



**HAL**  
open science

# Le commerce des plumes d'autruche de l'Afrique subsaharienne aux marchés européens (fin XIVE- début XVe siècle)

Ingrid Houssaye Michienzi

► **To cite this version:**

Ingrid Houssaye Michienzi. Le commerce des plumes d'autruche de l'Afrique subsaharienne aux marchés européens (fin XIVE- début XVe siècle). Natacha Coquery; Alain Bonnet. Le commerce du luxe. Production, exposition et circulation des objets précieux du Moyen Âge à nos jours, Mare & Martin, pp.19-26, 2015. hal-02386350

**HAL Id: hal-02386350**

**<https://hal.science/hal-02386350>**

Submitted on 20 Sep 2021

**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.

# LE COMMERCE DU LUXE

PRODUCTION, EXPOSITION ET CIRCULATION DES OBJETS PRÉCIEUX  
DU MOYEN ÂGE À NOS JOURS

Sous la direction de Natacha Coquery et Alain Bonnet

Directeur de collection: Alain Bonnet

mare & martin

« Q(ue)llo uccello chiamato struzzo. Dico che «l struzzo è alto qua(n)to uno cavallo be(n) gra(n)de, e è grosso di corpo. E p[er] la sua grossezza e gra(n)dezza no(n) può volare. E porta un' huomo a cavallo [...] E ha le sue penne morbide e mole, fine quanto la seta; le quali penne si vendono per lo universo, e chiamasi penne di struzzo<sup>1</sup>. »

Les plumes d'autruche, fines et précieuses, étaient acheminées des confins du monde africain alors connu avec d'autres produits subsahariens comme la maniguette, appelée également graine de paradis ou poivre de Guinée<sup>2</sup>, les dattes ou la gomme arabique<sup>3</sup>. Conduits jusqu'aux côtes nord-africaines, ces produits prenaient dans une écrasante majorité la route de Majorque qui était alors un centre de redistribution majeur en Méditerranée occidentale, spécialisé dans l'exportation de produits en provenance du monde africain<sup>4</sup>. Majorque était en effet la dernière

grande île de la Méditerranée à être passée sous contrôle chrétien, dans les années 1230. Elle avait bénéficié dès sa reconquête de restrictions pontificales amoindries pour commercer avec les sultanats musulmans et, même si la politique de prohibitions pontificales avait été pratiquement abandonnée à partir de 1344<sup>5</sup>, Majorque jouissait toujours d'une position privilégiée, face aux terres d'islam.



Figure 1: Jean Corbechon, *Le Livre des propriétés des choses* (*De proprietatibus rerum*), 1372, BnF, Français 16993, détail du feuillet 177<sup>v</sup>.

1. [De l'oiseau appelé autruche. Je dis que l'autruche est aussi haute qu'un cheval bien grand, et qu'elle est grosse de corps. Et en raison de sa grosseur et de sa grandeur elle ne peut voler. Et elle peut porter un homme sur son dos [...] Et elle a des plumes souples et molles, fines comme de la soie; on vend ces plumes à travers tout l'univers et on les appelle plumes d'autruche]. Extrait du *Viaggio da Venetia al santo Sepulcro et al monte Sinai, con disegni de' paesi, città, porti, chiese e santi luoghi, con additione di genti et animali che si trovano da Venetia sino al santo Sepulcro, et per tutta la Soria*, Venise, Alessandro de' Vecchi, 1606, p. 148. Ce guide de pèlerinage anonyme apparut à Venise en 1518 et ne connut pas moins de vingt rééditions au xv<sup>e</sup> siècle. Il fut affublé d'un nom d'auteur en 1614 (le franciscain Noè Bianchi).
2. La maniguette est une plante vivace produisant une gousse brune contenant des petites graines utilisées comme condiment, possédant légèrement le piquant du poivre.
3. La gomme arabique provient d'un épanchement de sève de l'acacia. On en faisait usage dans la pharmacopée et dans l'industrie textile.
4. Au sujet de Majorque aux xiv<sup>e</sup> et xv<sup>e</sup> siècles voir entre autres Abulafia D., *A Mediterranean emporium, the Catalan Kingdom of Majorca*, Cambridge, Cambridge University Press, 1994; Abulafia D., «El comercio y el reino de Mallorca, 1150-1450», Abulafia D., Garí B., *En las costas del Mediterráneo occidental. Las ciudades de la Península Ibérica y del reino de Mallorca y el comercio mediterráneo en la Edad Media*, Barcelone, Omega, 1996, p. 115-154; Cuadrada C., López Pérez M. D., «Comercio atlántico y operadores económicos castellanos en el Mediterraneo: Mallorca en la Baja Edad Media», Casado Alonso H. (eds), *Castilla y Europa. Comercio y mercaderes en los siglos XIV, XV, XVI*, Burgos, Diputación Provincial, 1995, p. 115-154; *El Regne de Mallorca: cruïlla de gentes i de cultures*, Palma de Majorque, 2008 (XXVI Jornades d'Estudis locals); Hous-saye Michienzi I., *Datini, Majorque et le Maghreb (xiv<sup>e</sup>-xv<sup>e</sup> siècle). Réseaux, espaces méditerranéens et stratégies marchandes*, Leyde, Brill, 2013.

Les plumes d'autruches constituaient un produit rare, exotique et lointain. L'autruche, animal connu et représenté [fig. 1 et 2], était alors très répandu dans le désert au sud du Maghreb<sup>7</sup>. Les plumes commercialisées étaient

5. Au sujet de la politique pontificale, voir notamment Trenchs Odena J., «De Alexandrinis». El comercio prohibido con los musulmanes y el Papado de Aviñon durante la primera mitad del siglo XIV», *Anuario de estudios medievales*, n° 10, 1980, p. 237-320.
6. Détail du feuillet 177: «Le XXXIII<sup>e</sup> chapitre de l'ostruce». Ouvrage du franciscain anglais Barthélemy écrit en latin entre 1230 et 1240, dont Charles V demanda la traduction à Jean Corbechon en 1372. Manuscrit conservé à la Bibliothèque nationale de France (Français 16993).
7. D'après Lombard M., le grand réservoir à autruches était la région du Kordofan et du Darfour; des caravanes, parties de la

tirées des ailes et de la queue de ces oiseaux, et étaient appréciées pour leur aspect gonflant et duveteux. Le plus prisé était le plumage des mâles, de couleur noire, mais dont le bout des ailes et la queue étaient constitués de plumes blanches. Plus larges, plus longues, mieux fournies et avec les extrémités plus touffues, les plumes des mâles étaient plus estimées que celles des femelles et des immatures, de couleur gris-brun. Les plumes étaient transformées sur leurs marchés de destination dans les mains des maîtres plumassiers qui les teignaient, les blanchissaient, les apprêtaient et les montaient<sup>8</sup>.



Figure 2 : parabole du Bon Samaritain, vitrail du XIII<sup>e</sup> siècle, cathédrale Saint-Étienne de Bourges, détail (en bas à droite) : homme nu chevauchant une autruche<sup>9</sup>.

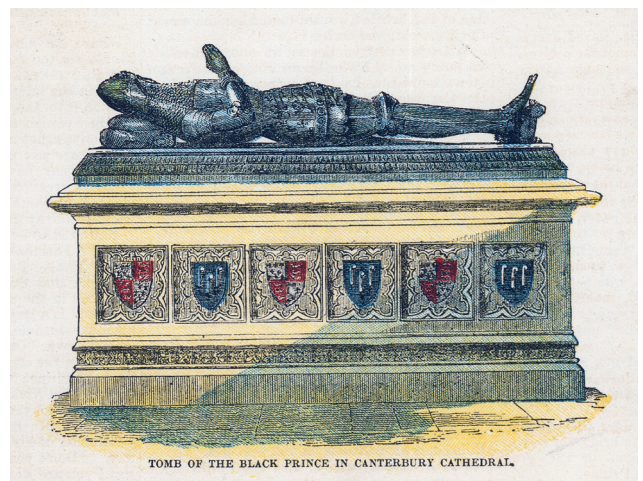
haute vallée du Nil, les apportaient en Égypte. Voir Lombard M., « La chasse et les produits de la chasse dans le monde musulman (VIII<sup>e</sup>-XI<sup>e</sup> siècle) », *Annales. Économies, Sociétés, Civilisations*, n° 24/3, 1969, p. 572-593. Les itinéraires commerciaux auxquels nous faisons référence concernent davantage l'Ouest africain.

8. À Paris la corporation des « chapeliers de paon » du XIII<sup>e</sup> siècle fut une première étape vers la reconnaissance du métier de « plumassier de panache ». Cette profession fut reconnue en 1577 sous le règne d'Henri III puis confirmée par Henri IV qui en fit rédiger les statuts. La corporation fut alors érigée en comité et jurande sous le titre de « marchands, maîtres de la communauté des plumassiers, panachers, bouquetiers et enjoliveurs de la ville, faubourgs, Prévôté et Vicomté de Paris », spécialisée dans les ornements de tête, les guirlandes de fleurs, les bonnets de mascarade, les panaches et les chapeaux. Voir Le Gall J.-M., « Porter le dais du Saint-Sacrement à Saint-Jacques de la Boucherie au XVI<sup>e</sup> siècle », dans C. Gauvard C., J.-L. Robert (dir.), *Être parisien. Actes du colloque organisé par l'École doctorale d'histoire de l'Université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et la Fédération des Sociétés historiques et archéologiques de Paris-Île-de-France (26-28 septembre 2002)*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2004, p. 493-518 ; Saunier N., « Note sur l'art de la plume ou plumasserie », dans R. H. Régnier, *Oiseaux. Héros et devins*, Paris, L'Harmattan, 2007.

9. Détail de l'encadrement du vitrail de la parabole du Bon Samaritain (en bas, à droite) situé dans le chœur de la cathédrale Saint-Étienne de Bourges.

Afin de retracer le circuit commercial et les acteurs qui permettaient à ces articles de se retrouver sur les principaux marchés européens, nous examinerons dans un premier temps les finalités d'un tel commerce en relatant les usages de la plume d'autruche. Puis, dans un deuxième temps, nous en caractériserons les opérateurs. Enfin, en troisième et dernier temps, nous exposerons le déroulement des opérations commerciales.

Les plumes d'autruche permettaient des usages multiples. Elles servaient en premier lieu à la parure des hommes et des femmes, notamment dans la chapellerie à travers la mode des panaches et des plumets. Les chapeaux devenaient l'objet d'ornements et se paraient de plumes de paon et d'autruche. Elles figuraient également au sommet des heaumes de tournois, du cimier du casque et du chanfrein des chevaux d'armes, et parfois dans les armoiries [fig. 3]. Leur emploi était aussi répandu dans l'ornementation, notamment de certains meubles, et dans l'orfèvrerie et la joaillerie puisque la plume d'autruche permettait de ramasser les poussières d'or et d'argent en les accrochant par ses minuscules barbes<sup>10</sup>. Un dernier usage majeur se trouvait dans le luxe de l'éventail. Cet instrument lié au culte (*flabellum liturgique*) n'apparaît dans la vie privée qu'au XIV<sup>e</sup> siècle en France et se répand, notamment en Italie, au cours des XV<sup>e</sup> et XVI<sup>e</sup> siècles. L'éventail pouvait être orné



▲ Figure 3 : English School, *Tomb of the Black Prince in Canterbury Cathedral*, XIX<sup>e</sup> siècle, illustration figurant le magazine hebdomadaire *Boys of the Empire* (Edwin Brett, 1888), collection privée<sup>11</sup>.

► Figure 4 : Jean Marot, *Le Voyage de Gènes, Tours*, vers 1508, BnF, Français 5091, feuillet 15v<sup>14</sup>.

10. Une plume se compose d'un axe central creux à sa base (le calamus) – partie implantée dans la chair de l'oiseau – mais plein dans sa partie principale (le rachis). Le rachis porte des barbes insérées en deux séries de part et d'autre de l'axe, et enchevêtrées par des barbules perpendiculaires dotées de crochets minuscules. Chez l'autruche, les barbes sont dépourvues de ce système d'accrochage et présentent des barbules molles, indépendantes les unes des autres, ce qui confère aux plumes un aspect duveteux et gonflant.



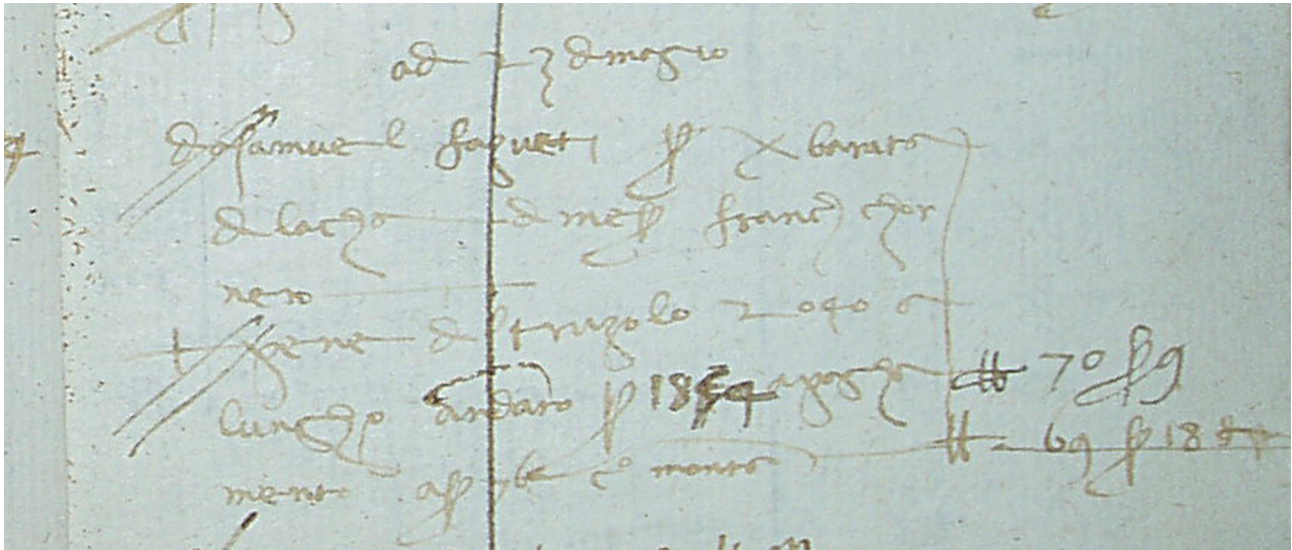


Figure 5: Archivio di Stato di Prato, Datini 1037, Majorque, *Libro di entrata e uscità B*, comp. Datini, Andrea di Bonanno e Luca del Sera, 1395-1397, f°187r., photo de l'auteur<sup>16</sup>.

de perles et d'or, mais également de plumes d'autruche, puis plus tard de plumes de perroquets ou de corbeaux des Indes.

Ornement de choix, magnifiant les coiffes des plus riches, la plume d'autruche détenait une forte valeur de prestige [fig.4]. Issue d'une espèce rare et exotique, elle provenait des confins du monde alors connu ; ce n'est donc pas tant son prix que sa rareté qui en faisait un produit de luxe. Elle était destinée au paraître et fut incriminée tout autant que les perles et les étoffes dans les lois somptuaires édictées en France à partir du XIII<sup>e</sup> siècle et ayant pour but de réglementer le port de certains objets luxueux<sup>12</sup>. Et lorsque le chroniqueur Jean Froissart, dans la seconde moitié du XIV<sup>e</sup> siècle, exprimait l'amertume de la population face aux défaites répétées contre les Anglais et blâmait la dérive luxueuse des élites guerrières, il dénonçait dans une même phrase l'usage des perles, des pierreries, des riches orfèvreries et des plumes d'autruche<sup>13</sup>.

Avant d'être exportées jusqu'aux marchés européens, les plumes d'autruche passaient entre les mains de nombreux intermédiaires. Les registres comptables de la compagnie Datini de Majorque<sup>15</sup> [fig.5] permettent une analyse concrète des réalités du commerce de cet article.

Pour la compagnie Datini installée dans l'île de Majorque<sup>17</sup>, le négoce direct avec l'Afrique était impossible, pour deux raisons majeures. La première provenait de l'absence de moyens maritimes de l'État florentin qui obligeait ainsi ses ressortissants à affréter des embarcations

11. Sur le coffre du tombeau sont représentées les armoiries d'Angleterre et de Galles. Ces dernières représentent trois plumes d'autruche sur un fond sable. Le Prince Noir était le fils d'Édouard III d'Angleterre. Il décéda avant son père, en 1376, et n'accéda donc pas au trône.

12. Au sujet des lois somptuaires, voir Gatineau M., *Le luxe et les lois somptuaires*, Caen, Lanier E., 1900 ; C. Pringent (dir.), *Art et société en France au XV<sup>e</sup> siècle*, Paris, Maisonneuve et Larose, 1995 ; Mane P. et Piponnier F., *Se vêtir au Moyen Âge*, Paris, Adam Biro, 1995.

13. « Les voilà, disait-on, ces beaux fils, qui aiment mieux porter perles et pierreries sur leurs habits, riches orfèvreries à leur ceinture et plumes d'autruche à leur chaperon que glaives et lances au poing. Ils ont bien su despendre en tels bobans et vanités notre argent levé sous prétexte de guerre, mais pour férir les Anglesches, ils ne savent mie ! », cité par Baudrillart H., *Histoire du luxe*, Paris, Hachette, 1880, tome III, p. 270.

14. Récit de la campagne victorieuse de Louis XII contre Gênes en avril 1507. Il fut composé par Jean Marot à l'intention de la reine Anne de Bretagne, et enluminé par Jean Bourdichon. Le feuillet 15v. représente Louis XII, orné d'un casque à cimier, sortant de la ville d'Asti pour aller reprendre Gênes. Manuscrit conservé à la Bibliothèque nationale de France (Français 5091).

15. La compagnie Datini était une entreprise organisée en diverses branches dont Francesco di Marco Datini était pour chacune l'associé principal. Il fallait compter cinq compagnies commerciales basées à Avignon, Gênes, Pise, Florence et dans l'aire ibérique (compagnie dite de Catalogne présente à Barcelone, Valence et Majorque). Deux compagnies étaient de nature industrielle, concernant l'une le travail de la laine, l'autre celui de la teinture. S'ajoutaient à cette liste une compagnie bancaire ainsi que deux compagnies individuelles basées à Florence et à Prato, destinées à gérer les biens domestiques de Francesco Datini. Les archives de Prato conservent en leur sein celles du marchand pratésien, Francesco Datini. Le fonds Datini contient environ 150 000 lettres, et près de 600 registres de comptes. Voir entre autres Dini B., « L'Archivio Datini », Cavaciocchi S. (ed.), *L'impresa, industria, commercio, banca secc. XIII-XVIII* (Atti della « Ventiduesima Settimana di Studi » 30 aprile-4 maggio 1990, Istituto Internazionale di Storia Economica « F. Datini », Prato), Florence, Le Monnier, 1991, p. 45-60 ; Melis E., *Aspetti della vita economica medievale*, Sienne, Monte dei Paschi, 1962 ; Hayez J. (ed.), *Le carteggio Datini et les correspondances pratiques des XIV<sup>e</sup>-XV<sup>e</sup> siècles*, Mélanges de l'École française de Rome – Moyen Âge, n° 117/1, 2005 ; Nigro G. (ed.), *Francesco di Marco Datini, L'uomo il mercante*, Florence, Florence University Press, Fondazione Istituto internazionale di storia economica Datini F., 2010.

16. Une opération concernant 2040 plumes d'autruche est inscrite à la date du 23 mai 1396. Elles provenaient d'un marchand juif, Samuel Fazueta, et furent échangées contre de la laque appartenant au Vénitien Francesco Corner.

17. En 1393-1394, Francesco Datini étendit ainsi son entreprise en Méditerranée, par l'implantation de trois filiales en territoires catalano-aragonais : à Barcelone et à Valence en 1393, et à Majorque à partir de juillet 1394. Sa compagnie semble ici avoir pris la relève d'une entreprise florentine, la compagnie Lorini, qui s'était retirée des trafics majorquins en avril 1394.

pour mener à bien leurs expéditions commerciales. Le second résidait dans la politique protectionniste émanant des milieux marchands majorquins [fig.6]. Le problème essentiel était lié à la présence de ligues à Majorque qui



Figure 6 : Enjeux et affrontements commerciaux en Méditerranée occidentale (fin XIV<sup>e</sup>-début XV<sup>e</sup> siècle), carte de l'auteur.

empêchaient les transporteurs d'accepter sur leurs navires des produits de marchands n'en faisant pas partie, et rendaient ainsi impossible aux étrangers dépourvus de moyens de navigation de conduire des opérations commerciales vers les ports du Maghreb central et occidental. Les marchands majorquins cherchaient avant tout à défendre leur position dominante à travers l'établissement de monopoles obligeant les Italiens à utiliser leurs services de médiation pour commercer avec la Barbarie. Cette défense de la position majorquine fut renforcée par une disposition royale de 1419 qui interdisait tout simplement aux étrangers de négocier avec les sultanats musulmans à partir de Majorque<sup>18</sup>. Il fallait donc commercer par le biais d'intermédiaires pour se procurer les produits africains tant convoités.

Les intermédiaires les plus utilisés dans ce type d'opérations étaient les juifs et les nouveaux chrétiens, qui étaient eux-mêmes parfois membres de ces ligues. Dans les neuf grands livres comptables de Majorque, couvrant la période 1396-1411, nous trouvons 104 opérations concernant des plumes d'autruche, pour un total de 296 172 plumes. Nous recensons 65 intermédiaires différents, mais pour 21 d'entre eux, soit environ 30 %, nous ne connaissons que le nom, sans indication d'origine, de profession ou de religion. Si nous analysons de près ces intermédiaires, sachant que certains peuvent apparaître dans différentes

catégories, nous retrouvons 15 juifs, 15 nouveaux chrétiens, 11 marchands majorquins et 5 membres des ligues. L'apport des juifs et des nouveaux chrétiens se monte à 62 opérations concernant l'achat de 132 407 plumes, soit près de 45 % des importations. Certains d'entre eux furent d'importants fournisseurs, tels les frères Hahim et Hayon Sussen qui approvisionnèrent la compagnie Datini entre 1399 et 1407 pour un total de plus de 22 000 plumes, représentant 7,5 % des plumes importées<sup>19</sup>.

Il existait en effet une longue tradition de contact entre les juifs d'Afrique du Nord, l'Espagne musulmane et la population juive des royaumes chrétiens ibériques. Les marchands juifs de la péninsule Ibérique établirent des relations commerciales avec les villes côtières du Maghreb central, dont principalement Tlemcen aux XIII<sup>e</sup> et XIV<sup>e</sup> siècles, au croisement des routes marchandes. En dehors d'épisodes dramatiques, les juifs bénéficiaient de la sollicitude des souverains de la Couronne d'Aragon et de leur attitude bienveillante, principalement à l'égard des marchands juifs allant faire du commerce en Barbarie. Les juifs nouvellement exilés à la suite des massacres de 1391<sup>20</sup>, en maintenant d'étroits liens familiaux et financiers avec les juifs majorquins et les nouveaux chrétiens, permirent un renforcement des contacts entre Majorque et les principaux centres nord-africains. Après les massacres fut tissée une nouvelle toile de relations dont les agents de la compagnie Datini profitèrent.

Ces juifs et *conversos*<sup>21</sup> prenaient en charge tout un pan de l'activité économique : celui de la circulation des marchandises. Leurs ramifications s'étendaient jusqu'au désert du Sahara leur permettant de pénétrer en profondeur les terres africaines, à la différence des marchands chrétiens, généralement confinés aux zones côtières du Maghreb et ne s'aventurant pas dans ces itinéraires commerciaux<sup>22</sup>.

18. Au sujet des ligues et de la politique protectionniste mise en œuvre à Majorque voir Houssaye Michienzi I., « Relazioni commerciali tra la compagnia Datini di Maiorca e la città del Maghreb alla fine del Trecento », dans L. Tanzini, S. Tognetti (eds), « Mercatura è arte ». *Uomini d'affari toscani in Europa e nel Mediterraneo tardomedievale*, Rome, Viella, 2012, p. 149-178 ; López Pérez M.D., *La Corona de Aragón y el Magreb en el siglo XIV (1331-1410)*, Barcelone, CSIC, Institució Milà i Fontanals, 1995.

19. Hayon Sussen opérait à Honein. Il était en association avec son frère, Hahim Sussen, Astruch Xibili, riche négociant juif de Majorque, et le gendre de ce dernier, Hahim Xulell, habitant Tlemcen. Ils apportaient respectivement 500, 500, 650 et 250 livres majorquines de capital, et furent d'importants fournisseurs de la compagnie Datini.

20. Les massacres de 1391 concernèrent la quasi-totalité de l'aire ibérique. À Majorque, lors de la journée du 2 août 1391, le *call* (quartier juif) fut détruit, 300 juifs furent tués, 800 réussirent à se réfugier vers la forteresse ; les autres furent contraints d'accepter le baptême. Ces soulèvements provoquèrent une forte émigration juive principalement en direction du Maghreb central, mais aussi du Portugal. Voir notamment les renvois bibliographiques contenus dans Houssaye Michienzi I., « Relazioni commerciali », *op. cit.*, p. 171-173.

21. Le terme de *converso* désigne un nouveau chrétien.

22. À l'exception de cas isolés, il faudra attendre le XV<sup>e</sup> siècle et l'expansion portugaise pour voir les premiers marchands européens pénétrer ces zones commerciales éloignées. Voir de La Roncière C., *La découverte de l'Afrique du Moyen Âge : cartographes et explorateurs*, Le Caire, Imprimerie de l'Institut français d'archéologie orientale, 1925 ; Mauny R., *Les navigations médiévales sur les côtes sahariennes antérieures à la découverte portugaise (1434)*, Lisbonne, Centro de estudos históricos ultramarinos, 1960 ; Medeiros F. de, *L'Occident et l'Afrique (XIII<sup>e</sup>-XV<sup>e</sup> siècle)*, Paris, Khartala, 1985.

Ce type d'organisation souligne le rôle de communautés locales de marchands dans l'économie internationale, et plus particulièrement de la diaspora juive. S'appuyer sur ces marchands majorquins, juifs et nouveaux chrétiens, parfois insérés dans les ligues, était l'unique moyen de contourner des difficultés. Les membres de la compagnie Datini de Majorque se greffaient ainsi à des réseaux préexistants qui parcouraient les deux rives de la Méditerranée. Pour saisir les opportunités économiques qui s'offraient à eux, les facteurs et associés de la compagnie durent élargir de manière conséquente leur réseau d'affaires. Les milieux que ces derniers fréquentaient jusqu'alors n'étaient pas suffisants, et seule la diversité résolut partiellement leurs difficultés, en ajoutant aux leurs les seuls réseaux qui pouvaient leur permettre l'accès aux produits africains.

Comment se déroulaient concrètement les opérations ? Le trafic avec ces régions africaines était donc indirect, passant d'un bout à l'autre par le biais d'intermédiaires. À partir de Majorque, les opérations étaient échafaudées par la compagnie Datini mais confiées principalement à des juifs. Et même si l'Afrique subsaharienne se situait aux marges du monde commercial exploré par ces marchands florentins, cette région leur était connue indirectement<sup>23</sup> et ils étaient au fait des voyages de caravanes<sup>24</sup>. Le commerce avec le Maghreb, et plus encore avec l'Afrique noire, était amplement concerné par le troc, notamment de tissus florentins et de papier en échange de produits issus de l'élevage maghrébin ou du trafic caravanier. En Afrique subsaharienne, on remarque un intérêt notable pour le cuivre<sup>25</sup>. Ces opérations commerciales répondaient à certaines caractéristiques basées particulièrement sur la synchronisation des opérations : il fallait que les produits exportés arrivent avant le départ des caravanes et, de même, que leurs intermédiaires soient présents au débouché des axes du trafic à l'arrivée des convois.

Leur perception de l'espace africain leur permettait ainsi d'envisager des opérations lointaines à partir de leur base commerciale, par le biais de relations personnelles

de confiance établies avec les communautés juives<sup>26</sup>. Cette perception était acquise grâce à la proximité avec les juifs majorquins qui disposaient de renseignements directs de leurs informateurs africains, permettant à leur tour aux agents de la compagnie de Majorque d'en bénéficier<sup>27</sup>.

Les marchands juifs acheminaient les produits d'exportation vers les portes du désert où avait lieu l'échange. Les plumes d'autruche, ainsi que d'autres produits évoqués précédemment, avaient été conduits d'Afrique noire jusqu'à ces marchés-relais du Sahara par le biais des caravanes qui suivaient les grandes pistes transsahariennes jalonnées de puits et en principe protégées [fig. 7]. Les caravanes parcouraient le Sahara en automne et en hiver, puisque la violence des vents du simoun interdisait les voyages l'été. Ces convois atteignaient des tailles parfois gigantesques, comportant plusieurs milliers de dromadaires. Il fallait compter environ deux mois de marche pour accomplir les 1 500 à 1 800 kilomètres de désert. Ceux qui importaient les produits d'Afrique noire étaient presque exclusivement des arabo-berbères ou des marchands juifs, fixés dans les villes de la lisière du Sahara, telles Sijilmassa au débouché des voies caravanières, Noul, Ouargla ou Ghadamès.



Figure 7 : Les axes transsahariens (XIII<sup>e</sup>-XV<sup>e</sup> siècle), carte de l'auteur.

23. Dans une lettre de 1408, Niccolò di Giovanni Manzuoli, directeur de la compagnie Datini de Majorque, fait référence au Touat sous la forme *Tuet*. Voir Archivio di Stato di Prato (désormais ASPo), fonds Datini (désormais D.) 668, 409746, lettre Majorque-Florence, comp. Datini et Cristofano di Bartolo à Francesco Datini, 25/03/1408 : « Questi che chonp(r)ono il chovero lo mandavano a Tuet e una chonpagn[i]a d'Ara[a]bi l'ano tutto rubato e stavasi sop(r) a rischato » [ceux qui achetèrent le cuivre l'envoyèrent dans le Touat et une compagnie d'Arabes le vola entièrement et le rançonna].

24. Deux lettres rédigées à Valence en 1397 évoquent une connaissance par ces agents du trafic caravanier. Voir ASPo, D. 1077, 122229 et 122224, lettres Valence-Majorque, comp. Datini et Luca del Sera à comp. Datini et Cristofano di Bartolo, 23/10/1397 et 18/12/1397.

25. Voir M. M. Elbl, « From Venice to the Tuat: Trans-Saharan Copper Trade and Francesco Datini », dans L. Armstrong, I. Elbl, M. M. Elbl (eds), *Money, Markets and Trade in Late Medieval Europe. Essays in Honour of John H. A. Munro*, Leiden, Brill, 2007, p. 411-459.

26. Voir ASPo, D. 668, 409993, lettre Majorque-Florence, comp. Datini et Cristofano di Bartolo à comp. Datini et Stoldo di Lorenzo, 07/07/1403, f°2r. : « Siamo avisa(ti) da Barzalo(na) chome il Chonterino manda i(n) su la nave Chopa buona soma di chovero [...] no(n) si vogl[i]o(no) obrighare g'amicì, c[i]oè Aima e Balac[i]o che altra gente pocho ne chonp(r)a » [Nous savons par Barcelone que Contarino envoie sur son navire une bonne quantité de cuivre [...] nous ne voulons pas obliger les amis, c'est-à-dire Aimi e Balagio, mais personne d'autre n'en achète]. Il s'agit d'Hahim Sussen et Balaxi Feraig, deux marchands juifs.

27. Ces mêmes réseaux juifs que nous voyons évoluer jusqu'au Touat et aux confins du Sahara contribuèrent pour beaucoup au développement de l'école cartographique majorquine, en raison de leur connaissance profonde de l'Afrique. Voir Billion P., *Graphische Zeichen auf mittelalterlichen Portolankarten. Ursprünge, Produktion und Rezeption bis 1440*, Marburg, 2011 ; Fall Y. K., *L'Afrique à la naissance de la cartographie moderne. Les cartes majorquines : XIV<sup>e</sup>-XV<sup>e</sup> siècle*, Paris, Khartala, 1982 ; Hillgarth J. N., *Readers and Books in Majorca, 1229-1550*, 2 vol., Paris, CNRS, 1991 ; Laguarda Trias R., *La aportación científica de mallorquines y portuguesas a la cartografía náutica en los siglos XIV al XVI*, Madrid, CSIC, 1963.



Ils centralisaient les produits du sud que leur procuraient les marchands locaux, et les produits du nord que leurs fournisseurs leur fournissaient par correspondants nord-africains. Leur rôle était ainsi basé sur la transmission et la revente des produits.

À partir de ces portes du désert, ces produits étaient remontés jusqu'aux côtes du Maghreb central par le biais d'autres caravaniers. Leurs destinations étaient massivement les ports d'Honein, de Mostaganem, de Ténès et d'Alger d'où les cargaisons étaient exportées essentiellement vers l'île de Majorque, tête de pont du commerce avec l'Afrique, où elles voyageaient avec les produits provenant du Maghreb comme les cuirs et les peaux ou bien la grana<sup>28</sup>. Les marchandises acheminées jusqu'à Majorque, et sporadiquement jusqu'à Valence<sup>29</sup>, étaient vendues aux négociants chrétiens. Les achats de plumes étaient effectués auprès de multiples fournisseurs qui vendaient aux agents florentins des quantités allant de quelques centaines à plusieurs milliers d'unités. Les plumes recherchées devaient être grandes et bien touffues, et ne contenir ni larves d'insectes ni mites<sup>30</sup>. Les agents de la compagnie les conditionnaient ensuite pour le transport. Les plumes d'autruche constituaient un produit léger puisqu'il fallait de 200 à 300 plumes pour avoir un kilogramme de produit. Le prix des plumes était fixé à la centaine. Il fallait y ajouter différents frais.

L'exemple ci-dessous [fig. 8] détaille les divers frais d'expédition. En mai 1404, les facteurs de la compagnie Datini de Majorque expédièrent une lettre contenant une copie du livre de comptes à la compagnie Datini de Florence pour le compte de laquelle ils achetèrent 9 897 plumes d'autruche provenant de trois intermédiaires différents : un marchand papetier majorquin nouveau chrétien (Francesco Rodrigo), un nouveau chrétien (Gabriel Vidal) et un juif (Salamo Xulell). Ils achetèrent les plumes entre 30 et 45 sous la centaine pour un montant de 136 livres, 18 sous et 4 deniers<sup>31</sup>. Ils déboursèrent en plus environ 3,3 % de

frais de commission (coridura). À ceux-ci s'ajoutaient les frais de stockage, de conditionnement des plumes en trois fardeaux, d'expédition à Barcelone et à Gênes, et les divers taxes et péages. Le montant total des frais annexes s'élevait à 10 livres, 3 sous et 10 deniers, soit environ 7,5 % du prix total. S'il est écrit dans cet exemple que nulle commission n'était prélevée (*per nostro pro non metiamo nulla*), il fallait en règle générale ajouter de 1 à 1,5 % de rémunération pour la compagnie de Majorque.

Des réseaux locaux tissés entre les Baléares, les côtes africaines et ibériques, constitués principalement de marchands majorquins, notamment d'un fort contingent de juifs et de nouveaux chrétiens, permettaient aux plumes d'autruche de se retrouver sur le marché majorquin. Les réseaux d'expédition vers les marchés de destination se déployaient quant à eux à une grande échelle méditerranéenne et européenne. Les agents de la compagnie Datini de Majorque affrétaient en effet les embarcations des Vénitiens, des Génois, des Catalans ou encore des Basques pour expédier leurs produits jusqu'aux ports tyrrhéniens ou jusqu'à Bruges pour une redistribution dans l'aire baltique et d'où les produits descendaient parfois également jusqu'à Paris. Les itinéraires à dos de mules par voie de terre étaient également envisagés : les produits, après un parcours en mer principalement jusqu'à Barcelone, suivaient un itinéraire terrestre passant par Perpignan pour rejoindre les marchés de Montpellier puis de Paris.

Le commerce des plumes d'autruche, tout comme celui des autres produits issus de l'Afrique subsaharienne, faisait ainsi appel à une pluralité d'intervenants ayant chacun une fonction spécifique dans la transaction marchande. Il était le fruit d'un commerce se déroulant à une très large échelle, africaine, méditerranéenne et européenne. Il avait recours à un foisonnement d'opérateurs, et supposait l'imbrication entre des réseaux fonctionnant à différentes échelles, dont les acteurs intervenaient dans un même environnement régional.

Il nous est difficile de savoir si ce commerce était particulièrement lucratif car nous ne disposons que du prix d'achat de ces plumes, sans prix de revente. Néanmoins, la compagnie Datini était la seule compagnie florentine<sup>32</sup> présente à Majorque et jouait le rôle d'importateur de produits africains pour l'ensemble des compagnies florentines éparpillées en Europe et organisées en réseaux d'af-

28. La *grana* (graine) est le nom commercial, dans toute l'Europe, de la femelle adulte séchée d'un coccidie tinctorial, le kermès des teinturiers (*Kermes vermilio*), parasite des parties aériennes du chêne kermès (*Quercus coccifera*). Ce nom vient de la ressemblance du produit séché avec une baie de la taille d'un pois. La femelle adulte et les œufs qu'elle contient sont riches en colorants donnant le rouge écarlate. Voir Cardon D., *Le monde des teintures naturelles*, Paris, Belin, 2014, p. 589-593.

29. ASPo, D. 1077, 122193, lettre Valence-Majorque, comp. Datini et Luca del Sera à comp. Datini e Cristofano di Bartolo, 20/01/1397, f°1r : « Venne ieri I liuto da Ona, porta ciera e 12 sachi di grana e penne di struzolo » [Hier arriva une embarcation d'Honein apportant de la cire, 12 sacs de *grana* et des plumes d'autruche].

30. ASPo, D. 964, 125989, lettre Valence-Majorque, comp. Datini et Luca del Sera à Ambrogio di Rocchi, 24/12/1394, f°3r : « Ancora trovando di q(ue)lle penne di struzolo, che sieno grandi e bene folte e che no(n) sieno camolate » [si vous trouvez encore de ces plumes d'autruche, qu'elles soient grandes et touffues et qu'elles ne contiennent pas de larves d'insectes].

31. Les prix mentionnés par López Pérez M. D. et relevés sur le marché majorquin semblent identiques à ceux figurant dans les registres du fonds Datini. Elle écrit en effet : « El precio de las plumas de avestruz

solía situarse en torno a las 2 libras el centenar, soit environ 40 sous. Voir López Pérez M. D., *La Corona de Aragón y el Magreb...*, *op. cit.*, p. 570.

32. Prato, petite ville située à 15 kilomètres au nord de Florence, était alors sous emprise florentine depuis le milieu du xiv<sup>e</sup> siècle. Les citoyens de Prato étaient soumis à la juridiction et aux impositions florentines. De plus, Francesco Datini acquit la citoyenneté florentine en 1394.

«Al nome di Dio, a dì VII di maggio 1404.  
 Ponete a nostro co(n)to dare vi dobbiamo p(er) q(u)este pene co(n)p(er)ate.  
 Da Frances(co) Lororigo, a dì 13 di febraio  
 pene di struzolo 9 200 a lungho a pagho 8 363 a s. 30 c(ent)o, mo(n)ta R. 125 s. 8 d. 10  
 Da Ghabriello Vidale, a dì 1 di ma[r]zo  
 pene di struzolo 300 a lungho a pagho 272 p(er) s. 45 c(ent)o, mo(nta) R. 6 s. 2 d. 6  
 Da Salamone Sulegli, a dì 15 d'ap(r)ile  
 Penne di struzolo 397 a lungo a pagho 357 a s. 30 c(ent)o, mo(nta) R. 5 s. 7 d. -  
 136/18/4  
 P(er) chorida R. 4 s. 9 d. 6; p(er) recha(re) a chasa d. 8; p(er) fare 3 fardelli chanovatto s. 8;  
 porta(re) a mare, charicha(re) p(er) Barza(lona) e p(er) Genova d. 8; vitichale, lelda  
 pareagio, diritto del Re d. 10½ p(er) r(eale) p(er) R. 120, R. 5 s. 5: i(n) so(mma) R. 10 s. 3 d. 10.  
 P(er) nostro p(r)o no(n) metia(mo) nulla, R. - s. -  
 147/2/2  
 So(mma) chosto e spese R. 147 s. 2 d. 2 e tanto ponete che dare ci dobiate.  
 Che (Cristo) vi ghuardi !  
 Frances(co) e Cristofano i(n) Maiolicha»

Figure 8: Archivio di Stato di Prato, Datini 668, 9291837, lettre/extrait de compte Majorque-Florence, comp. Datini et Cristofano di Bartolo à Francesco Datini, 07/05/1404, transcription de l'auteur.

fares<sup>33</sup>. La quantité de plumes commercialisées durant leurs seize années de présence à Majorque ainsi que la régularité des importations permettent de donner à ce trafic une importance non négligeable. En se rendant à Majorque, les marchands florentins mettaient le pied dans des terres qui pouvaient leur apporter beaucoup. L'Afrique et ses produits ne furent certes pas leur préoccupation exclusive car les produits locaux, les articles issus du large trafic méditerranéen et européen ainsi que la proximité du sel d'Ibiza comptaient également pour beaucoup. Ces hommes d'affaires étrangers, solidement implantés, réussirent à s'insérer dans les circuits de commerce locaux où les multiples coopérations commerciales les engageaient avec des marchands majorquins, des juifs et des nouveaux chrétiens. Plus la difficulté était importante, plus les membres de la compagnie Datini utilisaient des intermédiaires et des agents de liaison auxquels ils n'avaient traditionnellement pas recours. Au sein de la compagnie Datini, une telle diversité de collaborateurs ne se rencontrait en aucun autre lieu, ce qui souligne la singularité de Majorque.

Le rôle de carrefour de Majorque était marqué par la forte présence de personnes extérieures au milieu marchand strictement majorquin (négociants italiens, gens de mer...) et par la coexistence de différents groupes ethniques et religieux (majorité chrétienne, minorités juive et musulmane). Les barrières culturelles étaient néanmoins surmontées dans le cadre d'échanges et de collaborations commerciales, régulières et abondantes, où chacun trouvait son propre intérêt. Du côté des marchands florentins, le bénéfice de

telles collaborations n'est plus à établir. Les membres de la compagnie Datini s'appuyaient sur des réseaux existants, ceux reliant Majorque et l'Afrique essentiellement à travers les familles et marchands juifs et nouveaux chrétiens pour contourner leurs difficultés. Pour ces minorités, coopérer avec les marchands florentins était économiquement intéressant. Les Florentins brassaient de phénoménales quantités de marchandises africaines sur lesquelles les négociants juifs prenaient des frais de *senzeria*, de commission, certes pas trop élevés mais qui, conjugués à la quantité, devaient leur procurer de satisfaisants revenus<sup>34</sup>.

La coopération avec des milieux culturels différents était une donnée essentielle à la réussite florentine et l'unique moyen d'infiltrer la complexe organisation commerciale majorquine. Le commerce des plumes d'autruche est ainsi un exemple probant de commerce interculturel et interreligieux en Méditerranée médiévale. ■

33. Voir à ce sujet Houssaye Michienzi I., *Datini, Majorque et le Maghreb...*, *op. cit.*, chapitre 5.

34. D'après les registres de comptes, nous pouvons constater que le pourcentage de ces intermédiaires, quelle que soit leur origine (intermédiaire chrétien, nouveau chrétien ou juif), s'établissait la plupart du temps entre 0,5 et 1 %.