



HAL
open science

Les contacts commerciaux

Florian Besson

► **To cite this version:**

Florian Besson. Les contacts commerciaux. Juifs, chrétiens et musulmans en Méditerranée, XIe-XVe siècle, Atlande, pp.61-69, 2018, 9782350305226. hal-04752676

HAL Id: hal-04752676

<https://hal.science/hal-04752676v1>

Submitted on 24 Oct 2024

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.

Florian Besson, « Les contacts commerciaux », dans Florian Besson (dir.), Manuel d'agrégation interne *Juifs, chrétiens et musulmans en Méditerranée, XI^e-XV^e siècle*, Paris, Édition Atlande, 2018, p. 61-69.

VERSION AUTEUR POUR HAL

Voyageant dans l'ensemble du *Dar al-Islam** entre 1170 et 1180, le voyageur musulman andalou Ibn Jubayr note avec étonnement que la guerre larvée permanente qui existe entre les États latins d'Orient et les territoires musulmans voisins ne nuit en rien au commerce : "On n'empêchait aucun marchand de commercer, on ne l'inquiétait jamais. Les chrétiens font payer une taxe aux musulmans qui traversent leur territoire, ceux-ci jouissant d'une sécurité extrême ; les marchands chrétiens versent aussi en territoire islamique une taxe sur leurs produits, l'entente régnant entre eux et l'équité étant de rigueur en toutes circonstances. Les hommes de guerre s'occupent de leurs conflits pendant que les autres sont en paix" [IBN JUBAYR, 1995, 310].

Plus loin dans sa chronique, il se plaira à opposer le bon traitement qu'il a reçu des mains des secrétaires de la douane d'Acre, ville latine – des chrétiens parlant parfaitement arabes, polis et calmes – et celui, beaucoup plus rude, reçu en arrivant à Alexandrie. Les musulmans sont mieux traités par les chrétiens que par les musulmans eux-mêmes ! Au-delà de la provocation, qui sous-tend dans l'économie de son récit une discrète critique politique, le témoignage d'Ibn Jubayr est précieux car il révèle que, sans les ignorer, la vie des marchands évolue largement à côté des conflits. S'opposent ainsi plusieurs rythmes, plusieurs lieux, plusieurs identités : Ibn Jubayr déteste par ailleurs les Francs de Syrie, traite leur roi de porc et leur reine de truie, ne manque pas une occasion de dénoncer l'illégitimité de leur présence en Orient, ce qui ne l'empêche pas de louer leur bonne gestion des marchands. Le commerce permet la rencontre, l'échange, l'interaction [MALAMUT et OUERFELLI, 2012].

Plus que jamais sur ce thème, il faut se déprendre d'une vision du Moyen Âge comme période obscurantiste. Les ramifications du système commercial médiéval, l'intelligence des marchands et la sophistication de leurs techniques ne sont pas inférieures aux nôtres. Il existe déjà à l'époque une économie, sinon globalisée, du moins très fortement connectée : quand l'évêque du Groenland met du poivre dans son ragoût de poisson, il est l'ultime maillon d'une chaîne qui passe par les ports de la Hanse, les cités italiennes, le port d'Alexandrie et enfin l'île de Ceylan...

Le commerce est l'une des dynamiques les plus travaillées par les historiens, notamment du fait du très grand nombre de sources : contrats commerciaux, lettres de marchands, traités sur les douanes, chroniques, récits de voyages, auxquels il faut ajouter la documentation archéologique, et notamment des études d'épaves [JÉZÉGOU et JONCHERAY, 2015]. Par rapport à notre programme, ce thème a une grande importance : si on met à part les exemples tout à fait particuliers que sont ces sociétés de contact où l'interaction est quotidienne (péninsule ibérique, Sicile, États latins), le commerce est, pour l'immense majorité des chrétiens et des musulmans, la seule véritable occasion de rencontrer l'autre, soit en personne, soit à travers des produits venus d'ailleurs ou des récits colportés par les marchands [ABULAFIA, 1993]. De le rencontrer, qui plus est, autour de pratiques communes, dans un contexte certes fortement concurrentiel (le but du commerce reste de gagner plus que l'autre), mais néanmoins structuré par des valeurs de confiance, de curiosité, de partage.

LA DYNAMIQUE : DE LA MER DES CALIFES À LA MÉDITERRANÉE DES LATINS

Même si ses travaux ont été largement amendés depuis, la thèse exposée en 1963 par Henri Pirenne dans son *Mahomet et Charlemagne* reste fondamentalement juste : à partir du VIII^e siècle, les conquêtes musulmanes désorganisent une économie méditerranéenne bien rodée et coupent le monde occidental de la rive sud. Les grandes voies du commerce se réorganisent alors pour contourner une mer délaissée (même si, encore une fois, elle l'est beaucoup moins que ne le pensait H. Pirenne). Le grand centre commercial est Bagdad, au débouché de la route de la soie ; plus généralement, c'est le *Dar al-Islam** qui occupe alors une position centrale dans les échanges économiques et commerciaux, à l'échelle du monde. En règle générale, l'Europe exporte des matières premières (bois, fer, peaux, fourrures, esclaves) et importe des produits manufacturés (soieries, céramiques, épices).

Au XI^e siècle, c'est l'Égypte qui devient la plaque-tournante d'une véritable économie-monde, en mettant en contact la Méditerranée, l'Afrique subsaharienne, riche en esclaves et en or [FAUVELLE-AYMAR, 2013], et l'Océan Indien. Les califes fatimides*, ayyoubides* puis mamelouks ont tout à fait conscience que la richesse du pays repose en partie sur ce grand commerce et mettent en place une politique incitatrice – globalement peu de taxes, peu de restrictions à la circulation des biens et des personnes – qui a permis à Shlomo Goitein de décrire, probablement avec un peu d'exagération, la Méditerranée de l'époque comme “une communauté de libre-échange” [GOITEIN, 1999-2000]. Même si l'ouverture atlantique du XV^e-XVI^e siècle entraîne un déplacement du centre de gravité vers l'ouest, la Méditerranée reste un carrefour commercial de premier plan pendant toute la période, l'émergence d'États puissants (Empire ottoman, bien sûr, mais aussi Iran safavide), aptes à se poser comme intermédiaires entre l'Occident chrétien et l'Asie, contribuant à structurer cette économie-monde.

La dynamique globale de notre période est bien connue depuis longtemps des historiens, et les médiévaux eux-mêmes en avaient d'ailleurs tout à fait conscience : on passe d'une époque où la Méditerranée est dominée par les pouvoirs musulmans – notamment le califat fatimide*, qui assure une unification politique et donc économique d'un très vaste espace [PICARD, 2015] – à une époque marquée par la domination des Latins. Celle-ci passe en grande partie par le commerce : les marchands latins sont présents dans les ports musulmans dès le X^e siècle, notamment les Amalfitains au Caire [CAHEN, 1976]. Ils en ramènent des marchandises à haute valeur ajoutée : or, soieries, tissus (par exemple le manteau de couronnement de Roger II, à l'origine un tiraz fatimide), et surtout épices (qui valent tellement cher à l'époque que l'expression “payer en espèces” vient de “payer en épices”). Certaines communes italiennes parviennent à monopoliser le commerce d'une même ressource sur de longues périodes : les Pisans mettent ainsi la main sur le très rentable commerce du crocus et du safran [ABULAFIA, 1982].

Ces marchands deviennent de plus en plus nombreux au XII^e siècle, en partie grâce aux croisades et à la fondation des États latins d'Orient, qui leur offrent de nouveaux débouchés, mais surtout sous l'effet d'innovations internes (lettre de change, assurance, livre de compte, techniques d'association et de mise en commun des fonds, etc.) qui accélèrent le développement d'une économie que l'on pourrait qualifier de pré-capita- liste. Ils obtiennent des privilèges économiques de plus en plus nombreux et parviennent parfois à fonder de vastes empires thalassocratiques au profit de leurs contrées d'origine. C'est le cas de Gênes, Venise mais aussi de la couronne d'Aragon qui conquiert de nombreuses villes du

Maghreb. Si les pouvoirs musulmans ou byzantins savent dans un premier temps jouer des rivalités entre villes pour leur tenir la dragée haute, les communautés de marchands étrangers prennent de plus en plus de poids dans les villes. La bourgeoisie marchande occidentale étant à ce moment-là très liée au milieu du pouvoir politique, certaines expéditions militaires sont parfois organisées dans le seul but de ruiner un port rival : ainsi des Catalans qui attaquent et pillent Ceuta en 1231, en partie pour nuire aux Génois qui y ont de solides intérêts. Dans le grand commerce méditerranéen, on a l'impression d'un remplacement des acteurs musulmans par les Latins à cette époque. C'est en partie un effet de source : on assiste à cette époque à une explosion documentaire en Occident, en particulier dans ces sociétés urbanisées et alphabétisées que sont les communes italiennes.

En outre, cette poussée des Latins n'est pas synonyme de déclin des régions byzantines ou musulmanes : les grands ports du Maghreb, comme Ceuta, Bougie, Tunis connaissent leur apogée au XIII^e siècle. Ces villes deviennent souvent des capitales d'États locaux, peu étendus mais très puissants, capables de nouer des accords avec de grands ports occidentaux (communes italiennes bien sûr mais aussi Barcelone, Valence, Montpellier, Marseille). On assiste dans ces villes à l'émergence d'une riche bourgeoisie marchande musulmane, qui contrôle les échanges entre les marchands latins et l'arrière-pays maghrébin. Les marchands musulmans veillent à conserver la mainmise sur un certain nombre de ressources rares et stratégiques que les Latins ne peuvent se procurer ailleurs, comme par exemple les plumes d'autruche venues d'Afrique [HOUSSAYE, 2015].

LE TEMPS DES MARCHANDS

Même si tous les voyageurs – étudiants, pèlerins, artistes – savent à l'occasion profiter de leurs déplacements pour vendre ou acheter, le commerce est largement le fait de marchands professionnels, généralement insérés dans des réseaux confessionnels, familiaux et/ou régionaux. De nombreux travaux ont ainsi mis en valeur la force des différentes diasporas qui sous-tendent la construction de puissants réseaux marchands : ainsi des marchands juifs, présents dans tous les grands ports, toujours prêts à accueillir un coreligionnaire, à mettre en place des associations ou encore à faire circuler les informations [GOLDBERG, 2012] ; de même pour les marchands andalous, nombreux à s'exiler au Maghreb lorsque la *Reconquista* les chasse de la péninsule ibérique, et qui savent maintenir des liens avec les *mudéjars** pour s'enrichir, parvenant souvent à des positions politiques très en vue [VALÉRIAN, 2014]. Mais les mêmes observations sont valables pour les Vénitiens, les Arméniens*, les Byzantins, les Marseillais ou même les Templiers et les Hospitaliers : tous savent s'organiser en réseau, à l'échelle de la Méditerranée, d'une façon à la fois très souple et très organisée, privilégiant le plus possible des logiques de coopération, ce qui n'empêche ni des poussées ponctuelles de violence ni des rivalités multiscalaires [CHRIST *et alii*, 2015].

Les études les plus récentes soulignent d'ailleurs l'enchevêtrement, en particulier dans les îles de la Méditerranée orientale, des logiques commerciales et des projets de croisade [CHRISSIS et CARR, 2016], soit parce que le commerce est souvent pensé comme une source de financement nécessaire à une reconquête latine [SOLDANI, 2015], soit parce que l'activité commerciale est l'occasion à la fois de refléter des conflits géopolitiques plus larges et de les régler d'une façon diplomatique [FLEET, 2012].

À l'échelle locale, les pôles du grand commerce que sont les ports méditerranéens – parmi lesquels figurent Alexandrie, Acre, Bougie, Tunis, Barcelone, Venise, Pise, Messine ou Constantinople – apparaissent comme des lieux cosmopolites, où se côtoient et se rencontrent des acteurs venus de toutes les communautés confessionnelles [FRENKEL, 2014 ; VALÉRIAN, 2006]. Le parcours de certains marchands met en valeur des dynamiques d'acculturation plus ou moins poussées [BESSON, 2017], malgré une tendance des marchands, en particulier des Latins, à privilégier un entre-soi à la fois social et physique [VALÉRIAN, 2005].

TRANSFERTS ET PASSEURS CULTURELS

Pour commercer efficacement, ces marchands venus d'horizons divers se dotent d'un ensemble d'outils et de techniques. Se mettent en place des contrats bilingues, sous-tendus par des pratiques notariales communes – le sceau, les témoins, le serment – qui participent de la création d'une culture méditerranéenne de l'écrit [VALÉRIAN, 2009]. Vers la fin du XIV^e siècle émerge une *lingua franca*, mélange de plusieurs langues méditerranéennes [DAKHLIA, 2008]. Les frontières religieuses ne sont jamais oubliées et se réactivent soudainement en cas de conflits ou de litiges ; mais elles sont largement transcendées par le partage de pratiques communes qui permettent d'avoir confiance dans la “*fides* des infidèles” [SIBON, 2008 ; 2013]. Partout se retrouvent des intermédiaires, à la fois traducteurs, facteurs et courtiers ; maîtrisant souvent plusieurs langues, ils mobilisent un capital social étendu pour rendre une multitude de services [VALÉRIAN, 2013]. Ces “briseurs de frontières” deviennent peu à peu des professionnels du contact entre cultures, même s'ils payent souvent cette situation d'un rejet par leur communauté d'origine [ESPTEIN, 2006]. Ils se font souvent – plus ou moins volontairement – passeurs culturels, assurant la circulation d'idées, de textes, de mots qui voyagent entre les mondes linguistiques, politiques et confessionnels.

L'EXEMPLE DES *BACINI*

S'il est impossible de balayer l'intégralité des échanges commerciaux survenus à cette époque, un exemple précis éclairera le propos – en l'occurrence le commerce des *bacini* [GIORGIO, 2013]. Il s'agit de céramiques glaçurées (et parfois lustrées), c'est-à-dire recouvertes d'un vernis métallique donnant des reflets brillants, une technique inventée dans le monde musulman vers 770 et restée un secret pendant plusieurs siècles. Ces céramiques se répandent sur tout le littoral méditerranéen : Espagne, Provence, Italie, Sicile. À Pise par exemple, on trouve des *bacini* fatimides du XII^e siècle dans les murs de San Sisto (1180), des céramiques andalouses du XIII^e siècle dans ceux de Santa Cecilia et des céramiques valenciennes du xv^e siècle dans ceux du couvent Sant'Anna. En tout, on en dénombre 669 dans la ville, indice d'une véritable mode.

Cet exemple recoupe la dynamique dont on vient de parler : alors qu'aux IX^e-X^e siècles on trouvait encore de nombreux marchands musulmans dans les ports provençaux et italiens, les Pisans imposent peu à peu leur monopole sur cette marchandise rare et

coûteuse qui est utilisée, en Occident, pour décorer l'extérieur des églises et des maisons nobles. Très tôt, les Occidentaux saisissent le potentiel commercial de cette marchandise : au XIII^e siècle, Pise se met à fabriquer ses propres céramiques *bacini*, mais elles sont de mauvaise qualité car elle ne maîtrise pas la technique du lustre. Au tout début du XIV^e siècle, don Pedro Buyl, le seigneur de Manisès (près de Valence en Espagne) invite des artisans musulmans spécialisés dans la technique du lustre à venir s'installer dans sa ville, en échange notamment d'exemptions d'impôts. Les artisans établis dans cette ville étant pour la plupart originaires de Malaga, les céramiques qu'ils produisaient – lustrées ou non – furent baptisées *maiolica* par les Italiens, d'où notre mot "majolique". Un siècle plus tard, les céramiques de Manisès s'arrachent dans toutes les cours européennes, jusqu'en Angleterre et aux Pays-Bas. En 1362, deux artisans musulmans de Manisès sont ainsi chargés par le cardinal Aubert Audouin de réaliser plusieurs centaines de carreaux pour paver une salle du Palais des Papes d'Avignon. Ce n'est qu'à la toute fin du XV^e siècle que la technique du lustre est maîtrisée en Occident : plusieurs petites villes italiennes, proches de Florence, se lancent alors dans la fabrique massive des majoliques.

Non seulement la présence des *bacini* renvoie à ces courants commerciaux entre monde latin et monde musulman, mais surtout ils en viennent eux-mêmes à devenir des objets hybrides et métissés. Ainsi de cette très belle majolique de Manisès qui représente une biche, motif courant de l'art islamique, dessinée dans un style là aussi très largement typique de l'art arabe, entourée par l'inscription suivante en lettres gothiques : "*Ave Maria gratia plena*" (Salut Marie, pleine de grâce). Les motifs les plus fréquents sont des animaux, des scènes de chasse, des personnages en train de boire ou d'écouter de la musique : ces images se retrouvent sur des céramiques musulmanes, des émaux italiens, des tapisseries provençales, des miniatures catalanes, etc. La présence de ces motifs très similaires en différents points de la Méditerranée atteste d'une véritable unité artistique de la période, en partie grâce à ces circulations commerciales qui assurent la diffusion – et donc aussi, par le fait même, une relative homogénéisation – des objets et des goûts.

RÈGLES ET INTERDITS

Le commerce entre monde latin et monde musulman fait, très tôt, l'objet de règlements, des deux côtés. Du côté latin, on peut ainsi rappeler que l'Église catholique ne cesse d'interdire de vendre aux musulmans des armes, des esclaves, du bois (concile de Latran III en 1179, de Latran IV en 1215), sous peine d'excommunication des contre-venants et de la confiscation de leurs biens. Ces interdictions sont parfois reprises par des princes laïcs (Baudouin III de Jérusalem en 1156), mais leur répétition dit bien qu'elles sont largement restées lettre-morte et que les marchands latins n'ont jamais hésité à vendre ces produits-là. Ils sont en effet d'autant plus rentables que les pouvoirs musulmans, et notamment le califat fatimide, mettent en place un système de préemption sur de tels produits stratégiques (le *matjar*) : les marchands latins sont donc sûrs de trouver un acheteur fiable (l'État) qui paie comptant.

Les communes marchandes cherchent très tôt à nouer des accords avec les régimes musulmans ou l'empire byzantin pour garantir la sécurité et les biens de leurs marchands vivant sur leurs territoires. On cherche à obtenir des privilèges fiscaux, des garanties concernant l'héritage, le droit de se juger soi-même (privilèges

d'extraterritorialité) [BALARD, 1994]. Les pouvoirs musulmans veillent d'abord à imposer les Latins. Les impôts perçus sur les marchands Rûmi, Grecs et/ou Latins portent un nom différent : le *khums*, ce qui veut dire "le cinquième", autrement dit un impôt du *quint*, c'est-à-dire un droit de 20 %. C'est en fait une part symbolique qui recouvre, d'après un précepte du Coran, la part du butin réservée au Prophète lors d'une razzia, devenue ensuite la part du butin destinée au souverain musulman. L'origine de cette tradition fiscale est peu claire, mais il faut retenir que cette taxe est censée marquer le statut à part des marchands étrangers à l'islam, et qu'elle se situe à un niveau très lourd. Dans les faits, cette taxe n'est pas égale à 20 % et elle est modulée en fonction de plusieurs critères, notamment de la nature des marchandises ou de la provenance des marchands. Dans l'Égypte ayyoubide, par exemple, les marchands latins payent une taxe équivalant en gros à 10 %, bien plus que les *dhimmi-s* (5 %) ou que les musulmans (2 %) : la hiérarchisation des taxes est censée traduire concrètement la supériorité des musulmans et de l'Islam. Mais, souvent, les marchands occidentaux savent négocier des traités bilatéraux pour profiter de conditions avantageuses, parfois au même niveau que les marchands musulmans eux-mêmes [OUERFELLI, 2009].

La deuxième grande préoccupation des pouvoirs musulmans consiste à faire la distinction entre bons et mauvais chrétiens. En effet, la fluidité des relations et des identités entraîne une situation confuse : dans une lettre adressée au calife abbasside en 1174, Saladin note que parmi ses ennemis, on trouve des "soldats de Venise, Pise et Gênes" qui sont tantôt "des guerriers animés d'une haine inextinguible" tantôt "des voyageurs cherchant à s'imposer aux musulmans par le commerce et qui sont habiles à échapper à la rigueur des règlements" [ABÛ SHÂMA, 1898, 178]. Au gré des reconfigurations des alliances, les Italiens savent en effet naviguer (littéralement et juridiquement) entre les statuts de partenaires commerciaux, ennemis déclarés, alliés fragiles. Dans un traité conclu en 1154 avec les Pisans, le calife fatimide al-Mustansir Billah leur rappelle qu'ils ne doivent ni s'allier avec "les Francs de Syrie" (comprendons les Latins des États latins), ni amener en Egypte de "Francs de Syrie déguisés en marchands" (par peur de l'espionnage). En échange, ils reçoivent de très nombreux privilèges, à la fois fiscaux, commerciaux et juridiques [CAHEN, 1983, 227-230].

L'activité commerciale nourrit des contacts diplomatiques permanents, dès qu'il y a un souci, un heurt, un malentendu. En l'occurrence, en 1154, Pise envoie un ambassadeur au Caire pour se plaindre de l'arrestation par le calife de plusieurs marchands pisans et exiger, sous peine d'embargo, leur libération : le calife leur rappelle alors que cette arrestation est elle-même une punition pour des actes de piraterie commis par les Pisans.

Le nœud de l'affaire – des Pisans ont massacré des passagers musulmans et se sont emparés de leurs biens – rappelle avec force qu'il ne faut pas avoir une vision trop irénique des choses : le commerce n'empêche pas de vives tensions entre communautés confessionnelles. De même, Saladin, dans la lettre citée plus haut, pense et présente le commerce sous l'angle de la domination : alors qu'avant son règne les marchands italiens "s'imposaient à l'Islam par le commerce", aujourd'hui au contraire tous "recherchent sa faveur" et il a su "établir de bons rapports avec eux, conclure des traités à notre avantage, en brisant leur résistance". Il s'agit pour lui d'expliquer au calife pourquoi il peut conclure des traités avec des marchands chrétiens alors même qu'il se pose comme le champion du *jihad* : dès lors, dans un joli retournement rhétorique, il fait de ces traités une preuve de sa supériorité. En résumé, il s'agit de garder une certaine mesure : si le commerce joue évidemment en faveur du rapprochement des peuples, du brassage des idées, des pratiques et des objets, il n'est pas un remède miracle capable de faire disparaître les enjeux politiques ou les violences du quotidien.