



## Genre

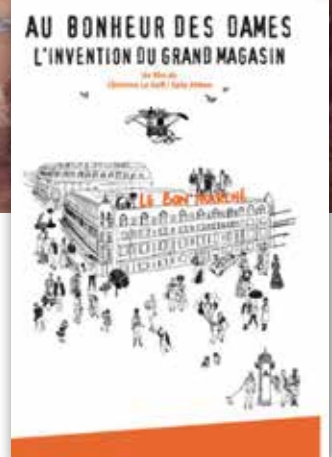
Docu-fiction  
historique

## Adapté pour les niveaux

À partir de la 4<sup>e</sup>

## Disciplines concernées

Histoire · Français ·  
SES



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

France · 2011 · 1h30

**De l'arrivée à Paris d'un modeste vendeur de bonneterie, Aristide Boucicaut, à l'apogée du Bon Marché, ce documentaire retrace une aventure commerciale hors du commun. À l'aide d'entretiens, d'archives, de citations et de reconstitutions, il redonne vie au faste des grands magasins, en soulignant l'impact qu'ils ont eu sur la société parisienne et les règles du commerce, participant au passage à l'émancipation féminine....**

**Coproduction** Arte France, TelFrance et Essential Media  
– Avec Grégoire Bonnet, Sarah Stern, Charline Paul, Sandra Valentin...

# Au Bonheur des Dames, l'invention du grand magasin

Paris, 1852. Aristide Boucicaut ouvre « Au Bon Marché », inventant le premier grand magasin au monde. Les femmes se pressent pour découvrir ce lieu d'abondance auquel Émile Zola consacra un roman, *Au Bonheur des Dames*...

**N**és dans la seconde partie du XIX<sup>e</sup> siècle, dans le sillage des révolutions industrielle et haussmannienne, les grands magasins ont profondément modifié les habitudes de consommation et le statut des femmes. Au gré d'entretiens (historiens, sociologues), d'archives et de citations du roman d'Émile Zola, ce documentaire conte la naissance et l'ascension de ces lieux d'un nouveau genre. Quatre personnages jouent la partie fictionnelle, comme autant de portraits féminins de la société de l'époque, dont l'existence est bousculée par l'arrivée des grands magasins. En métamorphosant l'enseigne « Au Bon Marché », Aristide et Marguerite Boucicaut ont durablement révolutionné le commerce et la condition des femmes. Couple à l'ascension fulgurante, ils sont de véritables

précurseurs des règles contemporaines du commerce et du travail : accortes vendeuses, cliente reine, prix affichés, possibilité de retourner les articles, et bientôt, soldes, congés payés pour le personnel... Le documentaire n'omet pas de présenter les initiatives étrangères (Selfridge) ou concurrentes (Printemps, les Galeries Lafayette). Le texte de Zola, souvent cité, donne le ton. Nombre des observations sur cette « cathédrale du commerce moderne » conservent toute leur actualité. Ce phénomène commercial, social et urbanistique né au XIX<sup>e</sup> siècle, est un fondement de la société de consommation actuelle. Très documenté, fluide et facile d'accès, aussi instructif que divertissant, ce film permettra d'engager avec les élèves une réflexion sur les comportements consuméristes. ¶