

Jacques du Closel

LES GRANDS MAGASINS FRANÇAIS

Cent ans après

Préface de Jean-Jacques DELORT

**Collection
CONNAISSANCE DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION**

**INSTITUT DU COMMERCE ET DE LA CONSOMMATION
11, RUE ROYALE - 75008 PARIS**

**CHOTARD ET ASSOCIÉS ÉDITEURS
5, AVENUE DE LA RÉPUBLIQUE - 75011 PARIS**

SOMMAIRE

PREMIÈRE PARTIE : D'UNE RÉVOLUTION COMMERCIALE À UNE AUTRE	13
Chapitre I : L'histoire ne se répète pas, cependant... ..	17
Chapitre II : Une révolution commerciale en précède une autre	21
Chapitre III : Née du succès, nourrie par les difficultés, la tentation de magasins généralistes	27
Chapitre IV : Après la Libération, un vent « entreprenant » pendant un quart de siècle	35
Chapitre V : Une réflexion et un point avant le temps des remises en cause	41
DEUXIÈME PARTIE : DU GÉNÉRALISTE AU MULTISPÉCIALISTE	47
Chapitre I : Une perte de marché, une situation assainie	49
Chapitre II : Un espoir déçu, une conception dépassée	55
Chapitre III : Multispécialiste ? Mais de quoi ? En face de qui ?	63
TROISIÈME PARTIE : LA POLITIQUE COMMERCIALE	69
Chapitre I : La marchandise, quelles spécialités ? Quel assortiment ?	73
Chapitre II : La mise en valeur de la marchandise dans et par les lieux	99
Chapitre III : La différence par les services ?	123
Chapitre IV : Quelles chances pour les grands magasins au sein du marché ?	145
Chapitre V : Elargir, recentrer, personnaliser la communication commerciale	161
	11

QUATRIÈME PARTIE : RATIONALISER ET ANIMER LA GESTION	181
Chapitre I : L'achat et la vente : cumul ou dissociation des responsabilités	185
Chapitre II : Mieux suivre la marchandise	211
Chapitre III : Le facteur humain	235
CINQUIÈME PARTIE : QUINZE ANS APRÈS	265
ANNEXES	281
Annexe I : Un redressement des grands magasins	281
Annexe II : Évolution à partir de 1970 : volume et parts de marché	282
Annexe III : Évolution à partir de 1980 de la structure des ventes	283
Annexe IV : Parts de marché du non-alimentaire en 1987	284
Annexe V : Structure détaillée des ventes en 1987	285
Annexe VI : Les dix plus grands magasins et hypermarchés ..	286
Annexe VII : Nombre de magasins par groupes en 1987	287
Annexe VIII : Implantations régionales des trois principaux groupes	288