

# ***Expression Personnelle et Réalité socio-économique dans l'œuvre de Zola Au Bonheur des Dames***

**Asunción Valero Gancedo**  
*Universidad de Zaragoza*

Dans *Le Roman Expérimental* Zola définissait le roman naturaliste comme “une enquête sur la nature, les êtres et les choses”<sup>1</sup> et il ajoutait que ce fait “l'œuvre devient un procès-verbal, rien de plus, elle n'a que le mérite de l'observation exacte, de la pénétration plus ou moins profonde de l'analyse, de l'enchaînement logique des faits”<sup>2</sup>.

Par conséquent, sa matière argumentative est la vie elle-même, parce que, en tant que procès-verbal, le roman naturaliste “aborde tous les su-jets, écrit l'histoire, traite de psychologie, monte jusqu'à la poésie la plus haute, étudie les questions les plus diverses, la politique, l'éco-nomie sociale, la religion, les mœurs”<sup>3</sup>.

Toute cette composante d'authenticité doit être perçue par l'écrivain à travers ce que Zola désigne comme “sens du réel” et qui signifie: “sentir la nature et la rendre telle qu'elle est” et pour qu'elle atteigne la catégorie d'œuvre d'art, elle doit être transmise par son génie créateur, parce que, continue Zola, “voir n'est pas tout, il faut rendre. C'est pourquoi, après le sens du réel, il y a la personnalité de l'écrivain. Un gran romancier doit avoir le sens du réel et l'expression personnelle”<sup>4</sup>.

Partant, c'est à partir de ce sens du réel, formé par l'ensemble des thèmes que Zola aborde dans sa série des Rougon-Macquart, que nous pouvons suivre l'évolution socio-économique de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle en France, tandis que par son expression personnelle, expression puissante, lyrique et riche d'une symbolique qui, paraphrasant Mauron on pourrait qualifier “d'obsédante” se révèle le génie littéraire de Zola, si souvent oublié à cause de l'immensité de l'aventure qu'il raconte.

En ce qui concerne son roman *Au Bonheur des Dames*, le sens du réel vient déterminé par un fait économique précis: la création des grands magasins à Paris et le nouveau fait social qu'il annonce: l'avènement de la société de

---

<sup>1</sup> Zola. *Le Roman Expérimental*.

<sup>2</sup> Ibidem, p. 149.

<sup>3</sup> Ibidem, p. 150.

<sup>4</sup> Ibidem, p. 215.

consommation. L'expression personnelle est composée par un langage, où le lexique spécifique du monde du commerce, faisant un tout avec le langage aux accents apocalyptiques de la terminologie zolienne, rend compte de la réalité socio-économique de l'époque et traduit la dy-namique actantielle de la "bête humaine", thèse qui, dans l'interprétation du Zola, serait l'explication désacralisée de l'origine de l'homme et qui structure le plus profond de sa théorie naturaliste.

Quant à la composante symbolique, qui assume la fonction de trans-mettre le sens mythique et les pulsions que conforment cette "bête humaine" en ce qu'elle a de vie et de mort, elle est exprimée par la symbolique de la couleur, dans ce cas incarnée par l'opposition du blanc et du noir.

Le sens du réel que Zola raconte dans cette œuvre est l'apparition des grands magasins qui entre 1850 et 1895 se sont créés à Paris, notamment le "Bon Marché", "Le Louvre", "Le Printemps" et les "Galeries Lafayette" et qu'il a synthétisés dans l'imaginaire *Au Bonheur des Dames*. Tous les éléments, tant commerciaux que socio-culturels y sont présents. On assiste à la transformation progressive des procédés de vente de la grande dis-tribution comme le marketing, la publicité, les stratégies commerciales ou la politique du personnel. Procédés innovateurs à l'époque mais qui depuis un siècle continuent toujours en vigueur. Octave Mouret, le propriétaire de *Au Bonheur des Dames* qui a été créé par Zola à l'image des créateurs des premiers grands magasins parisiens comme Boucicaut, fondateur du "Bon Marché", Chauchard de "Le Louvre" ou Cognacq de "La Samaritaine", est le prototype des chefs d'entreprise qui, grâce à leur génie commerciale, ont été à l'origine des grandes firmes commerciales. Mouret utilise les stra-tégies de marketing que l'on connaît aujourd'hui comme "marchandisage et techniques de vente visuelle" et qui consistent à établir un circuit soigneusement étudié et organisé à l'intérieur du magasin ainsi q'une astu-cieuse disposition des rayons afin d'inciter le public à dépenser une somme maximale. Fidèle au principe du renouvellement des stocks, Mouret pratique aussi le système de diminution de prix, les soldes, les ventes à perte ainsi que la politique, absolument innovatrice à l'époque, des "rendus: Prenez toujours, madame: vous nous rendez l'article s'il cesse de vous plaire"<sup>5</sup>. "Maintenant -affirmait Mouret- les rendus et la baisse de prix entraient dans le fonctionnement classique du nouveau commerce"<sup>6</sup>. "Il sait que la grande puissance était surtout la publicité"<sup>7</sup>, ce qui l'amène à dépenser par an "trois cent mille francs de catalogues, d'an-nonces et d'affiches"<sup>8</sup>. Il

<sup>5</sup> Ibidem, p. 218.

<sup>6</sup> *Au Bonheur des Dames*. p. 259.

<sup>7</sup> Ibidem, p. 259.

<sup>8</sup> Ibidem, p. 259.

déploie dans son magasin tout l'éventail de techniques publicitaires: la publicité sur le lieu de vente, avec cadeau, la publicité ambulante ainsi que le trait de génie que représente la distribution de ballons rouges aux enfants avec imprimé le nom du magasin et qui, à la sortie, promenaient dans les rues de Paris, comme une réclame vivante, l'enseigne de *Au Bonheur des Dames*.

Afin d'obtenir une meilleure productivité, le personnel du magasin est aussi l'objet de sa politique commerciale. Il commence par une professionnalisation croissante de ses employés. Il transforme leur aspect extérieur au moyen d'une tenue élégante et uniformisée, organise de cours de formation culturelle dans la maison et améliore leurs conditions de vie. Il s'occupe aussi de la cuisine, parce qu'il était conscient que "s'il déboursait davantage, il obtenait plus de travail d'un personnel mieux nourri" Ce changement du rôle social de l'entreprise implique l'évolution de l'ancien statut de "commis" vers la catégorie plus valorisée de "ven-deur". On constate ainsi que "chaque année les employés de commerce prenaient un meilleur genre. Près de la moitié [...] parlaient l'allemand et l'anglais"<sup>9</sup>.

Mouret motive et dynamise ses employés par un système de promotion qui est le résultat du volume de ventes réalisé par chacun d'eux et d'une rétribution formée par le fixe plus l'intéressement. L'accomplissement de ces deux conditions, étant indispensables au renouvellement du contrat, déchaîne entre eux une rivalité, souvent déloyale qui les attrape tous dans le réseau d'intérêts que Mouret, d'accord au stricte esprit capitaliste, a établi pour obtenir un niveau de productivité, capable de faire réalité sa double ambition: se situer à la tête des magasins concurrents et combler sa propre passion: être le maître. Le maître le plus puissant du marché parisien et le maître de la femme, séduite et soumise par la force de son génie commercial, mis au service de son ego mâle de conquérant. Double attitude qui traduit le sens le plus profond de la reminiscence primitive de la bête humaine et l'essence intrinsèque du capitalisme en ce qu'il a aussi de champ de bataille où la victoire est toujours remportée par le plus fort.

D'accord à cette théorie zolienne, la disparition du petit commerce traditionnel, en plus d'être le résultat d'une nouvelle situation économique, devient la conséquence inexorable de ce combat pour l'existence où les plus faibles périssent entraînés par la force créatrice et meurtrière qui engendre la vie et qui fait "pousser les êtres sur le charnier de l'éternelle destruction"<sup>10</sup>.

Dans cette œuvre, Zola a actualisé cette lutte primitive dans la lutte commerciale entre la petite boutique *Au Vieil Elbeuf, draps et flanelles, Baudu, successeur de Hauchecorne* et le grand magasin *Au Bonheur des Dames*. Deux

<sup>9</sup> Ibidem, p. 259.

<sup>10</sup> Ibidem, p. 309.

concepts commerciaux, dont la divergence apparaît même dans leurs raisons sociales, qui s'affrontent dans une lutte inégale où le petit commerce, incapable de s'adapter à la marche du temps, doit fatalement disparaître, n'ayant plus de place dans l'immense charnier contemporain<sup>11</sup>. "Tant que je vivrai, la boutique restera telle que je l'ai prise, avec ses quatre pièces d'échantillons, à droite et à gauche, pas davantage"<sup>12</sup>. Cette déclaration de principes de Baudu dépasse le cadre de sa conception commerciale, et sa disparition s'insère ainsi dans un concept plus large qui traduit la théorie de la bête humaine: disparition biologique des espèces qui se transforment ou disparaissent dans le processus de l'évolution; punition religieuse des pécheurs contre la loi éternelle du renouvellement de la vie et condamnation sociale des transgresseurs du nouvel ordre capitaliste.

Du point de vue socio-économique, l'opposition de ces deux concepts commerciaux que Baudu et Mouret représentent, devient le microcosme de la transformation des structures sociales, conséquence logique de l'expansion économique de la France du XIX<sup>e</sup> siècle. Une transformation qui entraîne la disparition de ceux qui ne s'intègrent pas dans le nouveau système et dont le paradigme le constituent Baudu et sa boutique, tandis que Mouret constitue celui des intégrés, c'est-à-dire de tous ceux qui comme lui, au dire de Mouret lui-même, se sentent de leur époque.

De cette opposition entre les deux concepts commerciaux résulte la dualité immobilisme-mort/action-vie selon laquelle nous voyons comment le drapier Baudu se maintient toujours fidèle à sa théorie traditionnelle du commerce familial. Ses principes sont figés. Sa politique commerciale, "l'art" dans la terminologie de l'époque, "n'était pas de vendre beaucoup, mais de vendre cher"<sup>13</sup>, et il se limitait à la commercialisation d'un même article: "Autrefois, quand le commerce était honnête, les nouveautés comprenaient le tissu, pas davantage"<sup>14</sup>. La conclusion inexorable de cette idéologie est que "Le Vieil Elbeuf qui existait depuis plus de soixante ans [...] tel qu'il est aujourd'hui"<sup>15</sup> agonise, et son propriétaire, se refusant aux innovations commerciales, est voué à la disparition, toujours "dans sa probité méticuleuse, obstinée aux vieux usages"<sup>16</sup> entraînant avec lui dans sa chute et le système et le monde qu'il représente.

L'espace de sa défaite renvoie à la symbolique de la mort: silence, froid, vide, blanc mat, noir et ténèbres. Sa boutique, "ce trou glacial de l'ancien

---

<sup>11</sup> Ibidem, p. 389.

<sup>12</sup> Ibidem, p. 102.

<sup>13</sup> Ibidem, p. 62.

<sup>14</sup> Ibidem, p. 60.

<sup>15</sup> Ibidem, p. 61.

<sup>16</sup> Ibidem, p. 63.

commerce”<sup>17</sup>, est “noire et vide”<sup>18</sup> “noire et étroite”<sup>19</sup>, ses vitrines sont “profondes et noires”<sup>20</sup>. Ses marchandises “sombres”<sup>21</sup> s’entassent “au fond des ténèbres de la boutique”<sup>22</sup>, la porte don-nait sur “les ténèbres humides de la cave”<sup>23</sup> et “ses angles vides creu-saient les trous de ténèbres”<sup>24</sup>.

Sa femme, madame Baudu, qui apparaît toujours marquée par le blanc blafard de la mort, se sent profondément identifiée avec son petit commerce, espace unique de sa vie et de sa mort. Elle “ne vivait que pour lui et par lui”<sup>25</sup> et sentait bien que “l’agonie de la boutique serait la sienne et qu’elle s’éteindrait le jour où la boutique fermerait”<sup>26</sup>. Cette prémonition s’accomplit. Elle “s’en était allée peu à peu avec le «Vieil Elbeuf», perdant de sa vie à mesure qu’il perdait de sa clientèle; le jour où il râlait, elle n’avait plus d’haleine”<sup>27</sup>. Ainsi quand elle meurt, les ténèbres qui avaient enveloppé sa vieille boutique empreignent aussi son dernier regard de mourante, “ses yeux pâlissaient, envahis de ténèbres”<sup>28</sup>.

Généviève, la fille, est identifiée par le double chromatisme du blanc pâle de son visage et du noir d’encre de sa chevelure, signe prémonitoire de sa destinée de mort. Une mort qui rend définitivement impossible la survie de la vieille boutique familiale et du vieux système commercial dont elle a été la victime. Son enterrement a lieu par “un temps noir [et] le Vieil Elbeuf, tendu de blanc, éclairait la rue d’une tache blanche”<sup>29</sup> tandis que “les cierges brûlant dans le jour bas, semblaient des étoiles noyées de crépuscule”<sup>30</sup>.

Finalement l’image qui synthétise la disparition de ce vieux monde est celle de Baudu, seul dans le silence de sa maison vide, entouré de ténèbres “promenant son cœur mort et son orgueil abattu, au milieu de ces catas-trophes”<sup>31</sup>.

L’opposition entre ce monde mourant et celui qui surgit est symbolisée par l’ombre et la lumière qui sépare leurs deux espaces, le jour de la mort de

---

<sup>17</sup> Ibidem, p. 64.

<sup>18</sup> Ibidem, p. 54.

<sup>19</sup> Ibidem, p. 50.

<sup>20</sup> Ibidem, p. 85.

<sup>21</sup> Ibidem, p. 45.

<sup>22</sup> Ibidem, p. 48.

<sup>23</sup> Ibidem, p. 47.

<sup>24</sup> Ibidem, p. 45.

<sup>25</sup> Ibidem, p. 235.

<sup>26</sup> Ibidem, p. 63.

<sup>27</sup> Ibidem, p. 63.

<sup>28</sup> Ibidem, p. 397.

<sup>29</sup> Ibidem, p. 397.

<sup>30</sup> Ibidem, p. 382.

<sup>31</sup> Ibidem, p. 382.

madame Baudu; “Il faisait doux, une nappe de gai soleil dorait le «Bonheur», tandis que la chambre de l’antique logis frissonnait dans l’ombre”<sup>32</sup>.

La lumière, le bruit, la chaleur, les couleurs sont les symboles de la vie qui animent *Au Bonheur des Dames*, le grand magasin fondé par la force créatrice d’Octave Mouret, dont l’idéologie se résume dans trois verbes: “vouloir”, “agir” et “créer”<sup>33</sup> qui traduisent la sémantique du pouvoir dans laquelle il est encadré. Pouvoir mais aussi passion. “Je suis un passionné”<sup>34</sup> avait-il avoué. Passion de l’action, de la création mais surtout “passion de vaincre la femme”<sup>35</sup>, l’héritage des ancêtres primitifs, lesquels, d’accord à la théorie zolienne ont transmis le germe de la bête humaine à travers les temps. Mouret se sert de son génie commercial pour conquérir la femme comme la proie la plus prisée par son orgueil de mâle et de prédateur: “Il professait que la femme est sans force contre la réclame, qu’elle finit fatalement par aller au bruit”<sup>36</sup>, “qu’elle ne résistait pas au bon marché, qu’elle achetait sans besoin, quand elle croyait conclure une affaire avantageuse”<sup>37</sup>, qu’elle “cédait au besoin de l’inutile et du joli”<sup>38</sup>. Mouret créait ainsi ce que Zola a dénommé “le rite d’un culte nouveau”<sup>39</sup> et qui répond exactement au concept actuel de Société de consommation, telle que l’a définie Galbraith: “Il n’est plus à démontrer que le conditionnement du consommateur par le producteur est total, en ce sens que ce dernier parvient à conformer la conduite du consommateur à ses propres besoins et intentions” p. 40.

Mouret, qui par sa seule intuition, est “le premier étalagiste de Paris, un étalagiste révolutionnaire [...], qui avait fondé l’école du brutal et du colossal dans la science de l’étalage”<sup>41</sup>, utilise les techniques commerciales les plus innovatrices à l’époque, telle que “le tant pour cent régulier prélevé sur tous les articles”<sup>42</sup>, “création étonnante”<sup>43</sup> qui “bouleversait le marché”<sup>44</sup> et “transformait Paris, car elle était faite de la chair et du sang de la femme”<sup>45</sup>.

---

<sup>32</sup> Ibidem, p. 400.

<sup>33</sup> Ibidem, p. 397.

<sup>34</sup> Ibidem, p. 101.

<sup>35</sup> Ibidem, p. 102.

<sup>36</sup> Ibidem, p. 258.

<sup>37</sup> Ibidem, p. 259.

<sup>38</sup> Ibidem, p. 259.

<sup>39</sup> Ibidem, p. 111.

<sup>40</sup> Galbraith. *Le consommateur détrôné*. p. 37.

<sup>41</sup> *Au Bonheur des Dames*. p. 84.

<sup>42</sup> Ibidem, p. 109.

<sup>43</sup> Ibidem, p. 109.

<sup>44</sup> Ibidem, p. 109.

<sup>45</sup> Ibidem, p. 109.

Celle-ci, aux prises avec “sa passion pour la dépense et le chiffon”<sup>46</sup>, arrive jusqu’à la cleptomanie, “une perversion du désir, une névrose nouvelle qu’un aliéniste avait classée, en y constatant le résultat aigu de la tentation exercée par les grands magasins”<sup>47</sup>. Devant Mouret, “ce poète du commerce”<sup>48</sup> qui “était la séduction”<sup>49</sup> les femmes ressentent une fascination que Zola a décrite avec une sémantique qui traduit l’attraction sexuelle qu’il exerce, “elles se sentaient pénétrées et possédées par ce sens délicat qu’il avait de leur être secret et elles s’abandonnaient, séduites, tandis que lui, certain dès lors de les avoir à sa merci, apparaissait, trônant brutalement au-dessus d’elles, comme le roi despotique du chiffon”<sup>50</sup>. Alors maître absolu de ce “temple élevé à la folie dépensière”<sup>51</sup>, qui semblait “un gigantesque étalage qui aurait flambé des couleurs les plus vives”<sup>52</sup>, Mouret tend à la femme qu’il a déjà séduite, le piège définitif de l’exposition du blanc. “La grande exposition du blanc y triomphait dans ses blancheurs les plus délicates et les plus chères. C’était la tentation aigüe, le coup de folie du désir, qui détraquait toutes les femmes”<sup>53</sup>. “Rien que du blanc, tous les articles blancs de chaque rayon, une débauche de blanc, un astre blanc dont le rayonnement fixe aveuglait d’abord, sans qu’on pût distinguer les détails, au milieu de cette blancheur unique”<sup>54</sup>. Dans cette exposition, le débordement des soies, des tulles, des velours, des guipures atteint une apothéose sensuelle qui montre l’attrait le plus intime de la féminité: “Le rayon des soieries était comme une grande chambre d’amour, drapée de blanc par un caprice d’amoureuse à la nudité de neige, voulant lutter de blancheur [...]. Toutes ces pâleurs laiteuses d’un corps adoré se retrouvaient là, depuis le velours des reins, jusqu’à la soie fine des cuisses et au satin luisant de la gorge”<sup>55</sup>.

Le magasin *Au Bonheur des Dames*, espace de cette exposition du blanc, devient l’espace du désir que Mouret a créé pour combler sa double passion de maître et de conquérant. “C’était, aux trousseaux, le déballage indiscret, la femme retournée et vue par le bas [...] une alcôve publiquement ouverte, dont le luxe caché, les plissés, les broderies, les valenciennes, devenait comme una dépravation sensuelle, à mesure qu’il débordait da-vantage en fantaisies

<sup>46</sup> Ibidem, p. 107.

<sup>47</sup> Ibidem, p. 277.

<sup>48</sup> Ibidem, p. 332.

<sup>49</sup> Ibidem, p. 390.

<sup>50</sup> Ibidem, p. 117.

<sup>51</sup> Ibidem, p. 404.

<sup>52</sup> Ibidem, p. 403.

<sup>53</sup> Ibidem, p. 430.

<sup>54</sup> Ibidem, p. 409-410.

<sup>55</sup> Ibidem, p. 424.

coûteuses. La femme se rhabillait, le flot blanc de cette tombée de linge rentrait dans le mystère frissonnant des jupes, [...] une nuée blanche devenue sacrée, baignée de nuit, et dont le moindre envolement, l'éclair rose du genou aperçu au fond des blancheurs, ravageait le monde"<sup>56</sup>.

A la tombée du jour, l'exposition du blanc arrive à son point culminant pour atteindre un climax d'orgasme au moment où "s'allumaient une à une, des lampes électriques, dont les globes d'une blancheur opaque constellaient de lunes intenses les profondeurs lointaines des comptoirs. C'était une clarté blanche, d'une aveuglante fixité, épandue comme une réverbération d'astre décoloré et qui tuait le crépuscule. Puis, lorsque toutes brûlèrent, il y eut un murmure ravi de la foule, la grande exposition du blanc prenait une splendeur féerique d'apothéose, sous cet éclairage nouveau. Il sembla que cette colossale débauche de blanc brûlait elle aussi, devenait de la lumière. La chanson du blanc s'envolait dans la blancheur enflammée d'une aurore."<sup>57</sup>

Mouret qui a déjà fait réalité son rêve de possession et de pouvoir, apparaît trônant dans son triomphe: "Il regardait toujours son peuple de femmes au milieu de ces flamboiements [...]. C'était lui qui les possédait de la sorte, qui les tenait à sa merci, par son entassement continu de marchandises, par sa baisse des prix et ses rendus, sa galanterie et sa ré-clame."<sup>58</sup>

A la fin de cette journée de fébrile activité Mouret, roi de "ce foyer d'ardente lumière"<sup>59</sup> se recueille dans l'extase de sa double passion comblée: "Mouret les regards perdus, venait de sentir passer en lui quelque chose de grand; et, dans ce frisson du triomphe dont tremblait sa chair, en face de Paris dévoré et de la femme conquise éprouvait une faiblesse soudaine, une défaillance de sa volonté, qui le renversait à son tour sous une force supérieure."<sup>60</sup> Une force qu'est la vie même, qu'il incarne par sa passion d'agir et de créer, face à la mort de l'inaction léthargique et de la passivité résignée. Vie et Mort que Zola a évoquées à travers le sens du réel d'une transformation commerciale et que son expression personnelle a rendue par un jeu de symboles où le Blanc et le Noir traduisent la lutte éternelle de "l'œuvre invincible de la vie, qui veut la mort pour continuelle semence."<sup>61</sup>

Cette affirmation renvoie à la théorie de la bête humaine, théorie sous-jacente dans tous les thèmes qui composent la série des Rougon-Macquart, et par laquelle Zola semble avoir voulu compléter son concept naturaliste du

---

<sup>56</sup> Ibidem, p. 422.

<sup>57</sup> Ibidem, p. 436.

<sup>58</sup> Ibidem, p. 437.

<sup>59</sup> Ibidem, p. 65.

<sup>60</sup> Ibidem, p. 439.

<sup>61</sup> Ibidem, p. 402.

roman, incorporant cet élément rationnel, afin d'apporter une explication scientifique au mystère de la lutte pour la vie, lutte qui assure le progrès constant de l'homme dans son cheminement à travers l'histoire.

### ***Bibliografia***

Chevalier-Gheerbrant: *Dictionnaire de symboles*. Editions Robert Laffon, S.A. et Editions Jupiter. París, 1982.

Galbraith: "Le consommateur détrôné". In *L'Expansion*. Septembre, 1970.

Kandinsky, W.: *De lo espiritual en el arte*. Edición Labor. Barcelona, 1992.

Santesmases Mestre: *Marketing*. Conceptos y estrategias. Ediciones Pirámide, S.A. Madrid, 1991.

Zeldin, T.: *Histoire des passions françaises*. T. 1. Editions Recherches. Collection Encres, 1978.

Zola, E.: *Au Bonheur des Dames*. Garnier-Flammarion. París, 1971.

Zola, E.: *Le Roman Expérimental*. Garnier-Flammarion. París, 1971.

