logique commerciale à crédit avait bien fonctionné. En outre, la répétition des achats de la même marchandise passant par les mêmes ports et payés aux foires de Lyon avait fini par créer un fonds d'informations, dans sa mémoire, sur lequel il pouvait compter. En changeant de stratégie, il aurait fallu dans bien des domaines repartir de zéro et – modification considérable – transférer aux ports et aux acteurs s'y trouvant des parcelles importantes du pouvoir décisionnel. En somme, c'était risquer beaucoup, pour un gain aléatoire, car un désengagement aussi brutal eût mis à bas le réseau social de la firme.

Simón Ruiz préféra s'appuyer sur le point fort de ce réseau social : le capital informatif sur les personnes, qui touchait à la fois, comme on l'a vu, au commerce proprement dit et au change monétaire. Simón Ruiz allait jouer de cette ambivalence et rattacher de plus en plus sa logique marchande à celle de la finance et de la banque. Puisqu'elle n'était plus indispensable dans le domaine marchand – en tous les cas, elle l'était moins que par le passé –, Simón réaffectait cette information au lien entre commerce et finance. De fait, dans les années 1580-1590, il était devenu un marchand-banquier, c'est-à-dire un commerçant de l'information. Ses rapports suivis avec les banquiers Bonvisi, de Lyon, traduisent une relation de confiance entre les deux maisons, fruit d'une complémentarité entre deux réseaux d'information centralisés. De concert, ils organisaient, à leur propre usage, ainsi qu'à celui de nombreuses firmes commerciales, les compensations monétaires nécessaires à l'équilibre de la balance des paiements entre les différents royaumes.

Quoi qu'il en soit, sur le marché de la toile française, les Ruiz avaient perdu du terrain, paradoxalement, au moment même où les opportunités de négoce se multipliaient. Et ce n'était pas seulement à cause des Malouins, car les employés nantais et basques de la firme constituaient, eux aussi, une force concurrente (29). Du point de vue de l'information, ces derniers avaient eu accès, à un moment donné, au réseau informatif des Castellans. Ils mettaient à profit ces connaissances et ils les agrégeaient à celles provenant de leur culture d'origine ; ils tiraient aussi profit des opportunités sur place, dans le port de l'estuaire de la Loire.

L'exemple d'Hortuño del Barco, originaire de Bilbao et l'employé, à Nantes, de Julien Ruiz, le neveu de Simón, est tout à fait intéressant. Hortuño rédigeait la correspondance de Julien, destinée à son oncle (30). L'obtention de précieuses informations sur les relations entre les membres de la famille Ruiz, sur des techniques

commerciales particulières, avait en l'occurrence lieu sans qu'Hortuño dût déboursier aucun coût de transaction. La rédaction de ces lettres lui suggérait aussi l'art de l'adaptation et de la manipulation vis-à-vis du monde du négoce. A l'évidence, pour avoir barre sur les autres, il fallait les comprendre, et s'adapter à eux.

La rédaction du courrier n'était pas le seul travail qu'Hortuño remplissait. Il profitait également des absences de Julien pour s'exercer à la fonction de chargeur, pendant que son patron était aux foires bretonnes afin d'acheter des toiles pour le compte de Simón (31). Plus tard, Julien lui confierait même ses affaires et, finalement, Hortuño deviendrait le chargeur et acheteur attiré de la firme Ruiz à Nantes, réussissant à capter la confiance de Simón Ruiz jusqu'à la fin du siècle (ce qui tenait de la gageure...)

Si son apprentissage culturel castillan lui avait beaucoup appris, la mobilité dont il faisait preuve semblait tout aussi importante (mobilité dont nous avons vu qu'elle était aussi une des caractéristiques culturelles des Malouins, marins et guerriers d'expérience tout comme les Bilbanais). Après plus de trois ans passés à Nantes, Hortuño revint, en 1574, dans son port de naissance et, à compter de cette date, il multiplia les séjours de part et d'autre du Golfe de Biscaye (32). Tous ces déplacements lui valurent un haut degré d'imprégnation de cultures diverses (castillane, basque et nantaise) et une information actualisée et visuelle des différentes réalités sociales, économiques, géographiques et politiques des points-clés des circuits commerciaux. Cette façon de procéder n'était pas sans rappeler celle des Malouins.

La façon dont Hortuño del Barco gérait ses affaires démontre bien l'influence de diverses cultures marchandes. Il pratiquait le commerce tel que le faisaient les marchands-guerriers malouins et basques, mais avec le soutien logistique des membres du réseau de sociabi-

(30) André Ruiz I, en personne, écrivait parfois quelques lignes à son frère, sur les lettres qu'Hortuño rédigeait à l'intention de Simón Ruiz, C 20-105, 13-06-1573, HDB (Hortuño del Barco) à SR.

(31) C 17-180, JR à SR, 28-6-1572 ; C 20-104, 6-06-1573, HDB à SR ; C 20-106, 27-06-1573, HDB à SR ; C 20-107, 10-07-1573, HDB à SR ; C 20-108, 12-07-1573, HDB a SR.

(32) L'on sait qu'en 1575, Hortuño se rendit à Medina del Campo, où il avait des affaires, C24-64, 30-6-1575, Bartolomé del Barco (BB) à SR. Au début de l'année suivante, il remplaça son père à Bilbao et reçut sa correspondance, car ce dernier devait se rendre pour affaires à Vitoria et Logroño, C28-199, 27-1-1576, HDB à SR. En février 1576, Hortuño partit pour Nantes pour clore des comptes, C28-148, 1-2-1576, BB à SR. Deux mois plus tard, il était à Paris pour acheter des marchandises. En mai, il était revenu à Bilbao avec une lettre de change d'une valeur de 400 écus, à payer par Pedro de Agurto Gastañaga à Simón Ruiz, C28-157, 3-5-1576, BB à SR. Il dut y rester jusqu'en avril 1578, moment où il partit pour Nantes, car il faisait dans le port de Biscaye les affaires de son ancien patron, C38-201, JR à SR, 25-9-1577. En février 1583, Hortuño retourna à Bilbao et se rendit par la suite aux foires de Medina del Campo, C81-89, 1-11-1583, BB à Lope de Arciniega (LA). Par la suite, il retourna à Nantes, C98-122, 10-2-1585, BB à SR. Les troubles en France le dissuadèrent de rester à Nantes et il rallia Bilbao, début mai 1589, C131-84, 5-5-1589, BB à SR et C131-88, 16-5-1589, BB à Cosme Ruiz (CR) et LA. En 1593, Hortuño était à Bilbao, tandis que sa femme et sa fille étaient reparties à Nantes, mais lui ne le put, C159-90, 19-1-1593, HDB à SR. Jusqu'au 6-4-1593, Hortuño resta à Bilbao et il partit, le lendemain, à Nantes. C159-99, 19-11-1593, HDB à SR.

(33) C124-152, 11-3-1588, BB à SR.

(29) PRIOTTI Jean-Philippe, *Conflits marchands et intégration économique (Bretagne, Castille et Andalousie, 1560-1580)* in SAUPIN Guy et PRIOTTI Jean-Philippe (éd.), *Le commerce atlantique franco-espagnol (XV-XVIII siècles). Acteurs, négoce et ports*, Presses Universitaires de Rennes, 2008 (à paraître).

lité des Ruiz. Ainsi, il envoyait à Lisbonne son employé, Pedro de Eguía, à bord du navire transportant la marchandise (33). Mais il requérait le concours des amis portugais de Simón lorsque vendre à Lisbonne s'avérait une mauvaise solution. Au milieu des années 1590, Simón Ruiz – qui ne voulait y croire – dut admettre qu'Hortuño favorisait les siens et lui envoyait de Nantes des toiles de médiocre qualité. A cette époque, le Bilbanais était devenu un concurrent des Castellans, et un des plus grands marchands de Nantes.

Dans un contexte atlantique placé sous le signe de la guerre et surtout de l'abondance monétaire, les pressions extérieures (systèmes informatif et marchand malouins) et celles internes à la firme Ruiz (relations hiérarchisées, centralisation décisionnelle, concurrence des employés) étaient responsables des mauvais résultats de cette firme dans le domaine marchand et se déroulaient sur fond de dispute et de trahison entre les Ruiz de Nantes et ceux de Castille. Ce n'était pas la qualité de l'information qui était en cause, mais bien le processus de décision, et les relations qui lui étaient attachées.

En effet, à partir du milieu des années 1570, Simón s'écarta partiellement du commerce des toiles bretonnes en Castille et opéra, entre autres activités, des ventes en liaison avec les Portugais, desquels il souhaitait gérer la balance des paiements européens grâce à ses relations avec les banquiers Bonvisi, de Lyon. Cela s'inscrivait, on l'a vu, dans la volonté qu'avait Simón de tirer parti du capital d'informations qu'il avait accumulé au cours des trente années précédentes, qu'il ne faisait que réaffirmer à des finalités financières et bancaires.

Mais le besoin de favoriser les Portugais se fit aux dépens de ses anciens partenaires : ses frères et ses cousins de Nantes. L'échec d'une opération portant sur un achat de sel, au printemps 1575, montre à quel point – malgré une information et un appareil logistique de première qualité – coordonner les affaires était une tâche compliquée. Durant les va-et-vient d'informations entre Nantes, Medina del Campo et Lisbonne, l'on multiplia ordres et contre-ordres, trahisons et mensonges, ce qui pouvait difficilement déboucher sur une bonne affaire. Arrivés au Portugal avec leurs propres bateaux, les Bretons tirèrent profit de ces dissensions, comme dans le cas du commerce des toiles, pour s'emparer du marché.

En juin 1575, une quarantaine de bateaux étaient partis de Bretagne vers l'Andalousie et le Portugal, en quête de sel (34). Simón, dont les contacts étaient plus nombreux en terre lusitanienne que ceux des Bretons, devait en faire acheter et Julien expliquait qu'il s'occuperait de la vente à Nantes, car il n'y avait pas un seul grain de sel dans tout le royaume, pas plus qu'en Angleterre et en Flandre. Il fallait que Simón fasse acheter le sel avant l'arrivée des Bretons au Portugal, c'est-à-dire avant la montée des prix. De leur côté, Julien et son père s'occupaient d'affréter des navires pour le Portugal et

(34) C27-236, JR à SR, 18-6-1575. A Nantes même, certains marchands étaient allés au Croisic, pour envoyer quérir le sel à Lisbonne.

Simón devait aussi trouver des hourques, à Séville et à Lisbonne.

Pour acheminer ces précieuses informations on avait dépêché un courrier express à Irun, d'où un fidèle correspondant des Ruiz les avait transmises à Simón (35). Une semaine plus tard, Julien écrivit à son oncle que les ordres concernant les affrètements avaient été révoqués à cause du beau temps des quatre derniers jours, qui avaient pu être mis à profit pour produire du sel en Bretagne (36). André Ruiz pensait, lui aussi, qu'il fallait attendre et Julien demandait à Simón de révoquer la commission d'achat à Lisbonne au cas où celle-ci aurait été délivrée.

Mais ces hésitations n'étaient pas réhivitoires. En revanche, le fait que Simón voulût charger cinq ou six navires en compte à part l'était davantage. Cette organisation parallèle devait être maintenue sous le sceau du secret (37) et Simón écrivit à son neveu (et employé) qu'il ne voulait pas de la participation d'André Ruiz ni de celle de ses associés habituels dans cette affaire (38). Simón ne voulait pas que l'on sache qu'il envoyait pour son compte des navires à Antonio Gomes et Julien devait dire qu'il le faisait pour son propre compte. Manifestement, Simón voulait régénérer la composition sociale de ses partenaires et il organisait de plus en plus d'affaires avec les Portugais, à l'insu de ses frères et de ses cousins (39).

Du 6 au 9 juillet, il avait fait beau temps et le sel n'aurait donc pas valu le prix escompté (40). Dans le cas où la précieuse substance aurait déjà été achetée, Julien conseillait de la mettre en magasin. Mais quinze jours plus tard, la pluie avait balayé tout espoir : le sel allait valoir cher. Les choses semblaient stagner et Julien répétait à son oncle qu'il fallait donner l'ordre d'acheter du sel, car il se vendait 200 livres le muid de Paris.

Le premier août, l'affaire semblait avoir peu de chances de succès. Julien regrettait amèrement que l'on n'eût pas suivi ses conseils (41). Les récriminations commencèrent à fuser de toutes parts. L'histoire ne se conclut pas sur cette désillusion car, une semaine plus tard, Julien recommandait toujours l'achat de sel et André en reprenait les termes à la fin de la lettre (42). Il fallut

(35) C27-241, JR à LA, 23-6-1575.

(36) C27-242, JR à SR, 28-6-1575, 1/4-7-1575.

(37) Cette lettre du 28 est accompagnée par une nouvelle lettre du 1^{er} juillet, dans laquelle il est dit qu'il a plu et qu'il n'y a pas d'espoir que du sel puisse être récolté en Bretagne.

(38) C27-243, JR à SR, 28-6-1575/1-7-1575.

(39) On sait qu'il avait proposé à Gomes d'entrer dans cette affaire, lequel avait décliné la proposition (DA SILVA José Gentil, *Marchandises et finances-lettres de Lisbonne 1563-1578*, Paris, SEVPEN, 1959, t.II, lettre 106, 4-8-1575, AG à SR).

(40) C27-245, JR à LA, 6-7-1575.

(41) C27-250, JR à SR, 1-8-1575.

(42) C27-252, JR à SR, 6-8-1575.

encore un mois pour acheter le sel. Mais l'opération avait trop tardé et Julien fut obligé de vendre le sel à 50 livres le muid, alors que l'on escomptait en retirer 200 livres (43).

Dans cet échec de coordination, il est facile de déceler un problème d'homogénéité d'intérêts. Placé sous la férule de son oncle, Julien Ruiz manquait de liberté d'action et il n'était crédité d'aucune confiance, alors même que c'était lui qui avait « levé le lièvre », comme il l'écrivait de façon imagée. De plus, il était difficile de réussir ces opérations à la fois conjointes et fractionnées puisque Simón et André se cachaient l'un de l'autre pour organiser, sur le même terrain et en dehors de leur affaire commune, d'autres associations qui concernaient certains membres du réseau, et pas d'autres.

Vint l'heure des discussions pour déterminer la responsabilité de chacun dans cet échec dû à une mauvaise coordination. Les Ruiz de Nantes imputaient la faute aux donateurs d'ordre de Castille. André faisait savoir que personne n'était davantage responsable que Simón, dans cette affaire, étant donné qu'il n'avait pas mis à exécution le premier avis (44). Julien se permit même d'écrire librement à son oncle que le premier avis avait été écrit avec l'aval de son père. Pour réaliser une bonne affaire, il ne suffisait donc pas de posséder une bonne information, de pouvoir monter une opération avec des contacts au Portugal et d'en réunir le capital rapidement ; il fallait – surtout – que cette information soit partagée par des marchands se faisant mutuellement confiance.

Dans un contexte d'élargissement des marchés, d'abondance monétaire et de conflits, les ports jouaient de façon accrue le rôle de plaques tournantes de l'information utile (et du commerce), au détriment des places marchandes de l'intérieur. Bien qu'on ait fait état de sa disparition au début des temps modernes (45), le marchand itinérant tenait encore un rôle important dans les activités économiques. Cela était dû, pour beaucoup, aux initiatives de bourgeoisies portuaires particulières, comme celles de Saint-Malo, jumelant activités commerciales et de guerre. Les bas coûts de l'information avaient peut-être participé au succès malouin, même s'ils étaient quelque peu contrebalancés par des coûts de protection armée. Au-delà, l'avantage dont jouissaient les marchands de la mer sur les marchands de l'intérieur des terres tenait à la vision différenciée qu'ils avaient, de l'économie et du monde, une vision en constante adaptation aux nouvelles circonstances. En leur permettant de se tailler la « part du lion » sur les marchés d'approvisionnement en toiles bretonnes,

cette malléabilité avait fait des Malouins de grands bénéficiaires des trésors américains et elle avait, par ailleurs, fait augmenter considérablement les coûts de transaction des réseaux castillans, leurs concurrents.

La concurrence entre deux façons de concevoir les affaires et le monde aboutissait ainsi, non seulement à une hausse des coûts de transaction de la firme Ruiz, mais aussi à une réorientation de ses intérêts vers le secteur bancaire et financier, les Malouins s'emparant d'une bonne partie du commerce toilier. Même s'il n'abandonnait pas tout à fait le commerce de la marchandise, Simón Ruiz allait petit à petit situer une bonne part de ses activités en dehors du champ commercial et faire office de marchand-banquier. L'arrivée massive de métaux précieux favorisa donc un certain retour à une économie réelle et elle ne fut pas intégrée sur-le-champ au système bancaire existant, comme on le pense souvent. Elle signifia aussi une répartition accrue des fonctions marchandes, notamment entre activité commerciale et activité bancaire.

Quelques réflexions supplémentaires contribuent à donner sens à ces affirmations et à montrer que l'étude de la firme Ruiz, de son réseau social et de la concurrence qui l'opposait aux Malouins et aux Vitréens dépasse le simple cas particulier, les logiques de fonctionnement observées ayant une forte capacité structurante au sein des échanges entre la Bretagne, la Castille et l'Andalousie. En premier lieu, dans les années 1560-1570, si l'on considère le volume de ses échanges, la firme Ruiz était une des toutes premières sociétés castillanes liées à la Bretagne (46). Son poids dans le commerce extérieur castillan ne constitue pas le seul argument autorisant à tirer des conclusions allant au-delà des processus microsociaux observés. Bien qu'à travers la seule firme Ruiz, il ne soit pas question d'étudier toutes les logiques de fonctionnement à l'œuvre dans la société marchande de cette époque, les informations émanant des différents auteurs de la correspondance Ruiz permettent d'opérer des recoupements. Rappelons qu'elle était le fruit des collaborateurs de Simón Ruiz, dont certains, issus de sa famille, s'étaient installés à Nantes (comme Julien, André I et André II), d'autres étant extérieurs au noyau familial (tels que les Del Barco, établis à Bilbao et à Nantes, Francisco de Morovelly, de Séville, les Gomes de Lisbonne, les Bonvisi de Lyon, etc.) Aussi liés qu'ils l'aient été à Simón Ruiz, ses associés et partenaires n'en décrivaient pas moins ce qui se passait sur leur propre lieu de résidence, observant des situations locales où intervenaient d'autres acteurs. L'on se situe ici, dès lors, à une échelle qui, dépassant les Ruiz proprement dit, s'étendait à de nombreux autres marchands. De plus, les informations contenues dans les missives de certains correspondants pouvaient être corroborées par celles provenant d'autres collaborateurs. Ainsi, les considérations sur les Malouins

(43) C27-259, JR à LA, 4-10-1575 ; C27-261, JR à SR, 20-10-1575 ; C33-170, JR à SR, 25-2-1576.

(44) C27-261, JR à SR, 20-10-1575.

(45) JEANNIN Pierre, *La diffusion de l'information in CAVACIOCCHI Simonetta* (éd.), *Fiere e mercati nell'integrazione delle economie europee, secc. XIII-XVIII. Arti della Trentaduesima Settimana di Studi*, 8-12 maggio 2000, Firenze, Le Monnier, 2001, p. 233.

(46) LAPEYRE Henri, *op. cit.* ; PRIOTTI Jean-Philippe, *Bilbao et ses marchands au XVI^e siècle. Genèse d'une croissance*, Lille, Presses Universitaires du Septentrion, 2004.

(que Julien Ruiz émettait à partir de Nantes pour se défendre des accusations de son oncle) étaient confirmées non seulement par les jugements des associés de Simón à Nantes, mais aussi par les lettres de Francisco de Morovelly, de Séville, qui validaient le jeu concurrentiel à un niveau plus global. Ensuite, même s'ils ne réagirent pas forcément comme Simón Ruiz, de nombreux autres acteurs castillans furent affectés par les changements des années 1560-1570. Les faillites, nombreuses à Medina del Campo et à Séville, ces années-là, en attestent. Le processus de concurrence que nous avons décrit n'y était certainement pas étranger. Par ailleurs, les différents auteurs de la correspondance Ruiz faisaient aussi des commentaires en fonction d'affaires qui ne concernaient nullement les Ruiz, des affaires

qu'ils traitaient avec des marchands tiers ; partant, c'était les ressorts d'un fonctionnement plus général qui étaient ainsi dépeints.

Ces précisions ne signifient pas que l'étude de la correspondance Ruiz puisse résumer ou représenter l'ensemble des forces commerciales à l'œuvre dans les années 1560-1570 entre l'Andalousie, la Castille et la Bretagne, mais elles rendent plausible l'hypothèse selon laquelle les logiques de fonctionnement décrites avaient une forte capacité structurante dans le champ économique.