

Zeitschrift:	Schweizerisches Jahrbuch für Wirtschafts- und Sozialgeschichte = Annuaire Suisse d'histoire économique et sociale
Herausgeber:	Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte
Band:	28 (2014)
Artikel:	Habitat et espace commercial : le modèle architectural mixte des "petits grands magasins" Gonset, 1925-1970
Autor:	Jornod, Joël
DOI:	https://doi.org/10.5169/seals-632435

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. [Mehr erfahren](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. [En savoir plus](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. [Find out more](#)

Download PDF: 15.01.2026

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Joël Jornod

Habitat et espace commercial

Le modèle architectural mixte des «petits grands magasins» Gonset, 1925–1970

Housing and Commercial Spaces. The Mixed Architectural Form of Gonset's Small Department Stores, 1925–1970

Department stores are famous for their magnificent architecture. Their luxurious multi-storey buildings totally dedicated to consumption have often been emphasized in historiography. However, such studies are heavily concentrated upon the biggest and most famous companies of the Western metropolises. This paper highlights another architectural form which was used by smaller firms in little towns and important villages. These “small department stores” combined housing and commercial space in the same buildings. This article presents a case study of Gonset, a family business that operated such stores across western Switzerland. It shows that between 1925 and 1970 the majority of Gonset's stores included apartments. This mixed architectural form is due to three factors: legislation hindering the development of department stores and chains (1933–1945), laws protecting tenants, and Gonset's strategy for diversifying revenue sources by leasing dwellings. This combining of housing and rental space had an impact on Gonset's corporate identity. It conferred on the firm a sober style reminiscent of traditional shops. This style was in stark contrast with the culture of excess of big department stores.

Introduction

Au XVIII^e siècle et auparavant, l'espace commercial n'est pas clairement distinct de l'habitat: les magasins comprennent presque toujours des logements.¹ Les boutiques conservent cette caractéristique au XIX^e siècle et au-delà: elles occupent généralement le rez-de-chaussée des immeubles, alors que les étages supérieurs accueillent des appartements ou d'autres locaux à usage privé (ateliers ou bureaux par exemple).²

Une nouvelle tendance architecturale émerge au début du XIX^e siècle. A ce moment, les premiers immeubles à usage strictement commercial apparaissent, selon l'historien Richard Longstreth.³ Cette spécialisation fonctionnelle du bâti s'accentue à partir de 1870, avec la naissance des premiers grands magasins à Paris et dans les grandes villes américaines.⁴ Dans un premier temps, certains d'entre eux logent des employés dans leurs locaux, mais cette pratique est abandonnée vers la fin du siècle.⁵ Dès lors, les grands magasins occupent des édifices de plusieurs étages entièrement dédiés au commerce. Ils adoptent un style architectural monumental, luxueux, afin de promouvoir leur image de marque.⁶

Ainsi, selon la littérature, les grands magasins se dissocient progressivement de l'habitat. Toutefois, cette analyse se fonde uniquement sur l'étude de grandes compagnies, établies au cœur des grandes villes occidentales. La présente contribution⁷ mettra en évidence un second modèle architectural, celui des «petits grands magasins». Ces grands magasins de taille réduite, situés dans de petites villes et d'importants villages, ont un rapport différent à l'habitat.

Dans un premier temps, l'article montrera que ces commerces peuvent côtoyer des logements durant la majeure partie du XX^e siècle. Les raisons de cette mixité du bâti seront exposées dans un deuxième temps. Enfin, un troisième chapitre analysera l'impact de ce modèle architectural sur l'image de marque des petits

1 Richard Longstreth, *The Buildings of Main Street. A Guide to American Commercial Architecture*, Washington D. C. 1987, p. 12.

2 Ibid., p. 24; Claire Lévy-Vroelant, *Petit commerce et habitat entre 1930 et 1950 à Paris: de l'imbrication à la dissociation*, in: Natacha Coquery (éd.), *La boutique et la ville. Commerces, commerçants, espaces et clientèle, 16^e–20^e siècle*, Tours 2000, p. 423, 430 s.

3 Longstreth (voir note 1), p. 12.

4 Michael B. Miller, *Au Bon Marché 1869–1920. Le consommateur apprivoisé*, Paris 1987, p. 31.

5 Bill Lancaster, *The Department Store. A Social History*, Londres, New York 1995, p. 69, 127–129; Liz McFall, *The Language of the Walls: Putting Promotional Saturation in Historical Context*, in: *Consumption, Markets and Culture* 7/2 (2004), p. 120, 123.

6 Geoffrey Crossick, Serge Jaumain, *The World of the Department Store: Distribution, Culture and Social Change*, in: Geoffrey Crossick, Serge Jaumain (éd.), *Cathedrals of Consumption. The European Department Store, 1850–1939*, Aldershot 1999, p. 22 s.

7 L'auteur tient à remercier Laurent Tissot et Franck Cochoy de leurs relectures et de leurs précieux conseils.

8 Lancaster (voir note 5), p. 41.

Tab. 1: *Succursales de Gonset*

Succursales de Gonset	Année d'ouverture	Présence de logement(s)	Immeuble(s) propriété(s)
Yverdon	1870	1872–1970	1872–1970
Neuchâtel	1920	1934–1962, 1964–1967	1934–1970 + loc.* 1962–1967
(Genève**)	1923	–	–
Delémont	1925	–	1941–1970
Fleurier	1926	1931–1962	1947–1970
Orbe	1928	1928–1970	1928–1970
Château-d'Œx	1929	1929–1970	–
Monthey	1930	–	–
Nyon	1930	–	–
Martigny	1930	1932–1956	–
Sainte-Croix	1930	1954–1970	1954–1970 + loc.* 1954–1969
Vallorbe	1932	–	1964–1970 + loc.* 1964–1970
Laufon	1933	–	–
Viège	1933	–	–
(Brigue**)	1933	–	–
Saxon	1933	1946–1970	–
Sion	1933	1967–1970	–
Sierre	1950	1950–1970	–
Le Sentier	1953	1953–1970	–
La Chaux-de-Fonds	1956	1956–1970	1956–1970
Estavayer	1961	–	–

* Loc.: parallèlement à son/ses propre(s) immeuble(s) dans la localité, Gonset loue une ou plusieurs autre(s) surface(s) de vente à des propriétaires.

** Succursale n'ayant jamais été un grand magasin.

grands magasins. Il s'agira de répondre à la question suivante: la présence de l'habitat est-elle révélatrice d'un style, d'une «identité» (au sens de *corporate identity*)⁹ propre à ces entreprises?

Cette analyse se fonde sur une étude de cas, celui du groupe familial Gonset. L'histoire de cette entreprise commence durant l'hiver 1870–1871 à Yverdon, lorsque Paul-

9 McFall (voir note 5), p. 120.

Henri Gonset et son épouse Louise née Henrioud ouvrent une boutique de mercerie, nouveautés¹⁰ et chaussures. De 1920 à 1970, la compagnie s'implante dans 17 autres petites villes et grands villages de Suisse romande, ainsi qu'à Brigue, Laufon et Viège (tab. 1). L'étude de ce cas commence en 1925, lorsque Gonset s'oriente vers l'assortiment du grand magasin.¹¹ Elle se termine en 1970, l'accès aux archives privées de l'entreprise ayant été accordé jusqu'à cette date.¹²

La coexistence entre habitat et grand magasin

Au XIX^e siècle, il n'existe pas de démarcation nette entre l'habitat et le travail au sein des villes. Un même quartier peut accueillir des ateliers, des usines, des commerces et des logements. La polyvalence de l'espace est aussi présente à l'échelle de l'immeuble: il arrive souvent que ces différentes activités s'exercent ensemble au sein d'un bâtiment, d'un étage ou d'une pièce.¹³ Ainsi, la vente est encore dans une certaine mesure liée à la production: des commerçants écoulent des produits fabriqués dans des dépendances du magasin.¹⁴ De plus, la boutique et le lieu de vie du boutiquier, de sa famille et de ses employés sont réunis sous le même toit.¹⁵

Cette imbrication du commerce et de l'habitat est aussi présente dans les nouvelles formes de vente qui apparaissent dans les grandes villes occidentales. Les magasins de nouveautés français des années 1830 et 1840, et par la suite les premiers grands magasins, fournissent un logement à une partie de leurs employés: certains garçons de peine dorment à l'intérieur du magasin, sur des lits pliables ou sur des comptoirs, et des chambres sont aménagées dans les étages supérieurs.¹⁶ En Angleterre, ce *living-in system* est également en vigueur, sous la forme d'appartements attenants ou non aux grands magasins.¹⁷ A partir des années 1890, cette pratique est toutefois

10 Au XIX^e siècle, le terme *nouveauté* désigne «les articles nécessaires à la toilette féminine, le tissu, seul d'abord, puis confectionné, et les accessoires». Cf. Martine Bouveret-Gauer, *De la boutique au grand magasin. Cinquante ans de nouveauté à Paris 1820–1870*, in: Jacques Marseille (éd.), *La révolution commerciale en France. Du «Bon Marché» à l'hypermarché*, Paris 1997, p. 19.

11 Richard Gonset, *Cent ans Gonset (1875–1975)*, s. l. 1975, p. 3, 6 s.

12 Les archives sont déposées au siège de Gonset Holding SA. Pierre Gonset, président du conseil d'administration, a mis ces documents à disposition de l'auteur. Qu'il en soit ici chaleureusement remercié.

13 Lévy-Vroelant (voir note 2), p. 423.

14 Ibid., p. 440. Cf. aussi Coquery, *Introduction*, in: Coquery (voir note 2), p. 9.

15 Miller (voir note 4), p. 73.

16 Ibid., p. 91. François Faraut, *Histoire de la Belle Jardinière*, Paris 1987, p. 75; Xavier-Edouard Lejeune, *Calicot*, Paris 1984, p. 166.

17 Lancaster (voir note 5), p. 127–129.

remise en question. Au début du XX^e siècle, elle tombe en désuétude en Angleterre; en France, cela faisait déjà un moment qu'elle n'avait plus cours,¹⁸ et elle n'a jamais été adoptée aux Etats-Unis.¹⁹ Les grands magasins occupent alors des édifices de plusieurs étages entièrement dédiés au commerce.

En Suisse, on ne sait pas si les grands magasins des principales villes ont connu le *living-in system* au début de leur existence. L'historiographie est en effet très pauvre sur ces entreprises.²⁰ Celles-ci apparaissent durant les dernières années du XIX^e siècle à Zurich, Bâle et Berne, un peu plus tard à Genève.²¹ Elles appliquent les mêmes principes que leurs homologues des métropoles occidentales:²² différents types de marchandises présentés dans des départements distincts, réduction des marges combinée à un rapide renouvellement des stocks, vente au comptant et à prix fixes et marqués, entrée libre du client, échange ou remboursement des achats ne donnant pas satisfaction, mise en scène des marchandises, création d'espaces de sociabilité.²³ Elles misent également sur une architecture monumentale, souvent inspirée d'exemples étrangers. Ainsi le *Glaspalast*, ou palais de verre, de Jelmoli imite l'architecture des grands magasins français.²⁴ D'autres entreprises adoptent le style allemand, comme Julius Brann à Zurich.²⁵

Les grands magasins suisses sont toutefois nettement plus petits que les «cathédrales du commerce»²⁶ de Paris et d'ailleurs, en raison de la taille inférieure des villes suisses. Par exemple, le Grand Passage genevois «couvre une surface de 7000 m² et compte cinquante employés»²⁷ en 1916. Au début des années 1930, la société Globus, présente à Zurich, Aarau, Bâle, Saint-Gall et Coire, occupe 1200 personnes.²⁸ En 1935, 875 employés travaillent aux grands magasins Jel-

18 Ibid., p. 69.

19 Robert Hendrickson, *The Grand Emporiums. The Illustrated History of America's Great Department Stores*, New York 1979, p. 325.

20 L'essentiel des publications consiste en des plaquettes d'entreprises. Cf. toutefois les travaux d'Ingrid Liebeskind Sauthier, notamment: *Grands magasins*, in: *Dictionnaire historique de la Suisse*, <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F14037.php> (version du 18. 4. 2013).

21 Erwin Denneberg, *Begriff und Geschichte des Warenhauses. Privatrechtliche Verhältnisse der Schweizerischen Warenhäuser*, Zurich 1937, p. 50 sq.

22 Ibid., p. 48 sq.

23 Crossick/Jaumain (voir note 6), p. 9 s.

24 Hans R. Schmid, *Jelmoli. Vom Leben eines Unternehmens*, Zürich 1959, p. 31 s.; Yvette Jaggi, *Le phénomène de concentration dans le secteur de la distribution en relation avec l'avènement de la société de consommation massive*, Lausanne 1970, p. 328.

25 Denneberg (voir note 21), p. 56.

26 La métaphore revient par exemple régulièrement sous la plume d'Emile Zola, *Au Bonheur des dames*, 1883 (1^{re} éd.). Cf. aussi Dominique Desjeux, *La cathédrale, le caddie®, et la caméra: les voies cachées de l'institutionnalisation de la consommation*, in: *L'almanach des agrobiosciences*, 2003, p. 71–75.

27 Liebeskind Sauthier (voir note 20).

28 Ernst Pfenninger, *Globus – Das Besondere im Alltag. Das Warenhaus als Spiegel der Gesellschaft*, Zürich 2007, p. 30, 386.

moli à Zurich.²⁹ Dans les grandes villes du continent, les chiffres sont bien plus conséquents: à Paris, le nouveau bâtiment du Bon Marché achevé en 1887 s'étend «sur une superficie au sol de 52'800 m²».³⁰ En 1906, cette société compte presque 7000 collaborateurs. A Berlin, Wertheim occupe une surface au sol de 14'500 m² en 1912.³¹ A Londres, Harrods et Whiteleys emploient respectivement 4000 et 6000 personnes en 1914.³²

Dans les petites localités du pays, des entreprises appliquent les principes des grands magasins à une échelle encore plus réduite. Celle-ci est en rapport avec l'importance des lieux d'implantation de ces sociétés. Ainsi, le groupe Gonset s'établit dans des villes de moins de 50'000 habitants³³ et des villages. A partir de 1925, il y exploite des grands magasins de petite taille. Par exemple, en 1952 la surface de vente de la succursale de Sion, ville de 11'000 habitants, est de 500 m². Elle se monte à 800 m² en 1956 à La Chaux-de-Fonds³⁴ (33'000 habitants en 1950).³⁵

Les petits grands magasins Gonset adoptent une architecture plus sobre que les cathédrales du commerce. Les bâtiments qu'ils occupent se fondent dans l'environnement urbain existant: ils conservent la polyvalence des usages de l'espace, héritée des périodes précédentes. Ces immeubles comprennent en effet d'autres locaux commerciaux, des bureaux, et surtout des logements.

Cette coexistence du commerce et de l'habitat n'a toutefois pas la même fonction que dans le *living-in system*, puisqu'il ne s'agit pas de loger les employés. Certes, des appartements sont parfois loués aux gérants de succursales. Mais en général, les logements sont occupés par des tiers. Ainsi, entre 1925 et 1970 la majorité des succursales côtoie des logements.

Il est cependant difficile de donner des chiffres précis, les sources étant lacunaires. Cela se vérifie en particulier pour les surfaces dont Gonset est locataire, ce qui est le cas pour 13 magasins (sur 21): il faut alors se contenter de rares remarques dans les procès-verbaux des conseils d'administration du groupe ou dans les rapports aux assemblées générales. Par ailleurs, un historique de l'entreprise destiné aux directeurs, rédigé par l'un d'eux, donne quelques indications intéressantes.³⁶ Lorsque

29 Markus Bürgi, Jelmoli, in: Dictionnaire historique de la Suisse, <http://www.hls-dhs-dss.ch/textes/f/F41799.php> (version du 3. 7. 2007, traduit de l'allemand).

30 Miller (voir note 4), p. 40.

31 Tim Coles, Department Stores as Retail Innovations in Germany: A Historical-Geographical Perspective on the Period 1870 to 1914, in: Crossick/Jaumain (voir note 6), p. 74.

32 Crossick/Jaumain (voir note 6), p. 16.

33 Genève a davantage d'habitants, mais la succursale de cette ville n'a jamais été un grand magasin.

34 Archives du groupe Gonset (AGG), P. Gonset Martigny SA: Rapport à l'AG, 20. 12. 1952; P. Gonset-Henrioud Yverdon SA (ci-après: Yverdon), Rapport à l'AG, 21. 12. 1956.

35 Recensements fédéraux de la population, in: <http://www.bfs.admin.ch/bfs/portal/fr/index/dienstleistungen/history/02.html> (version du 23. 7. 2013).

36 AGG, Richard Gonset, Une maison se penche sur son passé. Historique des Grands Magasins Gonset 1871–1974, 1974 (non publié).

Gonset est propriétaire, les documents sont plus nombreux: les actes d'achat ou de vente des immeubles, ainsi que les contrats de bail entre l'entreprise et ses locataires, indiquent la nature des locaux (logements, surfaces commerciales ou bureaux).

Ces différents documents présentent des difficultés d'exploitation: des logements non répertoriés dans les archives ont peut-être existé. De plus, les appartements ont pu être affectés à d'autres usages (administratif, logistique, commercial) au cours des multiples transformations des bâtiments, sans que ces changements soient indiqués. Car les succursales sont souvent en chantier: la société Gonset, à la manière de nombreux autres grands magasins, se développe au coup par coup. Lorsqu'elle s'implante dans un nouveau lieu, elle commence par louer des locaux commerciaux, le plus souvent situés au rez-de-chaussée. Lorsque les affaires progressent, elle cherche à augmenter les surfaces de vente, et cela de différentes manières: elle peut agrandir le magasin verticalement, en utilisant les étages supérieurs ou le sous-sol de l'immeuble, ou horizontalement, en investissant des bâtiments adjacents ou en faisant construire des annexes. Une autre option est de déménager dans un immeuble mieux adapté, ou d'ouvrir un lieu de vente supplémentaire dans la localité.

Du fait de ce mode d'expansion, de nombreuses succursales de Gonset occupent des locaux dans différents immeubles (contigus le plus souvent), appartenant à différents propriétaires. Certains immeubles abritent des logements, d'autres non. La présence de l'habitat a été relevée pour chaque succursale et non pour chaque bâtiment (tab. 1), en raison des difficultés d'exploitation des sources. De plus, les durées de cette présence sont approximatives: dans le tableau, les dates de début coïncident avec les premières mentions de l'habitat, les dates de fin correspondent soit à la disparition de l'habitat si celle-ci est indiquée dans les sources, soit à la fin de la période traitée dans ce travail (1970).

Malgré ces problèmes méthodologiques, on peut estimer que 12 points de vente sur 21 côtoient à un moment ou à un autre des logements (soit 57%). La proportion augmente à 63% si l'on ne tient pas compte des succursales de Genève et de Brigue: la première, spécialisée dans le textile, ne propose pas un assortiment de grand magasin. La seconde, d'une surface de vente de moins de 50 m², a eu une existence éphémère de trois ans, entre 1933 et 1936.³⁷

Sur les 13 magasins loués par la société Gonset, six côtoient des logements (46%). Dans ce cas, ce n'est pas elle qui décide de convertir ou non l'habitat en surface commerciale. Elle peut certes le proposer au propriétaire, qui est libre d'accepter ou non de lui accorder davantage de surface. Lorsque Gonset est propriétaire, sa marge de manœuvre est plus large. Or, on constate que six des huit bâtiments en possession de l'entreprise comportent des logements (75%). Qu'est-ce qui la pousse à conserver ainsi l'habitat? Les archives des sociétés immobilières du

37 Ibid., p. 78 s.

groupe permettent d'examiner cette question pour trois succursales. Les autres points de vente, gérés par les sociétés d'exploitation des magasins, ne sont en revanche pas assez documentés.

Les causes de la mixité habitat/grand magasin

Au début des années 1930, le magasin de Neuchâtel – appelé Sans Rival, du nom d'un ancien commerce racheté en 1920³⁸ – est contraint de déménager à la suite de la résiliation du bail par l'un des propriétaires des locaux.³⁹ Le groupe Gonset achète des terrains au centre-ville, fait détruire les maisons vétustes qui s'y trouvent,⁴⁰ et mandate un entrepreneur en vue d'ériger un bâtiment comportant des surfaces de vente et huit appartements.⁴¹ En 1934, il fonde la société immobilière Essor «pour obtenir la consolidation hypothécaire de la construction».⁴² Le capital-actions de 40'000 fr. est entièrement détenu par le groupe.⁴³

A la fin décembre 1934, les grands magasins Gonset prennent possession du sous-sol, du rez-de-chaussée et de l'entresol du nouvel immeuble. Au cours de l'année suivante, les étages un à cinq trouvent peu à peu preneurs: il s'agit d'une compagnie d'assurance, d'un cabinet dentaire et de six logements.⁴⁴ Ayant besoin d'une surface commerciale plus étendue, Gonset annexe le premier étage en 1955, et loue des locaux dans l'immeuble voisin, immeuble dit «Steffen» du nom de son propriétaire.⁴⁵ Durant l'exercice 1960–1961, un quatrième niveau est dévolu à la vente, et à partir de 1962, le reste du bâtiment Essor est presque exclusivement occupé «par les locaux d'entreposage, de décoration [et de] direction des magasins».⁴⁶ L'entreprise poursuit son expansion: un document de 1964 signale qu'elle loue à son voisin M. Steffen un magasin situé au rez-de-chaussée ainsi qu'un entrepôt à l'entresol.⁴⁷ Les cinq étages supérieurs de cet édifice consistent en des appartements, jusqu'à la résiliation des baux des habitants fin 1967, à la

38 Ibid., p. 51.

39 AGG, Yverdon, Arrêt de non-lieu du Juge d'Instruction de Neuchâtel dans la poursuite pénale contre Gonset, 18. 11. 1935, p. 2.

40 Gonset (voir note 36), p. 51.

41 AGG, Essor Neuchâtel SA (ci-après Essor), Du Pasquier Fiduciaire immobilière et de construction, Estimation de l'immeuble St. Honoré 18 à Neuchâtel, 10. 2. 1955.

42 Gonset (voir note 36), p. 23.

43 AGG, Essor, Exposé concernant la position de l'immeuble et la situation financière de la société, 6. 6. 1936, p. 2.

44 Ibid., p. 1.

45 AGG, Essor, Du Pasquier (voir note 41).

46 AGG, Essor, Rapport à l'AG, 20. 12. 1961; Bosset architectes, Estimation de l'immeuble St. Honoré 18 à Neuchâtel, 3. 7. 1962.

47 AGG, Essor, Lettre à La Neuchâteloise Assurances, 30. 6. 1964.

suite du rachat de l'immeuble par la société Essor.⁴⁸ Les deux bâtiments seront ensuite rattachés l'un à l'autre, et occupés intégralement par Gonset.⁴⁹

Depuis 1947, Essor est aussi propriétaire de l'immeuble de la succursale de Fleurier,⁵⁰ qui comprenait déjà deux appartements lorsque Gonset s'est implanté dans cette localité en 1931.⁵¹ L'entreprise désirant davantage d'espace, le dernier locataire reçoit son congé en 1962.⁵²

Gonset constitue une deuxième société immobilière le 7 juillet 1954 sous la raison sociale Lac-Remparts SA, pour transformer et agrandir la succursale d'Yverdon.⁵³ Le capital-actions de 60'000 fr. est détenu à parts égales par Richard, Charles et André Gonset, petits-fils des fondateurs de l'entreprise.⁵⁴ La société Lac-Remparts rachète à la famille Gonset le bâtiment, qui abrite aussi des logements⁵⁵ – c'était déjà le cas en 1893, lorsque le commerce (qui n'était pas encore un grand magasin) s'y est installé.⁵⁶ De plus, elle fait construire un immeuble commercial et locatif de cinq étages dans le même bloc, afin d'agrandir les locaux de vente de Gonset qui s'installeront au rez-de-chaussée et au premier étage, et de proposer des bureaux et des logements à des tiers.⁵⁷ Ces logements subsisteront au-delà de 1970.⁵⁸

Pour ces trois localités, on constate la présence de l'habitat aux côtés des grands magasins Gonset durant de nombreuses années: 32 pour Neuchâtel, 31 pour Fleurier et plus de 50 pour Yverdon. Dans les deux premiers cas, cet état de fait peut s'expliquer en partie par la législation en vigueur. Ainsi, lorsque le magasin de Neuchâtel emménage dans ses nouveaux locaux, il ne peut accroître ses surfaces de vente, sous peine de tomber sous le coup de l'Arrêté fédéral urgent de 1933 «interdisant l'ouverture et l'agrandissement de grands magasins, de maisons d'assortiment, de magasins à prix uniques et de maisons à succursales».⁵⁹ Ce texte avait été voté sous la pression des petits commerçants, menacés par l'expansion

48 AGG, Essor, Rapport à l'AG, 20. 12. 1967.

49 AGG, Essor, Lettre à La Neuchâteloise Assurances, 14. 10. 1968; Rapport à l'AG, 16. 12. 1968.

50 AGG, Essor, Acte de vente immobilière, 30. 4. 1947.

51 Gonset (voir note 36), p. 55; AGG, Essor, Rapport à l'AG, 24. 12. 1948.

52 AGG, Essor, Rapport à l'AG, 28. 12. 1962.

53 AGG, Lac-Remparts SA Yverdon (ci-après: Lac-Remparts), Extrait de la Feuille officielle suisse du commerce (FOSC), n° 162, 15. 7. 1954.

54 AGG, Lac-Remparts, PV de constitution de société anonyme, 7. 7. 1954, p. 1, 5.

55 AGG, Lac-Remparts, Acte de vente immobilière, 20. 7. 1954.

56 Gonset (voir note 36), p. 41, citant un acte de vente daté du 4. 4. 1893.

57 AGG, Lac-Remparts, PV séance avec Dormond et Du Pasquier Architectes, 18. 7. 1955; Contrat entre le maître de l'ouvrage et l'architecte, 16. 11. 1954, p. 1; Offre de services de Charles Jeannet, 16. 11. 1954; Lettre de Dormond et Du Pasquier Architectes, 23. 12. 1954.

58 AGG, Lac-Remparts, Désignation cadastrale, 20. 2. 1975.

59 Jaggi (voir note 24), p. 322. Cf. également Ingrid Liebeskind, Controverses et polémiques autour de l'installation des grands magasins à Genève dans l'entre-deux-guerres, Mémoire de licence, Genève 1988, p. 39 sq.

du commerce concentré. Dans ce contexte, on peut supposer que Gonset construit des logements et des bureaux en prévoyant de les transformer en surfaces commerciales dans un deuxième temps, lorsque les restrictions n'auront plus cours. La stratégie a le mérite d'offrir des possibilités d'extension pour l'avenir, tout en rentabilisant les immobilisations.

Lorsque l'Arrêté est abrogé le 31 décembre 1945, il arrive que les dispositions protégeant les locataires lors des périodes de crise du logement freinent l'expansion de Gonset. Ainsi, le président du conseil d'administration d'Essor signale dans son rapport à l'assemblée générale du 1948 que les appartements de l'immeuble de Fleurier rapportent peu, et que «c'est plutôt pour être en ordre avec les prescriptions communales que [la société] les [a] loués».⁶⁰ A Neuchâtel, Essor résilie les baux de quelques appartements en 1953, afin de mettre le premier étage à disposition des grands magasins Gonset. Les locataires «ayant fait opposition et Neuchâtel étant une des rares villes de Suisse soumise [sic] encore aux lois sur la pénurie de logements, nous [le conseil d'administration d'Essor] avons dû remettre l'affaire à un avocat. Celui-ci a réussi à grand peine à signer des conventions avec ces locataires qui évacueront leurs locaux au mois de juin 1954».⁶¹ La protection des locataires a eu moins de succès qu'à Fleurier, puisque les habitants de Neuchâtel n'ont obtenu que quelques mois de sursis.

Des mesures légales ont donc pu, à certaines occasions, protéger l'habitat des prétentions des grands magasins. Mais ceux-ci ont aussi un intérêt économique à créer des logements. C'est dans cette perspective que Gonset prévoit plusieurs appartements lorsqu'il conçoit l'édifice d'Yverdon en 1954. A ce moment-là en effet, les lois visant les grands magasins n'ont plus cours. Au niveau des profits, la société immobilière Lac-Remparts, qui gère le bâtiment d'Yverdon, devient bénéficiaire dès l'exercice 1961–1962.⁶² Quant à Essor, elle distribue des dividendes aux actionnaires à partir de 1943, neuf ans après sa création.⁶³ Il est cependant difficile de distinguer la part de bénéfices liée à la location de logements de celle provenant de la location de surfaces commerciales et de bureaux.

Ainsi, des éléments économiques et législatifs expliquent l'imbrication de l'habitat et du grand magasin chez Gonset. Ces facteurs ne sont pas propres à la Suisse: dans les années 1930, les lois dites «de cadenas», qui visent à entraver le développement du commerce concentré, sont en vigueur dans de nombreux pays européens.⁶⁴ Pourquoi, dès lors, l'architecture mixte de Gonset apparaît-elle comme exceptionnelle, en regard de celle des autres grands magasins?

60 AGG, Essor, Rapport à l'AG, 24. 12. 1948.

61 AGG, Essor, Rapport à l'AG, 18. 12. 1953.

62 AGG, Lac-Remparts, Bilan et CPP, 31. 12. 1962.

63 AGG, Essor, Rapport du vérificateur des comptes à l'AG, 8. 12. 1943.

64 Jaggi (voir note 24), p. 322.

La réponse est à chercher dans la stratégie d’implantation de l’entreprise. En visant des petites localités, la maison Gonset n’a pas accès à une clientèle très nombreuse. Elle adapte la taille des surfaces de vente à l’étroitesse de ce marché: par conséquent, ses succursales ne sont généralement pas assez grandes pour occuper des immeubles entiers. Des logements et d’autres locaux loués par des tiers complètent l’espace disponible, ce qui confère à Gonset un style architectural particulier.

L’influence de l’habitat sur l’image du grand magasin

La relation entre habitat et grand magasin mise en évidence, il faut désormais mesurer son impact sur l’image de marque de Gonset. La mixité des immeubles, en effet, se répercute sur l’architecture des succursales du groupe: les façades arborent des éléments étrangers à leur fonction commerciale et portent les signes des usages du bâti par les locataires (rideaux aux fenêtres, aménagement des balcons par exemple). Ainsi, certains aspects des activités liées à l’habitat se laissent percevoir par l’intermédiaire de la façade, espace-limite entre l’intérieur et l’extérieur, entre la vie privée du logement et la vie publique de la rue: une fenêtre ouverte peut laisser échapper l’odeur d’un repas ou l’écho d’une dispute, une vitre claire dévoiler une scène de vie. Les balcons, en particulier, sont des lieux privilégiés de ce spectacle du quotidien: deux locataires de l’immeuble Essor de Neuchâtel y ont par exemple construit des niches pour leurs chiens.⁶⁵

Ces manifestations du domestique dans le domaine de la vente entrent en résonance avec la vitrine, symbole par excellence du commerce. Or, la coexistence des traits caractéristiques de l’habitat et du magasin n’est pas sans rappeler le monde de la boutique. En effet, celle-ci est traditionnellement intégrée à l’habitat.⁶⁶ Elle est le plus souvent située au rez-de-chaussée, côté rue, les étages supérieurs étant investis par des logements, ainsi que des ateliers, bureaux et locaux commerciaux.⁶⁷ De ce point de vue, on n’assiste donc pas à une rupture entre petit et grand commerce. Cela est d’autant plus vrai que certains gérants de succursales de Gonset ont habité au-dessus du magasin, à la manière de nombreux petits commerçants:⁶⁸ c’est le cas au Sentier, à Saxon, à Sierre et à Neuchâtel.⁶⁹ De plus, dans de nombreuses localités l’entreprise a commencé par louer des surfaces auparavant occupées par des boutiques.

65 AGG, Essor, PV du CA, 18. 6. 1943.

66 Lévy-Vroelant (voir note 2), p. 423.

67 Ibid., p. 430 s.

68 Ibid., p. 438 s.

69 Gonset (voir note 36), p. 61, 73, 75; Essor, Rapport à l’AG, 23. 12. 1919.



Fig. 1: *Succursale de La Chaux-de-Fonds. AGG, photographie, sans date (après 1956).*

Ainsi la succursale de La Chaux-de-Fonds (fig. 1), fondée en 1956, reprend les locaux d'un commerce «spécialisé dans la vente de cristaux et porcelaines de luxe, bijouterie et articles en cuir».⁷⁰ Si seul le troisième étage comprend un appartement, Gonset occupant le reste du bâtiment,⁷¹ la façade demeure structurée comme auparavant: les vitrines du rez-de-chaussée contrastent avec les étages dévolus à l'origine à des fonctions non commerciales (habitat, éventuellement bureaux). Dans un style architectural fort différent, l'immeuble de Fleurier présente la même bipartition (fig. 2).

A Neuchâtel, le Sans Rival offre des éléments plus conformes à l'esthétique du grand magasin, dans laquelle le verre et la luminosité jouent un rôle important:⁷² à l'entresol, de larges baies vitrées surmontent les imposantes vitrines du rez-de-chaussée (fig. 3). Il convient de rappeler ici que, contrairement aux autres succursales du groupe, celles de Neuchâtel et d'Yverdon ont été construites par Gonset. Une architecture de type,

70 Gonset (voir note 36), p. 53.

71 Ibid., p. 53 s.; AGG, Yverdon, Correspondance interne, 9. 12. 1966, 27. 12. 1966; L'Impartial, 18. 5. 1962.

72 Voir notamment William R. Leach, *Land of Desire. Merchants, Power and the Rise of a New American Culture*, New York 1993, p. 9.

Fig. 2: *Succursale de Fleurier.*
AGG, catalogue, 1950.



Fig. 3: *Succursale de Neuchâtel.*
AGG, photographie, 1938.



ou plutôt d'inspiration «grand magasin», est de ce fait plus aisée à réaliser que dans le cas d'édifices existants conçus pour d'autres fonctions. Cependant, contrairement aux règles du genre, la polyvalence du bâti demeure, comme en témoignent les balcons, symboles de l'habitat.

Un catalogue publicitaire de 1934 donne quelques indices pour comprendre comment cette coexistence habitat/grand magasin influe sur l'image de Gonset (fig. 4). Sur la couverture, un petit texte vante les nouveaux locaux du Sans Rival. En voici la première partie: «Vous avez pu voir s'élever ces derniers mois, à l'angle des rues St. Maurice, du Bassin et St. Honoré, un grand immeuble moderne. C'est là qu'est installé depuis ce jour le SANS RIVAL anciennement Place Purry, dans *Un magasin moderne et surtout bon marché* [en gras dans le document]. Moderne,

c'est-à-dire bien adapté aux besoins d'aujourd'hui, mais non luxueux, le nouveau SANS RIVAL sera réellement le magasin «bon marché» de Neuchâtel, vendant de bonnes qualités.»

Première remarque, le texte évite soigneusement l'expression «grand magasin», vraisemblablement en raison de la méfiance que provoque ce type de commerce, méfiance qui s'est notamment concrétisée par l'Arrêté fédéral urgent de 1933. Second élément marquant, l'évocation de la modernité et du luxe, concepts généralement associés au grand magasin.⁷³ On affirme que le Sans Rival est moderne, en précisant d'emblée ce que l'on entend par là: il est adapté aux besoins de l'époque, et non avant-gardiste ou extravagant. Quant au luxe, il est catégoriquement rejeté: les clients trouveront de la qualité à bon marché. Enfin, il faut noter l'analogie entre l'immeuble, le magasin et les marchandises: l'immeuble est d'abord qualifié de «moderne», puis c'est au tour du magasin, dont on dit qu'il est «moderne» et «bon marché». Par métonymie, les articles vendus sont non seulement «de bonnes qualités», mais implicitement désignés comme «bon marché», «non luxueux» et «moderne[s]».

Ce glissement sémantique n'est pas à l'œuvre dans le texte uniquement, mais aussi dans le magasin. Les marchandises ont en effet tendance à être investies des caractéristiques de leur lieu d'exposition. Des recherches ont ainsi montré que les objets vendus par les prestigieuses cathédrales du commerce acquièrent une valeur supplémentaire grâce à de luxueux décors.⁷⁴ Les grands magasins Gonset adoptent une stratégie inverse, plus adaptée à leur clientèle. Etablis dans de petites villes comme Neuchâtel et Yverdon ou d'importants villages comme Orbe et Fleurier,⁷⁵ ils s'adressent non seulement aux habitants de ces localités, mais aussi à ceux des campagnes alentours. Une architecture sobre, qui s'intègre à l'espace existant sans en bouleverser les structures, qui réunit l'habitat et le commerce à la manière de la boutique, permet de ne pas heurter les habitudes locales. Ce style, à l'opposé de la «culture de l'excès» des plus célèbres grands magasins, s'accorde aussi avec la volonté de l'entreprise de se présenter comme un établissement vendant à prix bas.⁷⁶

73 John Benson, Laura Ugolini, Introduction, in: John Benson, Laura Ugolini (éd.), *Cultures of Selling. Perspectives on Consumption and Society since 1700*, Aldershot 2008 (1^{ère} éd. 2006), p. 10; Serge Jaumain, Vitrines, architecture et distribution. Quelques aspects de la modernisation des grands magasins bruxellois pendant l'entre-deux-guerres, in: Serge Jaumain, Paul-André Linteau, *Vivre en ville. Bruxelles et Montréal (XIX^e et XX^e siècle)*, Berne 2006, p. 287.

74 Benson/Ugolini, Introduction, in: Benson/Ugolini (voir note 73), p. 10.

75 Neuchâtel compte 23'000 habitants en 1930 et 39'000 en 1970. Pour Yverdon les chiffres sont les suivants: 10'000 en 1930 et 21'000 en 1970. Pour Orbe: 3000 en 1930 et 5000 en 1970. La population de Fleurier est de 4000 personnes en 1930 et en 1970 (Recensements fédéraux de la population).

76 Benson/Ugolini, Introduction: in Benson/Ugolini (voir note 73), p. 12. Pour d'autres exemples de grands magasins n'embrassant pas cette culture de l'excès, cf. Susan Lomax, *The View from the Shop: Window Display, the Shopper and the Formulation of Theory*, in: Benson/Ugolini (voir



Fig. 4: Succursale de Neuchâtel. AGG, catalogue, 1934.

Conclusion

A partir de la fin du XIX^e siècle, dans les grandes villes, les grands magasins se dissocient de l'habitat. Ils occupent des édifices monumentaux entièrement consacrés au commerce. La présente contribution a mis en évidence un deuxième modèle architectural, à partir de l'étude du groupe Gonset. Elle montre qu'entre 1925 et 1970, cette entreprise associe grand magasin et habitat dans la majorité de ses succursales.

La société Gonset vise le marché des petites villes (moins de 50'000 habitants) et des villages de Suisse occidentale. Elle applique les principes du grand magasin sur des surfaces réduites, en rapport avec la taille des localités où elle s'établit. Le plus souvent, ces petits grands magasins n'occupent pas des immeubles entiers. Ils côtoient donc des logements et d'autres types de locaux, à la manière des boutiques. Les causes de cette configuration architecturale sont multiples. Premièrement, l'Arrêté fédéral urgent de 1933 protège indirectement l'habitat, en empêchant les grands magasins de s'agrandir. Après l'abrogation du texte le 31 décembre 1945, les stratégies immobilières d'expansion de Gonset peuvent être entravées par les dispositions protégeant les locataires lors des périodes de crise du logement. Enfin, l'entreprise a des raisons économiques d'acheter ou de construire des logements qui, loués à des tiers, permettent de diversifier les sources de revenus.

Ce modèle architectural mixte influe sur l'image de marque de Gonset auprès du public: la présence de l'habitat est un aspect important du style sobre, retenu, de l'entreprise. Ce style, et plus généralement l'imbrication de l'habitat et du commerce, caractérisent probablement d'autres entreprises confrontées à des contraintes législatives et économiques comparables. Ces petits grands magasins de province méritent l'attention des chercheurs: les étudier permettrait de mieux connaître la modernisation du commerce en dehors des grandes villes, ainsi que les transformations des pratiques et des cultures de consommation liées à cette modernisation. Les campagnes et les petites localités restent en effet des domaines sous-explorés de l'histoire de la distribution et de la consommation.⁷⁷

note 73), p. 265–292. Pour la même thématique concernant les maisons à succursales, lire Janice Winship, *Culture of Restraint: The British Chain Store 1920–1939*, in: Peter Jackson et al. (éd.), *Commercial Cultures. Economies, Practices, Spaces*, Oxford 2000, p. 15–34.

⁷⁷ Marie-Emmanuelle Chessel, *Où va l'histoire de la consommation ?*, in: *Revue d'histoire moderne et contemporaine* 59/3 (2012), p. 152 s.