

gesamten Untersuchungszeitraum hinweg eine konstante öffentliche Kritik am Versorgungsrecht zutage. Diese blieb jedoch über mehr als ein Jahrhundert hinweg marginal. Nichtsdestotrotz war vielstimmiger Zweifel an der Rechtmässigkeit und Brauchbarkeit des ganzen Versorgungsdispositivs vernehmbar und bereits in der Anfangsphase gab es Widerstand. Deshalb ist die Meinung, es seien damals angesichts des «Zeitgeistes» keine Alternativen denkbar gewesen, falsch. Konsequenterweise und mit grossem Erkenntnisgewinn stellen die AutorInnen die Frage nach politischen Entscheidungsprozessen und nach den Verantwortungsträgern.

An manchen Stellen würde man sich eine stärker ländervergleichende Sicht wünschen. Die Schweizzentrierung lässt sich damit erklären, dass die UEK von Anfang an darum bestrebt war, «die betroffenen Personen auf Augenhöhe in den Forschungsprozess einzubeziehen». In den Texten von Zeitzeuginnen und Zeitzeugen, welche etwa ein Achtel des Buchumfangs ausmachen, bricht verschiedentlich die ganze Wut und Trauer von Betroffenen durch, die sich keineswegs durchgängig als «Opfer» sehen. Es fallen hier Ausdrücke, die deutlich machen, dass der Aussöhnung mittels historischer Aufarbeitung Grenzen gesetzt sind. Es bleiben auch nach der Erstellung eines differenzierten Forschungsberichts emotionale Bruchlinien, die durch historische Wissensproduktion nicht zu kitten sind. Und es bleiben Leerstellen im Gedächtnis. Diese werden auch durch Schamgefühle verursacht. Es wurde den Betroffenen und Betroffenen schwer gemacht, ihre Leiderfahrung nuanciert zu schildern. Eine von ihnen stellt fest, dass «vieles in meinem Herzen bleiben (muss), auch zum Schutze meiner beiden Töchter». Die Empfehlungen, welche die UEK am Schluss ihres Berichtes zuhanden der Öffentlichkeit und der Politik abgibt, sind

ein Experiment eigener Art. Angesichts der Debatten um transdisziplinäre, verschiedene gesellschaftliche Stakeholder einbeziehende Forschung und um die öffentliche Relevanz wissenschaftlicher Arbeiten ist es durchaus richtig, dass die historische Wissenschaft, nachdem sie zu ihren Resultaten gelangt ist, Gedanken über deren Umsetzung anstellt. Indem der Unterschied zwischen dem wissenschaftlichen Bericht (der fünf AutorInnen) und einem Bericht von WissenschaftlerInnen (in diesem Falle die Mitglieder der UEK) offengelegt wird, lässt sich die etwas zufällig wirkende Vielfalt der Vorschläge durchaus würdigen. Gegen die Meinung von Puristen, die glauben, wissenschaftliche Unabhängigkeit sei durch politische Auftragsforschung generell gefährdet, zeigt dieser Schlussbericht, dass eine fundierte Untersuchung, die dem Staatswesen, dessen Praktiken beschrieben werden, kein gutes Zeugnis ausstellt, zusammengehen kann mit einer deliberativen Einmischung in die öffentliche Diskussion.

*Jakob Tanner (Zürich)*

Joël Jornod

### **La conquête des clients**

**Les magasins Gonset et la Suisse occidentale (1920–1960)**

Neuchâtel, Alphil, 2019, 448 p., Fr 25.–

Le présent ouvrage est fondé sur une thèse de doctorat, soutenue en 2017 à l'Université de Neuchâtel et à l'Université Toulouse – Jean Jaurès. Deuxième livre de l'auteur, il s'inscrit dans la suite de ses autres publications (*Louis Turban [1874–1951] horloger de La Chaux-de-Fonds et son monde*, 2011; *L'industrie en images. Un système technologique et industriel dans le Jura bernois XIX<sup>e</sup>–XXI<sup>e</sup> siècles*, 2019) dans une perspective d'histoire économique et sociale.

En abordant la délicate question de l'émergence de la consommation de masse dans le monde semi-rural de la Suisse occidentale entre 1920 et 1960, Joël Jornod a choisi un sujet qui tranche avec l'historiographie nationale et internationale, comme le souligne la préface signée par Laurent Tissot professeur émérite à l'Université de Neuchâtel. En effet, son ouvrage explore le rôle encore peu connu des détaillants et des commerçants dans le développement d'une société de consommation dans les zones rurales en s'appuyant sur le concept de «conquête des clients» (62–63). Comme le précise l'auteur, conquérir des clients implique de mettre des marchandises à leur disposition. Mais c'est également agir sur eux, les convaincre et les séduire. Pour aborder ce concept ainsi que l'émergence de la consommation de masse en Suisse occidentale, Joël Jornod a choisi de se focaliser sur les magasins Gonset. Cette affaire familiale voit le jour sous la forme d'une boutique de textiles en 1870 à Yverdon-les-Bains. Sans en faire une étude monographique, ce choix permet à l'auteur d'explorer la trajectoire d'un commerce de détail intermédiaire, première chaîne helvétique à installer des succursales dans différentes villes dès 1920.

La démarche de l'auteur s'appuie sur les méthodes de l'histoire des entreprises et de la sociologie économique. D'une part, ces dernières permettent de considérer les stratégies des entreprises et des personnes qui en font partie, montrant ainsi les «mains visibles» (73). D'autre part, elles laissent envisager les dispositifs techniques sur lesquels reposent ces stratégies.

Dans le premier chapitre, l'auteur rappelle que la littérature sur le commerce de détail née aux États-Unis au début du XX<sup>e</sup> siècle, s'est déployée sur trois courants principaux: les premières ébauches sont

réalisées par des économistes cherchant à saisir les transformations que le commerce de détail connaît dès le milieu du XIX<sup>e</sup> siècle. Le deuxième courant émerge dans les années 1940. Il se focalise sur les importantes entreprises du secteur qui se développent dans les grandes villes, ces dernières étant à l'origine d'une révolution commerciale. Le dernier courant, apparu dans les années 1980, a largement remis en cause ce modèle pour avancer la notion d'évolution commerciale. Si certains chercheurs commencent alors à s'intéresser aux structures plus petites, les zones rurales sont toujours délaissées. De plus, l'étude du commerce de détail reste en grande partie à écrire pour la Suisse. C'est dans ce terrain que désire s'inscrire la publication. L'étude souhaite démontrer, sur la base du cas suisse que les petits commerces proposent également des solutions innovantes pour la conquête des clients.

En Suisse, l'histoire du commerce de détail et de la conquête des clients connaît plusieurs transformations au cours des XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles. Les années 1840 à 1860 sont notamment marquées par un essor des coopératives. Ces dernières rassemblent des commerçants qui mettent en commun des fonds pour acheter des marchandises, puis en organisent la distribution. À partir du milieu du XIX<sup>e</sup> siècle, l'expansion du commerce s'appuie sur la mise en réseau de la Suisse, d'une part avec le développement des chemins de fer et d'autre part avec celui des communications. Cette mise en réseau permet, dès les années 1860, une forte expansion du commerce permanent. La fondation d'associations, l'agrandissement des commerces ainsi que la conquête des clients par prospection sont autant de moyens pour soutenir cette dernière. Le deuxième chapitre explore ainsi l'histoire de la conquête des clients et de l'expansion du

commerce en Suisse. Il débouche sur la mise en contexte des magasins Gonset, qui passe d'une boutique de textiles à une chaîne suprarégionale dès les années 1920 dans un contexte de grande diversification du commerce de détail en Suisse.

«Conquérir des clients, c'est mettre des marchandises à leur disposition», mais c'est également «agir sur eux», les attirer vers les points de vente, les convaincre et les séduire (62). Ces deux volets de la conquête des clients sont traités séparément dans le troisième et le quatrième chapitre.

Le chapitre trois détaille la mise à disposition des marchandises en traitant l'histoire des magasins Gonset, des années 1870 aux crises que connaît la chaîne dans les années 1960. L'auteur étudie comment la marque a maillé la Suisse romande par un réseau de commerces en choisissant de s'établir dans des grandes villes dès les années 1920, puis dans des petites localités dès 1925. Cette stratégie développée par Gonset permet à la chaîne de couvrir un territoire large, dans un espace où la concurrence est faible et les prix immobiliers bas. La chaîne a ainsi véritablement participé au développement de la consommation de masse dans les zones semi-urbaines, voire rurales. Ce chapitre explore également divers phénomènes de concurrence et de coopération, que l'auteur réunit sous le concept de «coopétition» (93–94). La société Gonset est en effet engagée dans deux formes de coopération. D'une part, elle se rapproche d'autres commerces par l'adhésion à des associations ou la création d'alliances; et d'autre part, elle réalise des affaires avec des concurrents. La coopétition de Gonset notamment avec les magasins Maus et Migros est mise en lumière. Cet éclairage fait émerger un phénomène global dans le commerce de détail en Suisse romande. Les alliances et les coopérations permettent en effet

aux chaînes de renforcer leurs positions. L'auteur aborde également la période allant de 1933 à 1945. Marquée par la crise de 1929, cette période voit une intervention politique importante dans le commerce de détail. L'arrêté de 1933 frappe durement Gonset qui va alors accélérer sa politique de coopération. Le chapitre quatre approfondit l'étude des stratégies de captation des clients par Gonset sur la période 1870–1960. Ces stratégies de captation se déploient sur deux dimensions: via les dispositifs architecturaux et les dispositifs papier. Considérée comme propre aux grandes entreprises, la promotion par l'architecture se révèle être un souci continu pour les magasins Gonset entre les années 1830 à 1900. Tant les façades que les agencements intérieurs des magasins sont soignés, y compris dans les petites villes. De même, Gonset va investir dans les annonces papier de nombreux journaux locaux afin de diffuser ses offres. À partir des années 1890, la chaîne édite également ses propres catalogues. Entre les années 1900 et 1930, les dispositifs papier connaissent une diversification et une professionnalisation voyant l'apparition des métiers de vendeur et de publicitaire notamment. Les affiches réalisées par des artistes se développent particulièrement dès les années 1900. Gonset suit les tendances en engageant entre autres des décorateurs et des publicitaires. Le cinquième et dernier chapitre s'interroge sur la réussite de la conquête des clients par Gonset et soulève une progression non linéaire du succès de la chaîne. Afin de présenter une étude complète, les chiffres ainsi que les modèles d'affaires de Gonset sont détaillés. Cette dernière partie traite également de la réorientation de Gonset après 1960 dans un contexte d'intensification de la concurrence et



de spécialisation des grands magasins. La chaîne quitte peu à peu le commerce de détail pour se concentrer dans l'immobilier, ce qui est encore le cas aujourd'hui.

L'ouvrage aborde donc, dans une perspective innovante, l'histoire du commerce de détail en Suisse occidentale en examinant l'histoire et les processus de conquête des clients des magasins Gonset aboutissant à un modèle de captation des clients dans les petites localités. En explorant également les phénomènes de concurrence et de «coopétition», il permet d'établir un premier panorama de l'histoire du commerce de détail en Suisse romande en relativisant le rôle des grandes firmes dans la transformation du commerce de détail. Les sources mobilisées, avec les archives de l'entreprise Gonset mais aussi celles de ses concurrents ainsi que diverses sources économiques, permettent un ancrage solide des arguments développés.

*Amandine Cabrio (Neuchâtel)*

**Christoph Rauhut**  
**Die Praxis der Baustelle um 1900**  
**Das Zürcher Stadthaus**

Zürich, Chronos, 2017, 437 p., Fr. 68.–

À partir des années 1850 et jusqu'à la Première Guerre mondiale, le domaine de la construction connaît en Suisse un essor fulgurant, répondant au développement de l'industrie et des services, à l'urbanisation et à la mise en place d'infrastructures ferroviaires, routières et énergétiques. En lien avec cette dynamique, les synthèses historiographiques évoquent souvent des formes d'industrialisation de la construction: standardisation des matériaux de construction, spécialisation des acteurs et des métiers, intégration de savoirs scientifiques dans la pratique. Ces éléments

paraissent d'autant plus pertinents qu'ils font écho aux caractéristiques retenues pour la «seconde révolution industrielle» ou la «*Hochindustrialisierung*» de cette période.

Issu d'une thèse de doctorat, l'ouvrage de Christoph Rauhut, *Die Praxis der Baustelle um 1900. Das Zürcher Stadthaus*, vient éclairer ces transformations de la construction à partir de l'examen minutieux d'un chantier spécifique, celui de l'Hôtel de Ville de Zurich (entre 1898 et 1901). Cette recherche trouve son origine dans le domaine de l'histoire de la construction telle qu'elle intéresse l'architecture et la protection du patrimoine culturel (domaines de formation et d'activité de l'auteur, aujourd'hui à la tête de l'Office du patrimoine du Land de Berlin). Cela se reflète par exemple dans le livre par la présence d'un «catalogue» illustré de chapiteaux et de pignons sculptés du bâtiment. Cependant, le corps du texte concerne aussi l'histoire économique et sociale et celle des sciences et des techniques. En cela, l'ouvrage peut intéresser au-delà du cercle des spécialistes de l'architecture et de la construction, ce dont atteste sa publication par Chronos.

La recherche ne se limite pas aux sources directement liées au chantier du Stadthaus, et multiplie les angles d'analyse et les questions afin de saisir les continuités et les transformations de la construction autour de 1900. Tandis que le chapitre 2 présente de manière synthétique les structures, et les grandes évolutions du XIX<sup>e</sup> siècle, qui ont une influence sur le chantier, les chapitres 3 à 5 s'intéressent chacun à un domaine: les métiers et les acteurs présents sur le chantier, dans leurs relations et leur organisation économique; les pratiques de la construction et les produits utilisés; enfin, les outils et les engins