

# PROTÉGER LE PETIT COMMERCE EN CRISE: L'ARRÊTÉ DE 1933 SUR LES GRANDS MAGASINS



Les petits commerçants sont confrontés à une concurrence croissante dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Photographie du Petit Louvre, vers 1890 (Mémoires d'Ici, Collection Saint-Imier).

**Les petits commerçants suisses, déjà affaiblis par la concurrence de la vente en ligne, sont profondément affectés par les restrictions liées à l'épidémie de coronavirus. Durant la crise des années 1930, leurs prédécesseurs ont eux aussi traversé une période sombre. Ils avaient obtenu la protection des autorités: de 1933 à 1945, un arrêté fédéral limitait l'expansion des grands magasins et des chaînes.**

Le petit commerce est sous pression. La concurrence ne cesse de s'intensifier, avec le développement d'entreprises aux moyens colossaux, et les consommateurs modifient leurs habitudes: attirés par les grands commerces, ils s'essayaient aussi aux achats à domicile. Ces défis, auxquels la profession est confrontée dès la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, ne sont pas sans rappeler la situation actuelle. Car à l'époque, le commerce de détail connaît, en Suisse comme ailleurs, des transformations majeures.

Les chaînes, souvent créées par des coopératives, multiplient les succursales où elles affichent des prix bas. Dans les villes, Jelmoli, Julius Brann, Globus, Maus Nordmann (ancêtre de Manor) et Loeb ne cessent d'élargir leur assortiment, au sein d'espaces somptueux destinés à impressionner les visiteurs. Pour étendre leur clientèle, ces grands magasins ouvrent pour la plupart des services de vente par correspondance. Au début du XX<sup>e</sup> siècle, d'autres entreprises se spécialisent dans ce format de distribution, comme Ackermann à Lucerne et Girard & Co à

La Chaux-de-Fonds, dont la scission donnera naissance en 1943 à VAC René Junod et à Charles Veillon Confection. En 1929, Uniprix introduit en Suisse les magasins à prix uniques, qui vendent à bon marché et en masse des biens d'usage courant.

Cette concurrence multiforme incite les petits commerçants (appelés aussi *boutiquiers* ou *détaillants indépendants*) à réagir. Nombreux sont ceux qui cherchent à améliorer leurs pratiques. Les associations professionnelles et les revues qu'elles éditent jouent un rôle de premier plan dans ce mouvement de modernisation commerciale, en favorisant les échanges d'expérience et la diffusion des dernières tendances.

La riposte se joue aussi sur le terrain politique et juridique. Cette approche est ancienne: les boutiquiers étaient longtemps parvenus à faire interdire ou à réglementer sévèrement le colportage. Ils tentent de réitérer l'opération à l'égard des nouvelles formes de vente. Mais la Constitution de 1874, qui garantit la liberté économique, empêche la concrétisation de telles mesures. La crise consécutive au krach de Wall Street, en octobre 1929, rebat les cartes. Le secteur du commerce de détail en ressent les effets, limités jusqu'en 1931, marqués durant les années suivantes. Si les ventes de denrées alimentaires, de boissons et de tabac se maintiennent plutôt bien, l'habillement et le textile sont touchés, les consommateurs pouvant reporter leurs achats. Or, c'est précisément ce type d'articles qui fait, en grande partie, la fortune d'établissements en plein essor.

Dans un contexte d'interventionnisme croissant de l'État dans une économie en berne, les appels des petits commerçants sont entendus. Ils sont relayés, sur la scène fédérale, par le Parti



conservateur populaire, ancêtre du PDC. Le Parti des paysans, artisans et bourgeois (l'UDC actuelle) s'implique également: le conseiller national Fritz Joss, qui est aussi vice-président de l'USAM, dépose une motion le 29 mars 1933. Le texte commence ainsi:

«Le Conseil fédéral n'ignore pas que la liberté illimitée du commerce et de l'industrie, garantie par l'article 31 de la constitution, a permis l'éclosion d'entreprises malsaines, en particulier de trusts, de grands magasins, de bazars à prix uniques, qui privent le commerce autochtone de ses moyens d'existence et ruinent quantité de petits établissements. Un gouvernement bourgeois ne peut pas plus longtemps assister passivement à cet inquiétant mouvement.»

Les interventions des deux partis, appuyées par l'USAM et par plusieurs associations de détaillants, poussent les autorités à agir. Le 14 octobre 1933, l'Assemblée fédérale adopte un arrêté urgent interdisant l'ouverture et l'agrandissement de grands magasins et de magasins à prix uniques. Le 10 novembre, les mesures sont étendues aux chaînes de magasins alimentaires: Migros, qui croît rapidement depuis sa fondation en 1925, est en ligne de mire. À la fin du mois, les chaînes proposant des chaussures sont visées à leur tour. Cette branche est en effervescence: certains commerces ont multiplié les succursales, comme la société zurichoise C. Dosenbach & Cie et, dans une moindre mesure, J. Kurth à La Neuveville. Dans le même temps, des fabricants ont développé leurs propres réseaux de vente, à l'image de Bally,

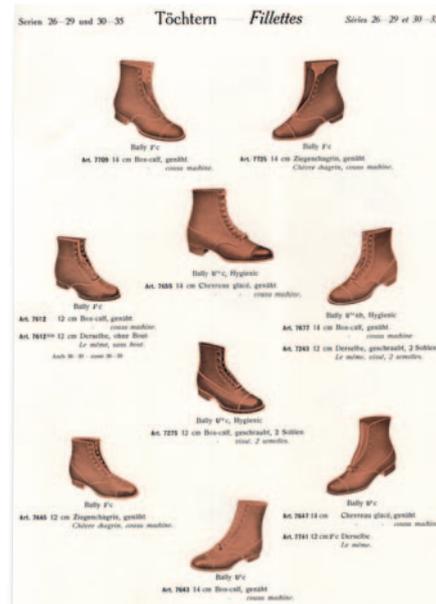
Walder et Bata. À partir d'avril 1934, les dispositions sur les chaînes s'appliquent encore au textile. Ces différentes restrictions restent en vigueur jusqu'à la fin de l'année 1945.

Quelles furent leurs effets? L'arrêté a freiné, pendant presque treize ans, l'expansion du grand commerce, répondant ainsi aux craintes des petits commerçants face à des méthodes qu'ils jugeaient déloyales. Mais le texte ne s'attaque pas à la concurrence qui sévissait dans leurs propres rangs: à Genève et ailleurs, leurs effectifs étaient pléthoriques. Pire, certains de leurs adversaires ont tiré parti de la loi: la chaîne vaudoise Gonset, par exemple, a profité d'ouvrir des magasins durant les discussions précédant l'adoption des mesures. Et nombreux sont ceux qui, contraints d'interrompre leur progression, ont pu faire des réserves et croître de plus belle dès 1946. Ironie de l'histoire: l'arrêté semble s'être retourné contre ceux qu'il était censé protéger.

#### JOËL JORNOD

Responsable du CEJARE

La maison J. Kurth, fondée en 1895 à La Neuveville, possède onze succursales en 1948. En-tête de lettre, 1927 (CEJARE, Fonds Chaussures Kurth).



Le fabricant de chaussures Bally ouvre des magasins à partir des années 1910. Catalogue A. Lüthy-Lüscher & fils, 1912 (CEJARE, Fonds Chaussures Kurth).

## POUR EN SAVOIR PLUS

- CEJARE, Saint-Imier, Fonds Chaussures Kurth.
- JORNOD Joël, *La conquête des clients. Les magasins Gonset et la Suisse occidentale (1920-1960)*, Neuchâtel, Alphil, 2019.
- JORNOD Joël, «Révolutions commerciales? Le cas de la vente à distance», in COURVOISIER François et TISSOT Laurent (éd.), *Entreprises neuchâteloises...*, Le Locle, G d'encre, 2018, p. 185-205.

# IL Y A QUARANTE ANS NAISSAIT LA CEP, DANS UN CONTEXTE DE CRISE

**La Chambre d'économie publique du Jura bernois a été fondée il y a quarante ans, alors que l'industrie traversait une période difficile. Retour sur la genèse d'une institution, dont les orientations premières sont toujours d'actualité.**

«**D**ans sa dernière séance, tenue lundi à Moutier, le Conseil de la FJB a pris une importante décision au sujet de la future Chambre d'économie publique (CEP) du Jura bernois. Il a en effet décidé la création, avec effet immédiat, d'une CEP provisoire (...).»

Ce groupe de réflexion est chargé de préparer les «structures définitives» de la CEP, selon un communiqué paru dans le quotidien *Le Jura bernois*, le vendredi 14 décembre 1979. La Fédération des communes du Jura bernois (FJB), ancêtre du CJB, est l'auteur de ce texte.

La Chambre «est appelée à prendre la relève de l'ADIJ», association fondée en 1925 pour encourager le développement économique des sept districts du Jura bernois. Elle représentera les districts de La Neuveville, de Moutier et de Courtelary, restés dans le giron bernois après l'entrée en souveraineté du canton du Jura, le 1<sup>er</sup> janvier 1979. Quant à l'ADIJ, elle poursuit ses activités sur le territoire du Jura historique.

À ces enjeux politiques et institutionnels s'ajoute un environnement sombre pour les entreprises de la région. Marie-Ange Zellweger, présidente de la Chambre d'économie publique provisoire (CEPP), et les autres membres du Bureau le relèvent lors de leur séance du 7 février 1980: «*Notre contrée a mauvaise presse sur le plan économique.*» De fait, après trois décennies de forte croissance, l'industrie du Jura bernois souffre. L'horlogerie, affectée par l'essor de la concurrence japonaise, traverse une crise profonde depuis le milieu des années 1970. De nombreuses usines ferment leurs portes. Les fabricants de composants, qui dépendent en grande partie de l'horlogerie, doivent accélérer la diversification de leurs débouchés, en travaillant davantage pour l'automobile et le médical, notamment. Le secteur des machines-outils, qui a connu un développement fulgurant durant les Trente Glorieuses, licencie en masse. Les défis sont immenses. Les membres du Bureau réfléchissent au rôle que pourrait jouer leur institution: «*La CEPP pourrait être l'organe idéal, avec la collaboration du délégué au développement économique du canton, pour étudier une action d'ensemble afin de soutenir et diriger l'activité économique, encourager la formation professionnelle, promouvoir une politique de progrès.*»

C'est avec cette ambition que la Chambre d'économie publique du Jura bernois est fondée le 24 mars 1980, à Péry. Marie-Ange Zellweger est élue à la présidence.





Visite du centre professionnel Tornos. CEJARE, Fonds CEP, 1983.

La priorité de l'association est alors de se faire connaître et de recruter de nouveaux membres. Pour nouer et consolider les liens, elle se dote d'un bulletin, l'ancêtre de la *Revue* actuelle. Elle organise aussi des conférences sur des sujets variés, des visites d'entreprises, et, dans le domaine de la formation professionnelle, des cérémonies récompensant les meilleurs apprentis.

Dans le même temps, la Chambre développe une stratégie de communication pour valoriser une contrée qui, le mal est identifié, «*a mauvaise presse*». Une campagne est lancée, afin de mettre en valeur la qualité, la densité et la diversité du tissu industriel. Ces efforts s'intensifient avec la création, en 1989, du Salon des industries de l'automatisation, de la mécanique et de la sous-traitance (SIAMS). La nécessité de promouvoir la région et son économie reste de mise, à l'heure où le Jura bernois fait à nouveau face à une situation difficile.

JOËL JORNOD

Responsable du CEJARE

## POUR EN SAVOIR PLUS

- CEJARE, Fonds CEP.
- CHATELAIN Emma et HEBEISEN Philippe, «Association pour la défense des intérêts du Jura (ADIJ)», in *Dictionnaire du Jura*, 11.10.2013, [www.diju.ch](http://www.diju.ch).
- DONZÉ Pierre-Yves et JORNOD Joël, *L'industrie en images. Un système technologique et industriel dans le Jura bernois, XIX<sup>e</sup>-XXI<sup>e</sup> siècle*, Saint Imier & Neuchâtel, CEJARE & Éditions Alphil, 2019, p. 61-68.
- JEANNIN Magali, *Le rôle d'une institution économique dans le développement régional. L'exemple de la Chambre d'économie publique du Jura bernois (CEP)*, Neuchâtel, Université de Neuchâtel, 1996.



Conférence publique de Georges Rochat (Valtronic SA), intitulée «L'esprit d'entreprise: mode ou besoin?». Marie-Ange Zellweger dirige les débats. CEJARE, Fonds CEP, 18 juin 1985.

← Campagne promotionnelle pour l'industrie du Jura bernois. CEJARE, Fonds CEP, v. 1982.