



Cour de France.fr / Vie quotidienne / Gestion matérielle et inventaires / Etudes modernes / Hôtel, luxe et société de cour : le marché aristocratique parisien au XVIIIe siècle

Natacha Coquery

Hôtel, luxe et société de cour : le marché aristocratique parisien au XVIIIe siècle

Article. Source : Histoire & Mesure

Natacha Coquery, "Hôtel, luxe et société de cour : le marché aristocratique parisien au XVIIIe siècle", dans Histoire & Mesure, 1995, n° 3, pp. 339-369.

Le marché de consommation aristocratique met en jeu un nombre considérable de marchands et d'artisans. Son organisation est marquée par trois traits essentiels : l'ampleur, la ségrégation, l'attraction qui s'expliquent, d'une part, par la dispersion géographique et le morcellement professionnel des marchands et, d'autre part, par les exigences élevées des nobles.

L'hôtel n'est pas au cœur de son réseau de fournisseurs : la demeure aristocratique puise dans tous les quartiers, jusque dans les faubourgs. Mais les hôtels n'en constituent pas moins des pôles d'attraction. En témoigne le déséquilibre entre l'est et l'ouest de la capitale, où se rassemblent la plupart des marchands.

L'hôtel des grands, lieu somptuaire, est le théâtre du changement. Dans la société de cour, l'enjeu est vital : le spectacle offert reste le dernier moyen de l'emporter sur tous. C'est par sa prodigalité que l'aristocrate affirme sa prééminence. Les marchands de la cour l'ont bien compris, qui s'ingénient sans cesse à lancer de nouvelles modes. Au XVIIIe siècle, l'accélération des échanges et l'essor boutiquier attestent de l'effet d'entraînement du marché aristocratique, l'un des moteurs les puissants de l'économie.

[Lire la suite \(Persée\)](#)