

REVUE D'ÉCONOMIE POLITIQUE

COMITÉ DE DIRECTION :

Charles GIDE,
Professeur d'Economie sociale à la Faculté de droit de
Paris et à l'Ecole nationale des Ponts et Chaussées.

Eugène SCHWIEDLAND,
Professeur à l'Institut Polytechnique et à l'Uni-
versité de Vienne; Conseiller aulique.

Edmond VILLEY,
Doyen de la Faculté de droit de Caen,
Membre de l'Institut.

Raoul JAY,
Professeur à la Faculté de droit de Paris.

Auguste SOUCHON,
Professeur à la Faculté de droit de Paris.

GERMAIN MARTIN
Professeur à la Faculté de droit de Dijon.

Jean LESCURE
Professeur agrégé à la Faculté de droit de Poitiers.

SECRÉTAIRE DE LA RÉDACTION

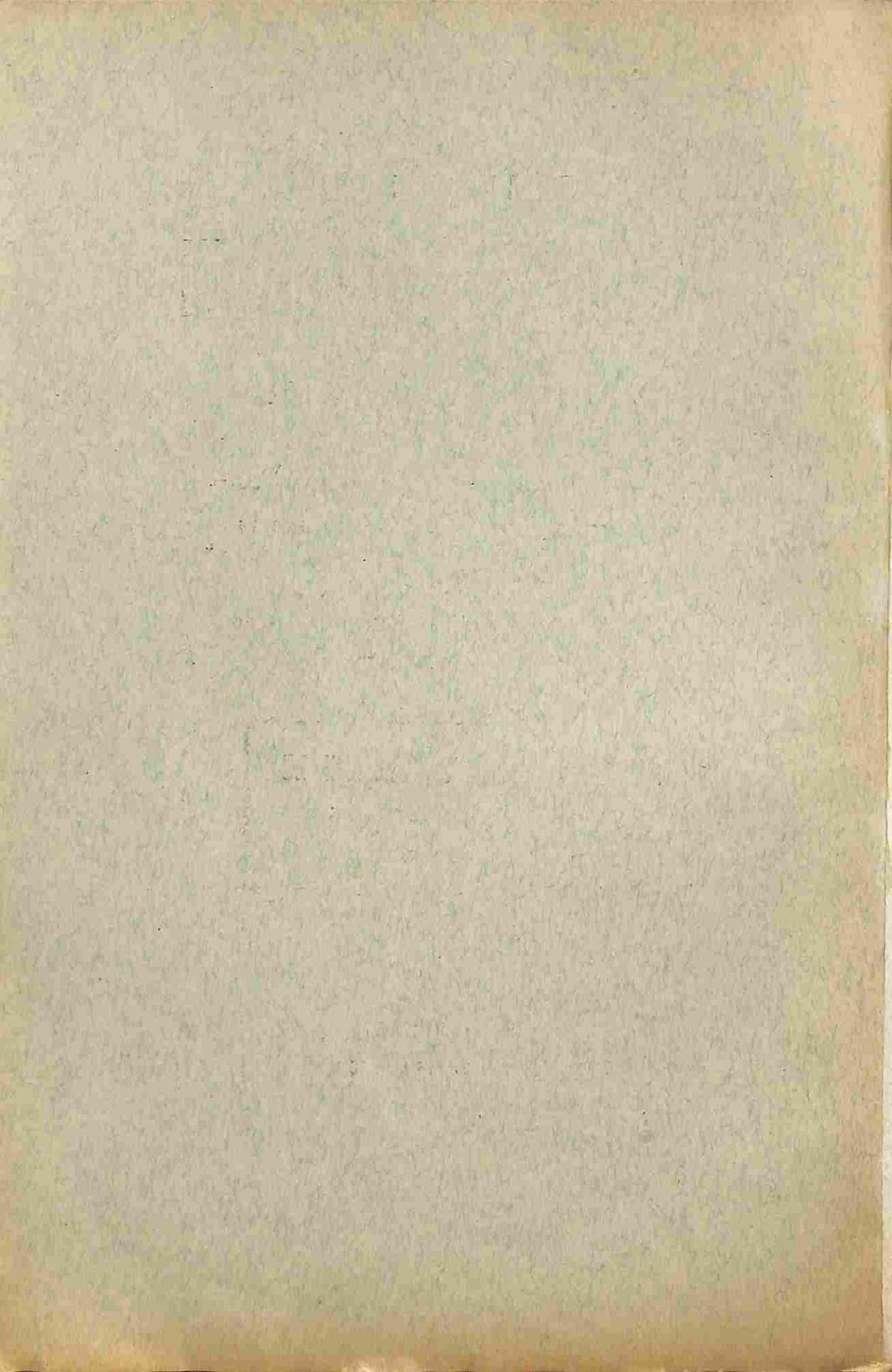
LA CONCENTRATION COMMERCIALE

SANS GRANDS MAGASINS

Par Paul GEMAHLING

LIBRAIRIE
DE LA SOCIÉTÉ DU
RECUEIL SIREY
22, Rue Soufflot, PARIS, 5^e Arr^t.
L. LAROSE ET L. TENIN, DIRECTEURS

1912



LA CONCENTRATION COMMERCIALE SANS GRANDS MAGASINS

LA CONCENTRATION COMMERCIALE SANS GRANDS MAGASINS

LES SOCIÉTÉS RÉMOISES D'ALIMENTATION, A SUCCURSALES MULTIPLES

« Les avantages de la concentration ne sont pas toujours attachés à la dimension de l'établissement, mais ils le sont plutôt à la dimension de l'entreprise... Il y a des limites qu'un établissement ne peut dépasser dans sa croissance sans une lourde surcharge des frais généraux et sans une aggravation périlleuse des difficultés de surveillance et de direction ; il n'y a pas de limite, semble-t-il, à l'extension des entreprises »¹.

C'est une simple illustration de ce principe essentiel que je voudrais apporter ici.

L'état stationnaire auquel parviennent les grands établissements, après avoir atteint un certain degré de développement ; la multiplication des petits détaillants, malgré les progrès de la concentration commerciale, tout nous indique que celle-ci rencontre, dans son expansion, certaines limites plus rigoureuses encore que celles qui peuvent s'imposer à la concentration industrielle. L'industrie, bien que fixée en un point du territoire, peut, par le développement de sa publicité et des facilités de transport, étendre le rayon de sa clientèle presque jusqu'aux limites du monde. Le commerce, le commerce de détail surtout, a besoin d'entrer en rapports directs avec la clientèle, et, s'il s'agit de la vente des menues denrées nécessaires à l'alimentation quotidienne, doit se borner au voisinage le plus immédiat. Les ménagères, pour ces achats faits au jour le jour et au détail, n'iront pas s'approvisionner au loin. Le détaillant le plus proche aura la préférence. Ce sont là de graves obstacles à la concentration. L'expérience des grands magasins d'alimentation a montré qu'ils n'atteignaient guère qu'une clientèle se trouvant dans un rayon très restreint ou assez aisée pour pouvoir faire quelques provisions à l'avance et consacrer plus de temps à ses achats que ne le peut faire la population ouvrière.

¹ Maurice Bourguin, *Les systèmes socialistes et l'évolution économique*, 2^e édit., p. 144.

La multiplication dans tous les quartiers de Paris, en ces dernières années, de maisons d'alimentation d'importance secondaire, souvent très rapprochées les unes des autres, s'inspire précisément de cette nécessité de se trouver à portée immédiate de la clientèle.

Il restait une dernière étape à franchir. Les petites villes de province, les campagnes restaient l'apanage du petit commerce. Là, du moins, son fief paraissait imprenable. Un fait nouveau, cependant, est en train d'apparaître qui n'a guère encore été signalé, et qui contient pourtant en germe un renouvellement peut-être total de l'organisation du commerce de détail.

Si la concentration de la vente n'est pas possible au village, la concentration de l'achat conserve, là comme ailleurs, tous ses avantages avec une organisation bien adaptée. Le principe appliqué ici sera : concentration dans l'achat, décentralisation dans la vente. Et il a déjà donné la mesure de sa fécondité. Sur tous les points du territoire, dans les campagnes les plus reculées, de grandes sociétés d'alimentation à succursales multiples ont poussé leurs ramifications, ont étendu un réseau de plus en plus serré qui couvre des régions entières. Par elles, le grand magasin a pris pied au village. Le petit commerce local a été supplanté jusque dans ses derniers retranchements.

Pendant longtemps cette attaque en ordre dispersé a été négligée des économistes et inaperçue des commerçants eux-mêmes¹. On étudiait, on dénonçait le grand magasin, on ne tenait pas compte de la succursale. Mais lorsque l'on suit le fil qui relie ces modestes petites boutiques de campagne, mêlées au petit commerce local et s'en distinguant à peine, à l'organisme central dont elles dépen-

¹ Les commerçants commencent à mesurer le danger qui menace leurs dernières positions et quelques-uns d'entre eux poussent de véritables cris de détresse : « Notre commerce a terriblement à souffrir du fait d'abord des grands magasins qui par le colis postal nous inondent de leurs marchandises — écrit le président de l'*Association des commerçants et industriels de la Haute-Loire* à M. Martin-Saint-Léon —. Mais cette souffrance n'était rien auprès de celles que lui ont imposées les magasins à succursales « Alimentation stéphanoise », « Casino de Saint-Etienne », « Etablissements économiques » qui étendent aujourd'hui leur réseau sur tout le pays. On peut estimer à 200 le nombre des succursales dans le département de la Haute-Loire. A mon avis, le véritable fléau déchaîné contre le petit commerce, c'est le magasin à succursales multiples. Après avoir débuté par l'épicerie, le magasin à succursale est devenu bazar, marchand de chaussures, mercier, vannier, charcutier, marchand de vin ; depuis quelques mois il est boulanger ; sous peu il sera tout » (Et. Martin-Saint-Léon, *Le petit commerce français, sa lutte pour la vie*, 1911, p. 34-35).

dent, on est étonné de se trouver en présence d'une organisation tout aussi colossale parfois que les plus grandes entreprises concentrées, et réalisant une formule infiniment plus ingénieuse et susceptible, en tout cas, d'une extension presque indéfinie. Le phénomène mérite d'être étudié.

L'exemple de la ville de Reims, que nous avons choisi, nous paraît le plus caractéristique. Ici nous touchons presque au monopole. Le commerce de l'épicerie et les petits commerces annexes d'une grande ville de plus de 100.000 habitants se trouvant presque totalement entre les mains de quatre grandes maisons à succursales, tel est le premier intérêt que nous offre cette expérience qui y joint encore le mérite d'avoir été non seulement la première en date, mais encore le modèle de toutes celles qui ont pris ensuite, en France, une si grande extension. C'est donc sur elle qu'il y avait le plus intérêt à faire porter notre étude.

ORIGINE DES SOCIÉTÉS RÉMOISES A SUCCURSALES MULTIPLES

C'est une histoire curieuse à plus d'un titre. On s'attendrait à trouver à l'origine des puissantes sociétés capitalistes qui dominent actuellement le commerce de l'alimentation, quelque génial négociant et l'on est tout surpris de rencontrer un brave ouvrier mutualiste et coopérateur.

Vers 1850, de très nombreuses sociétés de prévoyance pour la vieillesse existaient à Reims ; leurs administrateurs, préoccupés d'améliorer les conditions de vie de leurs adhérents, songeaient à créer quelque une de ces petites sociétés d'achats en commun comme il en naissait un peu partout à cette époque. Mais les incertitudes de l'aventure les détournèrent de cette voie et ils se bornèrent, à ce moment, à réclamer, au profit de leurs membres, de simples bons d'escompte de 4 p. 100 chez les fournisseurs. Le projet primitif n'avait cependant pas été définitivement abandonné. Un ouvrier tisseur, Etienne Lesage, fervent apôtre de la mutualité, fondateur d'une *Société mutuelle de prévoyance pour la vieillesse*, résolut d'utiliser la force de consommation que représentaient à cette époque les mutualistes rémois. Avec le concours de quelques autres ouvriers et employés prévoyants, il préconisa la création d'établissements économiques appartenant aux sociétés mutuelles de la ville et qui vendraient aux mutualistes, dans leurs comptoirs de quartier, tous

les produits de consommation courante, au meilleur marché possible. Grâce aux économies qu'ils pourraient ainsi réaliser, les ouvriers prévoyants parviendraient à s'assurer des pensions de retraite plus élevées, en cotisant notamment à plusieurs sociétés. Les sociétés, d'autre part, par les bénéfices que leur procureraient les achats en gros, tireraient de l'entreprise d'importantes ressources.

La Société des Etablissements économiques des sociétés mutuelles de la ville de Reims se fonderait au capital initial de 40.000 francs dont les parts seraient souscrites par les diverses sociétés de prévoyance de la ville.

La répartition des bénéfices — ce révélateur si précis des intentions véritables des fondateurs de sociétés — attestait nettement le caractère mutualiste et coopératif de l'entreprise : 10 p. 100 à titre de gratification aux employés ; 40 p. 100 au fonds de réserve ; 50 p. 100 répartis entre les sociétés mutuelles.

Mais il fallait, tout d'abord, que les sociétés mutuelles pussent souscrire les 40.000 francs de capital. Or, la plupart d'entre elles en étaient fort empêchées ne possédant que des ressources insuffisantes ou ne pouvant disposer librement de leurs fonds par suite de la législation en vigueur. La vingtième partie du capital à peine put être recueillie de cette façon. Cela devait décider du sort de l'entreprise.

Bien que fondée par des mutualistes convaincus, elle ne pouvait plus dès lors ne pas être considérée par eux comme une affaire lucrative. Ils obtinrent donc, avec d'excellents arguments, que les 50 p. 100 des bénéfices primitivement attribués aux sociétés mutuelles et qui devaient, par la suite, s'élever à 90 p. 100 lorsque la réserve serait complète, fussent adjugés aux actionnaires, et que l'on vendît au public.

Du projet primitif une seule particularité subsistait qui, par son caractère philanthropique, suffit, semble-t-il, à consoler de leur échec les premiers fondateurs : la règle de la vente au plus bas prix possible ¹.

¹ « En fondant les *Etablissements*, constate cependant leur historiographe, notre but était d'avoir une Société coopérative en faveur des sociétés mutuelles, et leur procurant des ressources, tandis qu'une fois l'article 14 modifié, le principe de la Société et ses résultats étaient complètement changés ; il restait encore heureusement l'idée de faire profiter les acheteurs d'un bon marché réel, mais c'était tout » (*Histo-*

La Société commença, en 1866, par la boulangerie, l'épicerie, la vente des liquides et du charbon, elle y annexa bientôt la charcuterie.

Les débuts furent difficiles ; on se heurtait à la résistance de la clientèle qu'indisposait surtout la règle de la vente au comptant qu'avait instituée, dès l'origine, la Société ; mais celle-ci avait pour elle un argument qui ne pouvait pas, en même temps qu'une réputation de philanthropie, ne pas lui assurer le triomphe : le bon marché. Le pain de 3 kilos était vendu 15 centimes moins cher que dans les autres boulangeries de la ville ! C'était le titre de gloire de la Société, c'était également une bonne affaire.

Deux ans après, en 1868, les *Etablissements* faisaient 569.930 fr. d'affaires, avaient ouvert huit succursales et distribué 4 fr. 30 de dividende à leurs actionnaires.

Une expérience malheureuse vint entraver, pour un moment, cette marche en avant : l'ouverture d'un rayon de boucherie leur apporta les mêmes déboires qu'à tous ceux dont l'histoire de la coopération nous a rapporté les tentatives¹.

L'essai dura un an et se solda par un déficit de 12.000 francs ; avant d'y renoncer, on voulut cependant tenter d'organiser une sorte de restaurant populaire pour écouler les produits de la boucherie, mais ce ne fut qu'un nouveau déficit de 3.000 francs qui vint inutilement s'ajouter au premier.

Ce n'est qu'à regret, semble-t-il, que les *Etablissements économiques* s'étaient détachés de l'idée coopérative qui avait animé leurs premiers fondateurs. Une dernière fois, vers 1871, elle revint briller un moment devant leurs yeux. Un vif mouvement se manifestait alors en France en faveur des coopératives de consommation, il gagna quelques actionnaires de la société rémoise qui proposèrent que l'on modifiât en ce sens ses statuts : le capital ne toucherait plus qu'un intérêt fixe de 5 p. 100 ; quant aux bénéfices, 10 p. 100 seraient affectés aux employés ; 40 p. 100 au fonds de réserve ; 50 p. 100 et ultérieurement 90 p. 100 aux consommateurs au prorata de leurs achats.

rique des Etablissements économiques des sociétés mutuelles de la ville de Reims. Leur fondation, leur marche pendant vingt ans 1867-1887, par M. L. Chauffert, président du conseil d'administration. Reims, 1888, p. 20).

¹ Les raisons invoquées par les fondateurs des *Etablissements économiques* confirment exactement celles données, pour les coopératives, par M. Ch. Gide (*Les sociétés coopératives de consommation*, 2^e édit., p. 109-110).

Que serait-il advenu si cette entreprise, encore modeste mais prospère, et qui devait engendrer par la suite la force capitaliste que l'on sait, avait adopté alors la forme coopérative ? Il est impossible de le prévoir... Mais il y a eu là, en tout cas, pour l'idée coopérative, une bataille perdue, qu'ignore son histoire, mais qui n'a peut-être pas été sans importance...

A une faible majorité de 172 voix contre 158, la proposition fut repoussée, sans que d'ailleurs le principe coopératif ait paru rencontrer une hostilité bien avouée ¹.

Plusieurs administrateurs donnèrent même leur démission, accusant les *Etablissements économiques* de vouloir s'engager dans une voie commerciale.

Le président du conseil d'administration s'en défendit énergiquement ² et forts de cette assurance et aussi de leurs succès les *Etablissements économiques* restèrent fidèles à la forme qu'ils avaient adoptée et qui les avait si bien servis jusque-là ³.

Il serait injuste, d'ailleurs, de ne pas faire observer qu'avec leurs actions placées encore en grande partie dans des familles ouvrières et limitées d'ailleurs à dix au maximum par famille, avec leurs administrateurs ne touchant aucune rémunération, avec leur souci du bon marché et de la qualité de leurs produits, avec leur titre archaïque enfin, les *Etablissements économiques des sociétés*

¹ Les principaux reproches adressés à la forme coopérative étaient de n'être possible que dans de petites villes ou entre membres d'une même profession ; de vendre au comptant et au même prix que le commerce, — tandis que l'expérience des *Etablissements* prouvait que la vente au comptant ne pouvait triompher qu'accompagnée d'une réduction de prix — ; de ne pas provoquer par la vente au prix de revient une baisse générale du prix des denrées dans la ville ; enfin par la délivrance de jetons à l'acheteur, pour le calcul des trop perçus, de compliquer le service de la vente et de permettre une spéculation sur les jetons de la part des gérants de succursales.

² « Nous tenons à établir que les *Etablissements économiques* ne sont pas une société purement commerciale. Ils vendent d'abord leurs produits aux prix de revient, ne se réservant qu'un bénéfice infime sur chaque opération et font profiter tous les acheteurs d'une économie réelle » (*Historique des Etablissements économiques*, p. 54).

³ Le développement de leur entreprise ne pouvait pas, en effet, ne pas leur donner confiance dans le système qu'ils avaient adopté :

Années.	Nombre de succursales.	Chiffre d'affaires.	Capital social.	Dividendes.
1868.	8	569.930	55.500	4 ^r 35
1878.	17	1.150.129	180.000	4 95
1888.	30	4.311.219	200.000	15 »
1898.	39	6.178.652	34.000	24 »

mutuelles de la ville de Reims conservent une sorte d'auréole philanthropique qu'ils se sont toujours efforcés de maintenir ¹, et qui leur assure, en tout cas, une physionomie à part au milieu des autres sociétés rémoises.

Mais la politique de bon marché pratiquée systématiquement par les *Etablissements* devait avoir une conséquence imprévue : en ruinant les petits épiciers de détail, par un abaissement des prix que les apologistes des sociétés à succursales évaluent à 20 et même à 40 p. 100, ils mirent en péril les maisons d'épicerie en gros, atteintes par la faillite de leurs clients. La prospérité même du vainqueur indiquait la voie du salut : les épiciers en gros le comprirent, et, suprême ressource de toutes les victimes de cette organisation : ils l'imitèrent.

C'est ainsi qu'en 1887, un groupe d'épiciers en gros se réunit pour fonder les *Docks rémois*. Ici, l'on aurait peine à trouver trace des préoccupations désintéressées qui avaient été à l'origine des *Etablissements économiques* ; néanmoins, pour profiter du prestige que ceux-ci s'étaient assuré, on tenta de donner le change et l'on baptisa les succursales du nom évocateur de *Familistères* !...

L'exemple de ces sociétés à succursales était contagieux : quelques années plus tard, un groupe de catholiques et de patrons rémois fondèrent une sorte d'économat sous le nom de *Notre-Dame de l'Usine*. Mais, après quelques années d'une existence assez précaire, les 80 succursales qu'ils avaient déjà créées furent rachetées par un riche négociant, M. Mignot, directeur, et plus tard seul propriétaire d'une troisième entreprise de ce genre, les *Comptoirs français*.

Enfin un quatrième groupe, les *Etablissements Goulet-Turpin*, complète l'ensemble des grandes sociétés capitalistes qui détiennent le commerce de l'alimentation de la ville de Reims et dont les dépôts rayonnent dans le Nord-Est tout entier.

Les deux principales sociétés : les *Docks rémois* et les *Comptoirs français*, ne comptent pas moins de 500 succursales chacune et les

¹ En 1877, les *Etablissements* obtinrent une médaille d'or dans un concours de la *Société industrielle de Reims* destiné à récompenser « une institution, soit d'instruction, soit d'économie, soit de crédit, de nature à aider d'une manière efficace à l'amélioration morale et matérielle des ouvriers de la ville de Reims ». Et en 1900 ils exposèrent à l'Exposition universelle, au groupe de l'Économie sociale, classe 107 (sociétés coopératives de consommation).

Etablissements économiques et les *Etablissements Goulet-Turpin* environ 300 maisons.

Dans certains quartiers de Reims, on rencontre une succursale toutes les dix maisons, et, le plus souvent, tout un groupe autour d'elle, car la concurrence est très serrée entre les diverses entreprises.

Les autres succursales sont éparses dans les villages et même les départements voisins : il est telle de ces sociétés qui, ne se bornant pas aux départements limitrophes, étend ses ramifications à travers 15 départements jusqu'à la Meurthe-et-Moselle, le Nord, la Somme et la banlieue parisienne.

C'est là toute l'économie du système : multiplier à l'infini les comptoirs de vente jusque dans les plus petits villages et, par là, exercer une domination souveraine sur le commerce de détail de toute une région ; enfler sans cesse l'importance de ses achats et par là se subordonner entièrement le producteur.

Sans doute, cet impérialisme n'est pas sans limites : les frais de transport au delà d'un certain rayon absorbant le bénéfice escompté¹, et surtout la naissance, dans de nombreux départements et aux portes mêmes de Reims, de sociétés analogues venant imposer des bornes à ces ambitions.

L'exemple de Reims, en effet, s'est propagé. Une industrie presque exclusivement rémoise a pris naissance : la constitution de sociétés d'alimentation à succursales multiples. Chaque année une dizaine au moins de sociétés de ce genre se constituent en un point quelconque de France². Presque toujours les créateurs ou les ins-

¹ Pour vaincre cette difficulté, une entreprise de ce genre, les *Etablissements Mielle* de Châlons-sur-Marne, a créé un centre de réexpédition à Vesoul destiné à l'approvisionnement de ses succursales des Vosges.

² Citons entr'autres : Suipe (près Reims) : *Etablissements Lépine*; Coulommiers : *Docks de la Brie*; Charleville : *Docks ardennais, Compagnie ardennaise d'alimentation*; Châlons-sur-Marne : *Etablissements Mielle, Grands économats français*; Troyes : *Docks troyens, Etablissements économiques troyens, Ruche troyenne*; Auxerre : *Etablissements économiques de l'Yonne*; Amiens : *Comptoir amiénois de l'alimentation*; Meaux : *Union commerciale*; Rouen : *Etablissements économiques rouennais, Docks français*; Nancy : *Docks de l'alimentation, Société nancéenne d'alimentation*; Lille : *Docks du Nord, Etablissements économiques du Nord*; Boulogne-sur-Mer : *Comptoirs économiques du Pas-de-Calais*; Besançon : *Etablissements économiques bisontins*; Dijon, *Comptoirs de la Bourgogne*; Lyon : *Société générale d'alimentation et d'approvisionnement, Docks lyonnais*; Saint-Etienne : *Société des Etablissements économiques du Casino, Alimentation stéphanoise, Docks foréziens, Ruche stéphanoise*; Béziers : *la Ruche du Midi*; Toulouse : *l'Epargne*; Agen : *la Ruche*;

pirateurs sont rémois d'origine et les capitaux sont également rémois. Un actif petit marché des valeurs de l'alimentation fonctionne dans une banque de Reims et les sociétés naissantes sont sûres de trouver là des capitaux très friands de ces sortes de placements qui, il faut le reconnaître, sont en effet particulièrement lucratifs.

On peut estimer le chiffre d'affaires global des sociétés d'alimentation à Reims à près de 100 millions. Les *Docks rémois*, à eux seuls, font plus de 40 millions d'affaires; au capital-actions de 2 millions ils ont, au cours de ces dernières années, réalisé un bénéfice net annuel dépassant le montant de leur capital et distribué aux actions entièrement libérées un dividende de 60 francs net.

Une autre entreprise qui, après avoir revêtu, pendant quelques années, la forme de société, a été rachetée par son fondateur, fait plus d'un million de bénéfices nets par an.

Nous sommes loin, on le voit, du modeste ouvrier Lesage et de sa fille qui, après une médiocre existence d'employée d'hôtel, recevait de l'administration des Etablissements économiques une pension de reconnaissance de 600 francs !

L'ORGANISATION DE L'ACHAT ET DE LA VENTE

Conditions de l'achat. — C'est presque exclusivement des conditions de l'achat que dépend la prospérité de ces entreprises dont l'économie se ramène à acheter en gros pour revendre en détail;

Bordeaux : *l'Alimentation générale du Sud-Ouest*; Nantes : *l'Épargne de l'Ouest*; Poitiers : *Alimentation du Poitou*; Tours : *Docks du Centre, Etablissements de Touraine*, etc.

Deux sociétés viennent d'être fondées à Paris qui se proposent d'exploiter la Bretagne : *Comptoirs économiques de Normandie et de Bretagne, Comptoirs d'alimentation Bretagne et Normandie*.

À Paris, de nombreuses sociétés de ce genre sont spécialisées dans la vente du vin à emporter; l'une d'elles, née lors de la baisse du prix du vin, le *Familistère parisien*, compte une centaine de succursales et vend des articles d'épicerie. La *Vigneronne* vend également du pain, de la charcuterie, de la pâtisserie.

Que l'on ne croie pas cette liste complète. Un grand nombre ont échappé à notre enquête très superficielle. Mais, pour apprécier l'importance même de celles que nous citons, il suffit de se rappeler que toutes étendent leurs opérations sur plusieurs départements. Le capital initial de la plupart d'entr'elles varie entre un et deux millions, mais l'on verra plus loin que, grâce à une circulation très rapide du capital, ces sociétés parviennent avec un fonds social même assez réduit à réaliser un chiffre d'affaires très élevé.

surtout à Reims où, contrairement aux entreprises concentrées, comme la maison Félix Potin, les sociétés d'alimentation ne cherchent pas à multiplier les produits à leur marque et ne fabriquent à peu près aucun des produits qu'elles mettent en vente.

Même pour les chocolats, les cacao, les conserves de fruits et légumes, les confitures, les pâtes alimentaires, elles préfèrent vendre des marques connues, en boîtes ou en paquets tout préparés, plutôt que de fabriquer elles-mêmes. Cela, sans doute, simplifie d'abord singulièrement leurs installations, mais elles y voient un autre avantage, auquel elles attachent un intérêt tel qu'elles renoncent même à faire établir les produits à leur firme, c'est celui de l'irresponsabilité des falsifications. C'est la plus frappante illustration de l'importance croissante et des avantages de la « marque » que nous connaissions,

Tout le bénéfice de l'entreprise devant donc résulter de l'acte commercial, l'achat en gros prend pour elles un intérêt capital et elles y sont passées maîtresses. Par le crédit qu'elles présentent, par les formidables débouchés qu'elles offrent, par le quasi-monopole de tout le commerce de l'alimentation de Reims et de la région qu'elles détiennent, elles ne sont plus les intermédiaires des producteurs, elles en sont devenues les souveraines.

Les représentants des fabricants sur la place de Reims se trouvent en quelque manière attachés spécialement à ces seules maisons; une étroite limitation de leurs heures d'audience, une fois ou deux par semaine, les met encore dans une concurrence plus directe les uns avec les autres et il faut avoir entendu les brefs ordres de 100.000 paires de chaussettes ou de milliers de pots de confitures succéder à l'acceptation du prix dicté par l'« acheteur », pour comprendre que la légendaire faconde du commis-voyageur est ici sans emploi et que d'autres forces toutes-puissantes règlent souverainement les marchés.

Si les usines des sociétés d'alimentation fabriquent en général peu d'articles¹, par contre, la manutention y est poussée à l'extrême : toutes les marchandises qui ne sont pas livrées par le fabricant en

¹ En général, un atelier pour la fabrication des sabots, une distillerie très complète, un abattoir pour la charcuterie (20 pores par jour dans l'une d'elles), une boulangerie, un atelier de menuiserie fabriquant tout le matériel nécessaire aux succursales, une imprimerie, telles sont à peu près les seules installations industrielles, d'ailleurs parfaitement organisées, que possèdent en général les entreprises rémoises.

boîtes ou en paquets sont ici fractionnées, pesées, mises en sacs, en paquets, en bouteilles ¹, ramenées aux unités les plus minimes, aux proportions des ventes les plus infimes : jusqu'au sac de bonbons d'un sou ! Six cents ouvriers, aux *Docks rémois*, sont occupés dans ces entrepôts, soit à la fabrication, soit à la manutention, et chaque jour 60 à 80 wagons, sous la surveillance d'employés de la Compagnie de l'Est payés par la Société, sont chargés dans le hall même de l'usine et emportent vers les succursales lointaines un stock incessamment renouvelé de marchandises ².

Méthodes de vente. — C'est ici la formule spéciale aux entreprises de ce genre et qui convient à merveille au commerce de détail. Nulle part, même au centre de la ville, on n'a cherché à installer de vastes magasins sur le modèle des maisons de comestibles du type classique; on a préféré les multiplier dans tous les quartiers et dans toute la région. De même, les stocks de chaque sorte de produits y sont minimes, mais on y trouve les articles les plus divers. On a cherché à réaliser, jusque dans les plus humbles villages, les avantages du grand magasin : l'accumulation des produits les plus variés en un même lieu et leur renouvellement incessant. Sans doute, ici, certains voisinages pourront surprendre : on trouvera dans une même boutique des articles d'épicerie, du pain, de la charcuterie, des œufs, du lait, des fruits, des légumes, des volailles, de la droguerie, de la confiserie, du vin, des liqueurs, de la mercerie, de la lingerie, de la bonneterie, des chaussures et vêtements de travail, de la broserie, de la quincaillerie, de la papeterie, des jouets, du charbon, etc... La ménagère trouvera

¹ 15 à 20.000 bouteilles par jour aux Docks rémois.

² Ce mouvement d'exportation représente une des branches les plus actives du commerce rémois. Pour les seuls articles catalogués sous la rubrique : épicerie — et nous verrons que les sociétés d'alimentation débitent un grand nombre d'autres produits : charcuterie, vins, mercerie, quincaillerie, etc. — la progression des expéditions par voie ferrée présente le tableau suivant :

	Tonnes
1904.	35.826
1905.	39.987
1906.	47.372
1907.	51.983
1908.	58.033

³⁰⁰ Pierre Delanlel, *L'industrie et le commerce de Reims et de la circonscription de la chambre de commerce en 1908*, p. 17.

dans la boutique la plus exigüe à peu près tout ce qui est nécessaire aux menus achats journaliers.

Et que l'on ne croie pas qu'il s'agit là seulement du contenu de quelque épicerie-bazar de campagne, les succursales les plus élégantes du centre de la ville, où la clientèle aisée n'hésite pas à s'approvisionner, offrent une diversité presque égale que corrige d'ailleurs un ordre parfait.

Les principes qui président à la vente peuvent se ramener à quatre :

1° Vente au détail. — Voilà l'un des secrets de la réussite des succursales dans les quartiers ouvriers. Les ménagères y vont à tout instant de la journée faire leurs achats, au fur et à mesure des besoins : le café, l'alcool, la farine... s'y demandent en quantités infimes; nous y avons vu vendre jusqu'à 10 centimes de houille qu'un enfant emportait dans un cornet ¹.

2° Vente en paquets. — La vente en paquets complète la vente au détail et y est exactement adaptée. Nous avons dit quelles transformations subissaient les marchandises livrées à l'entrepôt, avant que d'être envoyées aux succursales en paquets de toutes tailles. Cette ingénieuse application de la division du travail, en évitant presque toutes manipulations et pesées au succursaliste, présente, dans ce système de vente, de particuliers avantages : elle dispense le vendeur des connaissances multiples qui seraient nécessaires pour la vente d'objets aussi divers que ceux qu'il débite; elle lui permet de servir dans un temps aussi réduit que possible un grand nombre de clients; elle offre à la clientèle toutes garanties : les paquets sont fermés, les bouteilles cachetées, les prix marqués; enfin elle permet aux objets les plus variés de s'entasser dans la petite boutique avec le minimum d'inconvénients.

3° Vente au comptant. — Ce fut là une des plus profondes réformes apportées dès l'origine dans les habitudes de la classe ouvrière, par les sociétés d'alimentation. Elles y sont restées fidèles. Ce n'est pas à dire, hélas! que l'habitude du crédit ait été, dès ce jour-là, extirpée à tout jamais. Il n'est pas rare encore de voir la ménagère acheter aux succursales tant qu'il reste un peu d'argent de la paie et retourner, quand approche la fin de la semaine, de la

¹ Ce système a développé à ce point les habitudes d'achat au détail, dans toutes les classes de la société, que les marchands de vins en gros prétendent en éprouver un très grave préjudice.

quinzaine ou du mois, chez le petit détaillant qui accepte le crédit ; le succursaliste lui-même parfois, pour conserver cette clientèle instable, se risquera à fournir à crédit, mais ce sera à ses risques et périls et ce n'est pas une des moindres impasses où se trouvent engagés les gérants par la très ingénieuse organisation de ces sociétés, que de risquer de perdre un client ou d'y être de leur poche.

4° Vente avec primes. — Tout achat de 20 centimes donne droit à un timbre-prime ; 25 timbres sont échangés contre un bon et les bons à leur tour servent à procurer les objets donnés en primes.

On connaît l'inquiétant développement qu'a pris en ces dernières années la singulière et ruineuse habitude d'offrir à l'acheteur un cadeau en plus de son achat.

A Reims, où il constitue la seule publicité des sociétés d'alimentation, ce système revêt un caractère de luxe inouï. Chacune des grandes sociétés possède dans le quartier le plus élégant de la ville un magasin dont l'apparence pourrait rivaliser avec les plus brillants étalages parisiens : ce sont autant de petits magasins de nouveautés où l'on peut, avec des bons, se procurer vaisselle, lingerie, argenterie, bijouterie, bronzes artistiques, ameublement et jusqu'à un piano ! Au moment de Noël et du jour de l'An, on y expose des jouets et des étrennes. Des catalogues illustrés répandent la tentation dans les campagnes. On conçoit quelle fascination doit exercer sur la clientèle ouvrière cette luxueuse exposition dont tous les objets peuvent lui appartenir, gratuitement, un jour ; des réductions habiles sur le nombre de bons nécessaires pour se procurer certains articles-réclames tiennent en haleine les convoitises qui suivent attentivement les mouvements de cette cote populaire. Et l'on m'a cité le cas de ménages ouvriers se laissant entraîner aux achats les plus inconsidérés et les plus superflus afin de réunir assez de bons pour se procurer la prime de leurs rêves.

La gérance. — L'écueil presque insurmontable auquel semble devoir se heurter une organisation de la vente aussi disséminée, c'est ce que le langage commercial appelle le « coulage ». Nous allons voir par quelles garanties simples mais draconiennes les sociétés à succursales multiples sont parvenues à s'en exonérer presque automatiquement ¹.

¹ Voici les principaux articles de l'engagement de gérance, tels qu'on les retrouve dans presque toutes les sociétés :

Elles exigent, tout d'abord, de leurs gérants le versement d'un cautionnement de 3 à 4.000 francs, en garantie de leur gestion. Et

Suite de la note 1 de la page précédente.

Succursale n° . . .

Nous soussignés :

.
 et
 mon épouse que j'autorise demeurant ensemble à
 acceptons la gérance des n° sis à
 appartenant à M. négociant et nous engageons solidairement
 à la gérer et l'administrer aux clauses et conditions stipulées ci-après :

1° Donner à notre gérance tout notre temps et toute notre activité, nous interdisant toute autre fonction et tout autre travail.

2° Donner tous les soins nécessaires aux marchandises à nous confiées soit au moment de la reprise, soit expédiées directement. Les conserver et entretenir toujours en parfait état de vente, nous rendant responsables de celles qui, pendant notre gestion, pourraient être avariées ou défraîchies pour quelque motif que ce soit.

3° Laisser vérifier la qualité et la nature de la marchandise par tout employé de M..., retourner à nos frais celles qui existeraient en trop grande quantité dans notre succursale, soit par suite de demandes mal faites, soit par suite de demandes exagérées. Supporter la dépréciation qui pourrait être appliquée à ces marchandises, par suite de leur mauvais état, et reprendre celles qui seraient entièrement refusées comme étant invendables.

4° Signaler aux inspecteurs de M..., en temps utile et avant toute détérioration, les marchandises qui ne seraient pas de vente dans notre succursale, afin de lui permettre d'en disposer.

5° Supporter, lors de notre inventaire de sortie, le refus des marchandises détériorées, avariées ou défraîchies.

6° Ne nous servir pour la vente que du matériel qui nous est confié par M..., l'entretenir et le rendre en bon état, sauf usure.

Déférer à toute demande du vérificateur des poids et mesures, nous rendant responsables des contraventions qui pourraient être infligées pour infractions aux lois et règlements en vigueur.

7° Laisser visiter le local tout entier par les employés de M..., tenir dans un état de propreté et d'entretien très rigoureux nos magasins et dépendances, autant à l'intérieur qu'à l'extérieur, ainsi que notre logement particulier, en jouir en bon père de famille, nous interdisant toute sous-location et nous rendant responsables des avaries ou détériorations qui pourraient être de notre fait. Nous conformer aux mesures d'ordre et de police auxquelles sont généralement tenus les locataires.

8° Tenir et mettre en vente toutes les marchandises qui nous seront fournies par M..., n'en détenir ni vendre d'autres sans autorisation écrite et, au cas d'infraction à celle défense, verser dans les quarante-huit heures une amende de 100 francs, sous toutes réserves pour M... à plus amples dommages s'il y échet et du droit de renvoi immédiat de notre gérance sans aucune indemnité.

9° Ne prendre nos marchandises qu'au comptant et aux prix qu'elles nous seront facturées, sans en changer ni la nature ni la qualité. M... n'achetant et ne mettant en vente que des produits qui lui sont garantis purs, nous serons responsables de toutes altérations et falsifications des produits dont nous ne pourrions établir ni l'identité avec ceux livrés par lui ni l'impossibilité absolue de toute altération par notre fait. Le poids net devant toujours être donné à la clientèle, la dépense occasionnée par la four-

ceci n'est pas sans fournir aux sociétés, en même temps qu'un gage sérieux, un fonds de roulement très appréciable : un million et demi pour l'une d'elles ¹.

niture des sacs et du papier d'emballage sera supportée par nous, de même que celle nécessitée par la distribution des calendriers de fin d'année.

10° Laisser procéder à notre inventaire quand il semblera bon à M... de le faire et couvrir dans les quatre jours le déficit qui pourrait nous être signalé, faute de quoi il pourra nous remplacer de suite sans aucune indemnité.

11° Payer, sur le montant des recettes, les débours de camionnage, de régie, d'octroi, d'éclairage, les loyers, les contributions, acquitter les mandats qui nous seront présentés à fin de chaque mois, faire parvenir à M... toutes les quittances, afin qu'il nous en soit tenu compte.

12° Abandonner le logement et la gérance sans indemnité et dans le délai qui nous sera indiqué si, dans les trois mois de notre entrée en fonctions, M... nous jugeait incapables de gérer ou pour tout autre motif.

13° Ne quitter notre gérance qu'après avoir prévenu M... quinze jours à l'avance et la laisser après un pareil délai, suivant l'acte écrit qu'il nous communiquerait, ou même immédiatement dans l'un ou l'autre cas, s'il préférerait nous verser une indemnité évaluée à 6 francs par jour pendant quinze jours.

14° Ne pas nous établir après notre départ de la succursale dont la gérance nous est confiée, comme propriétaire, employé ou gérant, directement ou indirectement, d'une maison vendant des produits similaires à ceux vendus dans les....., sauf après un délai de cinq années, et à une distance de moins de six kilomètres de la succursale que nous quitterons. De ne jamais plus, après notre départ, nous servir du titre générique de la maison..... ou tout autre par lequel il plairait à M... de le remplacer, ces titres restant sa propriété exclusive.

15° Gérer et administrer la succursale qui nous est confiée et consacrer tout notre temps et toute notre activité à son développement, moyennant les remises suivantes :
Sept pour cent sur les liquides, la mercerie et les jouets.

Six. articles vendus avec bons-primés.

Cinq. tous les autres articles, à l'exception des sucres pour la vente desquels nous ne toucherons pas de remise.

16° Verser à M... à titre de cautionnement, pour la garantie du découvert qui nous est fait et pour l'exécution du présent engagement, la somme de 3.000 francs, productive d'intérêts à 3 p. 100 l'an.

17° Nettoyer les magasins, les chauffer, s'il y a lieu de le faire, car prenant l'engagement de soigner et entretenir les marchandises en parfait état de vente, M... n'acceptera aucune réclamation concernant l'humidité qui pourrait exister dans les magasins.....

¹ Les adversaires des sociétés de ce genre prétendent que c'est le cautionnement du gérant qui fournit les fonds nécessaires à l'ouverture d'une succursale. Aussi les *Unions commerciales* réclament-elles une loi qui rende obligatoire le dépôt dans les caisses publiques du cautionnement du gérant (Martin-Saint-Léon, *Le petit commerce français*, p. 34). Il est certain, en tout cas, que les cautionnements des gérants — auxquels les Sociétés servent en général un intérêt de 3 à 4 p. 100 — représentent une part importante de leur capital. Au bilan de l'une d'entr'elles : capital-actions, 2 millions ; capital-obligations, 1 million ; cautionnements, 1 million et demi. Pour une autre plus modeste : capital-actions, 200.000 francs ; capital-obligations, 200.000 francs ; cautionnements, 197.500 francs.

Un inventaire très minutieux inscrit la valeur marchande des produits en magasin; sur cette base reposeront tous les règlements ultérieurs.

Tous les cinq jours une traite, fixée d'après le rendement présumé de la succursale, est tirée sur chaque gérant, ce qui permet une circulation extrêmement rapide du capital. Tous les mois, le succursaliste verse le reliquat et prélève sa commission sur les ventes : un peu moins de 5 p. 100 en moyenne.

Tous les ans, au moins, après inventaire, il est fait un règlement de compte définitif.

On voit l'économie générale de la gérance : pas de salaire fixe, une simple commission stimulant la vente et ne s'élevant qu'avec elle; en fin d'exercice, il faut retrouver ou l'argent, ou les marchandises. La Société ne peut pas perdre... au contraire!

Le premier inventaire, en effet, aura compté toutes les marchandises au prix de vente, les caisses, sacs, bidons qui auront été fournis au succursaliste lui auront été facturés au prix de neuf¹. Mais le gérant aura dû faire un étalage, et des marchandises se seront trouvées ainsi défraîchies; par suite du nombre croissant d'articles qui encombrant la boutique et qu'il aura souvent dû accepter de force, il aura été contraint d'en placer une partie à la cave ou au grenier et l'humidité les aura gâtés; un sac aura pu être percé; pour les produits débités par le succursaliste — la charcuterie par exemple — il y aura eu des pertes, des déchets inévitables ou encore il aura reçu une caisse de 10 kilog. de sucre au fond de laquelle il aura trouvé 2 kilog. de morceaux cassés, maculés, réduits en poussière, inutilisables..., toutes ces dépréciations, ces pertes inévitables, ces risques inhérents à tout commerce et à toute industrie incomberont intégralement au succursaliste. Il sera responsable de *toutes* les marchandises qui lui ont été livrées et dans l'état où elles lui ont été livrées. Les marchandises avariées ou simplement tachées lui seront impitoyablement refusées². Si l'on sait que le stock de marchandises dans une succur-

¹ Il arrive souvent que ces emballages soient détériorés pendant les transports, que les bidons renvoyés vides perdent leur vis de fermeture. Toutes ces pertes seront comptées au gérant. De plus celui-ci doit fournir les sacs et le papier d'emballage. Cf. art. 9 de l'engagement.

² On m'a cité par exemple le cas suivant : dans une boutique humide des cols d'hommes, fermés par des agrafes métalliques, portaient des taches de rouille. Bien que la responsabilité du choix de la boutique et du mode de fermeture des cols appar-

sale peut atteindre 20 et 25.000 francs, on mesurera l'importance du risque qui est ainsi rejeté tout entier sur le gérant.

Pour s'y soustraire, celui-ci ne sera que trop tenté de recourir à certaines pratiques que la Société n'ignore pas mais dont son système de vente en paquets lui permet de se déclarer irresponsable, après qu'elle y a elle-même trop souvent acculé le malheureux gérant. Pour les produits qu'il débitera lui-même, il fraudera sur les pesées, il gagnera sur les petits poids : il vendra, par exemple, 35 centimes la demi-livre ou 20 centimes le quart de livre une marchandise cotée 65 centimes la livre ; il cherchera à majorer les prix ou, profitant d'un abaissement de cours, il maintiendra le plus longtemps possible le prix ancien. Il faut le dire, le gérant qui ne pratiquera aucune de ces fraudes aura souvent peine, en fin d'exercice, à ne pas se trouver débiteur de la Société. Et ainsi, en dernière analyse, c'est le consommateur qui fait les frais de cette ingénieuse répression du « coulage ».

Parmi les problèmes que soulève cette forme dispersée du grand magasin, il en est un, d'ordre juridique, qui a fait l'objet de vives discussions entre le petit commerce et les sociétés à succursales multiples : c'est celui de la situation juridique du gérant. Si nous voulons mesurer tous les aspects de l'influence sociale exercée par ce genre d'organisations, nous devons nous y arrêter un moment.

Ce que nous avons dit du rôle du gérant, le modèle d'engagement que nous publions semblent ne laisser aucun doute : le gérant est un employé préposé à la vente dans les lieux loués par la Société et sous sa surveillance directe, il est assujéti au versement d'un cautionnement, responsable des marchandises à lui confiées, intéressé à la vente, lié, enfin, à la Société par un engagement résiliable sur simple préavis de 15 jours.

Tout autre est cependant la thèse soutenue par les Sociétés : à leurs yeux le gérant est un commerçant indépendant auquel elles fournissent des marchandises et un local mais qui jouit dans la gestion de son magasin d'une complète autonomie, touche une simple remise et embauche librement le personnel qui lui convient.

Par cette argumentation, les Sociétés poursuivent un double but :

tint entièrement à la maison, tous les articles tachés furent refusés au succursaliste. L'art. 17 de l'engagement que nous publions prévoit, d'ailleurs, expressément ce cas spécial.

échapper à la loi sur le repos hebdomadaire, faire accepter à l'escompte les traites qu'elles tirent sur leurs succursales.

Sur le premier point, elles ont obtenu pleine satisfaction et, par deux arrêtés répétés, la Cour de cassation a refusé d'assimiler les gérants de succursales à des employés et a soustrait les succursales à la loi du 13 juillet 1906 sur le repos hebdomadaire¹. Et voilà comment, il faut le noter, les Sociétés à succursales multiples, à l'inverse des grands magasins concentrés, rendront impossible dans des régions entières, et bientôt ce sera dans toute la France, l'entente entre commerçants pour le chômage du dimanche, tant qu'une loi nécessaire ne sera pas venue rendre obligatoire la fermeture des boutiques elles-mêmes.

Les établissements de crédit ont maintenu, par contre, leur décision de principe et refusent d'accepter les traites que les sociétés rémoises tirent sur leurs succursales, c'est-à-dire en définitive sur elles-mêmes. On prête à celles-ci l'intention, devant cet échec, de devenir leurs propres banquiers et même de faire l'escompte au public.

Mais les défenseurs du petit commerce n'ont pas désarmé et se sont emparés avec empressement de la thèse qu'ont fait soutenir les sociétés devant les tribunaux; aussi réclament-ils que le changement de gérant soit assimilé à une cession de fonds de commerce et n'échappe plus à la perception des droits de mutation².

¹ Le tribunal d'Épernay avait jugé que les gérants louaient leurs services. La Cour de cassation, par un arrêt du 7 juin 1907, décida que « sans qu'il soit besoin de déterminer le caractère juridique du contrat qui lie les gérants de succursales à la Société des docks rémois, il suffit de constater qu'il ressort du contrat que ces gérants administrent les succursales sous leur responsabilité personnelle, moyennant des remises qui leur sont faites sur la vente des marchandises; qu'ils fournissent un cautionnement.

» Que si ces gérants sont soumis à certaines règles dans leur gestion et au contrôle de la Société, ils n'en ont pas moins l'administration et la direction effectives de la succursale, que dans ces conditions on ne saurait les considérer comme rentrant dans la catégorie des ouvriers et employés... » (D., 08 1. 319). Dans le même sens, Crim., 25 octobre 1907 (D., 09. 5. 15). Cf. l'exposé de la thèse inverse à propos d'une société nancéenne: Trib. simple police Nancy, 15 décembre 1906 (*Bulletin de l'office du travail*, janvier 1907, p. 39).

² Cf. la proposition de loi déposée par M. Durafour, le 3 juillet 1911, tendant à assimiler, dans les sociétés à succursales multiples, les changements de gérants à de véritables mutations. *Doc. parl.*, Chambre, sess. ord., 1911, Annexe n° 1109, *J. off.*, p. 623.

LA DÉFENSE DU PETIT COMMERCE

Qu'a-t-il subsisté du petit commerce indépendant attaqué par cette puissante organisation aux cent têtes jusque dans ses positions les mieux assurées ?

Une première constatation s'impose : l'absence presque complète de ces maisons de comestibles d'importance secondaire comme il s'en trouve dans toutes les villes de province. A Reims, en dehors de cinq ou six épiceries fines ne tenant que des produits de choix, il n'existe guère, pour représenter ce type, qu'un dépôt des produits Félix Potin qui n'est parvenu à atteindre un chiffre d'affaires assez élevé qu'en étendant ses livraisons fort loin dans les campagnes par un service spécial qui ne nécessite pas moins de trente voitures.

Quant aux petits épiciers de quartier, deux voies leur étaient ouvertes : se transformer ou disparaître.

A première vue, il semble que ce soit à ce dernier parti qu'ils aient été réduits et qu'il n'existe plus d'épiciers indépendants à Reims.

Sans doute, serrés de près jusqu'au fond des campagnes, un grand nombre ont succombé¹; cependant, un examen plus attentif du contenu et de l'apparence des boutiques nous amènera à quelques intéressantes constatations.

Nous serons tout d'abord frappés par de curieuses confusions : dans une buvette, nous verrons vendre des légumes; chez un marchand de volaille, nous trouverons de l'épicerie ou de la quincaillerie. Tous les genres sont ici confondus². C'est que, précisément, ici plus qu'ailleurs, devait se révéler le rôle capital joué dans la concurrence commerciale par la pratique des commerces acces-

¹ Dans tel village de 1.000 habitants, aux environs de Reims, on trouve trois succursales de grandes sociétés contre un épicier indépendant.

M. Durafour, dans l'exposé des motifs de sa proposition, cite le cas d'une grande ville de la région lyonnaise qui, en trois mois d'hiver et par les agissements d'une société à succursales, a vu, dans une seule corporation, trente petits commerçants acculés à la faillite.

² Les annuaires commerciaux eux-mêmes sont obligés de constater ces singulières confusions entre spécialités habituellement distinctes. A la rubrique : « Epiciers », nous lisons : « Un grand nombre vendent du vin, des fruits, des légumes secs ». A la rubrique « Merciers », nous lisons également qu'un grand nombre vendent de la rouennerie.

soires. Les grandes sociétés rémoises en ont usé les premières, résolues, les unes par philanthropie, les autres pour rendre leur triomphe plus certain, à vendre les denrées alimentaires presque au prix de revient; elles ont dû rapidement adjoindre à leur commerce primitif d'autres sources de profits : mercerie, bonneterie, quincaillerie, chaussures, etc., et, du même coup, ont rendu impraticable au petit commerce spécialiste l'exercice de son propre métier; celui-ci a donc dû se transformer : d'épicier, il est devenu marchand de vin, quincaillier, charcutier, ou de mercier, libraire.

Mais ces quelques dizaines de petits détaillants misérables, s'ils sont les plus visibles, ne sont cependant par les seuls survivants de la bataille. Confondues avec les succursales des grandes sociétés que nous avons énumérées, l'observateur découvre, de-ci de-là, les traces d'une organisation inconnue. Rien ne distingue ses boutiques de celles des autres entreprises : « *Société rémoise*, succursale, n°... ». L'uniforme est le même. C'est derrière ces façades que se sont embusqués les derniers survivants du petit commerce; ils ont emprunté à l'adversaire jusqu'à son titre anonyme; ils ont effacé leurs propres noms de la devanture, ils sont devenus une « succursale » comme les autres; comme il leur fallait un numéro ils ont pris celui de la maison qu'ils habitaient et, sous ce déguisement, quelques-uns d'entre eux, profitant de la vogue des succursales, sont parvenus à attirer, vers leur ancienne boutique repeinte, une partie de la clientèle qui s'était enfuie et qui s'est laissée prendre à leur subterfuge.

C'est en 1885 que les épiciers de détail conçurent cette idée de créer entre eux une société d'achats en commun. Pour n'avoir certes pas atteint la puissance de ses concurrentes capitalistes, la « Société rémoise de l'épicerie, vins et spiritueux de la ville de Reims » n'en est pas moins une des plus vivaces parmi celles formées par le petit commerce français pour accroître sa force de résistance aux grands établissements. Elle groupe environ 350 épiciers dont 150 à Reims et atteint un chiffre d'affaires annuel d'environ 6 millions de francs.

Mais, malgré les avantages qu'elle leur procure, la *Société rémoise* est loin d'avoir rétabli entre les petits détaillants et les succursales une égalité de lutte absolue. S'ils se sont empressés d'inscrire son nom au front de leurs boutiques, ils le sont moins de subir sa discipline et par faux individualisme sont bien près parfois

de laisser se perdre les avantages de leur union. C'est avec peine qu'elle parvient à imposer à ses adhérents l'obligation de maintenir une distance de 60 à 70 mètres entre eux ¹; plus difficilement encore elle obtient qu'ils fassent tous leurs achats à l'entrepôt coopératif.

Certains continuent à vouloir acheter à leur guise, d'autres achètent des objets tellement divers que la Société ne peut arriver à les satisfaire. Là encore, pour maintenir leur existence précaire, les détaillants ont multiplié à l'excès le nombre de leurs produits et ce n'est pas un des traits qui distinguent le moins les pseudosuccursales des petits commerçants des comptoirs des grandes sociétés, que le désordre et l'encombrement peu engageant de leurs boutiques d'épiciers transformées en bazars vendant pêle-mêle des denrées alimentaires, de la quincaillerie, de la verrerie, de la vaisselle et jusqu'à des couronnes mortuaires.

CONCLUSION

Quel jugement porter sur cette forme nouvelle de concentration commerciale qui est en train de transformer, sur toute la surface du pays, l'organisation du commerce de détail?

Sans vouloir reprendre ici dans son ensemble la question des grands magasins et du petit commerce, bornons-nous à quelques constatations limitées à l'exemple que nous avons choisi pour type.

Deux avantages incontestables, dont on ne saurait faire fi lorsqu'il s'agit d'un commerce d'alimentation, sont offerts au consommateur par les grandes entreprises : la qualité et la fraîcheur des produits, assurées par leur renouvellement incessant. Ces avantages, limités jusqu'alors à la ville, se trouvent, grâce aux sociétés à succursales multiples, mis à la portée des plus humbles villages. Il y faut joindre encore un abaissement notable du prix des denrées de première nécessité. Nous savons que l'on nous objectera que ce n'est là qu'une tactique provisoire et qu'une fois maîtresses du marché, les entreprises accapareuses fixeront les prix à leur gré. Constatons seulement que depuis vingt-cinq années qu'elles contrôlent souverainement le commerce de l'alimentation rémois,

¹ Pour la campagne, un sociétaire par commune de 750 habitants; un second, de 750 à 1.250, et au-dessus, un par fraction de 500 habitants. Art. 8 modifié du règlement intérieur.

l'événement ne s'est pas réalisé et que ni entente ni fusion ne sont encore venues priver les consommateurs des heureux effets de la concurrence que les diverses entreprises se font entre elles.

Nous pourrions être encore tentés de mettre à l'actif des sociétés d'alimentation la moralisation des habitudes de l'acheteur, grâce à la règle de la vente au comptant, si l'abus qu'elles ont fait de la vente au détail n'encourageait une autre forme d'imprévoyance qui, sans être aussi dégradante que l'autre, n'en est pas moins très funeste, en dernière analyse, au budget ouvrier et si, surtout, par l'extension qu'elles ont donnée au système des primes, elles n'en avaient fait un des pièges les plus grossiers et les plus démoralisants qui aient été tendus à la crédulité de la clientèle.

Quelque prix que l'on attache à la grande simplification des rouages commerciaux que réalisent de telles entreprises, il reste cependant un danger social et moral à voir *truster* ainsi des branches entières de la consommation d'un pays par quelques entreprises toutes-puissantes se subordonnant le producteur, rançonnant leurs succursalistes et pouvant éventuellement constituer une menace redoutable pour le consommateur.

Quant au petit commerce, malgré l'ingéniosité et l'intelligence très exceptionnelles qu'il a su déployer à Reims, il nous est impossible de ne pas marquer sa très certaine infériorité dans la lutte.

Achetant toujours, quoi qu'il fasse, dans des conditions moins avantageuses que le grand établissement, il ne se maintient que par la multiplicité des commerces au grand détriment de l'ordre et de la propreté de sa boutique; les produits n'y sont pas aussi aisément renouvelés qu'à la succursale et cela est de première importance pour un commerce alimentaire. Quant aux démoralisantes distributions de primes, les petits commerçants, s'ils en sont parfois victimes¹, y ont succombé tout aussi bien que les grandes socié-

¹ Une campagne très vive a été menée au Parlement, notamment lors de la discussion des lois de finances de 1910 et 1911, pour obtenir l'interdiction des opérations nettement usuraires de certaines de ces sociétés vendant des limbres-primes aux commerçants. Mais ces dispositions ont été écartées de la loi de finances, en grande partie par suite de la pression audacieuse, exercée par les sociétés menacées, auprès du Parlement (Cf. Chambre des députés, séance du 28 février 1910; 2^e séance du 13 avril 1911; Sénat, 3^e séance, 7 juillet 1910; Chambre, 1^{re} et 2^e séances, 12 juillet 1911). Une proposition de loi de MM. Justin Godart et Raiberli, déposée le 8 décembre 1910, viendra très probablement en discussion prochainement (*Doc. parl.*, Chambre, sess. extraord., 1910, Annexe, n^o 562, *J. off.*, p. 179).

tés, et ils y ajoutent encore la vente à crédit, ce qui ne constitue pour eux ni un élément de prospérité ni une supériorité morale.

Seule leur union étroite et disciplinée autour de la *Société rémoise* peut leur permettre, sinon d'entraver le développement irrésistible des sociétés à succursales multiples, ce dont ils auraient tort de se flatter¹, du moins de prolonger quelque temps leur propre existence.

Pouvons-nous espérer davantage des sociétés coopératives de consommation? Hélas! l'exemple de Reims à cet égard n'est guère encourageant. La coopération semble n'avoir jamais pu s'y acclimater et la seule société qui, à notre connaissance, ait survécu n'est pas encore parvenue à atteindre un chiffre d'affaires de 200.000 francs. Le développement prodigieux des sociétés d'alimentation mérite donc de figurer au premier rang des préoccupations des coopérateurs. Il n'y a pas pour eux de péril plus urgent.

En dehors de cet intérêt social très pressant, il nous a paru qu'il y avait un intérêt véritable, même d'un point de vue doctrinal, à attirer l'attention sur les transformations qu'apportent au problème classique de la concentration une force et une méthode nouvelles qui sont en train de conquérir peu à peu tous les domaines et dont il n'est plus possible désormais à l'économiste de méconnaître l'importance.

Paul GEMAHLING.

¹ Aussi les défenseurs du petit commerce espèrent-ils entraver les sociétés à succursales multiples par des mesures fiscales exceptionnelles. De nombreuses propositions furent déposées en ce sens : proposition Ferrette, séance de la Chambre, 28 février 1910; proposition Néron, *Doc. parl.*, Chambre, sess. ord., 1911, Annexe n° 940, *J. off.*, p. 323; proposition Berry, séance de la Chambre, 12 juillet 1911.

Tous ces efforts viennent d'aboutir à faire insérer dans la loi de finances du 27 février 1912 la disposition suivante :

« ART. 2. — Lorsqu'un patentable exploite plus de cinq établissements, boutiques, magasins ou entrepôts, pour la vente de denrées ou marchandises, les droits fixe et proportionnel de patente afférents à chacun de ces établissements... sont augmentés d'un quart si le nombre des établissements ne dépasse pas dix, d'un tiers s'il est compris entre onze et vingt, de moitié s'il est compris entre vingt et un et cinquante et doublé s'il est supérieur à cinquante...

Là encore, comme dans les impôts sur les grands magasins, il y a autre chose qu'une progression dans la taxation, mais une mesure indirecte pour atteindre la concentration. Cette manière de légiférer, détestable en elle-même, sera-t-elle inefficace : les petites sociétés de 50 ou 100 succursales pourront en souffrir, mais les grandes entreprises de 500 maisons n'en supporteront-elles pas aisément la surcharge ?

REVUE D'ÉCONOMIE POLITIQUE

COMITÉ DE DIRECTION :

Charles GIDE,
Professeur d'Economie sociale à la Faculté de droit de
Paris et à l'Ecole nat^{le} des Ponts et Chaussées.

Edmond VILLEY,
Doyen de la Faculté de droit de Caen,
Membre de l'Institut.

Auguste SOUCHON,
Professeur à la Faculté de droit de Paris

Eugène SCHWIEDLAND,
Professeur à l'Institut Polytechnique
et à l'Université de Vienne; Conseiller aulique.

Raoul JAY,
Professeur à la Faculté de droit de Paris.

GERMAIN MARTIN
Professeur à la Faculté de droit de Dijon.

Jean LESCURE,
Professeur agrégé à la Faculté de droit de Poitiers,

SECRÉTAIRE DE LA RÉDACTION

PRINCIPAUX COLLABORATEURS :

MM. **Aftallon**, professeur à la Faculté de droit de Lille. — **E. Allix**, professeur à la Faculté de droit de Caen. — **Andrew**, professeur à Harvard-University de Boston. — **d'Auinis de Bourouill**, professeur à l'Université d'Utrecht. — **de Boeck**, professeur à la Faculté de Droit de Bordeaux. — **de Böhm-Bawerk**, ancien ministre, professeur à l'Université de Vienne, conseiller intime. — **Brentano**, professeur à l'Université de Munich. — **Bücher**, professeur à l'Université de Leipzig. — **Clark**, professeur à Columbia-University de New-York. — **Denis**, professeur à l'Université de Bruxelles. — **Dolleans**, professeur adjoint à la Faculté de droit de Dijon. — **Duguit**, professeur à la Faculté de droit de Bordeaux. — **Foxwell**, professeur à University-College de Londres. — **François**. — **Garnier**, professeur à la Faculté de droit de Nancy. — **Gonnard**, professeur à la Faculté de droit de Lyon. — **Hittler**, professeur adjoint à la Faculté de droit de Paris. — **Ianjoul**, membre de l'Académie Impériale, ancien professeur à Saint-Petersbourg. — **Landry**, docteur ès-lettres, professeur à l'Ecole des Hautes-Études, Paris. — **Larnaude**, professeur à la Faculté de droit de Paris. — **Loria**, professeur à l'Université de Turin. — **Mahaim**, professeur à l'Université de Liège. — **du Maroussem**. — **Mataja**, directeur au Ministère du Commerce, conseiller intime, à Vienne. — **Menger**, ancien professeur, correspondant de l'Institut. — **Nitti**, professeur à l'Université de Naples. — **Oserov**, professeur à l'Université de Moscou. — **Pic**, professeur à la Faculté de droit de Lyon. — **Piernas**, professeur à l'Université de Madrid. — **Polier**, professeur à la Faculté de droit de Toulouse. — **Porte**, professeur à la Faculté de droit de Grenoble. — **Reboud**, professeur à la Faculté de droit de Grenoble. — **Rist**, professeur à la Faculté de droit de Montpellier. — **Sauv-ire-Jourdan**, professeur à la Faculté de droit de Bordeaux. — **De Schmoller**, professeur à l'Université de Berlin, conseiller intime. — **Truchy**, professeur à la Faculté de droit de Paris. — **Turgeon**, professeur à la Faculté de droit de Rennes. — **Wuarin**, professeur à l'Université de Genève.

ABONNEMENT ANNUEL :

FRANCE : 20 francs. — ÉTRANGER : 21 francs.