

Colloque

« Les métamorphoses de la distribution de la fin du XIXe siècle à nos jours : l'entreprise Casino au miroir de la branche à l'échelle internationale »

Jeudi 19-vendredi 20 novembre 2020

Saint-Étienne, Loire

Appel à communications

En 2016, le Groupe Casino confie en dépôt à la Ville de Saint-Étienne son patrimoine historique : une collection de 200 objets, 5000 films et 200 mètres linéaires d'archives est déposée respectivement au Musée d'art et d'industrie, à la Cinémathèque et aux Archives municipales.

A la suite des ces dépôts deux expositions ont été présentées :

- *Inventaire ! Casino et Saint-Étienne aux archives municipales d'octobre 2018 à septembre 2019*
- *Vendre de tout, être partout. Casino au musée d'art et d'industrie de mars 2019 à janvier 2020*

Ces expositions sont ponctuées par une importante programmation, notamment de projections à la cinémathèque, et de diverses actions de médiation (ateliers d'écritures, lotobingo culturel, conférences, etc.).

Afin de coordonner ces actions, un conseil scientifique composé d'universitaires et de représentants des institutions patrimoniales a été mis en place ; il a notamment permis de nourrir une partie des expositions et la publication accompagnant celle présentée au Musée d'art et d'industrie ; il est porteur de cet appel à communications.

L'histoire des entreprises a longtemps été dominée en France par l'histoire de l'industrie, des banques et des compagnies de transport. Les entreprises commerciales et leurs dirigeants et leur personnel restaient, au travail pionnier d'un historien américain près¹, plutôt dans l'ombre. Le Congrès international d'histoire des entreprises en France qui vient de se tenir à Paris ne comprenait encore aucune session consacrée spécifiquement au commerce. Le *Dictionnaire historique des patrons français* paru en 2010² ne comptait, sur quelque trois cents notices biographiques, qu'une douzaine pouvant être associées au commerce ou à la distribution, et encore cette proportion devait beaucoup à l'engagement personnel du principal porteur du projet, Jean-Claude Daumas, sur ce sujet. Les ouvrages cités sont plutôt l'œuvre de journalistes³, avec des

¹ Michael B. Miller, *Au Bon Marché. 1869-1920, Le consommateur apprivoisé*, Paris, A. Colin, 1987.

² Jean-Claude Daumas (dir., avec Alain Chatriot, Danièle Fraboulet, Patrick Fridenson, Hervé Joly), Paris, Flammarion.

³ Frédéric Carluet-Lossouarn, *L'Aventure des premiers supermarchés*, Cesson-Sévigné, Linéaires, 2007 ; du même, *Leclerc : enquête sur un système. Dans les coulisses du premier épiciers de France*, Rennes, Éditions Bertrand Gobin, 2008 ; Hervé Paturle, *Marcel Fournier, l'hyperman. Il était une fois l'homme qui inventa la grande distribution*, Paris, La

titres qui révèlent une orientation plutôt vers la saga ou la quête de « révélations », d'acteurs de la profession⁴, de spécialistes de sciences de gestion⁵ ou de sociologues⁶. Du côté des historiens, on a dû longtemps se contenter de quelques mémoires de maîtrise, spectaculairement concentrés dans les mêmes années⁷, ou d'articles pionniers⁸. Dans un article bilan de 2006, Alain Chatriot et Marie-Emmanuelle Chessel pouvaient constater que l'histoire de la distribution restait « un chantier inachevé »⁹ : si la première révolution commerciale qu'a constitué la fondation, dans les années 1820-1860, des premiers « magasins de nouveauté » a fait l'objet de divers travaux, celles ultérieures du développement des magasins à succursales dans les années 1880-1920, des magasins à prix unique, apparus en France dans les années 1930 comme réponse à la crise sous influence américaine, des supermarchés et des hypermarchés au cœur des Trente Glorieuses étaient beaucoup moins étudiées.

Entre-temps, l'historiographie a beaucoup progressé. Jean-Claude Daumas a publié une grande synthèse sur l'histoire de la consommation en France qui traite des transformations de l'offre¹⁰. Plusieurs travaux universitaires, parfois au long cours, viennent, dans une spectaculaire concentration, d'être soutenus, à défaut d'être encore

Martinière, 2005 ; Bertrand Gobin, *Le Secret des Mulliez. Révélations sur le premier empire familial français*, Rennes, La Borne Seize, 2006.

⁴ Claude Sordet, Jean-François Wantz, *Paul-Louis Halley, De Promodès à Carrefour*, Paris, Éditions de l'Organisation, 2004.

⁵ Christian Lhermie, *Carrefour ou l'invention de l'hypermarché*, Paris, Vuibert, 2001.

⁶ Vincent Chabault, *La FNAC, entre commerce et culture. Parcours d'entreprise, parcours d'employés*, Paris, PUF, 2010.

⁷ Philippe Verheyde, « Les Galeries Lafayette 1899-1955 : histoire économique d'un grand magasin », Université Paris VIII (dir. Michel Margairaz), 1990 ; Jean-Marc Villermet, « Au Carrefour d'une révolution : la naissance de l'hypermarché, 1959-1963 », Université de Savoie (dir. André Palluel-Guillard), 1992 (précédé de la publication d'un livre, *Naissance de l'hypermarché*, Paris, A. Colin, 1991) ; Jean-Philippe Camborde, « La Maison Félix Potin (1844-1924), université Paris VII (dir. Michelle Perrot), 1992 ; Caroline Desaegher, « De la boutique à l'hypermarché : le commerce de détail en France (1945-1990) », Université Charles de Gaulle Lille 3 (dir. Emmanuel Chadeau), 1993.

⁸ Emmanuel Chadeau, « Entre familles et managers : les grandes firmes de commerce de détail en France depuis 1945 », *Revue du Nord*, LXXV, n° 300, avril-juin 1993, p. 377-400 ; Michelle Zancarini-Fournel, « À l'origine de la grande distribution, le succursalisme : Casino Saint-Étienne », *Entreprises et histoire*, n° 4, novembre 1993, p. 27-39 ; Jean-Claude Daumas, « Consommation de masse et grande distribution. Une révolution permanente (1957-2005), *Vingtième siècle. Revue d'histoire*, n° 91, 2006, p. 57-76 ; du même, « L'invention des usines à vendre. Carrefour et la révolution de l'hypermarché », *Réseaux*, vol. 24, n° 135-136, 2006, p. 59-91.

⁹ Alain Chatriot, Marie-Emmanuelle Chessel, « L'histoire de la distribution : un chantier inachevé », *Histoire, économie et société*, I, 2006, p. 67-82.

¹⁰ Jean-Claude Daumas, *La Révolution matérielle. Une histoire de la consommation. France XIXe-XXe siècle*, Paris, Flammarion, 2018, « L'âge d'or des grands magasins », p. 129-133 ; « Vendre au plus grand nombre », p. 256-260 ; « La révolution des grandes surfaces », p. 318-326.

publiés, sur les magasins de meubles¹¹, les Galeries Lafayette et la mode¹², le distributeur Leclerc¹³, les politiques publiques à l'égard du petit commerce et de la grande distribution¹⁴, et Casino comme entreprise succursaliste¹⁵.

L'accès aux archives dans ce secteur a longtemps été un obstacle pour les historiens, qui explique que beaucoup de travaux de maîtrise n'ont pas été prolongés. Seules les archives historiques du Printemps figurent dans la rubrique Entreprises de l'annuaire des Archives de France. Aux Archives nationales du monde du travail à Roubaix, dédiées à la collecte des archives d'entreprises, on ne relève guère que des fonds lacunaires de grands magasins – La Belle Jardinière et Aux Trois Quartiers avec des seuls catalogues, Aux Dames de France avec des pièces comptables –, de petites coopératives de consommation du Nord de la France, ainsi que les papiers personnels d'Étienne Thil, premier directeur marketing de Carrefour. On mesure ainsi l'importance que revêt le versement récent du fonds Casino, qui vient d'obtenir le classement « archives historiques » par le ministère de la Culture, aux archives municipales de Saint-Étienne pour la recherche.

Ce double dynamisme, historiographique et archivistique, incite à consacrer une manifestation scientifique inédite en France à l'histoire des entreprises commerciales de la fin du XIXe siècle à nos jours, avec toutes ses révolutions successives. Partir de l'entreprise Casino fondée en 1898 permet d'en aborder tous les aspects, puisque les activités du groupe recoupent historiquement aussi bien le succursalisme des origines, les magasins à prix unique avec l'intégration de Monoprix, les supermarchés, les hypermarchés, le hard-discount avec la chaîne Leader Price, jusqu'aux évolutions récentes vers les magasins de proximité et le commerce en ligne. Le colloque comportera quatre dimensions, qui seront autant de sessions d'une demi-journée :

1) Les formes de l'entreprise :

Les grandes entreprises du commerce et de la distribution ont longtemps été et sont encore pour une partie d'entre-elles (Galeries Lafayette, Leclerc, Auchan, etc.) pour l'essentiel des entreprises familiales. Mais, d'une part, les trajectoires familiales sont loin de se réduire à la loi des trois générations avec le fondateur qui crée, la deuxième génération qui développe et de la troisième qui cède ou coule. Beaucoup d'héritiers d'affaires familiales, à l'image d'Antoine Guichard (Casino), de Marcel Fournier (Carrefour) ou de Gérard Mulliez (Auchan) sont de véritables « refondateurs » qui ont donné une nouvelle dimension à leur entreprise.

¹¹ Philippe Verheyde, « Au Bonheur des Meubles (Galeries Barbès, Bleustein & Léviton 1880-1980). Un essai de biographie d'entreprises », mémoire inédit d'habilitation à diriger des recherches, Université de Rouen, 2018.

¹² Florence Brachet, « Créer c'est avoir vu le premier. Les Galeries Lafayette et la mode (1893-1969) », thèse de doctorat (dir. Patrick Fridenson), EHESS, 2018.

¹³ Anaïs Legendre, « Premier centre distributeur au Mouvement E. Leclerc : invention d'un modèle original de distribution (1949-2003) », thèse de doctorat (dir. Éric Bussière), Université de Paris-Sorbonne, 2017.

¹⁴ Tristan Jacques, « L'État, le petit commerce et la grande distribution, 1945-1996 : une histoire politique et économique du remembrement commercial », thèse de doctorat (dir. Michel Margairaz), Université Paris I Panthéon-Sorbonne, 2017.

¹⁵ Olivier Londeix, « Du client au consommateur : Casino, une chaîne succursaliste alimentaire française (1898-1960) », thèse de doctorat (dir. Sabine Effosse), Université Paris Nanterre, 2018.

D'autre part, il existe des modèles concurrents importants, comme des coopératives de commerçants (Docks rémois, L'Allobroge, plus récemment Système U, Intermarché, etc.), ou de consommateurs (Coop) qui méritent d'être aussi étudiés. Dans quelle mesure les contraintes capitalistes pèsent-elles sur l'évolution et la survivance des différentes formes d'entreprises? De quelle manière les gouvernances familiales se sont-elles construites et ont-elles évolué? Il convient aussi de distinguer les groupes selon les différents modèles d'organisation interne, des entreprises succursalistes intégrées de la production à la vente aux simples centres distributeurs pour magasins franchisés. La question des relations avec les différents catégories de fournisseurs, et de l'évolution des rapports de forces avec les industriels ou les agriculteurs qu'entraîne la concentration de la grande distribution, est enfin essentielle.

2) La relation aux territoires :

Les grands groupes actuels de distribution ont aujourd'hui une implantation plus ou moins uniforme sur le territoire national et, à défaut d'une couverture mondiale, des prolongements dans plusieurs pays ou continents. Historiquement, les entreprises, avec des origines souvent – à la différence des grands magasins du XIXe siècle – provinciales à l'image de Casino, avaient souvent des activités régionales qui se sont progressivement élargies par essaimage ou rachats. Quelles relations établissaient-elles avec ces territoires? Dans quelle mesure la concurrence était-elle régulée par des partages plus ou moins concertés? Pouvait-on aboutir à des situations de quasi-monopoles? Dans quelle mesure les interventions législatives successives de l'État ont-elles pesé dans ce paysage? L'Empire colonial a-t-il été ensuite un territoire de conquête pour les entreprises? Par ailleurs, selon quelles logiques et modalités se sont faites les pénétrations de marchés étrangers? Quelles économies d'échelle ou d'envergure (*scale and scope*) peuvent, au niveau des achats notamment, être générées par des implantations aussi distantes? Quelle place ont-elles occupé et occupent-elles encore sur ces territoires? Quelle relation entretiennent-elles avec leur ancrage/héritage territorial?

3) Les formes de vente et de consommation :

Si elles déposent rarement des brevets, les entreprises de commerce et de distribution ont été à l'origine de nombreuses innovations qui ont marqué la vie quotidienne des consommateurs, rayons libre-service, affichage des prix, vente à crédit, catalogues, prospectus, slogans radiophoniques, caisses enregistreuses, caddies, produits préemballés, cartes de fidélité, cafétérias, commerce de périphérie, parkings, etc. D'une part, comment ces innovations se sont-elles diffusées? Quelle est la part des inventions françaises? On insiste souvent sur l'importance du modèle américain, notamment dans les années 1950 pour le supermarché. Existe-t-il des modèles concurrents, comme celui allemand pour la hard-discount? D'autre part, le consommateur n'est-il qu'un acteur passif façonné par le distributeur et ses outils de communication? Ou celui-ci doit-il au contraire constamment s'adapter aux évolutions des attentes d'un consommateur changeant, comme le montre les difficultés récentes du format hypermarché?

4) Le personnel

Les entreprises industrielles ont leurs formations dédiées, des collèges techniques aux écoles d'ingénieurs, avec leurs métiers associés bien reconnus. La vente apparaît

comme un univers professionnel moins normé. Les écoles supérieures de commerce n'ont ainsi pas pour débouchés privilégiés les maisons de commerce. Le commerce a l'image, à tous les niveaux, d'un monde largement peuplé historiquement d'autodidactes. Quand est-il véritablement ? On trouve aujourd'hui des diplômés d'HEC, et même des énarques inspecteurs des Finances parmi les PDG de la distribution. Dans quelle mesure les entreprises s'engagent-elles dans la formation interne ou externe de leur personnel ? D'autre part, dans quelle mesure celui-ci est-il fidèle ou volatile ? On sait que les entreprises industrielles doivent faire des efforts pour fixer leur personnel, dans des lieux parfois ingrats, en lui offrant transport, logement, soins, loisirs, etc. Qu'en est-il pour les entreprises commerciales ? Ont-elles moins de contraintes, avec des implantations par nature à proximité des habitants ? Dans quelle mesure utilisent-elles la facilité d'accorder des avantages commerciaux à leur personnel ? Autre particularité du secteur, si les contremaîtres de l'industrie ont été souvent étudiés, les entreprises commerciales génèrent tout un corps de cadres intermédiaires, directeurs de succursales et chefs de rayon, dont le degré d'autonomie mérite d'être interrogé. De même, à l'image des catégories très différentes d'ouvriers dans l'industrie, comment se répartissent les employé(e)s selon les degrés de qualification ? Quelle place plus ou moins dominée occupent les femmes dans ces entreprises, de la veuve Geoffroy Guichard, qui préside le conseil de surveillance de Casino, aux emplois subalternes dans la manutention, en passant par les épouses non déclarées des gérants de succursales. Autre question importante, comment fonctionne la communication interne entre les différentes catégories de personnel dans des entreprises par essence décentralisées ?

Le colloque s'efforcera de répondre à ces questions, en accueillant des travaux qui traiteront de toutes approches, périodes ou terrains français ou étrangers. Les langues de travail seront le français et l'anglais. Il se tiendra à Saint-Étienne sur deux journées.

Les frais de voyage, au moins sur le continent européen, et de séjour des participants seront pris en charge par les organisateurs.

Les propositions sont à envoyer, sous la forme d'un titre de communication, d'un résumé de 2000 signes maximum et d'un bref CV, **avant le 15 janvier 2020 à archives@saint-etienne.fr**

Organisateurs : Anne-Céline Callens, Michel Depeyre, Hervé Joly, Cyril Longin.

avec le soutien de l'Université Jean Monnet Saint-Étienne (avec les laboratoires EVS et CIEREC), de la Ville de Saint-Etienne et du groupe Casino.

Conseil scientifique :

Hervé Joly (directeur de recherche au CNRS, Laboratoire Triangle, Université de Lyon), président

Aurélié Brayet (docteur en histoire des techniques, chercheur associé RECITS, Université de technologie de Belfort-Montbéliard)

Anne-Céline Callens (maître de conférences en sciences de l'art, Université Jean Monnet, CIEREC)

Brigitte Carrier-Reynaud (maître de conférences, Université Jean Monnet, EVS)

Pascal Charroin (maître de conférences en STAPS, Université Jean Monnet, L-VIS)

Jean-Claude Daumas (professeur émérite, Université de Franche-Comté)

Gilbert Delahaye (directeur des projets transverses RSE, Groupe Casino)

Michel Depeyre (maître de conférences, Université Jean Monnet, EVS)

Simon-Pierre Dinard (directeur des Archives départementales de la Loire)

Laurent Ducol (directeur de Saint-Gobain archives)

Pierre-Régis Dupuy (Archives municipales de Saint-Etienne)

Sabine Effosse (professeure, Université Paris Nanterre, IDJES)

Stéphane Le Bras (maître de conférences, Université de Clermont-Auvergne, CHEC)

Cyril Longin (directeur des Archives municipales de Saint-Etienne)

Chloé Mercier (Musée d'art et d'industrie)

Michael Miller (professeur, Université de Miami, Etats-Unis)

Marie-Caroline Janand (directrice des musées de Saint-Étienne)

Joël Jornod (chargé de cours à l'Université de Fribourg, responsable du Centre jurassien d'archives et de recherches économiques-CEJARE, Suisse)

Antoine Ravat (Cinémathèque)

Hélène Rival (doctorante en esthétique et sciences de l'art, Université Jean Monnet, CIEREC)

Luc Rojas (Université Jean Monnet)

Mark Spoerer (professeur, Université de Ratisbonne, Allemagne)

Jean-Michel Steiner (docteur en histoire)

Antoine Vernet (docteur en histoire, laboratoire Triangle, Université de Lyon)

Michelle Zancarini-Fournel (professeure émérite, Université Claude Bernard Lyon 1, LARHRA)