

Conférence-projection par
Bernadette Givre

L'aventure des grands magasins parisiens



Jusqu'à la moitié du XIX^e siècle, dans leurs boutiques aux noms pittoresques, les commerçants fixent leurs prix « à la tête du client » et la concurrence est alors quasi inexistante.

Sous le Second Empire, l'haussmannisation des villes, le développement d'une large clientèle bourgeoise, la concentration ferroviaire qui draine vers Paris les acheteurs provinciaux, les transformations du système bancaire permettent de créer un autre type de négoce : le Grand Magasin, offrant sous un même toit, des marchandises variées, de la mode aux dernières innovations techniques.

Doués d'un esprit visionnaire exceptionnel, leurs fondateurs tels Boucicaut ou Cognacq, édifient les premiers grands magasins en introduisant de nouvelles pratiques commerciales qui remettent en cause les usages traditionnels : on trouve des prix fixes, on entre et circule librement dans le magasin, on peut même échanger une marchandise. Et pour séduire le client, il s'y passe « tous les jours quelque chose »

C'est ainsi que naît la société de consommation...