

**Bonjour Je recherche des informations en ligne sur les grands magasins et magasins populaires. Aucune bibliographie mais des adresses de sites qui racontent leur histoire, leurs concepts, leurs valeurs etc. et des articles de presse.**

Réponse apportée le **09/15/2009** par PARIS Bpi – Actualité, Art moderne, Art contemporain, Presse

Bonjour,

Notre recherche ne nous a pas permis de trouver de sites consacrés à l'histoire et au concept des magasins accessibles gratuitement du moins, juste les sites institutionnels des grandes enseignes que vous signalez avoir déjà consultés. Très peu voire pas d'articles de presse en ligne, seulement des références qui ne vous seront peut-être pas très utiles!

Par exemple, une recherche dans la base Bpi-Doc donne 75 références recherche avec les termes « grands magasins » (base de presse constituée par la Bpi qui propose les références d'une sélection d'articles issus de la presse française sur les questions d'actualité sociale et culturelle en France et dans le monde)

Les dispositions en matières de droits de reproduction de

documents au sein de la Bpi ne nous permettent ni de vous proposer la consultation à distance des articles eux-mêmes, ni de vous en fournir une copie à distance.

En voici les 20 premières:

1 09/04/2009 MONDE (LE) En 2009, le Japon connaîtra la pire récession des pays industrialisés 2

2 01/02/2009 MONDE (LE) Les jeunes couturiers restent à la porte des grands magasins 1

3 28/11/2008 MONDE (LE) La crise porte le coup de grâce aux magasins britanniques Woolworths 1

4 19/06/2008 FIGARO ECONOMIE (LE) SFR ouvre un temple de la musique 2

5 13/06/2008 FIGARO (LE) On demande le luxe au 2e étage (du Printemps) 2

6 12/06/2008 MONDE (LE) Les achats de textile font les frais des arbitrages de consommation des Français 1

7 30/04/2008 FIGAROSCOPE L'art en vitrine 1

8 06/02/2008 FIGARO (LE) Le Printemps se remet dans les starting-blocks 1

9 21/01/2008 FIGARO ECONOMIE (LE) Le BHV ferme deux magasins en région parisienne 1

10 31/12/2007 FIGARO (LE) Harrods, temple de l'opulence et du spectacle 2

11 28/12/2007 FIGARO (LE) A Moscou, le Goum dans un mouvement perpétuel 2

12 27/12/2007 FIGARO (LE) A Tokyo, Isetan, un moderne chez les anciens 2

13 10/10/2007 TELERAMA Ma vie 1

14 28/09/2007 FIGARO ECONOMIE (LE) la seconde jeunesse des grands magasins 2

15 24/11/2006 LIBERATION Quand Grand Magasin se souvient 1

16 09/05/2006 FIGARO (LE) La bataille des grands magasins à Tokyo 1

17 01/11/2005 EXPANSION (L') La Samaritaine 2

18 23/07/2005 FIGARO (LE) Le plan de LVMH pour fermer la Samaritaine 1

19 21/07/2005 MONDE (LE) La Samaritaine ferme ses portes pour

six ans afin de réaliser les travaux nécessaires sa  
réouverture 1

20 07/07/2005 MONDE (LE) Les grands magasins à la recherche  
d'un nouveau souffle 2

Autre ressource pour des articles, la base de sciences  
humaines du CNRS ( base payante à laquelle la Bpi est abonnée)  
Interrogation de Francis

Résultats de votre recherche: from 3 [grand magasin.df. and  
french.lg.]

Résultats affichés : 1-8

Résultat 1.

Faut-il sacrifier sa vie personnelle et celle de ses  
collaborateurs ? Le cas de la grande distribution  
BAREL, Yvan [b1], FREMEAUX, Sandrine [b2] Accéder à...

Original Title Faut-il sacrifier sa vie personnelle et celle  
de ses collaborateurs ? Le cas de la grande distribution

Author BAREL, Yvan [b1]; FREMEAUX, Sandrine [b2]

Abstract (French) Alors que l'équilibre entre les vies  
professionnelle et personnelle devient une préoccupation  
essentielle pour les jeunes salariés, la grande distribution  
reste un secteur où le sacrifice de la vie personnelle est un  
comportement apparemment requis pour progresser dans la  
hiérarchie. À une époque où le secteur connaît des difficultés  
à recruter et à fidéliser les jeunes diplômés, on peut  
s'interroger sur la pertinence d'une valorisation exclusive de  
la disponibilité au travail. S'appuyant notamment sur des  
entretiens effectués auprès d'un échantillon de 22 salariés  
d'un hypermarché, cette étude montre que la mise en place  
d'une politique plus respectueuse des contraintes de la vie  
personnelle constituerait un levier de mobilisation qui  
pourrait même s'avérer plus efficace que celui de la promotion  
interne. Une telle politique du personnel permettrait  
également de faire des postes de chef de rayon et de chef de  
secteur des objectifs plus attrayants pour les jeunes

diplômés.

Source Humanisme et entreprise (Paris). 2008 (290) : pp. 1 – 18 [18 p.]

Publication Type article Update Code 20090814

Résultat 2.

Organisation du travail et emploi des femmes dans le grand commerce : l'exemple du Grand Bazar de Lyon, 1886-1974 : Les incidences inattendues des transformations organisationnelles sur le travail

BEAU, Anne-Sophie [b1, b2] Accéder à...

Original Title Organisation du travail et emploi des femmes dans le grand commerce : l'exemple du Grand Bazar de Lyon, 1886-1974 : Les incidences inattendues des transformations organisationnelles sur le travail

Translated Title Labour organisation and women's employment in department stores The Grand Bazar in Lyons, 1886-1974 : The unexpected incidences of the organizational transformations on work

Author BEAU, Anne-Sophie [b1, b2]

Abstract (French) Cet article montre comment la main-d'oeuvre du Grand Bazar de Lyon, majoritairement masculine au XIX<sup>e</sup> siècle, est devenue presque exclusivement féminine un siècle plus tard. Confirmant ce que d'autres études ont montré pour d'autres secteurs d'activité, c'est l'évolution de l'organisation du travail qui est à l'origine de cette évolution : les femmes ne « remplacent » jamais les hommes, mais sont bien recrutées sur des postes nouveaux, apparus au moment où la division du travail est modifiée et qui sont alors définis comme « féminins ». Pour comprendre comment fonctionne la sexuaction des postes de travail, il faut néanmoins sortir du cadre de l'entreprise et faire appel à la construction sociale des compétences attribuées à chaque sexe. Cette histoire offre également l'occasion de retracer l'histoire de l'organisation du travail dans le grand commerce sur un siècle, dont l'évolution est étroitement liée à la santé économique de l'entreprise.

Source Le Mouvement social. 2006 (217) 11-31, 119 [22 p.]

Publication Type article Update Code 200700

### Résultat 3.

Grande distribution : vers la communication globale

DREYFUS, J.-L. [b1] Accéder à...

Original Title Grande distribution : vers la communication globale

Translated Title Mass marketing : towards the global communication

Author DREYFUS, J.-L. [b1]

Abstract (French) Soumise à une concurrence intense, dont le rapprochement Carrefour-Promodes et l'inquiétude provoquée par l'arrivée possible du géant américain Wal-Mart sont des manifestations évidentes, la distribution française se doit d'optimiser toutes ses pratiques managériales. Parmi celles-ci, la communication est appelée à jouer un rôle majeur pour dialoguer avec des consommateurs matures qui demandent une relation plus personnalisée et pour prendre efficacement la parole à la place de producteurs dont le poids est déclinant dans le rapport de force avec les distributeurs. Les mises en cause concernant l'impact économique et social plus ou moins positif de la grande distribution sur l'ensemble de la société rendent encore plus inéluctables certaines évolutions communicationnelles

Source Communication et langages. 1999 (122) : pp. 103 – 117

Publication Type article Update Code 200000

### Résultat 4.

Au Bonheur des Dames : le magazine féminin d'un magasin imaginaire

Correspondances inédites

LE BAIL, S., PAGES, A., BECKER, C. [a1], ZVIGUILSKY, A., GUERMES, S., FORNASIERO, J. [a2], OBERLE, C., MESSA VISMARA, E., PICOU, S., SANDERS, J. B. [a3] Accéder à...

Original Title Au Bonheur des Dames : le magazine féminin d'un magasin imaginaire. Correspondances inédites

Translated Title Au Bonheur des Dames: woman's magazine of an imaginary store. Unpublished correspondence

Author LE BAIL, S.; PAGES, A.; BECKER, C. [a1]; ZVIGUILSKY, A.; GUERMES, S.; FORNASIERO, J. [a2]; OBERLE, C.; MESSA VISMARA, E.; PICOU, S.; SANDERS, J. B. [a3]

Abstract (French) A la suite de quelques remarques concernant Au Bonheur des Dames, l'A. conclut que Zola a voulu à travers ce roman, destiné aux femmes, faire « le poème de l'activité moderne » sous la configuration d'un magazine qui, comme le grand magasin, est nouveau et moderne.

Source Les Cahiers naturalistes. 1999 vol. 45 (73) : pp. 195 – 197

Publication Type article Update Code 200000

#### Résultat 5.

Images et mythes dans Au Bonheur des Dames de Zola et dans Au Bonheur des Ogres de Pennac

DESGRE, S. Accéder à...

Original Title Images et mythes dans Au Bonheur des Dames de Zola et dans Au Bonheur des Ogres de Pennac

Translated Title Images and myths in Zola's Au Bonheur des Dames and in Pennac's Au bonheur des Ogres

Author DESGRE, S.

Abstract (French) I. Une nouvelle race de Magasins : des machines infernales ; des matières premières de choix. II. Un aspect tératologique : l'image de l'ogre ; le sacrifice rituel. III. Une métaphore religieuse : le temple païen ; la Tour de Babel.

Source Recherches sur l'imaginaire. 1997 (27) : pp. 569 – 583

Publication Type article Update Code 200100

#### Résultat 6.

Gestion du temps de travail : Nouvelles Galeries.

JACOB, F. Accéder à...

Original Title Gestion du temps de travail : Nouvelles Galeries.

Author JACOB, F.

Abstract (French) Le sujet traité ici est celui de la détermination de la méthode optimale de gestion du temps de travail du personnel des Nouvelles Galeries. Etude basée sur une enquête auprès des personnels des services paie et personnel au sujet du fonctionnement et des besoins de ces services et des résultats attendus de l'informatisation du système de pointage.

Source 1989 [107 p.]

Publication Type thesis Update Code 199000

Résultat 7.

Boucicaut, Chauchard et les autres. Fondateurs et fondation des premiers grands magasins parisiens

BOURIENNE, V. Accéder à...

Original Title Boucicaut, Chauchard et les autres. Fondateurs et fondation des premiers grands magasins parisiens

Author BOURIENNE, V.

Abstract (French) Biographie des créateurs des grands magasins parisiens : état civil, famille, formation et débuts professionnels, carrière et entreprise, notabilité (opinions et fonctions politiques, décorations...), fortune au décès

Source Paris et Ile-de-France, Mémoires. 1989 vol. 40 : pp. 257 – 335

Publication Type article Update Code 199000

Résultat 8.

Application du concept de styles de vie en marketing – Le cas des Galeries Lafayette.

HELIES-HASSID, M.L. Accéder à...

Original Title Application du concept de styles de vie en marketing – Le cas des Galeries Lafayette.

Author HELIES-HASSID, M.L.

Abstract (French) Après un bref rappel du concept de style de vie et de ses domaines d'utilisation en marketing, ce cahier présente un exemple d'application récent dans le domaine de la distribution: Le cas des Galeries Lafayette qui ont axé leur stratégie commerciale sur une telle approche du marché. Cet

exemple permet de mettre en évidence l'intérêt pratique de la méthode mais aussi ses limites intrinsèques et celles de son champ d'application.

Source 1988 [16 p.] Publication Type report Update Code 198800

La même recherche dans la base Delphes (Bibliographie d'articles parus depuis 1997 dans plus de 700 revues économiques et professionnelles réalisée par la Chambre de commerce et d'industrie de Paris. Mise à jour mensuelle) fournit 3 références

Marks et Spencer : la fin d'une époque.

Source : LE FIGARO ECONOMIE

supplément au Figaro n° 17025, 10 mai 1999, pp 13-15 (3p).

Document de fond sur Marks et Spencer véritable institution anglaise plus que centenaire qui vit probablement les heures les plus difficiles de son histoire. Données chiffrées : le résultat opérationnel devrait atteindre entre 625 et 675 millions de livres contre 1,1 milliard en 1998 pour un CA de 8,2 milliard de livres. Explication des mauvaises performances.

Auteur : LAGOUTTE (Christine) – LEON-DUFOUR (Sixtine).

Producteur : © DELPHES CCI-Paris DIE 1

BHV : du bricolage à la déco.

Source : MARKET ROUGE

n° 408, février 2001, p 15 (1p).

Présentation de l'histoire et de la stratégie du BHV. Mettre l'accent sur le bricolage, la décoration, l'ameublement et l'électroménager. Rénovation de la façade du magasin Rivoli (à Paris) et installation de vitrines extérieures. Lancement en janvier 2000 de l'opération « 2000 idées pour l'an 2000 ». Développement d'un site Internet en juin 2000. Peu de chiffres.

Producteur : © DELPHES CCI-Paris DIE 2

La Samaritaine s'est fait une beauté.

Source : CHALLENGES



n° 210, 23 octobre – 5 novembre 2003, pp 68-69 (2p).

Présentation de la réorientation stratégique de la Samaritaine : son Pdg, Philippe de Beauvoir, veut comme pour le Bon Marché, en faire un magasin évolutif et un modèle de rentabilité. La réorganisation est complète : regroupement dans le bâtiment au lieu de quatre, bouleversement des rayons et des assortiments, renouvellement de la communication et de l'organisation... Bref rappel de l'histoire du magasin. Données chiffrées.

Auteur : DELABRE (Anne).

Producteur : © DELPHES CCI-Paris ESCP-EAP 3

et pour l'équation « magasin populaire + histoire », 2 références:

Les magasins à prix uniques, ancêtres des « discounters ».

Source : ENJEUX LES ECHOS

n° 108, novembre 1995, pp 128-131 (4p).

Histoire des magasins à prix unique (Uniprix, Monoprix). Quelques données chiffrées.

Auteur : LEFEUVRE (Daniel).

Producteur : © DELPHES CCI-Paris HEC-ISA 1

La saga Tati.

Source : CHALLENGES

n° 121, janvier 1998, pp 62-64 (3p).

Histoire de Tati. Parcours de son fondateur, Jules Ouaki. Les différentes implantations dans le monde. Données chiffrées.

Auteur : GUILLAUMOND (Marie).

Producteur : © DELPHES CCI-Paris ESCP 2

Pour localiser ces documents, vous pouvez consulter le SUDOC (Système Universitaire de Documentation) : ce catalogue permet de localiser un document dans les bibliothèques universitaires françaises, de l'emprunter directement ou par le prêt entre bibliothèques (PEB); il vous permet aussi de connaître les horaires et fermetures annuelles de ces bibliothèques.

\*\*\*\*\*

Quelques ressources glanées sur Internet

David Chaney. Le grand magasin comme forme culturelle,  
Réseaux, 1996, vol. 14, n° 80, pp. 81-96.

url :

Consulté le 14 septembre 2009

Les magasins populaires :

Article de wikipedia

Vous pouvez également passer en revue les signets de la Bnf