



**arte**

29/10/2011

SAMEDI 29 OCTOBRE 2011 À 20.40 +7 VOD

**AU BONHEUR DES DAMES  
L'INVENTION DU GRAND MAGASIN**



# AU BONHEUR DES DAMES L'INVENTION DU GRAND MAGASIN

UN DOCU-FICTION DE CHRISTINE LE GOFF ET SALLY AITKEN

COPRODUCTION : ARTE FRANCE, TELFRANCE, ESSENTIAL MEDIA  
& ENTERTAINMENT (2011-90 MN)

Paris, 1852. Aristide Boucicaut ouvre Le Bon Marché, inventant le premier grand magasin au monde. Attirées par ce nouveau paradis, les femmes quittent leur foyer et se pressent pour découvrir cet extraordinaire lieu d'abondance et de beauté. L'apparition du grand magasin est un tel choc que l'écrivain Emile Zola lui consacra un roman, *Au bonheur des dames*. En créant Le Bon Marché, Aristide Boucicaut jette les bases du commerce moderne et de notre société de consommation. Et dans le même temps, il ouvre la boîte de Pandore qui mènera les femmes sur le long et douloureux chemin de leur émancipation. Une révolution est en marche : en France, le Printemps ouvre ses portes, suivi par les Galeries Lafayette et la Samaritaine. Grâce à des interviews d'historiens, de sociologues, des archives rares et des reconstitutions de grande qualité, nous découvrons le destin exceptionnel d'Aristide Boucicaut et suivons le parcours de quatre femmes aux profils très différents, face à ces tentations inédites.

## UNE RÉVOLUTION

Comment, il y a bientôt 160 ans, ce petit marchand visionnaire a-t-il transformé notre monde et celui des femmes à jamais? Comment a-t-il inventé un nouveau profil: la cliente? Cette femme apparemment libérée des contraintes domestiques et conjugales, séduite par une distraction capable d'alimenter un désir intarissable. Ce nouvel engouement n'est pas sans inconvénients: la cleptomanie émerge comme une «maladie féminine», et des femmes bourgeoises se mettent à vendre leurs charmes pour rembourser les dettes contractées. Les rondeurs et la silhouette féminine se voient stéréotypées et ramenées à une échelle de tailles standardisée. La mode change à chaque saison et les femmes en deviennent les victimes consentantes....



*« Des femmes, pâles de désirs, se penchaient comme pour se voir. Toutes, en face de cette cataracte lâchée, restaient debout, avec la peur sourde d'être prises dans le débordement d'un pareil luxe et avec l'irrésistible envie de s'y jeter et de s'y perdre. »*

Émile Zola  
*« Au bonheur des dames »*



### **Mme Riencourt**

Parfaite femme au foyer, elle achète avec discernement et reste raisonnable, à la recherche de la bonne affaire.



### **Mme Dornant**

Est une «shopping-addict». Incapable de se restreindre, elle se couvre de dettes.



### **Mme de Vaubois**

Sa condition de grande bourgeoise aisée ne l'empêche pas de succomber aux affres de la cleptomanie.



### **Mlle Martin**

Montée à Paris pour chercher du travail, elle est engagée comme vendeuse et entrevoit enfin la promesse d'une vie meilleure.

## LE GRAND MAGASIN ET LE BOULEVERSEMENT DE LA SOCIÉTÉ

### L'INVENTION DU SHOPPING

C'est Aristide Boucicaut qui a inventé les stratégies destinées à pousser les femmes à consommer. Pour la première fois, les prix sont fixes et les marchandises étalées afin d'être touchées. Pour la première fois, on offre aux clientes de petits cadeaux, une vendeuse les suit avec une chaise et une autre porte leurs paquets. Pour la première fois, les clientes peuvent se désaltérer à des buffets gratuits et même aller aux toilettes - un luxe inouï à l'époque ! Et pour les hommes, obstacles majeurs à tout shopping digne de ce nom, Boucicaut a même aménagé de confortables salons de lecture, où l'on peut les abandonner...

Parmi d'autres inventions, il y eut celles également : de pouvoir rendre un achat, les soldes, la diffusion de catalogues donnant naissance à la vente par correspondance et la livraison à domicile. Les bourgeoises de province peuvent, elles aussi, découvrir et acheter la dernière mode de Paris... Car au XIX<sup>e</sup> siècle, le grand magasin invente l'image de «la Parisienne», symbole de la séduction, de l'élégance et de la beauté. Grâce au catalogue de vente à distance, «La Parisienne» est exportée dans le monde entier. Une immense statue à son effigie ornera même le portail d'entrée de l'Exposition Universelle de 1900. Un mythe est né.





## QUELQUES DATES



**1852** Ouverture du Bon Marché

**1874** Ouverture du Printemps

**1894** Ouverture des Galeries Lafayette

**1896** Ouverture de Macy's à New York

**1900** Ouverture de la Samaritaine

**1909** Ouverture de Selfridges à Londres

## LA VENDEUSE

Le Bon Marché n'a pas seulement libéré la bourgeoisie. Il crée une nouvelle opportunité pour les femmes modestes en les employant comme vendeuse, un métier autrefois tenu par les hommes. Des milliers de jeunes femmes, souvent venues de province, font ainsi carrière dans le grand magasin puis repartent se mettre à leur compte. Elles ont appris l'indépendance et la liberté, elles ne les rendront plus.

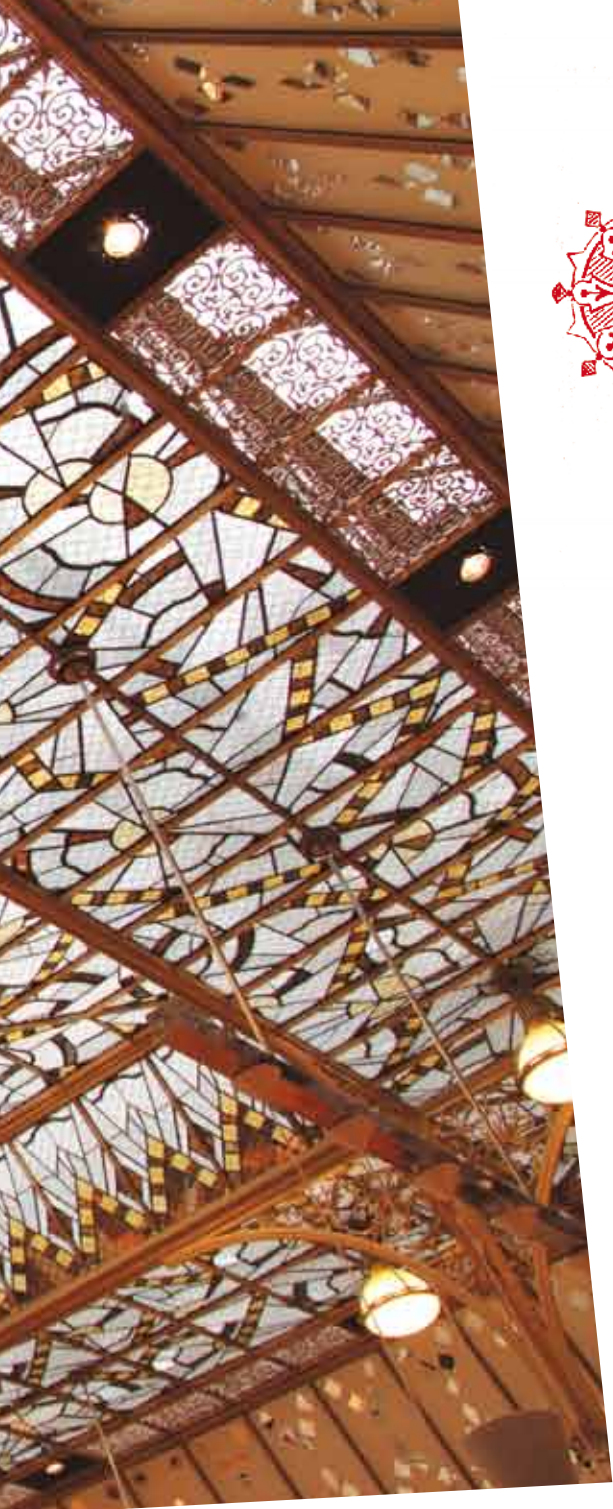
## LES CHANGEMENTS SOCIAUX

Les conditions de travail dans le grand magasin sont difficiles, les heures longues, les clientes impossibles, l'emploi précaire. Mais Aristide et sa femme Marguerite vont là encore innover. Ils sont les premiers à mettre en place une retraite et une caisse de prévoyance, le repos dominical et l'assistance médicale gratuite pour leurs 1788 employés. Suivent la création de crèches, de maisons de retraite, d'activités éducatives et sportives qui font du grand magasin une institution sociale dont l'influence s'étend à tous les domaines de la société. Ainsi le grand magasin a posé les bases qui serviront de socle à cette nouvelle idée, le socialisme, apparue au cœur même d'un empire construit sur le consumérisme naissant.





LE BON MARCHÉ RIVE GAUCHE - PARIS



# LE GRAND MAGASIN ET LA TRANSFORMATION DE PARIS

**L'histoire des grands magasins se déroule sur ces éblouissants boulevards créés par le Baron Haussmann sous le Second Empire.**

**A**u XIX<sup>e</sup> siècle, alors qu'une nouvelle classe bourgeoise, issue de la révolution industrielle s'enrichit, l'immense majorité de la population survit avec des salaires de misère. Les inégalités se creusent et le mécontentement grandit jusqu'à ce que le peuple de Paris se soulève en 1848. La révolution de 1848 amène Napoléon III au pouvoir. Il veut transformer les conditions de vie des Parisiens, et pour mener à bien ce grand projet, il lui faut un homme d'action. Ce sera le Baron Haussmann que Napoléon III nomme préfet de la Seine en 1853 avec la mission d'«aérer, unifier et embellir la ville» pour faire de Paris la capitale la plus prestigieuse d'Europe. Haussmann fait abattre plus de 120 000 logements insalubres. Des quartiers entiers sont rasés laissant place à

des parcs et à des squares. 300 kms de boulevards et avenues rectilignes voient le jour créant ainsi un réseau de circulation à la mesure de la capitale. Jamais, de toute son histoire, Paris n'avait subi une métamorphose aussi rapide et aussi radicale. Les Français découvrent aussi les voyages en chemin de fer avec la construction des grandes gares parisiennes, connectées entre elles par un nouveau système de transports en commun : omnibus à chevaux, à vapeur et surtout le Métropolitain. Ce siècle de la vitesse va accélérer la montée des provinciaux à la capitale pour y trouver du travail et permettre aux Parisiens et Parisiennes de toutes conditions de sortir, se divertir et consommer sans relâche. Paris est devenu un théâtre dans lequel il faut se montrer.



ARISTIDE ET MARGUERITE BOUCICAUT

**Ce n'est qu'à 42 ans, sans emploi et presque ruiné, qu'Aristide Boucicaut va inventer les concepts qui bouleverseront l'histoire du commerce moderne.**



## ARISTIDE BOUCICAUT « L'HOMME QUE L'AMÉRIQUE NOUS ENVAIT »

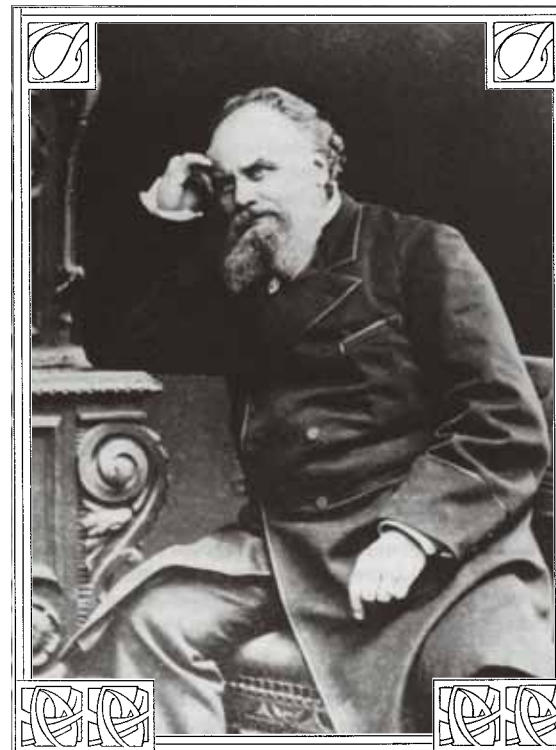
**R**ien ne prédisposait Aristide Boucicaut à un destin exceptionnel. Né en 1810 en Normandie, il est le fils d'un chapelier de Bellême qui tient boutique dans la rue

principale. A 18 ans, il part vendre des articles de bonneterie sur les marchés et apprend les rudiments de son métier. Après sept années d'apprentissage, Boucicaut décide de monter à Paris pour tenter sa chance. La capitale qu'Aristide découvre en 1835 est sombre, sale, délabrée et surpeuplée. Les échoppes sont petites et mal approvisionnées. Mais la révolution industrielle en marche suscite l'émergence d'une nouvelle classe sociale, la bourgeoisie, qui ne demande qu'à dépenser. Et le commerce change. Pour la première fois plusieurs boutiques sont réunies dans un même espace: les passages couverts. L'apparition des magasins dits "de nouveautés" marque une nouvelle étape dans cette évolution: ces enseignes à comptoirs multiples sont les premières à

proposer une diversité de marchandises. C'est dans un de ces magasins, Le Petit Saint Thomas, rue du Bac, qu'Aristide Boucicaut trouve un emploi. Et c'est dans cette même rue qu'il va rencontrer Marguerite, sa future femme. Aristide

reste 13 ans au Petit Saint Thomas. Durant cette période, la mécanisation de l'industrie textile modifie les rythmes de production. Désormais, étoffes et tissus sont fabriqués rapidement et en grande quantité. Mais les barricades de

1848 surgissent dans la capitale et précipitent la faillite du Petit Saint Thomas. Aristide Boucicaut perd son emploi. Après les grands travaux du Baron Haussmann, les grands boulevards et leurs théâtres s'imposent comme le centre de la vie parisienne. Boucicaut a du flair et de l'audace : il pressent qu'il va pouvoir tirer parti de ces changements. En 1852, il se met à son compte et s'associe à Paul Videau, propriétaire d'un magasin de nouveautés à l'enseigne « Au Bon Marché », situé rue du Bac. Aristide Boucicaut commence alors à mettre en pratique ses idées novatrices. Jusque là, les boutiquiers n'avaient qu'un seul objectif, vendre le plus cher possible. Boucicaut rompt avec cette stratégie qui fait fuir les clients. Il a compris le premier



que réduire les marges permet de vendre en très grosses quantités et d'assurer un plus grand bénéfice. Aristide est probablement né avec la bosse du commerce, on l'a souvent surnommé « l'homme que l'Amérique nous enviait »...

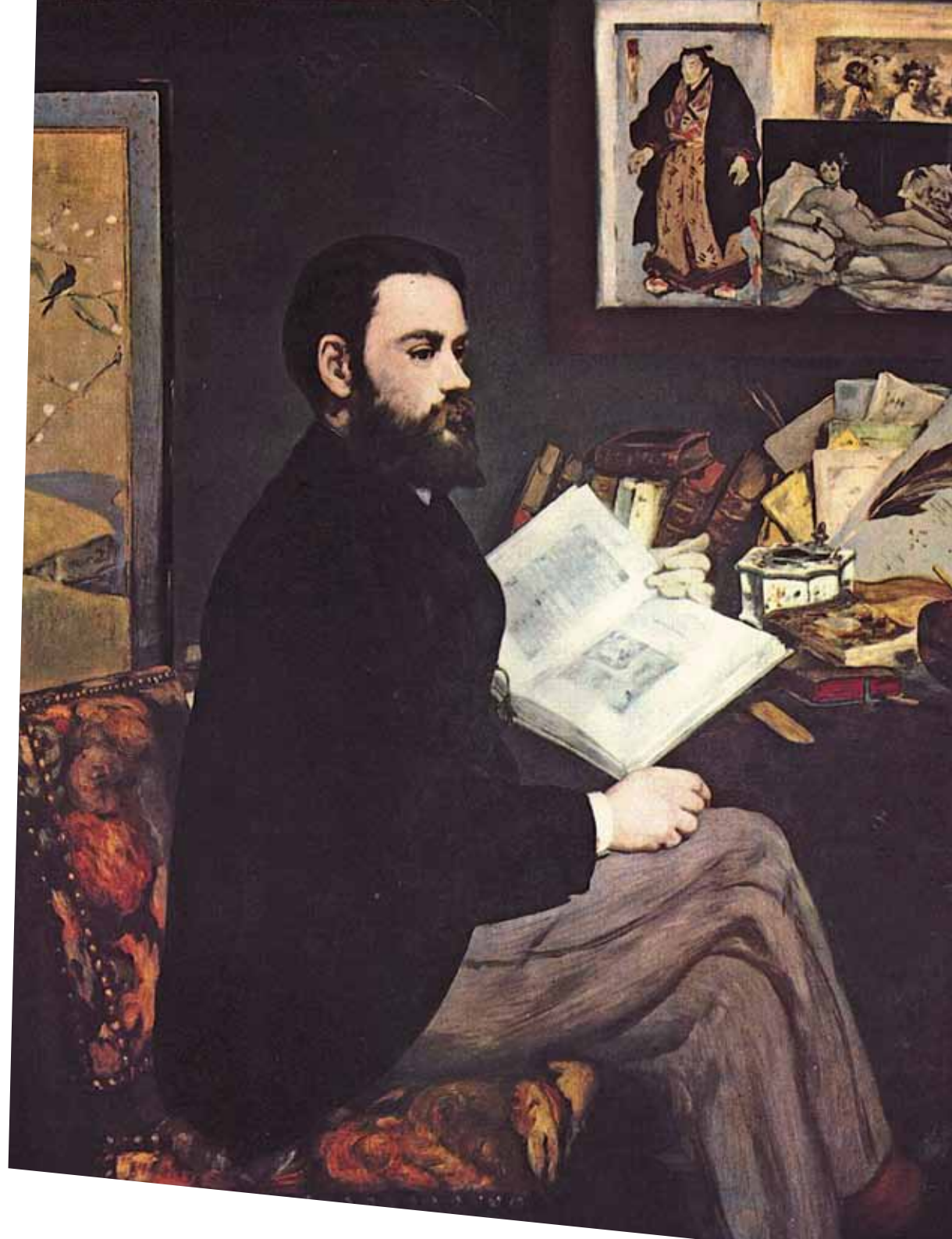


«N'était-ce pas une création étonnante?  
Le grand magasin bouleversait  
le marché, il transformait Paris,  
car il était fait de la chair  
et du sang de la femme.»

Émile Zola «*Au bonheur des dames*»

## EMILE ZOLA TÉMOIN DE SON TEMPS

**L**e Bon Marché était un palais de verre, dessiné par Louis Boileau, grâce aux structures métalliques conçues par l'ingénieur Gustave Eiffel. La nouvelle technique de construction qui aboutira à la Tour Eiffel en 1889 fut expérimentée ici: des escaliers immenses montaient majestueusement d'étage en étage, des lustres électriques, des dômes de verre et des miroirs sans fin apportaient la lumière, et les baies vitrées offraient aux regards les produits et les clientes elles-mêmes. Le résultat était si impressionnant qu'il inspira artistes et écrivains. Émile Zola écrit *Au bonheur des dames*, un best-seller au XIX<sup>e</sup> siècle. Zola passa des jours à interroger d'anciennes vendeuses, des clientes, des ingénieurs, et les propriétaires eux-mêmes, avant de faire du magasin une allégorie du progrès.



## FICHE TECHNIQUE

**Un film de** Christine Le Goff et Sally Aitken

**Sur une idée originale de** Sylvia Sagona

**Commentaire écrit par**

Christine Le Goff et Flore Kosinetz

**Dit par** Olivia Brunaux

**Directeur photo** Mathieu Czernichow

**Chef décoratrice** Anne Seibel

**Chef costumière** Claire Gérard-Hirne

**Musique originale** Caitlen Yeo

**Chargée de mission aux archives  
du Bon Marché** Monica Burckhardt

AVEC

**Aristide Boucicaut** Grégoire Bonnet

**Mme Dornant** Sarah Stern

**Mme Riencourt** Charline Paul

**Mme de Vauboïs** Sandra Valentin

**Mlle Martin** Lucile Krier

**Maillard** Niels Dubosc

**Boileau** Horacio Levin

**Eiffel** Michel Bizot

**Marguerite Boucicaut**

Nathalie Ropert-Donders

**Une coproduction**

**ARTE France**

Unité de programme

Découverte et Connaissance / Hélène Coldefy

Chargée de programmes / Nathalie Verdier

**TELFRENCE**

Christophe Nobileau

**ESSENTIAL MEDIA and ENTERTAINMENT**

Chris Hilton

**Productrices**

Christine Le Goff et Sonja Armstrong

**En association avec**

PLANETE

SBS Australie

**Avec le soutien de**

Centre National de la Cinématographie,

Screen Australia Screen NSW



«Au Bonheur des Dames, l'invention du grand magasin» sera présenté en avant-première au public participant aux Journées Particulières LVMH les 15 et 16 octobre prochains.

Les projections du film auront lieu au 3<sup>e</sup> étage du Bon Marché Rive Gauche, dans la grande salle du conseil au style Art Déco, habituellement fermée au public.

Conditions d'inscription sur [lesjourneesparticulieres.fr](http://lesjourneesparticulieres.fr)

## ARTE WEB

Revivez les déambulations quotidiennes de la bourgeoise parisienne du XIX<sup>e</sup> siècle avec l'historienne Sylvia Sagona. Des pérégrinations en images, du parc Monceau à l'Opéra, après un crochet par l'Exposition universelle et une halte dans les grands magasins...

Testez vos connaissances sur la vie parisienne, les loisirs et modes de consommation sous le Second Empire et gagnez des lots offerts par Le Bon Marché.

[arte.tv/grands-magasins](http://arte.tv/grands-magasins)



LE BON MARCHÉ RIVE GAUCHE - PARIS

# LE BON MARCHÉ RIVE GAUCHE AUJOURD'HUI, BIENTÔT 160 ANS D'EXISTENCE



Après la grande ère Boucicaut, suivie d'une longue période de déclin, le rachat par LVMH du Bon Marché à la fin des années 1980 a marqué un véritable tournant dans l'histoire de cet endroit mythique. Un nouveau management opte pour une réorganisation totale du magasin autour d'une idée alors inédite en France : des espaces pensés comme des modes de vie. L'ambition est de faire du Bon Marché un lieu unique qui cultive une identité singulière. Sélectivité, créativité et esthétisme s'inscrivent alors comme des priorités. Le Théâtre de la Beauté, l'Appartement de Mode, La Maison d'Édition et La Grande Épicerie de Paris... Chaque univers séduit à sa manière, singulière et personnelle. À la frontière du 6ème et 7ème arrondissement de Paris, caressant Saint-Germain-des-prés, un quartier dont les arts et les lettres sont à l'honneur, Le Bon Marché d'aujourd'hui reflète à lui seul le fameux esprit Rive Gauche : une ouverture sur le monde, un goût pour la culture, une tradition sans cesse revisitée... Ici, pas d'explosion de l'offre, pas de frénésie de consommation, pas de nouveauté pour la nouveauté.

Les marques les plus prestigieuses du monde du luxe, de Louis Vuitton à Dior en passant par Chanel, accueillent les clients

du Bon Marché dès leur entrée dans de véritables petites boutiques. Mais Le Bon Marché ne se contente pas de proposer les noms les plus célèbres, il cherche également les plus créatifs des créateurs et les grands noms de demain, dans le monde de la mode, du design ou de la beauté. Son ambition : apporter le meilleur des marques à une clientèle choisie... une clientèle d'amateurs éclairés.

Et comme à son origine, l'art et la culture accompagnent Le Bon Marché. Au fil des saisons, le magasin vibre au rythme d'expositions, d'installations, d'ateliers d'art, de rencontres littéraires et de manifestations culturelles... Le Bon Marché se fait alors lieu de découverte. On ne vient plus seulement dans le magasin pour faire son shopping, on vient aussi prendre son temps, flâner, vibrer, ressentir l'époque et savoir la décrypter. Mode, cinéma, design... sont les thèmes de prédilection du Bon Marché. Jusqu'au 15 octobre 2011 l'exposition «So London» met non seulement en avant une sélection pointue

des dernières tendances londoniennes mais aussi les expositions culturelles de deux Britanniques emblématiques, Bryan Ferry et Martin Parr. En 2012 Le Bon Marché Rive Gauche fêtera ses 160 ans.

■ L E  
B O N  
M A R  
C H É  
RIVE GAUCHE



HENRI GERVEX  
CINQ HEURES CHEZ PAQUIN - 1906 (COLLECTION PARTICULIÈRE)

**CONTACT PRESSE**

NADIA REFSI / MARIE-CHARLOTTE FERRÉ / 01 55 00 70 23 / 73 25  
n-refsi@arteFrance.fr / mc-ferre@arteFrance.fr

En partenariat avec **LEEXPRESS** *Styles*

Dossier spécial sur [arte.tv/grands-magasins](http://arte.tv/grands-magasins)