



HAL
open science

Grandeurs et misères de l'entrepreneur balzacien : une lecture croisée de "La Maison du Chat-qui-pelote" et de "César Birotteau"

Louis Azan

► To cite this version:

Louis Azan. Grandeurs et misères de l'entrepreneur balzacien : une lecture croisée de "La Maison du Chat-qui-pelote" et de "César Birotteau". 2023. hal-04084476v2

HAL Id: hal-04084476

<https://u-picardie.hal.science/hal-04084476v2>

Preprint submitted on 28 Apr 2023

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License

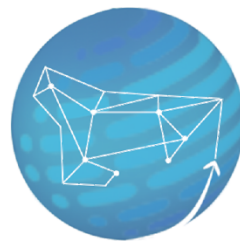
WORKING PAPER SERIES

Numéro 05/2022



UNIVERSITÉ
de **Picardie**

Jules Verne



LEFMI

LABORATOIRE D'ÉCONOMIE, FINANCE,
MANAGEMENT ET INNOVATION

Grandeurs et misères de l'entrepreneur balzacien

Une lecture croisée de *La Maison du Chat-qui-pelote* et de *César Birotteau*

Louis Azan¹

Résumé

L'entrepreneur devient au début du XIX^{ème} siècle une figure majeure, à la fois sur le plan économique et sur le plan littéraire. On le retrouve ainsi dans les analyses des économistes (chez Cantillon, Smith ou encore Jean-Baptiste Say), ainsi que dans les romans et nouvelles des écrivains, en particulier chez Balzac, qui fait dans son œuvre une place toute particulière à l'argent et au commerce. Le présent article explore la représentation de l'entrepreneur que donne à voir l'auteur de *La Comédie Humaine*, dans un roman et une nouvelle (*César Birotteau* et *La Maison du Chat-qui-pelote*), et cherche à tracer un dialogue entre économie et littérature afin d'esquisser la place de l'entrepreneur balzacien dans l'histoire de la pensée économique.

Mots-clés

Entrepreneur, Théorie économique, Théorie littéraire, Balzac, Histoire de la pensée économique

Abstract

In the early 19th century, the entrepreneur became a major figure, both in economics and in literature. He is to be found in the analyses of economists (Cantillon, Smith and Jean-Baptiste Say), as well as in the novels and short stories of writers, in particular Balzac, who gives a special place to money and commerce in his work. This article explores the representation of the entrepreneur in a novel and a short story (*César Birotteau* and *La Maison du Chat-qui-pelote*) by the author of the *Comédie Humaine*, and seeks to draw a dialogue between economics and literature, in order to sketch the place of the Balzacien entrepreneur in the history of economic thought.

Keywords

Entrepreneur, Economic Theory, Literary Theory, Balzac, History of Economic Thought

JEL Classification : B59 ; L26

¹ PhD Student in History of Economic Thought (3rd year), in LEFMI (Université Picardie Jules Verne) and PHARE (Paris 1 Panthéon-Sorbonne).

Grandeurs et misères de l'entrepreneur balzacien

Une lecture croisée de *La Maison du Chat-qui-pelote* et de *César Birotteau*

De nombreux entrepreneurs parcourent *La Comédie Humaine* de Balzac, qui est contemporain du développement d'un capitalisme commercial, où de nouvelles entreprises germent, prospèrent, font faillite. On retrouve ainsi des marchands, des banquiers, des négociants², ceux qu'on appelait parfois au XVIIIème siècle des faiseurs de projets³, et qui apparaissent comme les nouveaux héros de l'œuvre littéraire balzacienne, ainsi que de l'aventure capitaliste⁴.

Pour autant, comme le note Pierre Barbéris dans *Le monde de Balzac* (1973), on ne trouve pas encore de véritables capitaines d'industrie dans la *Comédie Humaine*, et les agents économiques qui parcourent l'œuvre de Balzac sont encore de petits entrepreneurs. Il écrit : le « temps des grands trust n'est pas encore venu, et ce n'est que sous le Second Empire que les capitaux amassés sous Balzac trouveront leur emploi définitif dans les sociétés anonymes et les chemins de fer. La serpette de Grandet, les premiers écus de Birotteau, c'est encore bien loin de Foul et de Rouher » (P. Barbéris, 1973, p.228). Mais ce caractère relativement modeste des entrepreneurs balzaciens permet précisément de saisir quelque chose de leur individualité : « C'est aussi, par bien des côtés, plus humain parce que plus individuel, parce qu'on a sous les yeux un homme qui conquiert, qui lutte, qui crée » (*Ibid*). L'entrepreneur, considéré en économie par sa fonction, celle d'organiser la production ou d'innover, est saisi par le roman dans la singularité d'une trajectoire, d'une vie, ce qui permet de déceler ce que la conceptualisation économique laisse dans l'ombre. Comme le note Alexandre Péraud, le récit balzacien « illustre la manière dont un personnage se singularise dans le type, conquérant une complexité inaccessible aux modèles par nature simplificateurs de l'économie » (A. Péraud, 2020, p.122). Le roman permet ainsi d'explorer dans les détails une existence immergée dans l'économie, telle que celle de l'entrepreneur, interrogeant singulièrement les motifs d'action et le comportement de ce personnage économique et littéraire.

² Rappelons qu'à l'époque où écrit Balzac, la notion d'entrepreneur n'est pas encore parfaitement stabilisée, et se confond volontiers avec celle du marchand, du capitaliste, voire du travailleur. César Birotteau emploie lui-même les fonds permettant de produire (en cela c'est un capitaliste), mais c'est également celui qui organise la production (tel un manager).

³ On retrouve une telle expression chez des auteurs comme Defoe, Smith ou encore Bentham.

⁴ D'ailleurs, Balzac lui-même peut être considéré comme un entrepreneur, puisqu'outre son entreprise littéraire, il s'est aventuré dans de nombreux projets commerciaux, au succès souvent relativement mitigé...

Pour ce travail, nous nous appuyerons sur un roman de Balzac, *César Birotteau* (publié en 1837), et l'une de ses nouvelles, *La Maison du Chat-qui-pelote* (publiée en 1829)⁵. Cette dernière raconte l'histoire de la prudente et prospère maison Guillaume, marchands drapiers installés rue Saint-Denis, et le bouleversement familial produit par la rencontre entre Augustine (la fille cadette de M. Guillaume), et Théodore de Sommervieux (aristocrate et peintre, épris d'Augustine, avec laquelle il va se marier). Dans *César Birotteau*⁶, le personnage éponyme est marchand parfumeur, et le roman raconte avant tout l'histoire d'une faillite ; en effet, César, marchand prospère « établi près de la place Vendôme » (CB, p.324), se lance dans une spéculation immobilière à crédit dans le quartier de La Madeleine, ce qui le conduira dans la seconde partie du roman à plonger dans le malheur et le déshonneur d'une faillite commerciale.

L'objet de notre enquête porte sur la représentation de l'entrepreneur que donne à voir l'auteur de *La Comédie Humaine* dans ces deux récits, et la manière dont elle résonne ou rompt avec la manière dont les économistes ont pensé cette figure. Cette dernière tient une place singulière dans l'histoire de la pensée économique : l'entrepreneur apparaît à la fois comme le personnage le plus intrigant et le plus insaisissable de l'analyse économique (W. Baumol, 1968, p.64, notre traduction). Comme le rappelle Mark Casson dans le *New Palgrave*, le terme d'entrepreneur est introduit par Cantillon (1755), mais c'est véritablement Say (1803) qui offre une première théorie de l'entrepreneur (M. Cason, 1987), en en faisant un rouage essentiel du système économique. Pour Say, la fonction de l'entrepreneur est de « créer des produits utiles » (Say, 1803, p.49), ce qui suppose des qualités morales dont la réunion n'est pas commune : il faut du « jugement, de la constance, la connaissance des hommes et des choses », « avoir un esprit d'ordre et d'économie », ainsi qu'une « tête habituée au calcul » (Say, 1803, p.232)⁷. Quelques décennies auparavant, Smith avait quant à lui dessiné le portrait idéal d'un entrepreneur prudent, d'un homme ordinaire cherchant l'amélioration de son sort par des investissements judicieux (Smith, 1759, 1776)⁸.

Avec l'émergence de l'école néoclassique, la figure de l'entrepreneur tend à disparaître, ou du moins l'entrepreneur ne revêt qu'un rôle passif et statique dans un monde d'information

⁵ Abréviés respectivement *CB* et *MCP* à présent.

⁶ Le titre complet du roman est ici d'importance : *Histoire de la grandeur et de la décadence de César Birotteau, parfumeur, adjoint au maire du deuxième arrondissement de Paris, chevalier de la Légion d'honneur.*

⁷ La figure de l'entrepreneur chez Say est particulièrement intéressante car contemporaine des écrits de Balzac. Néanmoins, nous ne savons pas si Balzac a lu les écrits de Say, et de manière générale, la culture économique de Balzac est quasiment méconnue.

⁸ Pour une présentation de cette figure de l'entrepreneur prudent, voir S. Leloup (2002)

parfaite (Baumol, 1968) : la coordination est effectuée par le marché, ce qui ne laisse peu de place à cette individualité singulière, aux caractéristiques distinctives⁹.

Ce n'est qu'avec Schumpeter (1911) que l'entrepreneur reprend une place centrale dans l'analyse économique, dont la fonction est l'innovation (Casson, 1987), ce qui permet à la dynamique capitaliste de se perpétuer. Chez Schumpeter, l'entrepreneur apparaît comme un individu distinct de la masse, capable de s'extraire de la routine et de l'habitude afin de créer du radicalement nouveau, ce qui suppose des qualités spécifiques et rares (Schumpeter, 1911)¹⁰. Ce héros des temps modernes, héritier de l'univers chevaleresque (H. Vérin 1982) et aux accents nietzschéens (A. Lapied, S. Swaton, 2013), sera repris dans la tradition autrichienne par Hayek (1937) et Kirzner (1973), pour lesquels l'entrepreneur se distingue par sa capacité d'alerte aux opportunités de profit, qu'il parvient à exploiter efficacement en usant stratégiquement de l'information (Casson, 1987).

De cette brève histoire de la figure de l'entrepreneur au sein de la pensée économique¹¹, il est possible de tracer quelques distinctions et de souligner certains aspects communs. Du côté de Say, on retrouve une conception vertueuse de l'entrepreneur, avec un personnage paré des vertus d'ordre, de probité, de jugement, d'intelligence et de capacité à prendre des risques¹². Avec Schumpeter (et la tradition autrichienne), on retrouve davantage une conception héroïsée de l'entrepreneur, qui se distingue par sa volonté, sa liberté d'esprit, son courage, sa capacité d'alerte. Mais dans ces deux conceptions, l'entrepreneur reste un personnage relativement à part, aux qualités distinctives du reste de la population. Au rebours d'une telle trame, Smith propose à l'inverse une conception d'un entrepreneur aux qualités communes, d'un homme ordinaire, très éloigné du héros des temps modernes bouleversant l'ordre productif par son esprit créatif et innovant.

⁹ Exemplairement, chez Walras, l'entrepreneur n'est qu'une fonction de coordination, et ne dispose d'aucune psychologie, ou de qualités distinctives nécessaires pour assurer une telle fonction.

¹⁰ Chez Schumpeter, l'entrepreneur est un être qui se situe au-dessus de la masse, capable par sa volonté excédentaire de bousculer radicalement l'ordre productif, ce qui est quelque chose de « spécifique » et de « rare ». Dans sa *Théorie de l'évolution économique* (1911), il écrit : « l'exécution de nouvelles combinaisons est une fonction particulière, un privilège de personnes bien moins nombreuses que celles qui extérieurement en auraient la possibilité [...]. Pour cette raison les entrepreneurs sont un type particulier d'agents » (Schumpeter, 1911, p.80).

¹¹ Pour des histoires plus détaillées, nous renvoyons à Hebert et Link (2006), Tounès et Fayolle (2006), ou S. Boutillier (2015)

¹² J. M. Menudo (2014) réalise sur la base des écrits de Say une classification des qualités nécessaires à l'entrepreneur pour agir : la constance, l'esprit d'ordre, le courage, l'audace, la fermeté, l'intelligence, la probité, ou encore le calcul. L'entrepreneur se distingue bien par des qualités à la fois « morales, naturelles et personnelles », ce qui le distingue de la masse.

Au regard de ces différentes traditions de pensée économique, quelle est la place de l'entrepreneur balzacien ? Quelles sont les qualités distinctives et les motivations de ce personnage littéraire et économique ? Dans le roman balzacien, apparaît-il comme vertueux ? héroïque ? Surtout, que peut nous apprendre la littérature sur ce personnage à la place aussi singulière au sein de la pensée économique ? Comment le récit donne à penser à l'économiste, informé de ces diverses représentations de l'entrepreneur ? Comme l'écrit Pierre Barbéris (à propos de César Birotteau), grâce au roman, « on s'accoutume à penser les problèmes de l'économie en relation avec notre vie, mieux, peut-être, que si l'on était parti d'un traité ou d'une analyse théorique » (P. Barbéris, 1973, p.132). L'ambition de cet article est ainsi de construire un dialogue entre économie et littérature¹³, afin d'esquisser la place de l'entrepreneur balzacien dans l'histoire de la pensée économique.

Dans un premier temps, il s'agira de caractériser les diverses figures de l'entrepreneur qui apparaissent dans les deux récits de Balzac en distinguant des « types » d'entrepreneur, et d'explorer la manière dont ces types peuvent faire écho à la théorie économique, tout en les réinscrivant dans l'évolution historique du commerce parisien de l'époque. Il s'agira ensuite de souligner ce que le roman éclaire et trouble par rapport à la vision que l'économie donne de l'entrepreneur ; la littérature, et plus précisément le roman réaliste, permet de questionner une représentation d'un entrepreneur comme un être hors du commun, aux qualités distinctives de la masse (probité, capacité de jugement, courage, volonté, etc), dessinant des personnages ambivalents plutôt que des héros. Enfin, il s'agira d'interroger l'une des motivations de l'entrepreneur, à savoir la quête de la richesse, et la manière dont la littérature permet d'en souligner les ambivalences et les paradoxes.

1. Les entrepreneurs dans *La Maison du Chat-qui-pelote* et *César Birotteau* : deux « types » inscrits dans une évolution historique

Comme souvent chez Balzac, les personnages peuvent être compris comme des types, c'est-à-dire qu'au-delà de leur individualité et de leur singularité, et comme l'écrit le romancier lui-même dans la préface d'*Une ténébreuse affaire*, ils résument « les traits caractéristiques de tous ceux qui lui ressemblent plus ou moins », fournissant le « modèle du genre » (B. Méra, 2004). Ainsi, dans le roman et la nouvelle qui nous occupent, il est possible de déceler des types d'entrepreneurs, rassemblant des traits caractéristiques, et qui résonnent avec ce que les

¹³ Nous inscrivons notre démarche dans les travaux récents qui visent à construire un tel dialogue : voir les travaux de A. Péraud (2012), C. Pignol (2016), C. Reffait (2020), pour n'en citer que quelques-uns.

économistes ont pu mettre en avant dans leur conceptualisation théorique de l'entrepreneur. Cette évolution dans la manière de figurer l'entrepreneur témoigne de l'historicité de ces deux récits, et la génération à laquelle les protagonistes appartiennent. D'un côté, avec le personnage de M. Guillaume (et son premier commis Joseph Lebas), apparaît la figure d'un entrepreneur prudent, au comportement traditionnel et routinier, relativement hostile au changement, ou du moins à des changements brusques et radicaux dans sa manière de gérer une affaire. De l'autre côté, avec César Birotteau (et son premier commis Anselme Popinot¹⁴), se dessine davantage la figure d'un entrepreneur certes prudent, mais beaucoup plus ambitieux, au comportement innovateur et parfois aventureux sur le plan commercial. Cette distinction entre deux types traduit une évolution de l'économie à l'époque où écrit Balzac : la bourgeoisie ne se contente plus d'accumuler patiemment et prudemment du capital, mais se lance dans des aventures productives nouvelles. Ainsi, malgré les « liens évidents » entre ces deux commerçants parisiens, ils traduisent « deux moments distincts de l'histoire du commerce au XIX^{ème} siècle » (R. Guise, 1977, p.4) qu'il s'agit ici d'explorer.

1.1. M. Guillaume et Joseph Lebas : des entrepreneurs prudents, reflets d'une bourgeoisie boutiquière et conservatrice

Dans la description que dresse Balzac de M. Guillaume, on retrouve le type de l'homme prudent dont Smith avait mis en avant les traits caractéristiques dans sa *Théorie des sentiments moraux* (1759), c'est-à-dire un entrepreneur qui ne prend pas de risques inconsidérés, poursuivant son activité productive de manière traditionnelle. Chez Smith, l'homme prudent vise en effet une accumulation calme et patiente du capital, sans coups trop risqués ou audacieux, préférant une amélioration graduelle de sa condition matérielle. Il se contente de « modestes accumulations », et se satisfait de ce qu'il a déjà plutôt que de chercher à acquérir davantage : la prudence « répugne à exposer notre santé, notre fortune, notre rang ou notre réputation au hasard. Elle est davantage circonspecte qu'entrepreneuse, et plus soucieuse de préserver les avantages que nous possédons déjà que de nous pousser à l'acquisition d'avantages nouveaux et toujours plus grands » (Smith, 1759, p.296)

La description de M. Guillaume résonne avec cette caractérisation de l'homme prudent, sage et patient dans sa conduite économique :

¹⁴ On peut noter la construction narrative parallèle entre *La Maison du Chat-qui-pelote* et *César Birotteau*, dans lesquels on retrouve un marchand, transmettant à son premier commis son savoir-faire, et qui poursuivra l'oeuvre entrepreneurial de son maître. Dans ces deux récits, Joseph Lebas et Anselme Popinot épouseront respectivement Virginie (fille aînée de M. Guillaume) et Césarine (fille unique de César), devenant ainsi le gendre de leur maître respectif.

« Cette figure blême annonçait la patience, la sagesse commerciale, et l'espèce de cupidité rusée que réclament les affaires. À cette époque on voyait moins rarement qu'aujourd'hui de ces vieilles familles où se conservaient, comme de précieuses traditions, les mœurs, les costumes caractéristiques de leurs professions, et restées au milieu de la civilisation nouvelle comme ces débris antédiluviens retrouvés par Cuvier dans les carrières » (*MCP*, p.41).

Dans *L'année balzacienne* (1972), Max Andréoli analyse cette nouvelle dans une opposition entre la bourgeoisie et l'aristocratie, qui selon lui se traduit par une opposition entre le bas et le haut. La sphère commerciale (basse) est alors associée à certains termes (en opposition à la sphère aristocratique), comme la sagesse, le passé, la tradition, et l'ordre. La description de M. Guillaume et de sa maison, qui chez Balzac renseigne toujours sur le tempérament des personnages qui l'habite, traduit ainsi « la permanence, à travers les siècles, de la vie lente et sans secousse, mais patiente et indestructible » qui caractérise selon Balzac « la bourgeoisie commerciale » (M. Andréoli, 1972, p.51). Cette maison nous est décrite comme une « vieille bâtisse aux murs menaçants », « un vénérable édifice surgi du fond des âges », « débris, dit Balzac, de la bourgeoisie du seizième siècle » (*Ibid.*).

La maison Guillaume est non seulement sage et prudente dans la conduite de ses affaires, mais tout y est parfaitement ordonné : « Aucun bruit ne troublait la paix de cette maison solennelle, où les gonds semblaient toujours huilés, et dont le moindre meuble avait cette propreté respectable qui annonce un ordre et une économie sévères » (*MCP*, p.43). Cet ordre domestique est redoublé par la description physique du marchand drapier, qui se manifeste également par son caractère ordonné : « Ses cheveux gris étaient si exactement aplatis et peignés sur son crâne jaune » (*MCP*, p.41). Guillaume apparaît donc comme l'incarnation de vertus domestiques de prudence, de sagesse et d'ordre, qui caractérisent le type bourgeois ; et l'économie politique depuis Smith considère ce type et son comportement comme à l'origine de l'enrichissement individuel (et collectif)¹⁵.

Dans la description de la conduite de la boutique, le « Chat-qui-pelote », Balzac file une métaphore maritime, comparant l'entrepreneur Guillaume au capitaine d'un « vaisseau [...] tranquille », naviguant « sur la mer orageuse de Paris », dirigé prudemment, mais fermement, par Monsieur Guillaume (M. Andréoli, 1972, p.53) : « Toujours debout, son aune à la main, la plume derrière l'oreille, il ressemblait à un capitaine commandant la manœuvre » (*MCP*, p.47).

On retrouve dans *César Birotteau* un personnage qui incarne également ces vertus domestiques : l'oncle Pillerault, ancien marchand quincaillier, se caractérise par cette prudence et sagesse commerciales, à l'origine de son enrichissement.

¹⁵ Mais le principe qui nous porte à épargner, c'est le désir d'améliorer notre sort ; désir qui est en général, à la vérité, calme et sans passion, mais qui naît avec nous et ne nous quitte qu'au tombeau [...] Or, une augmentation de fortune est le moyen par lequel la majeure partie des hommes se propose d'améliorer leur sort [...] et la voie la plus simple et la plus sûre d'augmenter sa fortune, c'est d'épargner et d'accumuler » (Smith, 1776, pp.428-429).

« Sa bouche fine annonçait *la prudence et non l'avarice*. La vivacité de l'œil révélait une *vie contenue*. [...] Son *caractère sage et réservé*, sa prévoyance et sa réflexion mathématique avaient agi sur sa manière de travailler. La plupart de ses affaires s'étaient conclues sur parole, et il avait rarement eu des difficultés. Observateur comme tous les gens méditatifs, il étudiait les gens en les laissant causer ; *il refusait alors souvent des marchés avantageux pris par ses voisins*, qui plus tard s'en repentaient en se disant que Pillerault flairait les fripons. *Il préférait des gains minimes et sûrs à ces coups audacieux qui mettaient en question de grosses sommes* » (CB, p.403, nos italiques).

Par cette dernière phrase de la description de Pillerault, on voit s'esquisser le rapport au risque de cet homme prudent, qui répugne à exposer sa fortune dans des aventures hasardeuses, préférant une amélioration continue et graduelle de sa situation matérielle¹⁶.

Le rapport au changement et à l'innovation permet également de caractériser le type d'entrepreneur prudent, ici en la personne de Joseph Lebas, qui prend la succession de M. Guillaume à la « Maison du Chat-qui-pelote ». Certes, dans la description que donne à voir Balzac du « prudent Lebas », on retrouve les caractéristiques de son maître, qui lui a transmis son tempérament prudent et ordonné. Néanmoins, Lebas est capable de changement et d'évolution dans la conduite des affaires, introduisant « dans le régime de la maison » des changements qui « font honneur à son bon sens » (MCP, p.88). Mais ce changement se fait de manière lente et graduelle, sans innovations radicales ou changements brutaux dans la manière de faire, ce qui confirme le caractère traditionnel et routinier de Lebas (hérité de son maître). Max Andréoli note un lien entre cette manière de concevoir le changement et la pensée politique du romancier ; Balzac pense ici « la nécessité d'un changement lent et prudent, d'une adaptation intelligente aux conditions nouvelles créés par « la marche des siècles ». [...] Dans *La Maison du Chat-qui-pelote*, Joseph Lebas réalise un des rêves de Balzac, que nous traduirions volontiers en une formule trop galvaudée : le changement dans la continuité » (M. Andréoli, 1972, p.58) En effet, comme l'écrit Balzac, dans la « nouvelle » boutique de Lebas, « rien n'était changé, dans l'ancre où se rajeunissait cependant le commerce du drap » (*Ibid*).

Répetons-le : cette manière de concevoir l'entrepreneur comme un homme prudent, patient, au comportement traditionnel et routinier, résonne avec la figure de l'homme prudent telle qu'elle apparaît dans l'oeuvre de Smith. Mais, plus surprenant peut-être, elle résonne également avec les écrits du théoricien le plus cité en économie sur la question de l'entrepreneur, à savoir Schumpeter. Dans sa *Théorie de l'évolution économique* (1911), il distingue en effet deux types d'entrepreneur : l'entrepreneur innovateur (au comportement créatif), et ce qu'il appelle l'« exploitant », agent rationnel et routinier, qui ne fait que modifier à la marge ses techniques de production. M. Guillaume, l'oncle Pillerault, ou encore Joseph Lebas, sont des figures d'un agent

¹⁶ Une telle « frilosité » commerciale peut d'ailleurs étonner lorsqu'on pense à la mise en avant depuis Cantillon de la prise de risque comme caractère distinctif de la figure de l'entrepreneur.

économique au tempérament conservateur et traditionnel, incarnation du type bourgeois et de ses valeurs domestiques. Dans son *Introduction à César Birotteau*, René Guise décrit M. Guillaume comme un « homme de traditions et même de routine, fidèle aux usages d'un passé déjà lointain [...]. Commerçant avisé, mais prudent [...] il doit sa prospérité à son expérience, et non à des initiatives novatrices », ce qui le distingue précisément de César Birotteau, qui possède quant à lui « l'élan nécessaire pour se tourner hardiment vers l'avenir » (R. Guise, 1977, p.4).

1.2. César Birotteau et Anselme Popinot comme entrepreneurs prudents et innovants : l'évolution d'une bourgeoisie créatrice « en marche » (P. Barbéris)

La différence entre Guillaume et Birotteau est également soulignée par Gérard Gengembre dans sa préface au roman, dans laquelle il écrit que « *La Maison du Chat-qui-pelote* avait présenté aux lecteurs la maison et la boutique de M. Guillaume », « butte témoin de la tradition commerçante, routinière et prudente » ; bien « différents apparaissent la maison Birotteau et son chef » (G. Gengembre, 1995, p.11). D'un côté, Birotteau s'inscrit dans une forme de continuité avec M. Guillaume, par la prudence qu'il incarne, ce qui peut le placer dans une tradition vertueuse de l'entrepreneur. Mais il annonce également une conception plus héroïsée, par les innovations qu'il met en œuvre dans le monde de la parfumerie¹⁷.

À première vue, on retrouve chez Birotteau cette vertu de prudence, caractéristique de la bourgeoisie commerçante (dont M. Guillaume était l'incarnation). C'est ce qui apparaît dans la longue description que donne à voir Balzac du ménage Birotteau, de son enrichissement graduel et patient, permettant l'éclosion d'un commerce florissant dans le domaine de la parfumerie :

« La *régularité de ses affaires*, son exactitude, son habitude de ne rien devoir, de ne jamais escompter son papier et de prendre au contraire *des valeurs sûres* à ceux auxquels il pouvait être utile, son obligeance lui méritaient un crédit énorme ». [...] « Il avait d'ailleurs réellement gagné beaucoup d'argent ; mais ses constructions et ses fabriques en avaient beaucoup absorbé » (CB, p.355).

¹⁷ Cette idée de continuité et de rupture entre les deux personnages est confirmée par René Guise : « En 1830, Balzac avait présenté à ses lecteurs, dans une nouvelle, un mémorable personnage de commerçant parisien, M. Guillaume. En 1837 apparaissait, au centre d'un récit de plus longue haleine et campé avec plus de vigueur encore, un autre commerçant parisien, César Birotteau. *Entre les deux oeuvres existent des liens évidents (...). Pourtant, de profondes différences se font jour* » (R. Guise, 1977, p.4)

La prudence et la probité, caractéristiques mises en avant par Jean-Baptiste Say lorsqu'il décrit la manière dont l'entrepreneur doit se comporter pour réussir dans les affaires¹⁸, sont donc présentées comme à l'origine de son enrichissement et de sa réussite industrielle et commerciale. C'est par son application au travail, l'acquisition de connaissances pratiques dans le domaine de la parfumerie, que Birotteau est parvenu à réussir commercialement, incarnant donc lui aussi les vertus domestiques du type bourgeois qu'incarnait M. Guillaume. Pour Pierre Barbéris dans son *Monde de Balzac* (1973), c'est d'ailleurs ce qui caractérise ce qu'il appelle le « groupe Birotteau »¹⁹, fait de « commerçants arrivés par leur patience, leur économie, leur courage », ayant réussi à construire un solide « capitalisme familial » (P. Barbéris, 1973, p.9).

Mais à la différence de M. Guillaume, Birotteau ne se contente pas de gérer son activité de manière traditionnelle et routinière, puisqu'il va déployer une énergie créatrice dans le monde économique, caractéristique d'un entrepreneur innovateur. Ainsi, lors de la conversation inaugurale du roman entre Constance et son mari, ce dernier défend le fait d'avoir eu l'audace de bousculer son activité par la mise en oeuvre d'innovations (en l'espèce la Pâte des Sultanes et l'Eau Carminative), qui ont été à l'origine de son commerce florissant :

« Si je t'avais écoutée, je n'aurais jamais fait ni la Pâte des Sultanes, ni l'Eau Carminative. Notre boutique nous a fait vivre, mais ces deux découvertes et nos savons nous ont donné les cent soixante mille francs que nous possédons clair et net! — Sans mon *génie*, car j'ai du *talent* comme parfumeur, nous serions de petits détaillants, nous tirerions le diable par la queue pour joindre les deux bouts [...]. *Sais-tu ce que je serais ? un boutiquier* comme a été le père Ragon » (CB, p.334, nos italiques).

On pourrait ajouter : et comme l'a été le père Guillaume de la « Maison du Chat-qui-pelote »... Dans ce passage, César met donc en avant sa capacité à innover, sur la base de son génie et de son talent, ce qui tend en ce sens à le rapprocher de l'entrepreneur schumpéterien, dont la caractéristique essentielle est précisément la mise en oeuvre de nouvelles combinaisons productives, c'est-à-dire d'innovations²⁰.

¹⁸ Dans son *Traité d'économie politique* (1803), Say écrit que l'entrepreneur doit être « solvable, connu pour un homme intelligent et prudent, rempli d'ordre et de probité ». Nous y reviendrons par la suite, mais si Birotteau ne peut être considéré comme un homme particulièrement intelligent, et dont la probité est douteuse, il est en tout cas reconnu comme tel par le public, ce qui est l'essentiel pour un commerçant...

¹⁹ On retrouve dans ce groupe César et Anselme Popinot.

²⁰ Dans sa *Théorie de l'évolution économique* (1911), Schumpeter écrit que l'entrepreneur est celui qui met en oeuvre de nouvelles combinaisons productives, ce qui suppose de s'extraire de la routine et de l'habitude : « nous appelons [...] entrepreneurs, les agents économiques dont la fonction est d'exécuter de nouvelles combinaisons ». Or, dans « le tréfonds de celui qui veut faire du nouveau, se dressent les données de l'habitude [...] Une dépense de volonté nouvelle et d'une autre espèce devient par-là nécessaire [...], il faut conquérir de haute lutte de l'espace et du temps pour la conception et l'élaboration des nouvelles combinaisons » (Schumpeter, 1911, p.84).

Pour cela, il a su exploiter à profit les découvertes scientifiques dans le domaine de la chimie, en les appliquant dans le domaine de la production et la vente des marchandises : l'entrepreneur apparaît comme le pont entre la science et l'industrie. Ainsi, lorsque Birotteau présente à Popinot sa nouvelle idée d'huile, il lui propose une entrevue avec Vauquelin, savant de l'Académie des sciences, déjà consulté pour la mise en oeuvre de ses deux premières innovations :

« Ce soir, nous irons, à l'heure du dîner, chez l'illustre et bon monsieur Vauquelin pour le consulter. Ce savant s'est occupé tout récemment de la composition des cheveux, il a recherché quelle était leur substance colorante, d'où elle provenait, quelle était la texture des cheveux. Tout est là, Popinot. Tu sauras mon secret, et *il ne s'agira plus que de l'exploiter avec intelligence* » (CB, p.409, nos italiques).

Le rôle de l'entrepreneur n'est donc pas celui d'être un inventeur, en l'occurrence Birotteau en serait bien incapable, mais de s'appuyer sur les connaissances scientifiques nouvelles, afin de les exploiter au mieux dans le domaine industriel : « Les proverbes ne sont pas sots, les extrêmes se touchent. Vois, mon garçon ! *le commerce est l'intermédiaire des productions végétales et de la science.* Angélique Madou récolte, monsieur Vauquelin extrait, et nous vendons une essence » (CB, p.409, nos italiques). Le contexte de l'époque était d'ailleurs marqué par des progrès dans le domaine de la chimie, permettant une application fructueuse au sein de la parfumerie. C'est ce que confirme René Guise lorsqu'il met en exergue une citation de Chaptal dans *De l'industrie française* (1819), vantant les progrès de la chimie appliquée : « Le temps n'est pas bien éloigné où le fabricant se méfiait des conseils du savant », mais « la science et la pratique se sont éclairés réciproquement » (R. Guise, 1977, p.5). Cette articulation entre la science et la production est d'ailleurs considérée par Say comme une caractéristique centrale de l'entrepreneur et de son rôle dans le domaine économique. Pour la fabrication d'un produit, il est en effet nécessaire d'étudier « la marche et les lois de la nature », puis il convient d'« appliquer ces connaissances à un usage utile » : la première tâche est celle du savant, tandis qu'« un autre profite de ces connaissances pour créer des produits utiles » (Say, 1803, p.49). Cet autre est « l'entrepreneur d'industrie », c'est-à-dire celui qui entreprend de « créer pour son compte, à son profit et à ses risques, un produit quelconque » (*Ibid.*).

Outre l'innovation dans les produits proposés sur le marché, l'entrepreneur Birotteau, et surtout son disciple Popinot, s'appuient de nouvelles techniques de publicité pour vanter les mérites de leurs produits, et ainsi séduire une clientèle de plus en plus nombreuse²¹. Au lancement de la Pâte des Sultanes et de l'Eau Carminative :

²¹ Cette dimension de l'oeuvre a été largement commentée par la critique balzacienne : voir Ambrière (1974), Denis (1993) et Dupuis (2008).

Birotteau « déploya, *le premier d'entre les parfumeurs*, ce luxe d'affiches, d'annonces et de moyens de publication que l'on nomme peut-être injustement charlatanisme. La Pâte des Sultanes et l'Eau Carminative se produisirent dans l'univers galant et commercial par des affiches colorées, en tête desquelles étaient ces mots : Approuvées par l'Institut ! Cette formule, employée pour la première fois, eut un effet magique. Non seulement la France, mais le continent fut pavoisé d'affiches jaunes, rouges, bleues, par le souverain de la Reine des Roses » (CB, p.351, nos italiques).

De même, pour lancer l'Huile Céphalique, nouveau produit imaginé par Birotteau et mis en oeuvre par Popinot, ce dernier s'appuie sur des affiches de réclame inondant Paris et la province, ainsi que sur des articles de presse élogieux à l'égard de son nouveau produit. En parlant de Finot, qui appuie Popinot dans cette entreprise publicitaire, Balzac écrit : « Ami de tout le monde, il fit triompher l'Huile Céphalique » et « toutes les inventions qui, les premières, eurent le génie de comprendre l'influence du journalisme et l'effet de piston produit sur le public par un article réitéré » (CB, p.488). Outre des innovations de produit, les entrepreneurs Birotteau et Popinot s'appuient donc sur des innovations dans les techniques de communication, ce qui les distingue radicalement d'une simple gestion routinière et traditionnelle de leur activité : ils ont cherché à bouleverser le domaine productif de la parfumerie par une exploitation des découvertes scientifiques dans la chimie, et se sont appuyés sur les progrès techniques de leur temps pour diffuser leurs produits à grande échelle²².

Ainsi, comme l'écrit Barbéris, « Birotteau a su aller au-devant de désirs inconscients, de besoins obscurs. Pour cela, il s'est mis à fabriquer lui-même ce qu'il vend [...] *devenant créateur et cessant d'être un simple revendeur*. Il a pris conscience *de coups à faire, d'occasions à saisir*. Il n'attend plus le client, il va à lui. Birotteau est sans doute *le premier homme* qui ait ainsi *dompté le public*, qui lui aidait à vouloir ses propres volontés » (P. Barbéris, 1973, p.234, nos italiques). L'habileté de l'entrepreneur Birotteau réside donc dans cette capacité à dompter le consommateur, plutôt qu'y être soumis, en fabriquant et manipulant ses désirs. Plutôt que d'agir selon la routine et l'habitude, à l'image de la maison Guillaume, il a su s'extraire des sentiers battus²³, et ce contre l'avis de sa femme « qui tenait pour la prudence et la tradition » (*Ibid*, p.234). « C'est pourquoi Birotteau n'a plus seulement la solidité de Guillaume, mais aussi l'assurance du fondateur [...] Les réussites qui fondent sur lui, sa nomination d'adjoit, sa Légion d'honneur, son bal, la création de la maison Popinot, tout cela traduit le dynamisme d'une affaire en expansion, un *élan*

²² Sur l'innovation, il n'est pas inutile de rappeler que Schumpeter distingue plusieurs modalités de cette dernière, parmi lesquelles les innovations de produit ou de commercialisation (Schumpeter, 1911, p.68)

²³ Chez Schumpeter, c'est une nouvelle fois le propre de l'entrepreneur que d'être capable de se dresser contre les « données de l'habitude », ce qui suppose une « dépense de volonté nouvelle et d'une autre espèce » (Schumpeter, 1911, p.84).

créateur de formes nouvelles » (*Ibid*, p.234, nos italiques)²⁴. Ainsi, Birotteau (et Popinot après lui) s'apparentent davantage à l'entrepreneur innovateur décrit par Schumpeter, dont l'une des motivations est la « joie de créer des formes nouvelles », plutôt que de l'exploitant ordinaire, empêtré dans la routine et l'habitude. Il nous est décrit comme un type d'entrepreneur animé par de fortes ambitions commerciales, capable d'exploiter avec opportunisme les découvertes scientifiques de son domaine d'activité pour innover.

Cette évolution balzacienne dans la manière de considérer l'entrepreneur est le reflet d'une évolution historique dont le romancier est le témoin : M. Guillaume et Birotteau n'appartiennent pas à la même génération ni à la même époque, ce qui change profondément leur manière de mener et penser leur activité économique. L'historicité du texte et des personnages permet ainsi d'inscrire ces différents types dans la perspective plus générale d'une évolution du capitalisme au XIX^{ème} siècle. En effet, M. Guillaume « est décrit vers la fin de sa carrière, aux environs de 1810 », ce qui permet de comprendre qu'il soit un « homme de traditions » et de « routine », « fidèle aux usages d'un passé déjà lointain, vers lequel se tournent volontiers ses souvenirs » (R. Guise, 1977, p.4). Certes, la « grande aventure » du parfumeur Birotteau « ne se déroule que huit ans plus tard », mais César est encore jeune lorsqu'il se lance dans le commerce, si bien qu'« entre M. Guillaume et lui, il y a trente ans de différence, peut-être : toute une génération » (*Ibid*, p.4). La jeunesse de Birotteau, ainsi que son inscription dans une époque nouvelle, viennent éclairer cet « élan nécessaire pour se tourner hardiment vers l'avenir » (*Ibid*, p.4).

Une lecture croisée de la *Maison du Chat-qui-pelote* et de *César Birotteau* permet ainsi de mettre en évidence deux types d'entrepreneurs, caractérisés différemment dans leurs manières d'agir et dans leur rapport au changement dans le domaine économique ; ces types résonnent avec ce que les économistes ont pu mettre en avant dans leur conception de l'entrepreneur (chez Smith, Say, ou encore Schumpeter), ainsi qu'avec l'évolution historique dont Balzac est le témoin.

2. L'entrepreneur Birotteau comme personnage romanesque : un anti-héros économique aux vertus contestables

²⁴ P. Barbéris ajoute : « Alors que l'aristocratie rentre dans sa carapace, la bourgeoisie entreprenante se dépasse elle-même journallement, renonce à une certaine prudence défensive qui avait longtemps fait sa force. [...] comme si Balzac avait voulu nous mieux suggérer la stérilité du vieux capitalisme d'entassement » (P. Barbéris, 1973, p.236-237).

Les types balzaciens ne sont intéressants qu'en tant qu'ils ne visent pas seulement à incarner une forme de généralité, mais parce qu'ils se singularisent, dans une dialectique entre le général et le particulier (A. Péraud, 2020) ; d'où la profonde ambivalence des personnages dessinés par le romancier. Comme nous l'avons esquissé en introduction, les économistes qui ont donné une place centrale à l'entrepreneur dans leurs analyses en ont souvent fait un personnage aux caractéristiques distinctives. Or, si l'on s'en tient désormais au personnage de César Birotteau, Balzac nous propose un personnage relativement banal, ordinaire, sans qualités hors du commun, et pourtant à la tête d'une entreprise particulièrement florissante, tandis qu'il est possible de douter de son caractère vertueux ou probe. En cela, le roman réaliste permet d'interroger l'idéalisation ou l'héroïsation de la figure de l'entrepreneur.

Les romans du XIX^{ème} siècle sont foisonnants d'entrepreneurs, qui deviennent les héros littéraires et économiques de l'aventure capitaliste. Certes, avec Balzac, « le temps des grands trusts n'est pas encore venu », et l'entrepreneur Birotteau n'est pas encore le capitaine d'industrie d'une vaste entreprise capitaliste. Pour autant, la « maison Birotteau est [...] une grosse maison », qui « emploie plusieurs dizaines d'ouvriers ». Comme l'ajoute Pierre Barbéris, c'est « la plus importante qu'ait fait vivre Balzac » (P. Barbéris, 1973, p.221). Dès lors, à la tête d'une telle entreprise, on devrait s'attendre à rencontrer un homme particulièrement brillant, talentueux et doué de génie ; en cela, le roman est très décevant. Néanmoins, c'est peut-être la force du roman réaliste que de ne pas proposer aux lecteurs des héros, mais des personnages, marqués par leurs ambivalences : le personnage de Birotteau est médiocre, ce qui le rend profondément humain et digne d'intérêt. Au regard d'une conception héroïsée de l'entrepreneur, comme d'une conception vertueuse, César Birotteau est ainsi en décalage, et c'est de ce décalage que naît toute la richesse du personnage.

Il s'agira ainsi de caractériser le personnage Birotteau, homme ordinaire sans grand talent ni génie, dont l'amour et la bonté font la grandeur et la faiblesse, avant de questionner sa prétendue probité, qui est une caractéristique pourtant essentielle de l'entrepreneur.

2.1. L'ambivalence du personnage Birotteau : un anti-héros économique et littéraire

Commençons par cette description que donne Balzac de l'entrepreneur Birotteau :

« Ainsi un homme pusillanime, médiocre, sans instruction, sans idées, sans connaissances, sans caractère, et qui ne devait point réussir sur la place la plus glissante du monde, arriva, par son esprit de conduite, par le sentiment du juste, par la bonté d'une âme vraiment chrétienne, par amour pour la seule femme qu'il eût possédée, à passer pour un homme remarquable, courageux et plein de résolution. Le public ne voyait que les résultats. » (CB, p.357, nos italiques).

Cette description souligne la disjonction entre la représentation que le public peut se faire de cet entrepreneur à la réussite commerciale incontestable, et notamment de ses qualités exceptionnelles, et la réalité de son existence et de son intelligence, qui ne dépassent guère celle du commun. Comparant Vauquelin à Birotteau, Balzac écrit : « Les vrais savants, ces hommes si réellement grands en ce sens qu'ils n'obtiennent jamais de leur vivant le renom par lequel leurs immenses travaux inconnus devraient être payés, sont presque tous serviables et sourient aux *pauvres d'esprit* » (CB, p.350, nos italiques). Même son épouse Constance s'interroge sur la prétendue supériorité de son mari : « elle voyait en lui l'homme qui, malgré ses *secrètes incapacités*, avait gagné leur fortune, et dont elle partageait la considération. Seulement, elle se demandait parfois ce qu'était le monde, *si tous les hommes prétendus supérieurs ressemblaient à son mari* » (CB, p.357, nos italiques). Le soupçon est ici porté sur les prétendus grands hommes de la société bourgeoise, dont la seule réussite commerciale semble attester de leurs talents ; cette réussite masque leurs « secrètes incapacités », tandis que la richesse tend à se confondre avec la grandeur. À l'inverse, les hommes véritablement grands et talentueux, tels les savants, ne sont jamais reconnus, ce qui se traduit économiquement par une faible valeur marchande attribuée à leurs travaux.

L'ambivalence du personnage apparaît dans le contrepoint à cette médiocrité ; il se distingue par sa bonté et par l'amour inconditionnel porté à sa femme. Mais ces vertus, qui font la grandeur du personnage Birotteau, ne sont pas celles qui lui ont permis de construire sa réussite commerciale, et seront en partie à l'origine de sa chute. Cette « bonté d'une âme vraiment chrétienne » empêche Birotteau de se méfier des manigances et manœuvres de ceux qui cherchent à lui nuire, nuisant donc à la capacité de jugement de l'entrepreneur louée par Say²⁵. C'est d'ailleurs ce que Constance perçoit lorsque César lui présente son projet d'investissement immobilier : « Il se trouve là-dessous quelques manigances que tu n'aperçois pas, *tu es trop probe et trop loyal pour soupçonner des friponneries chez les autres* » (CB, p.333, nos italiques). Dans la suite du roman, il sera d'ailleurs floué par du Tillet, avec qui précisément il avait fait preuve d'une telle bonté (en le couvrant lorsqu'il se servit dans sa caisse quand il travaillait pour Birotteau), et qui sera pourtant à l'origine de sa chute : « Je ne suis pas méchant, mais je voudrais bien rencontrer ce petit drôle de du Tillet, qui fait le gros avec sa fortune, et qui m'évite toujours à la Bourse. Il sait que je connais un trait de lui qui n'est pas beau. *Peut-être ai-je été trop bon avec lui* » (CB, p.339, nos italiques).

²⁵ Commentant la conception de l'entrepreneur de Say, André Tiran écrit que l'entrepreneur « doit se méfier des propositions qui présentent trop d'avantages parce que cela n'existe pas en général » (A. Tiran, 2015), ce que ne fera pas suffisamment Birotteau dans l'affaire des terrains de La Madeleine...

Sur son intelligence, celle de Birotteau nous est décrite comme seulement pratique, dans le domaine restreint de la parfumerie, et César ne dispose donc pas de la « connaissance des hommes et des choses » nécessaire à l'activité d'entrepreneur pour Say :

« En venant à Paris, César savait lire, écrire et compter, mais son instruction en était restée là, sa vie laborieuse l'avait empêché d'acquérir des idées et des connaissances étrangères au commerce de la parfumerie. Mêlé constamment à des gens à qui les sciences, les lettres étaient indifférentes, et dont l'instruction n'embrassait que des spécialités; n'ayant pas le temps de se livrer à des études élevées, le parfumeur devint un homme pratique » (CB, p.355).

Cette dimension est également présente chez M. Guillaume, qui est incapable de faire preuve d'intelligence dans un autre domaine que le seul domaine commercial²⁶. De même, lorsque Birotteau sortira du domaine de la parfumerie pour s'essayer aux hasards des aventures immobilières, il ne sera pas suffisamment méfiant à l'égard de ses partenaires, ce qui sera à l'origine de sa faillite²⁷. En cela, il n'a pas l'intelligence des roueries propres aux spéculations bancaires et financières. Il avait pourtant été prévenu par Constance, particulièrement clairvoyante des dangers d'une telle opération : « tu mets ta fortune sur un *coup de cartes*, tu n'es pas seul à le jouer, tu as des associés qui peuvent se montrer plus fins que toi [...]. Tu es parfumeur, sois parfumeur, et non pas revendeur de terrains » (CB, p.338, nos italiques). Même dans le domaine commercial, la capacité de jugement de Birotteau peut être questionnée : lorsqu'il souhaite lancer, en y associant Popinot, l'huile Céphalique, il « a fait entrer dans ses comptes et pratiquement dépensé l'argent que doit lui rapporter l'Huile céphalique à un moment où il n'est pas allé consulter Vauquelin, où il ne sait pas le prix des noisettes, bref à un moment où l'affaire n'est encore que rêvée. » (R. Guise, 1977, p.22). Or, si l'entrepreneur « peut se passer d'être savant », il ne « se passer de ce jugement, de cette capacité d'analyse » et de calcul permettant une « juste appréciation des choses » (Say, 1828, t.1, cité par A. Tiran, 2015), ce qui semble parfois manquer à l'entrepreneur Birotteau. C'est d'ailleurs ce que dira Pillerault à César au cœur de sa faillite, qu'il interprète comme un manque de jugement et de prévoyance : « Ah! Il faut tout prévoir dans le commerce! Le négociant qui ne pense pas à la faillite est comme un général qui compterait n'être jamais battu, il n'est négociant qu'à demi » (CB, p.543).

²⁶ Comme le notait Max Andréoli, pour M. Guillaume, cette incapacité était celle de comprendre les choses du cœur, trop étrangères à son esprit étroit et mercantile : le « " capitaine " de ce tranquille vaisseau de commerce au pavillon du Chat-qui-pelote n'est à l'aise, en tous cas, que dans son élément : la mer des affaires, et sur son navire : la vieille boutique. Car s'il s'agit de s'aventurer loin des eaux familières [...], le voilà désemparé, « jeté à mille lieues du commerce, sur la mer des sentiments et sans boussole » irrésolu, ballotté par les vagues de cet océan inconnu » (M. Andréoli, 1972, p.54).

²⁷ Chez Say, l'entrepreneur doit « avoir assez de connaissance des hommes pour ne point se tromper dans les confiances qu'on leur accorde » (Say, 1803, p.232).

Au rebours d'un homme volontaire et courageux, bref d'un entrepreneur, Balzac déçoit une nouvelle fois notre attente économique : « Malgré les apparences, le marchand était trembleur, tandis que sa femme avait en réalité de la patience et du courage »²⁸ (CB, p.357). Il est présenté par le narrateur comme un homme hésitant, plutôt qu'à la volonté ferme, ce qui le distingue de cet homme de « jugement » et de « constance » qu'est l'entrepreneur chez Say. De même, si nous avons pu insister sur la capacité de César à innover (caractéristique distinctive de l'entrepreneur), et donc à imaginer de nouveaux produits capables de séduire le public ; la manière dont Balzac nous décrit le processus qui accouche d'une innovation (ici l'huile Céphalique, afin de concurrencer l'huile de Macassar) peut également étonner :

« Le parfumeur, perdu dans ses combinaisons, méditait en allant le long de la rue Saint-Honoré sur son duel avec l'huile de Macassar, il raisonnait ses étiquettes, la forme de ses bouteilles, calculait la conjecture du bouchon, la couleur des affiches. [...] Toutes les combinaisons se pressaient dans sa tête, et *il prenait cette activité dans le vide pour la substantielle action du talent* » (CB, p.402, nos italiques).

Ce passage illustre de manière parodique l'activité intellectuelle et scientifique, ce qui nous éloigne de notre horizon d'attente : cette activité que l'on associe plus communément à la raison et à une recherche logique, est décrite ici comme désordonnée et aléatoire²⁹. De nouveau, Balzac dessine un personnage, et non un héros, qui se persuade de son talent et de son génie, mais dont les idées sont parfois confuses, et dont la réussite commerciale est davantage liée au hasard et à l'opportunisme qu'à ses qualités distinctives de la masse. Dès la conversation qui inaugure le roman, les innovations du parfumeur sont décrites par César lui-même comme étant le résultat du hasard : « Mais l'essence de noisettes est aussi une puissance, ma femme ! *J'ai fait cette découverte comme autrefois celle de la Double Pâte des Sultanes, par hasard : la première fois en ouvrant un livre, cette fois en regardant la gravure d'Héro et Léandre* » (CB, pp.338-339, nos italiques).

Au rebours de cet individu aux qualités distinctives, qui parcourt l'histoire de la pensée économique de l'entrepreneur, César Birotteau apparaît donc comme un personnage très décevant : en dépit d'une réussite industrielle et commerciale fulgurante, il est décrit comme un homme sans grands talents, sans plus de courage ou de volonté qu'un autre homme, bref c'est un homme banal et médiocre, loin de l'individualité géniale, du surhomme nietzschéen³⁰ dont Schumpeter se fera le théoricien. Seuls sa bonté et l'amour pour sa femme le distinguent et font la grandeur du personnage, mais seront en partie à l'origine de sa chute.

²⁸ Cette citation peut d'ailleurs être analysée à la lumière des rôles et de la place que Balzac donne aux femmes dans les couples, ce qui n'est néanmoins pas ici l'objet de notre étude.

²⁹ Au fond, s'il convenait de rattacher cette conception de la découverte à une perspective de pensée économique, ce serait à la perspective autrichienne, pour laquelle la découverte des opportunités de profit par l'entrepreneur se fait de manière spontanée et aléatoire (Hayek, 1945, Kirzner, 1997).

³⁰ Sur ce point, voir A. Lapiet et S. Swaton (2013)

Dans sa faillite, Balzac souligne d'ailleurs la faiblesse d'un Birotteau incapable de faire preuve d'oubli à l'égard de l'humiliation vécue : « Oublier est le grand secret des *existences fortes et créatrices* ; oublier à la manière de la nature, qui ne se connaît point de passé, qui recommence à toute heure les mystères de ses infatigables enfantements. Les existences faibles, comme était celle de Birotteau, vivent dans les douleurs » (CB, p.570, nos italiques)³¹. Une des leçons du roman, énoncée par le narrateur avant d'entamer la description du ménage Birotteau confirme cette faiblesse du personnage : « En éclairant la profondeur de son caractère et les ressorts de sa grandeur, on pourra comprendre *comment les accidents commerciaux que surmontent les têtes fortes deviennent d'irréparables catastrophes pour de petits esprits* » (CB, p.340, nos italiques). César, dont le nom aurait pu présager d'une force excédentaire et d'un courage hors du commun, apparaît donc comme un anti-héros économique et littéraire, ce qui en fait un personnage romanesque profondément humain.

2.2. Un commerçant à la probité douteuse

Dans sa *Préface*, Gérard Gengembre écrit que « la maison Birotteau brille comme un astre de pureté dans cet ensemble où dominant les coquins cyniques » (G. Gengembre, 1995, p.10), confirmant ainsi les écrits de Balzac dans sa *Correspondance*, décrivant César comme l'incarnation de l'Idée Probité (ce qui le conduira d'ailleurs à la mort par une volonté farouche et vertueuse de rembourser ses dettes à la suite de sa faillite). Or, de même qu'il est possible de questionner la capacité de jugement, le courage et l'intelligence de Birotteau, l'ambivalence du roman et de ce personnage réaliste permet d'interroger cette prétendue probité, qui est considéré par Say comme une caractéristique fondamentale de l'entrepreneur³².

Les commentateurs du roman ont souvent insisté dans son interprétation sur l'opposition entre une logique commerciale, prudente et sage, permettant un enrichissement honnête, et la logique financière et bancaire (symbolisée par le personnage de du Tillet, martyrisant le pauvre Birotteau en lui refusant un crédit qui lui aurait permis de sortir de la honte

³¹ On notera (de manière anachronique) la tonalité nietzschéenne d'une telle formulation, distinguant les existences fortes des existences faibles, et ce par la capacité à l'oubli et à la création.

³² « C'est ordinairement l'entrepreneur d'une entreprise industrielle, qui a besoin de trouver les fonds dont elle exige l'emploi. Je n'en tire pas la conséquence qu'il faut qu'il soit déjà riche, car il peut exercer son industrie avec des fonds d'emprunt ; *mais il faut du moins qu'il soit solvable, connu pour un homme intelligent et prudent, rempli d'ordre et de probité*, et que, par la nature de ses relations, il soit à portée de se procurer l'usage des capitaux qu'il ne possède pas par lui-même ». (Say, 1803, p.232, nos italiques)

d'une faillite commerciale), marquée par le vice et l'exploitation³³. Dans sa préface à César Birotteau, Balzac lui-même indique que *La Maison Nucingen* et *César Birotteau* forment une sorte de diptyque : d'un côté l'honnête commerçant, symbole (et victime) de la probité, et de l'autre côté la rapacité de la Haute Banque, conduisant à la disparition des Birotteau et autres honnêtes marchands.

Or, il est possible de questionner cette prétendue probité, caractéristique fondamentale de l'entrepreneur en tant qu'elle est nécessaire pour durer en tant que commerçant. Exemplairement, les innovations mises en oeuvre par Birotteau sont prétendument innovantes, et s'apparentent plutôt à d'habiles manœuvres commerciales, appuyées par une science largement instrumentalisée. En effet, lors de sa rencontre avec Vauquelin pour la mise en oeuvre de l'Huile Céphalique, le respectable savant de l'Institut, indique à César et Popinot que l'idée « géniale » du premier, à savoir d'avoir trouvé une substance (la noisette) capable de permettre la repousse des cheveux, n'est qu'une fable. Plus encore, l'huile de noisette n'aurait aucune qualité distinctive par rapport à d'autres huiles : « toute huile est bonne pour préserver » les cheveux (CB, p.412). Or, cela n'arrête pas Birotteau, qui n'hésite pas à mentir au public (et à ses clients) pour vendre ses produits :

« Ainsi, demain, à sept heures, soyons à la fabrique, les noisettes viendront et nous ferons de l'huile, car il a beau dire que toute huile est bonne, nous serions perdus si le public le savait. *S'il n'entrait pas dans notre huile un peu de noisette et de parfum, sous quel prétexte pourrions-nous la vendre trois ou quatre francs les quatre onces !* » (CB, p.415, nos italiques).

La réussite commerciale de Birotteau est ainsi moins liée à sa probité et sa capacité de jugement, qu'à sa capacité à tromper le public avec de la réclame en partie mensongère³⁴. Le prospectus commercial restitué fidèlement par Balzac dans le roman est ici éclairant : l'huile céphalique, basée sur les principes établis par « l'Académie des sciences », produit un « important résultat » quant à la conservation des cheveux (CB, p.440). Comme le note très justement René Guise, la probité de Birotteau est ainsi largement sujette à caution, du moins elle ne peut être appréciée

³³ Regardons ce qu'en dit Pierre Barbéris : « Birotteau, figure centrale de Balzac et de toute réflexion sur Balzac, se heurte plus directement à un système. On voit cet être de choix, honnête et courageux (en ses propres limites), se briser au jeu cruel de la haute spéculation pour lequel il n'était pas fait. Et, sans doute, le roman est l'histoire d'une âme. Mais c'est à l'occasion d'une affaire de finance que l'on voit sombrer cette âme » (P. Barbéris, 1973, p.135).

³⁴ Dès la commercialisation de sa *Pâte des Sultanes* et de son *Eau Carminative*, Birotteau avait mis en oeuvre un dispositif publicitaire, jugé par Balzac de manière particulièrement ironique, confirmant la médiocrité du personnage, ainsi que l'erreur de jugement du public qui ne s'intéresse qu'aux résultats : « À une époque où l'on ne parlait que de l'Orient, nommer un cosmétique quelconque Pâte des Sultanes, en devinant la magie exercée par ces mots dans un pays où tout homme tient autant à être sultan que la femme à devenir sultane, était une inspiration qui pouvait venir à un homme ordinaire comme à un homme d'esprit ; mais le public jugeant toujours les résultats, Birotteau passa d'autant plus pour un homme supérieur, commercialement parlant, qu'il rédigea lui-même un prospectus dont la ridicule phraséologie fut un élément de succès (CB, p.351, nos italiques).

qu'à l'aune de « l'improbité profonde du monde où il vit [...]. Car le probe Birotteau fait sa fortune en dupant le public ! » (Guise, 1977, p.30).

Dans le vocabulaire de l'économiste contemporain, on pourrait dire que Birotteau use astucieusement d'une asymétrie d'information ; il fait un usage stratégique de cette dernière à des fins commerciales. C'est d'ailleurs de cette manière qu'est parfois décrit l'entrepreneur dans les écrits les plus contemporains sur l'entrepreneur (d'inspiration autrichienne) : l'« aptitude à repérer une bonne affaire fait partie des caractéristiques *sine qua non* de l'entrepreneur au sens de Casson. La rareté de l'information crée des possibilités d'inégalités de traitement suivant les individus et engendre des opportunités pour ceux qui savent tirer parti de cette situation [...]. Comme chez Hayek, l'entrepreneur se distingue ici par la possession d'informations valorisées grâce à des jugements habiles et adaptés » (N. Levratto, 2015). Alors que pour l'entrepreneur d'Hayek ou de Casson, il s'agit d'user de ses qualités personnelles, et notamment sa capacité de jugement, pour envisager des modalités de coordination des ressources plus efficaces, l'usage stratégique de l'information, que l'on peut qualifier de duperie, permet simplement à Birotteau d'augmenter ses ventes.

La prétendue probité de Birotteau apparaît également dans la vente de cette « nouvelle » marchandise, particulièrement chère au regard de son coût de production, lui permettant de réaliser des marges très conséquentes. C'est ce que souligne André Wurmser dans *La Comédie inhumaine* (1970) sur la marge réalisée sur l'huile céphalique : « Nous pouvons mettre l'huile à 3 francs et gagner 30 sous en en laissant 20 à nos détaillants ». Il commente : « le prix de revient de l'huile Céphalique ne dépassait pas, tous frais compris, 17% du prix de vente au public, le flaconnage coûtant presque aussi cher que l'inutile lotion; le bénéfice du parfumeur représentait donc bien 50% du prix, celui de l'intermédiaire 33%. Or, César Birotteau est le martyr de la probité commerciale... » (André Wurmser, 1970, p.37). Cette « rouerie commerciale » telle que Wurmser la qualifie est méconnue par le public, qui ne voit alors dans la réussite commerciale de Birotteau que son application au travail, sa prudence et sa sagesse dans la conduite de ses affaires. Comme l'écrit Balzac dans une autre nouvelle : « de toutes les fautes sociales, celle que notre époque excuse, admet, commet le plus souvent, le vol honnête [...], une tromperie excusable quand elle a réussi ». L'accumulation du capital, fruit d'après les théoriciens de l'économie politique classique de la prudence et d'efforts patients, se révèle dans le roman être le fruit de tromperies et d'un vol légal.

D'ailleurs, César n'hésite pas à se lancer dans une aventure spéculative dans le quartier de La Madeleine dont il perçoit bien son intérêt³⁵, mais dont la légitimité morale peut être questionnée. Alors que Constance considère cette affaire comme une forme de vol (« Votre affaire me fait l'effet d'un vol, à moi, soit dit sans t'offenser »), la réponse de Birotteau est sans équivoque : « Mon Dieu ! que les femmes sont quelquefois drôles, et comme elles brouillent toutes les idées ! ». Ce que Constance ne voit pas, du fait de sa trop grande vertu, c'est qu'il y a « probité et probité » (R. Guise, 1977, p.31). Mais au fond, « ce qui compte, en fait, plus que la conscience d'être probe, c'est la « considération », qui, comme le dit l'*Introduction aux Études Philosophiques*, « est une autre atmosphère indispensable ». Alors, la vertu ? La probité ? Valeurs foncières ou valeurs de façade » (*Ibid*). Dans cette comédie (in)humaine, ce qui compte ce n'est pas tant la manière dont on se conduit, les motivations qui nous guident dans notre action, mais la manière dont nous sommes perçus ; d'où l'importance d'une représentation de l'entrepreneur comme un être honnête, prudent et courageux, à laquelle l'économie politique tend à souscrire, et que le roman réaliste permet de questionner.

Dans *La Comédie Humaine*, Balzac dresse le portrait de personnages qui se sont enrichis non du fait de leur grandeurs, de leurs talents ou de leurs vertus, mais en raison même de leur médiocrité ou de leur immoralité. Suivons pour conclure le propos de Félicien Marceau dans *Balzac et son monde* (1955) : « Regardons d'ailleurs encore une fois tous ces bourgeois cossus ou simplement aisés. Il y en a de respectables mais combien de *médiocres*. Et dont Balzac souligne la médiocrité, bien plus; dont *il nous montre qu'en raison même de leur médiocrité, ils manient mieux que d'autres les armes du siècle, qu'ils y sont mieux accordés et qu'ils triomphent de gens qui valent cent fois mieux qu'eux* » (F. Marceau, 1955, p.563, nos italiques), notamment de tous les Vauquelin... Il ajoute : « Quant aux fortunes plus considérables, il me paraît assez frappant que Balzac, en effet, leur donne souvent comme origine un travail opiniâtre mais que, souvent aussi, *il double ce travail d'une manœuvre scélérate ou d'une combinaison douteuse*, quand ce n'est pas simplement le *coup de chance*, la *spéculation réussie par hasard* » (*Ibid*). Birotteau entre parfaitement dans cette description du bourgeois cossu, médiocre, dont la réussite commerciale est davantage liée à de « singuliers hasards » (CB, p.340) et à des manœuvres commerciales douteuses, bien plus qu'à son talent ou à ses intuitions géniales. Pour Balzac, la modernité capitaliste se caractérise par la faveur donnée aux hommes faibles et médiocres, admirées pour leur richesse associée à un prétendu talent, et

³⁵ Ce qui sera la cause de sa perte. Pour Gengembre, cela témoigne d'ailleurs également de sa bassesse : « Il y a de la démesure grotesque en lui. Cette démesure, nous la retrouvons dans son rêve spéculatif [...] L'idée de la spéculation instillée par Roguin n'est pas autre chose que l'apparition de la pensée destructrice par sa violence même. Énergie, elle dynamise et tue. En l'espèce, elle annihile la prudence paysanne d'un César saisi par la toute-puissance de l'Idée. Elle se monnaie en désir, en appétits. César jouit. C'est trop pour lui » (G. Gengembre, 1995, p.14).

dont la réussite commerciale serait la récompense d'un mérite parfaitement illusoire. La force du roman réaliste réside dans cette capacité à offrir à notre lecture des personnages, et non des héros, dont le récit permet de saisir la réalité d'une existence économique concrète, ici dans son aspect entrepreneurial.

3. L'ambivalence du désir de richesse des agents économiques balzaciens

Cette vérité que le roman permet d'explorer se lit également dans la manière dont les entrepreneurs romanesques sont décrits dans leur rapport à l'argent. En effet, l'entrepreneur est nécessairement aux prises avec le profit, nécessaire à sa survie économique. Néanmoins, les différentes traditions de pensée économique sur l'entrepreneur n'accordent pas la même place à cette motivation monétaire. Est-il recherché pour en jouir ? pour accumuler du capital ? est-ce uniquement l'indice du succès comme chez Schumpeter³⁶ ? Le roman, qui s'efforce de saisir une existence économique vécue, permet une interrogation sur ce désir de richesse qui anime les agents économiques. Il s'agira ainsi de caractériser le rapport à la richesse des différents personnages qui parcourent les deux récits de Balzac, afin d'esquisser la manière dont l'argent les agite, les anime, les rend heureux ou malheureux.

Que ce soient M. Guillaume ou César Birotteau, leur rapport à la richesse ne leur permet d'en jouir véritablement, et plutôt qu'être cause de leur bonheur, elle semble à l'inverse être cause de leur malheur. La maison Guillaume se caractérise par une quête perpétuelle d'une richesse monétaire sans jouissance, du fait d'une accumulation du capital toujours renouvelée. Chez César Birotteau, et son ancien commis du Tillet, leur désir de richesse apparaît comme asséché par une recherche de l'approbation sociale, et par une volonté de domination à l'égard d'autrui : la richesse n'est ainsi recherchée qu'en tant qu'elle est le signe d'une réussite sociale, plutôt que comme moyen de jouir des commodités de la vie. À l'inverse, chez Constance ou Pillerault, on retrouve un éloge de la jouissance d'une richesse concrète, d'une vie paisible et frugale, qui était d'ailleurs celle rêvée par César à son arrivée à Paris avant qu'il n'épouse des ambitions commerciales plus vastes. Cette interrogation sur le désir de richesse des personnages balzaciens entre en résonance avec les réflexions de Rousseau, dont l'influence sur le romancier est

³⁶ L'entrepreneur ne vise pas le profit pour lui-même, mais il « aspire à la grandeur du profit comme à l'indice du succès - pas absence souvent de tout autre indice - et comme à un arc de triomphe » (Schumpeter, 1911, p.91).

désormais attestée³⁷, et notamment sa critique de la fausse richesse³⁸ : ce dialogue permet ainsi d'éclairer la manière dont le récit balzacien explore le désir d'argent dans les sociétés commerciales.

3.1. La maison Guillaume: une quête perpétuelle d'une richesse monétaire sans jouissance

Comme nous l'avons déjà écrit, M. Guillaume apparaît comme l'incarnation des vertus domestiques et de l'esprit bourgeois, visant par sa prudence à accroître son capital de manière lente et progressive. Parmi ces vertus domestiques, on retrouve un esprit d'épargne, caractéristique du tempérament bourgeois, et vanté par les théoriciens de l'économie politique classique (notamment chez Smith³⁹), qui s'oppose à l'esprit de dépense, caractéristique de l'aristocratie. Dans le roman, cette opposition est incarnée par M. Guillaume, homme frugal et tempérant, et de Théodore de Sommervieux, peintre et aristocrate⁴⁰, marqué par une vie déréglée et des plaisirs sensuels. Lorsqu'Augustine, la seconde fille du marchand drapier, lui annonce être amoureuse de Sommervieux et qu'elle souhaite l'épouser, le plaidoyer de M. Guillaume s'inscrit parfaitement dans cette défense bourgeoise de l'esprit d'épargne, condamnant les dépenses excessives et improductives, qui troublent l'enrichissement :

« Ma chère enfant, tu épouseras ton Sommervieux, puisque tu le veux ; permis à toi de risquer ton capital de bonheur. Mais je ne me laisse pas prendre à ces trente mille francs que l'on gagne à gâter de bonnes toiles. L'argent qui vient si vite s'en va de même. N'ai-je pas entendu dire ce soir à ce jeune écervelé que si l'argent était rond, c'était pour rouler ! *S'il est rond pour les gens prodigues, il est plat pour les gens économes qui l'empilent.* Or, mon enfant, ce beau garçon-là parle de te donner des voitures, des diamants ? Il a de l'argent, qu'il le dépense pour toi, *bene sit* ! je n'ai rien à y voir. Mais quant à ce que je te donne, je ne veux pas que des écus si péniblement ensachés s'en aillent en carrosses ou en colifichets. Qui dépense trop n'est jamais riche. » (MCP, p.75, nos italiques).

La phrase mise en évidence est en cela éclairante : l'argent est « rond » pour les « prodigues », et « plat » pour les économes, c'est-à-dire que la richesse n'est pas désirée par le marchand pour consommer, mais pour accumuler du capital : autrement dit, et pour reprendre le vocable de Marx, l'argent n'est pas désiré en tant qu'il permet d'acquérir des valeurs d'usage, mais parce qu'il permet une accumulation de valeurs d'échange. Cette visée d'accumulation permet de

³⁷ De nombreux commentateurs ont désormais souligné l'influence qu'avait pu avoir Rousseau sur l'oeuvre de Balzac, et notamment le « modèle » économique de Clarens, qui apparaît dans *La nouvelle Héloïse* (1761). Voir notamment P. Barbéris (1972), ou Trousson (1983).

³⁸ Nous renvoyons sur ce point que nous ne pouvons qu'esquisser dans le cadre de cet article à Pignol (2010).

³⁹ Voir la citation de Smith (1776) de la p.14 du présent article.

⁴⁰ Sur cette opposition entre bourgeoisie et aristocratie, nous renvoyons de nouveau à M. Andréoli (1972).

comprendre la conduite parfaitement ordonnée de la maison Guillaume, où tout n'est qu'austérité et privation, dans laquelle on ignore « les plaisirs du monde », ou les « joies terrestres ». Ce comportement est dénoncé par Balzac comme vide de sens ; au moment d'un inventaire, les différents protagonistes de la boutique du Chat-qui-pelote constatent la bonne situation de l'entreprise :

« Tous trois préparaient ce travail immense dont le résultat tenait sur un carré de papier tellière, et prouvait à la maison Guillaume qu'il existait tant en argent, tant en marchandises, tant en traites et billets ; qu'elle ne devait pas un sou, qu'il lui était dû cent ou deux cent mille francs ; que le capital avait augmenté ; que les fermes, les maisons, les rentes allaient être ou arrondies, ou réparées, ou doublées. De là résultait la nécessité de recommencer avec plus d'ardeur que jamais à ramasser de nouveaux écus, sans qu'il vînt en tête à ces courageuses fourmis de se demander : À quoi bon ? »⁴¹ (MCP, p.60, nos italiques).

Les personnages de ce ménage sont donc plongés dans le commerce, recherchant à accumuler du capital, sans jamais questionner la visée d'une telle accumulation.

Les conséquences de ce comportement accumulateur sont un refus des plaisirs du monde : la consommation n'est perçue que comme appauvrissement monétaire, et jamais comme source de jouissance d'une richesse réelle. Même lorsqu'il s'agit, très occasionnellement, d'organiser une fête afin de signifier son appartenance à la bourgeoisie (dans une forme d'ostentation à laquelle César cèdera également), ce relâchement est tellement ordonné qu'il devient alors impossible d'en jouir véritablement. Comme le souligne justement Max Andréoli : « Les relâchements n'offrent rien d'imprévu : réunions de famille, bal pour le Carnaval, deux ou trois sorties par an, et fête solennelle que le riche négociant se doit d'offrir à la bourgeoisie dont il fait partie » [...] Et Balzac ajoute au texte du manuscrit cette précision significative : “ ces réunions, inscrites d'ailleurs sur le carnet d'échéances de la maison...” ». Et de conclure : « les plaisirs deviennent insipides parce que trop bien réglés, et le contact avec le monde reste infructueux parce qu'il ne représente pas en fait une véritable rupture avec la vie quotidienne du magasin » (M. Andréoli, 1972, p.54). C'est d'ailleurs cette existence morne et austère, sans plaisirs, que la jeune Augustine fuit, en cédant aux artifices de la vie aristocratique que lui offre Sommervieux (ce qu'elle regrettera par la suite) :

« Cependant Augustine avait reçu du hasard une âme assez élevée pour sentir *le vide de cette existence*. Parfois ses yeux bleus se relevaient comme pour interroger les profondeurs de cet escalier sombre et de ces magasins humides. Après avoir sondé ce silence de cloître, elle semblait écouter de loin de confuses révélations de *cette vie passionnée qui met les sentiments à un plus haut prix que les choses* » (MCP, p.61, nos italiques).

⁴¹ On pense ici forcément à la célèbre citation de Marx dans *Le Capital* (1867) pour caractériser le comportement du capitaliste : « Épargnez, épargnez toujours, c'est à dire retransformez sans cesse en capital la plus grande partie possible de la plus-value ou du produit net ! Accumuler pour accumuler, produire pour produire, tel est le mot d'ordre de l'économie politique proclamant la mission historique de la période bourgeoise ».

La maison Guillaume incarne ainsi un désir de richesse asséché par une visée d'accumulation perpétuellement renouvelée, d'où résulte un renoncement aux plaisirs que devraient procurer la richesse.

3.2. César et du Tillet : un désir de richesse asséché par la recherche de l'approbation sociale

Dans *César Birotteau*, certains personnages sont également marqués par une perversion dans leur rapport à la richesse, même si elle s'exprime très différemment. En effet, César apparaît dans le roman comme l'incarnation d'un personnage pris dans le tourbillon des sociétés commerciales, marquées par l'envie et l'amour-propre, largement dénoncés par Rousseau (C. Pignol, 2010). Outre les spéculations immobilières, le roman débute par la décision de César d'organiser un bal (pour fêter sa remise de la Légion d'Honneur), qui vise à impressionner ses convives par l'agrandissement et la rénovation fastueuse de ses appartements pour l'occasion, et que l'on soupçonne d'être motivé par la vanité de faire montre de sa richesse matérielle (et symbolique). Cette vanité se lit notamment dans l'ironie balzacienne à l'égard du marchand parfumeur, qui ne cesse de mettre dans la bouche de son personnage les raisons de l'organisation d'un tel bal :

« Autant pour célébrer la délivrance du territoire, que pour fêter ma nomination dans l'ordre de la Légion d'Honneur [...] Peut-être me suis-je rendu digne de cette insigne et royale faveur en siégeant au tribunal consulaire et en combattant pour les Bourbons, sur les marches de Saint-Roch au treize vendémiaire, où je fus blessé par Napoléon ».

Cette phrase, répétée à plusieurs reprises dans le roman, atteste de l'orgueil d'un César satisfait de la condition à laquelle il est parvenu, et heureux d'en faire part au reste de la petite société bourgeoise parisienne. Plutôt qu'être fier de ses faits héroïques, ou sur le plan commercial d'avoir inondé Paris et sa province de produits utiles, il n'est satisfait que de la réussite sociale que cela lui a permis d'atteindre.

De même, à l'inverse de sa propre mise en garde⁴², César déploie des dépenses particulièrement élevées pour la rénovation de son appartement, au grand dam de Constance (ce qu'il regrettera par la suite au moment de rembourser ses dettes). Comme le note ironiquement le narrateur : « La prospérité porte avec elle une ivresse à laquelle les hommes inférieurs ne résistent jamais. Cette exaltation eut un résultat facile à prévoir » (CB, p.426). Ce résultat est l'acceptation par César de toutes les propositions fastueuses de l'architecte, qui flatte son amour-

⁴² « Nous serons modestes dans la prospérité. D'ailleurs, tant qu'un homme est dans le commerce, il doit être sage en ses dépenses, réservé dans son luxe, la loi lui en fait une obligation, il ne doit pas se livrer à des dépenses excessives » (CB, p.426). Or, César ne suivra pas ces sages recommandations...

propre et sa vanité : « le commerce doit briller et ne pas se laisser écraser par l'aristocratie » (*Ibid*). Cette remarque témoigne de la lutte de classes qui se joue entre bourgeoisie et aristocratie à l'époque : on retrouve la revendication du bourgeois-commerçant d'être aussi digne d'admiration que ne l'est l'aristocrate. Les dépenses folles de Birotteau manifestent ainsi sa volonté de faire montre de sa richesse, d'impressionner le public. Son bonheur ne se trouve pas dans l'usage des richesses, et dans leur jouissance, mais dans le fait d'être admiré en tant qu'homme riche et puissant, lui qui provient d'une origine pourtant si humble :

« Les gens assez grands pour reconnaître leurs faiblesses avoueront qu'une pauvre orpheline qui, dix-huit ans auparavant, était première demoiselle au Petit-Matelot, île Saint-Louis, qu'un pauvre paysan, venu de Touraine à Paris avec un bâton à la main, à pied, en souliers ferrés, devaient être flattés, heureux, de donner une pareille fête » (*CB*, p.455).

Cette profusion semble produire son effet, puisque les convives sont effectivement impressionnés par la richesse de la famille Birotteau, dont le faste de leur appartement témoigne : « Ces gens-là nous écrasent, dit madame Roguin à son mari en parcourant l'appartement » (*CB*, p.456).

Dans le roman, le personnage de du Tillet fait également preuve de cet usage perverti des richesses, ce dont témoigne la rencontre avec Birotteau au moment où ce dernier cherche désespérément à lui emprunter de l'argent à la suite de sa faillite commerciale :

« Le parvenu prit plaisir à faire passer son ancien patron par ses appartements au lieu de le mener dans ses bureaux, et il le conduisit lentement afin de lui laisser voir une belle et somptueuse salle à manger, garnie de tableaux achetés en Allemagne, deux salons d'une élégance et d'un luxe que Birotteau n'avait encore admirés que chez le duc de Lenoncourt. Ses yeux furent éblouis par des dorures, des œuvres d'art, des bagatelles folles, des vases précieux, par mille détails qui faisaient bien pâlir le luxe de l'appartement de Birotteau ; et sachant le prix de sa folie, il se disait : – Il a donc des millions ! » (*CB*, p.499).

Ce passage témoigne à la fois de l'admiration de Birotteau pour les riches et les puissants, qu'il cherche à imiter, ainsi que de la domination que confère l'argent à ceux qui en possèdent. Une nouvelle fois, l'argent n'est pas désiré pour jouir des richesses du monde, mais pour dominer ses semblables, ici en faisant miroiter à César un crédit tant espéré : « J'ai son argent, contentons-nous de le laisser nager au bout de la corde que je tiendrai » (*CB*, p.500). Comme le père Grandet : « L'argent lui est désirable parce qu'il lui donne pouvoir sur autrui, se fait l'instrument d'une domination » (C. Pignol, 2016). La richesse réelle de l'appartement du banquier n'est que l'indice d'une richesse monétaire et sociale, plutôt qu'en tant qu'objet de jouissance : toutes ces « œuvres d'art », « vases précieux » et autres « détails » luxueux ne sont pas appréciés intrinsèquement, en tant que valeurs d'usage, mais parce qu'ils sont le signe des « millions » qu'il possède. Ce dont témoigne cette confrontation entre du Tillet et Birotteau est au fond la fragilité du motif de satisfaction de César. Dans cette recherche de l'approbation sociale, et dans cette

affichage d'une supériorité par la richesse, on ne peut qu'être battu, et donc perpétuellement insatisfait par la vue d'hommes plus riches que soi.

3.3. Constance et Pillerault : du bon usage des richesses

À l'inverse, on retrouve chez Constance et l'oncle Pillerault des comportements, une manière de vivre (ou de vouloir vivre), rompant avec la vanité et l'envie des sociétés commerciales. Ainsi, comme nous l'avons écrit, Constance est particulièrement critique à l'égard des projets de César, qu'elle juge à la fois périlleux et inutiles : « tu parles de dépenses en bêtises un argent gagné à la sueur de notre front » (CB, p.331). Elle juge vain ce désir de richesse qui anime César, et surtout la motivation qui sous-tend ce désir : « Pourquoi vouloir écraser les autres ? Quand tu seras millionnaire, dîneras-tu deux fois ? » (CB, p.335). Ici, on retrouve l'opposition entre une recherche pervertie de la richesse, visant la domination d'autrui ou l'accumulation, et une recherche saine de cette richesse fondée sur sa jouissance dans la consommation. Cette critique revêt de nouveau une tonalité rousseauiste, de même que le plaidoyer de Constance pour une vie frugale et paisible, plutôt que plongée dans le tourbillon du commerce et des affaires. Aux projets jugés chimériques de César, Constance invoque la « tranquillité », qui est selon elle la condition d'une vie heureuse : « Souviens-toi de ce que je t'ai conseillé quand il a été question de te nommer maire : ta tranquillité avant tout ! » (CB, p.330).

Elle poursuit en évoquant la vie dont elle rêve, et qui était d'ailleurs également celle rêvée par César avant d'embrasser une ambition commerciale plus vive. En effet, au moment où les Ragon proposent à César de reprendre leur affaire, il hésite par peur de perdre sa tranquillité : à l'époque, il songeait à « épouser en Touraine une femme aussi riche que lui pour pouvoir acheter et cultiver les Trésorières, petit bien que, depuis l'âge de raison, il avait convoité, qu'il rêvait d'augmenter, où il se ferait mille écus de rente, où il mènerait une vie heureusement obscure » (CB, p.345). Le renoncement à cette vie paisible, le faisant basculer dans l'ambition commerciale et de richesse est d'après le narrateur de nature amoureuse : « Il allait refuser quand l'amour changea tout à coup ses résolutions en décuplant le chiffre de son ambition » (CB, p.345). Alors qu'il gérait son entreprise de manière prudente et traditionnelle, sa rencontre avec Constance (qui deviendra sa femme) le conduit à nourrir des projets plus ambitieux, décuplant son ambition commerciale : « César, à qui l'amour inspira la plus excessive ambition, acheta le fonds de la *Reine des Roses* et le transporta près de la place Vendôme, dans une belle maison » (CB, p.348). La finalité de son désir d'argent est ainsi

oubliée par César, et lui est rappelée par Constance, dont le prénom⁴³ pouvait présager d'une telle constance :

« pendant quinze ans, tu n'as parlé que d'acheter les Trésorières, ce joli petit bien près de Chinon, où il y a des eaux, des prés, des bois, des vignes, deux métairies, qui rapporte mill écus, dont l'habitation nous plaît à tous deux » [...] « Là, dans ton pays, mon bon petit chat, en emportant notre mobilier qui vaut gros, nous serons comme des princes, tandis qu'ici faut au moins un million pour faire figure » (*CB*, p.331).

Dans ce passage, Constance ne condamne pas toute richesse, puisqu'il est possible de vivre « comme des princes », mais avec leurs possessions actuelles, et sans viser une accumulation sans cesse renouvelée. Chez Rousseau, on ne trouve pas une condamnation de la richesse en elle-même, mais de son usage perverti dans le cadre des sociétés commerciales ; il est ainsi possible de jouir d'un « luxe de mollesse », qu'il convient de distinguer d'un « luxe d'ostentation »⁴⁴. Constance souhaite ainsi jouir d'une existence paisible, loin du tumulte de la vie parisienne et du monde de la négoce, heurtant la tranquillité de leur ménage : « Je serai heureuse aux Trésorières, moi! J'ai toujours aimé les bêtes et les petits oiseaux, je passerai très bien ma vie à prendre soin des poulets, à faire la fermière » (*CB*, p.335). Elle ajoute : « nous serons heureux [...] rien ni dans la politique ni dans le commerce ne pourra changer notre manière d'être » (*Ibid*). Au fond, le désir de richesse n'est pas condamnable en lui-même, mais les moyens d'obtention d'une telle richesse (ici par le commerce) courent toujours le risque de faire dévier de la finalité de ce désir, comme c'est le cas pour César.

De même, on retrouve dans le comportement et le tempérament de l'oncle Pillerault, une incarnation de cette manière d'être louée par Constance, témoignant d'un usage non vicié de la richesse. En effet, ce dernier nous est présenté comme « un homme respecté », « car le quincailier inspirait une estime respectueuse, sans l'avoir cherchée, la sienne lui suffisant » (*CB*, p.404). Sa respectabilité commerciale ne résulte donc pas de son amour-propre, et de la recherche d'approbation d'autrui, mais par une pratique constante de la vertu dans son activité : « Aucune fortune n'était ni plus noblement gagnée, ni plus légitime, ni plus honorable que la sienne » (*CB*, p.403). Contrairement à l'admiration portée généralement pour les riches du fait de leur richesse : l'oncle Pillerault est quant à lui respecté et admiré pour son comportement vertueux, qui est à l'origine de sa richesse, certes modeste, mais solide.

⁴³ L'importance de ce prénom (ainsi que celui de César) est rappelée par Gérard Gengembre : « S'il est celui de l'épouse fidèle, Constance s'affiche bien comme le nom emblématique de cette force tranquille de la bourgeoisie aux appétits modérés ». Il ajoute : « Mais que peut sa vertu tempérée contre le prénom de conquérant de mari ? » (G. Gengembre, 1995, p.8).

⁴⁴ « Je serais sensuel et voluptueux plutôt qu'orgueilleux et vain, et [...] je me livrerais au luxe de mollesse bien plus qu'au luxe d'ostentation » (Rousseau, 1762, livre IV, p.121)

Par ailleurs, plutôt que d'user (faussement) des richesses pour en faire étalage, il préfère l'utiliser pour faire preuve de générosité à l'égard de ses semblables, témoignant d'une pitié envers les plus démunis, dont Rousseau dénonce l'évanouissement au sein des sociétés commerciales (Pignol, 2010). « Quant au reste de ses revenus, il l'employait à de bonnes œuvres, en présents à sa petite-nièce : il donnait à dîner quatre fois par an à ses amis chez Roland, rue du Hasard, et les menait au spectacle. [...] Pillerault était alors heureux du plaisir qu'il donnait, il jouissait dans le cœur des autres » (CB, pp.404-405). Plutôt que de jouir du malheur d'autrui, de la domination exercée sur ses semblables par son argent, l'oncle Pillerault jouit du bonheur de ses proches, et du plaisir qu'il peut leur procurer. De nouveau, la personnalité du personnage apparaît dans son cadre de vie et son mobilier, reflet de sa tempérance :

« la vie pure et simple de Pillerault était relevée par les dispositions intérieures de son appartement composé d'une antichambre, d'un salon et d'une chambre. [...] Le neuf de cette pièce annonçait assez un sacrifice fait aux usages du monde par le vieux quincailler qui recevait rarement » (CB, p.405).

Plutôt que se fourvoyer dans la fausse richesse issue de la vanité et de l'envie, l'oncle Pillerault incarne ainsi un agent économique heureux, car jouissant d'une richesse véritable. D'ailleurs, aux premiers moments de la faillite de César, ce dernier reconnaîtra la sagesse de son oncle, et la vérité de son bonheur :

« Il trouva le vieillard lisant le *Constitutionnel* au coin de son feu, devant la petite table ronde où était son frugal déjeuner : un petit pain, du beurre, du fromage de Brie et une tasse de café »

« — Voilà le vrai sage, dit Birotteau en enviant la vie de son oncle » (CB, p.481).

Conclusion

La mise en récit de l'entrepreneur dans le roman réaliste balzacien permet ainsi de questionner les éléments d'idéalisation ou de mythification à l'œuvre dans la manière dont les économistes se sont souvent saisis de cette figure de l'entrepreneur. Par la littérature, la figure de l'entrepreneur prend chair, n'est pas seulement une fonction dans le système économique, c'est-à-dire un rouage (certes essentiel, mais un rouage), mais devient un être incarné, avec ses défauts, ses faiblesses, ses ambivalences, ses paradoxes : le récit balzacien permet ainsi de dresser le tableau contradictoire des représentations de l'économie et de la réussite économique. Si l'on prend le cas de Birotteau, entrepreneur qui a réussi sur le plan commercial, il est décrit comme un homme à la fois prudent et ambitieux, honnête et malhonnête, sage et aventureux, intelligent (dans son domaine) et médiocre (pour le reste), probe et menteur, bref il nous déçoit par rapport à la manière dont une certaine tradition de pensée économique donne à voir l'entrepreneur

comme un être aux qualités distinctives de la masse. Mais c'est précisément le propre du roman réaliste que de peindre des personnages ambivalents, plutôt que des héros : l'entrepreneur Birotteau apparaît non comme un héros économique ou littéraire, mais comme un personnage médiocre, et donc profondément humain, ce qui en fait toute sa richesse. Le roman permet également de questionner la manière dont le désir d'argent s'exprime dans les sociétés modernes, en interrogeant l'une des motivations de l'entrepreneur, à savoir la quête de la richesse. Cette quête apparaît comme source de malheur pour des agents économiques qui visent la recherche de l'approbation sociale plutôt que la jouissance d'une richesse concrète. Ainsi, la littérature, et le roman balzacien en particulier, interrogent nos représentations économiques courantes, et permet de saisir de manière plus fine ce « personnage le plus intrigant et le plus insaisissable de l'analyse économique » (Baumol, 1968).

Références

Andréoli, Max (1972), « Une nouvelle de Balzac : La Maison du Chat-qui-pelote », *L'année balzacienne*.

Barbéris, Pierre (1972), *Mythes Balzaciens*, Paris, Armand Colin.

Barbéris, Pierre (1973), *Le monde de Balzac*, Paris, Kimé.

Baumol, William J. (1968) « Entrepreneurship in Economic Theory », *American Economic Review*.

Balzac, Honoré de (1952), *Histoire de la grandeur et de la décadence de César Birotteau*, dans la *Bibliothèque de la Pléiade*, vol. V, Paris, Gallimard.

Balzac, Honoré de (1970), *La Maison du Chat-qui-pelote*, Folio classique, Paris, Gallimard.

Boutillier, Sophie (2015), « L'entrepreneur et la dynamique du changement dans la théorie économique », *L'Harmattan*, « Marché et organisations », n°23, p. 145-170.

Boutillier Sophie, Uzunidis Dimitri (2014), « L'empreinte historique des théories de l'entrepreneur. Enseignements tirés des analyses de Jean-Baptiste Say et de Joseph Aloïs Schumpeter », *Innovations*, n°14 (3), p. 97-119.

Castex, Pierre-Georges (2014), *Introduction* à l'édition de *La Maison du Chat-qui-pelote*, Paris, Classiques Garnier.

Casson, Mark (1987), « Entrepreneur », *The New Palgrave : A Dictionary of Economics*, 1^{ère} édition.

Casson Mark (2005), « Entrepreneurship and the theory of the firm », *Journal of Economic Behavior and Organization*, vol. 58, issue 2, p. 327-348.

Dupuis, Danielle (2008), « César Birotteau : de la publicité à la littérature », *L'année balzacienne*.

Gengembre, Gérard (1995), *Préface* à l'édition GF, Paris, Flammarion.

Guisse, René (1977), *Introduction* à César Birotteau dans la *Bibliothèque de la Pléiade*, vol. VI, Paris, Gallimard.

Hayek, Friedrich A. (1937), « Economics and Knowledge », *Economica*, issue 4, p. 33-54.

Hayek, Friedrich A. (1945), « The Use of Knowledge in Society », *The American Economic Review*, n°35, issue 4, p. 519-530.

Kirzner, Israël M. (1997), « Entrepreneurial Discovery and the Competitive Market Process : An Austrian Approach », *Journal of Economic Literature*, vol.35, issue 1, p. 60-85.

Kirzner, Israël M. (1973), *Competition and entrepreneurship*, Chicago, University of Chicago Press.

Laubriet Pierre (1964), « L'élaboration des personnages dans César Birotteau », *L'année balzacienne*.

Lapied André, Swaton Sophie (2013), « L'entrepreneur schumpéterien est-il surhumain ? », *Cahiers d'économie politique*, n°65 (2), p. 183-202.

Leloup, Sandrine (2002), « Les entrepreneurs smithiens : le fils de l'homme pauvre, l'homme prudent et le faiseur de projets », *Cahiers d'économie politique*, n°42 (1), p. 75-87.

Levratto, Nadine (2015), « Mark Casson, À la recherche des fondements sociaux de l'entrepreneur », dans Messeghem Karim, Torrès Olivier, *Les grands auteurs en Entrepreneuriat et PME*, EMS Éditions, p. 141-156.

Marceaux, Félicien (1955), *Balzac et son monde*, Collection Tel, Paris, Gallimard.

Menudo, José Manuel (2014), « Jean-Baptiste Say et les compétences entrepreneuriales pour l'industrialisation », *Innovations*, n°45 (3), p. 39-57.

Pignol, Claire (2010), « Pauvreté et fausse richesse chez Jean-Jacques Rousseau », *Cahiers d'économie politique*, n°59 (2), p. 45-68.

Pignol, Claire (2016), « L'économie à l'épreuve de la littérature », *Idées économiques et sociales*, n°186 (4), p. 30-41

Rousseau, Jean-Jacques (1762), *Emile ou De l'éducation*, Livres I, II, III et IV, édition électronique réalisée par Jean-Marie Tremblay à partir de l'édition d'origine.

Say, Jean-Baptiste (1803), *Traité d'économie politique*, édition électronique, Institut Coppet.

Schumpeter, Joseph Aloïs (1911), *Théorie de l'évolution économique, Recherches sur le profit, le crédit, l'intérêt et le cycle de la conjoncture*, édition numérique réalisée par Jean-Marie Tremblay à partir de trad. fr. par Anstett, Paris, Librairie Dalloz, 1935.

Smith, Adam (1759), *Théorie des sentiments moraux*, trad. de M. Biziou, Gautier & J.F. Pradeau, Paris, PUF, 1999.

Smith, Adam (1776), *Enquête sur la nature et les causes de la Richesse des Nations*, trad. Garnier, Paris, GF, Flammarion, 2 vol., 1991.

Tiran, André (2015), « Avez-vous lu Say ? », dans Uzunidis, Dimitri, *Et Jean-Baptiste Say... créa l'Entrepreneur*, Société Internationale Jean-Baptiste Say, Peter Lang.

Tounés Azzedine, Fayolle Alain (2006), « L'odyssée d'un concept et les multiples figures de l'entrepreneur », *La revue des sciences de gestion*, n°220-221 (4-5), p. 17-30.

Vérin, Hélène (1982), *Entrepreneurs, entreprise, Histoire d'une idée*, Paris, Classiques Garnier.

Wurmser, André (1970), *La comédie inhumaine*, Paris, Gallimard.

Wurmser, André (1975), *Préface* à l'édition Folio établie par S. de Sacy, Paris, Gallimard.



Contact : www.lefmi.fr

2022 – Université de Picardie Jules Verne – Tous droits réservés
Laboratoire d'Economie, Finance, Management et Innovation

