

“ PENSÉES VIVES ”

La revue de l'école doctorale LLSHS



ÉCOLE DOCTORALE DES LETTRES, LANGUES,
SCIENCES HUMAINES ET SOCIALES
Université Clermont Auvergne



POUR CITER CET ARTICLE :

Jean-Michel Viallet, « L'entreprise de confection Conchon-Quinette : Les enjeux d'une approche comparatiste dans la *business history* », *Pensées vives* [En ligne], 5 | 2026

URL : <http://revues-msh.uca.fr/pensees-vives/index.php?id=468>

DOI : <https://dx.doi.org/10.52497/pensees-vives.468>



La revue *Pensées vives* est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution 4.0 International.

Les articles de la revue sont utilisables sous licences CC BY 4.0. Les autres éléments (illustrations, extraits d'œuvres) sont susceptibles d'être soumis à des autorisations d'usage spécifiques.

L'Université Clermont Auvergne est l'éditeur de la revue en ligne *Pensées vives*.

L'entreprise de confection Conchon-Quinette : Les enjeux d'une approche comparatiste dans la *business history*

The Conchon-Quinette Clothing Company: The Challenges of a Comparative Approach to Business History

Jean-Michel Viallet

CHEC, Université Clermont Auvergne

La société Conchon-Quinette naît du rapprochement de deux familles : l'une locale, les Conchon, originaires de Volvic (petit bourg aux portes de Clermont-Ferrand) et les Quinette, venus de Normandie s'installer dans la capitale auvergnate au début du xix^e siècle. Entre 1843, date de la création du premier magasin – sis au numéro 14 rue Blatin, dans l'hypercentre clermontois – et 2009, date de l'absorption définitive de la société par l'entreprise Devred, Conchon-Quinette a imprimé sa marque. L'entreprise a compté jusqu'à trois mille employés (principalement des femmes) dans sa petite dizaine d'usines de fabrication de vêtements et ses deux cents magasins de vente, répartis sur plus de quarante départements français. Afin d'étudier comment cette société clermontoise de confection entre dans le champ de la comparaison, et quels sont les enjeux principaux de cette approche, nous faisons le choix d'une approche thématique, en trois temps. De prime abord, il s'agira de montrer que l'entreprise se démarque par son histoire retrouvée. Puis, dans un deuxième temps, nous placerons l'étude de Conchon-Quinette dans une approche classique d'histoire comparée, à partir de quelques points d'appui avec d'autres sociétés, sans exhaustivité. Enfin, sera développée une approche plus inédite de comparaison interne à la société étudiée, une approche comparaisonnée.

Conchon-Quinette, confection, histoire des entreprises, histoire comparée, histoire comparaisonnée

The creation of the company Conchon-Quinette is the result of the union of two families. The Conchons were originally from Volvic (a small town at the gates of Clermont-Ferrand). The Quinette family came from Normandy and settled in the capital of Auvergne at the beginning of the 19th century. Between 1843, when the first store was opened at number 14 on Blatin Street, in the heart of Clermont, and 2009, when the company was entirely bought off by Devred, Conchon-Quinette took on to make a name for itself. The company reached up to 3000 employees (mostly women) with its ten or so clothing factories and its 200 retail stores, present in more than 40 French departments (administrative divisions of France). In order to study how this clothing manufacturer from Clermont falls into the scope of comparison, and what the main challenges of this approach are, we made the choice of a thematic approach in 3 parts. Firstly, our task will be to emphasize how the company stands out with its rediscovered history. Secondly, we will study the company through a traditional comparative historical method. We will use other examples of companies for reference without claiming to be

exhaustive. Last but not least, we will develop a novel approach, the “comparaisonée” approach, which will entail a more internal comparison of the company Conchon-Quinette.

Conchon-Quinette, clothing, business history, comparative history, comparatively reasoned

INTRODUCTION

L'entreprise Conchon-Quinette est aujourd'hui une illustre inconnue. Rien de bien étonnant dans la « ville du pneu¹ » où Bibendum semble avoir tout submergé quand l'on parle d'histoire industrielle clermontoise. Et pourtant, cette société de confection qui naît en 1843, soit plus de quarante ans avant Michelin, a compté – à son apogée – près de 3.000 employés (dont une grande majorité de femmes) et plus de 200 maisons de vente disséminées à travers une quarantaine de départements français. Conchon-Quinette disparaît en 2009, définitivement absorbée par la société Devred après une première prise de contrôle dès l'automne 1995.

Confronter l'entreprise Conchon-Quinette à la démarche comparatiste implique de prime abord d'évoquer une double historiographie, celle de la *business history* et de l'histoire comparée. Il est nécessaire ensuite de présenter rapidement nos sources. Enfin, à la lumière de ces premiers éléments, nous définirons succinctement les enjeux d'une approche comparatiste dans la *business history* à travers l'exemple de la société Conchon-Quinette.

« L'histoire économique s'est particulièrement enrichie par l'étude des entreprises », écrit Philippe Petitpas en 2012². Cette histoire des entreprises, si importante à ses yeux et qui guide nos pas dans notre recherche sur la société Conchon-Quinette, il nous faut en évoquer ici quelques éléments d'historiographie.

Il est important de rappeler tout d'abord le rôle séminal des auteurs anglo-saxons et au premier chef, Alfred Chandler – considéré comme le fondateur de la *business history* – qui ont œuvré au développement de ce domaine historique spécifique³. En France, les premières

¹ La fabrication de pneumatiques a joué un rôle essentiel dans le développement de Clermont-Ferrand, à travers des marques telles que Michelin, Bergougnan ou encore Torrilhon. C'est ce que montre parfaitement Annie Moulin-Bourret dans son ouvrage *Guerre et industrie. Clermont-Ferrand 1912-1922 : la victoire du pneu*, Clermont-Ferrand, Publications de l'Institut d'études du Massif central (Centre d'histoire des entreprises et des communautés), 1997.

² Petitpas Philippe, *Industriels français du textile face au défi international 1871-1914*, thèse de doctorat, soutenue en janvier 2012 à l'université de Montréal.

³ Chandler Alfred, *The visible hand: the managerial revolution in American business*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, Belknap Press, 1977 ; Schumpeter Joseph, *The theory of economic development: an inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle*, Cambridge (Mass.), Harvard University Press, 1961 ; Landes David, *The unbound Prometheus ; technological change and industrial development in Western Europe from 1750 to the present*, Cambridge, Cambridge University Press, 1969.

tentatives de transposition de la *business history* semblent dater des années 1950 et 1960. Sous l'impulsion de quelques grandes figures françaises, comme Pierre Léon, Claude Fohlen, Guy Thuillier, Bertrand Gilles, Jean Bouvier ou encore François Caron se dessinent quelques problématiques nouvelles, souvent orientées vers l'histoire financière des entreprises, ainsi qu'une tradition de recherche dominée par l'approche monographique⁴. Donc souvent sans comparaison aucune.

Au début des années 1990 est créée la revue *Entreprise et histoire* : une étape importante dans l'historiographie et la reconnaissance de ce domaine historique spécifique, avec cette publication qui permet à l'histoire des entreprises de s'affirmer et de se diffuser plus largement. Puis, plus près de nous, c'est Jean-Claude Daumas dans un article-bilan datant de 2019 qui vient confirmer la place désormais prépondérante de la *business history* à la française. Il va jusqu'à affirmer : « l'histoire des entreprises s'est beaucoup développée, diversifiée et renouvelée depuis les années 1970, et les travaux de ces dernières années ont ouvert des pistes prometteuses qui doivent être prolongées⁵ ». Il évoque en autres perspectives l'histoire du travail, le rapport au marché, la distribution ou le paternalisme.

Notre étude de la société Conchon-Quinette se place donc dans ce processus de recherche(s), en l'analysant spécifiquement, dans le cadre de cette contribution, à travers le prisme de l'histoire comparée.

Arrêtons-nous ici sur les mots de Claude Fohlen, quand, dans les conclusions de son étude sur la famille de producteurs textile Méquillet-Noblot, il écrit qu'« il serait vain d'étudier une entreprise simplement en elle-même, en faisant abstraction des conditions qui lui sont extérieures. L'histoire d'une entreprise est en réalité celle d'un milieu, d'un marché, d'une technique⁶... ». Il semble donc nécessaire de rapprocher la *business history* de l'approche comparatiste dont l'historiographie est tout aussi riche.

⁴ Lefranc Sylvie, « L'histoire d'entreprise : l'état des lieux », *Communication et organisation*, n° 7, 1995, « L'entreprise et ses mémoires », p. 200 [En ligne] DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1773>.

⁵ Daumas Jean-Claude, « La *business history* à la française, deux ou trois choses que je sais d'elle », dans Daumas Jean-Claude (dir.), *L'Histoire économique en mouvement*, Villeneuve d'Ascq, Presses universitaires du Septentrion, 2012, p. 189-218 [En ligne] DOI : <https://doi.org/10.4000/books.septentrion.47361>.

⁶ Fohlen Claude, *Une affaire de famille au XIX^e siècle : Méquillet-Noblot*, Paris, Armand Colin, 1955, p. 113.

Benedicte Zimmermann rappelle⁷ que s'il existe désormais une histoire « croisée » qui pose, en particulier, le comparatisme à une échelle globale, elle vient en complément de l'histoire « comparée » chère à Marc Bloch⁸. Cette dernière a été principalement utilisée dans le cadre d'une approche transnationale, historiquement marquée. Bénédicte Zimmermann précise aussi que cette histoire comparée peut aussi s'avérer utile dans un cadre national, voire même local. Mais elle n'évoque pas l'échelle interne d'une même structure, comme celle d'une entreprise par exemple.

Dans un article pédagogique et éclairant⁹, Élise Julien rappelle le rôle des « pères fondateurs » de l'histoire comparée et insiste sur le fait que « son développement en histoire ne s'est pas fait pour autant sans heurts ni confrontations ». Elle aborde aussi des éléments méthodologiques utiles à toute démarche comparatiste, dont, entre autres, la nécessaire diversité historiographique, l'importance de la définition de l'objet étudié ainsi que le cadre scalaire et temporel. Elle évoque aussi l'hétérogénéité des sources.

En ce qui concerne notre recherche, celles-ci sont diverses et parfois assez originales. Il s'agit tout d'abord de nombreuses sources écrites « dispersées », car (malheureusement comme souvent pour l'histoire d'entreprise¹⁰) Conchon-Quinette ne possède pas de fonds d'entreprise. C'est à un véritable tour de France que nous avons été conviés : aux archives nationales¹¹, départementales¹², municipales¹³ et bancaires¹⁴, on peut ajouter des documents de la Bibliothèque nationale

⁷ Zimmermann Bénédicte, « Histoire comparée, histoire croisée », dans Delacroix Christian, Dosse François, Garcia Patrick, Offenstadt Nicolas (dir.), *Historiographies. Concepts et débats*, Paris, Gallimard, « Folio Histoire », 2010, p. 173.

⁸ Bloch Marc, « Pour une histoire comparée des sociétés européennes », *Revue de synthèse historique*, Tome XLVI, 1928, p. 15-50.

⁹ Julien Élise, « Le comparatisme en histoire. Rappels historiographiques et approches méthodologiques », *Hypothèses*, vol. 8, n° 1, p. 191-201 [En ligne] DOI : <https://doi.org/10.3917/hyp.041.0191>.

¹⁰ « Les destructions, l'éparpillement, l'accès réservé... sont le propre des archives d'entreprises comme de bien d'autres sources écrites ». Voir Beltran Alain, « L'histoire d'entreprise, pour la connaissance et l'efficacité », *Communication et organisation*, n° 7, 1995, « L'entreprise et ses mémoires » [En ligne] DOI : <https://doi.org/10.4000/communicationorganisation.1762>.

¹¹ Les archives nationales à Pierrefitte-sur-Seine, le service des archives économiques et financières à Savigny-le-Temple, les archives du monde du travail à Roubaix et le centre d'archives d'architecture contemporaine à Paris.

¹² À plusieurs reprises et en priorité les archives départementales du Puy-de-Dôme, mais aussi celles de certains départements où la société avait installé un magasin de vente ou/et un atelier : comme par exemple les archives départementales du Cantal, de Charente-Maritime ou de Haute-Loire.

¹³ Prioritairement les archives municipales de Clermont-Ferrand.

¹⁴ Archives du Crédit Agricole (qui renferme les archives du Crédit lyonnais) et de la Société Générale, toutes les deux sises à Paris.

de France et de la Bibliothèque du patrimoine à Clermont-Ferrand. Ces écrits se déclinent, entre autres choses, en « statuts », « exercices annuels » (renfermant les rapports du Conseil d'administration) ou autres catalogues de vente. La diversité de cet ensemble montre la nature « kaléidoscopique » de notre objet d'étude. Une approche pluridimensionnelle, évoquée par Sylvie Lefranc au mitan des années 1990¹⁵, et confirmée par le rapprochement avec d'autres ressources documentaires.

En effet, il est tout à fait éclairant de confronter ces nombreuses sources écrites, et donc de les comparer, avec d'autres ressources plus originales : celles que tous les historiens n'ont pas forcément utilisées dans des études passées¹⁶. On peut tout d'abord évoquer les témoignages d'une quinzaine d'ancien(ne)s employé(e)s de la société Conchon-Quinette (entre les lendemains de la Seconde Guerre mondiale et le début des années 1970) qui permettent d'incarner cette histoire d'entreprise. Ces archives orales peuvent être complétées par des ressources audiovisuelles : un film institutionnel tourné dans l'usine de Clermont-Ferrand en 1944 à l'occasion du centenaire¹⁷, deux reportages de la télévision régionale, trouvés dans le fonds de l'Inathèque¹⁸, ou encore deux films fixes¹⁹. Ces sources plus originales permettent d'aborder de nouvelles thématiques (comme la culture d'entreprise avec les témoignages) ou de préciser/compléter, éclairer d'un nouveau jour les informations tirées de sources plus conventionnelles (comme par exemple la dichotomie de perception des lieux de fabrication entre « espace de travail conçu » par le patron et « espace de travail vécu » par les employés).

« Le ressort de la comparaison réside dans la confrontation raisonnée de différentes entités, de préférence équivalentes, pour éclairer de manière contrastée, par la mise en évidence de différences et de similitudes, une question ou un problème commun²⁰ ». C'est ainsi que Bénédicte Zimmermann rappelle la définition de l'histoire

¹⁵ « L'histoire d'entreprise présente la particularité d'être pluridimensionnelle et de rompre avec la classification traditionnelle d'histoire économique, sociale, technique, politique, culturelle... Elle associe souvent tous ces domaines » écrit Sylvie Lefranc dans « L'histoire d'entreprise : l'état des lieux », art. cit., p. 178.

¹⁶ Ni François Farraut pour son *Histoire de la Belle Jardinière* ni Olivier Londeix pour Casino, par exemple, n'ont utilisé d'archives audiovisuelle ou/et orale.

¹⁷ Archives départementales du Puy-de-Dôme, 55 AV 32, « Société des Vêtements Conchon-Quinette, commémoration du centenaire 1844-1944 », film de Paul-Louis Jausions, 1944.

¹⁸ Centre de Documentation du cinéma et du court-métrage, La Jetée à Clermont-Ferrand.

¹⁹ Musée national de l'éducation, films fixes « La chemise et les sous-vêtements » n° d'inventaire 1978.060662.20 et « Le vêtement » n° d'inventaire 1978.060662.61.

²⁰ Zimmermann Bénédicte, « Histoire comparée, histoire croisée », dans *Historiographies. Concepts et débats*, op. cit., p. 171.

comparée. Répondre à ces attentes semble bien difficile à réaliser dans le cadre de notre étude, sinon à rédiger les monographies de trois ou quatre entreprises de confection différentes et d'en comparer l'évolution (à la loupe) avec celle de la société Conchon-Quinette. Ce n'est pas notre ambition.

Dans cette contribution, notre approche comparatiste va donc se limiter à répondre à deux enjeux principaux, ceux d'une histoire comparaisonnée. Tout d'abord, éclairer les atouts d'une comparaison asymétrique, en choisissant de nous référer à quelques points d'appui spécifiques dans nos analyses avec d'autres entreprises, sans chercher l'exhaustivité. Ensuite, montrer que cette approche comparatiste doit être réalisée à différentes échelles. En particulier à l'échelle de l'entreprise elle-même, afin de faire émerger des contrastes en adoptant l'approche enrichissante de la micro-analyse, chère à Jacques Revel²¹.

Afin de montrer comment cette société clermontoise de confection entre dans le champ de la comparaison, nous faisons donc le choix d'une approche thématique. De prime abord, il s'agira de montrer que l'entreprise semble se démarquer par son histoire. Puis, dans un deuxième temps, nous placerons l'étude de Conchon-Quinette dans une approche classique d'histoire comparée. *In fine*, sera développée une approche plus inédite, de comparaison interne à la société étudiée.

CONCHON-QUINETTE, UNE HISTOIRE D'ENTREPRISE QUI RESTE A ÉCRIRE

Aucune étude universitaire n'existe sur l'aventure industrielle de la société Conchon-Quinette. Écrire cette histoire de plus de cent soixante ans est l'une de nos motivations principales dans notre travail de recherche. Ici, après avoir expliqué la signification de son nom si particulier, nous aborderons quelques éléments clés de l'histoire spécifique de cette entreprise, entre le mitan du XIX^e et la fin du XX^e siècles.

Le nom de l'entreprise tient au rapprochement du patronyme de deux familles, réalité qui était assez répandue au XIX^e siècle, comme par exemple avec les époux Cognacq-Jay (fondateurs de *La Samaritaine*) ou du couple Lefèvre-Utile (créateurs de la fameuse biscuiterie nantaise *LU*). La famille Conchon est originaire de Volvic. Elle s'installe à Clermont-Ferrand au tout début du XIX^e siècle. C'est à peu près à cette même époque, que les Quinette, natifs de Normandie,

²¹ Revel Jacques (dir.), *Jeux d'échelles. La micro-analyse à l'expérience*, Paris, Gallimard-Le Seuil, 1996.

viennent habiter dans la capitale auvergnate. Le hasard veut que les deux familles logent dans la même rue (Saint-Louis) et dans des immeubles voisins (au n° 21 pour les Conchon et au n° 23 pour les Quinette).

C'est certainement cette proximité spatiale qui explique le rapprochement, puis le mariage entre (Jean)Philibert Conchon et (Eugénie)Jeanne Quinette, en novembre 1842. Quelques mois plus tard, au cours de l'année 1843, les deux jeunes époux ouvrent un magasin de rouennerie (c'est-à-dire de toile de coton imprimée dans les tons rouges ou roses, fabriquée à l'origine à Rouen), rue Blatin, à Clermont-Ferrand²². À la naissance de son quatrième enfant en 1848, Philibert signe désormais « Conchon Quinette », sans trait d'union²³. L'association des deux noms sur un acte officiel semblant alors agir comme une volonté de reconnaissance de la « marque » familiale. C'est donc au mitan du XIX^e siècle que débute l'histoire de cette entreprise de confection clermontoise. Durant la guerre franco-prussienne de 1870, la société produit ses premiers vêtements militaires : des « bleus pour les gardes mobiles », ce qui lui permet d'obtenir le titre tant convoité de « Fournisseur de l'Armée²⁴ ».

C'est en 1896 qu'Hippolyte Conchon-Quinette, le fils des fondateurs, décide de se lancer dans la confection à une échelle industrielle. La décision de construire une usine vaste et moderne illustre pour ce dernier le désir de bâtir un lieu de production performant et à son image. C'est ce qu'analyse Denis Woronoff lorsqu'il décrit les grandes usines textiles ou de métallurgie qui se développent en France dans la deuxième moitié du XIX^e siècle. « La disposition des lieux suit une logique de production et de circulation ; l'architecture de ces "nouvelles cathédrales" répond aux besoins du travail », écrit-il fort logiquement. Mais il précise bien que la construction « reflète aussi l'esprit de l'époque, l'ambition de l'entrepreneur²⁵ ».

Au-delà de ses dimensions – à savoir plus de 16 hectares – (l'usine des Carmes de Michelin, construite en 1889, couvre 12 hectares), la singularité de cette usine tient dans le fait qu'elle soit réalisée en béton

²² Archives personnelles, « Centenaire des Établissements Conchon-Quinette », Lyon, Girard-Rivoire, 1944 l'occasion du cent dixième anniversaire de l'entreprise, p. 18.

²³ Archives départementales du Puy-de-Dôme, 6 E 113 84, acte de naissance de Pierre Hippolyte Conchon.

²⁴ Bibliothèque du patrimoine de Clermont-Ferrand, A 50506, « 1844-1954. 110 ans au service de l'élégance », brochure publicitaire éditée à l'occasion du cent dixième anniversaire de l'entreprise Conchon-Quinette, p. 2.

²⁵ Woronoff Denis, *Histoire de l'industrie en France, du XVI^e à nos jours*, Paris, Seuil, 1994, p. 226.

armé, selon le système Hennebique²⁶. Son étude de faisabilité débute en 1895 et elle ouvre une année plus tard. Elle fait donc partie des toutes premières réalisations de bâtiments industriels en béton armé sur le territoire national. C'est d'ailleurs ce que rapporte la revue *Le Panthéon de l'industrie*²⁷ lorsqu'elle évoque le développement de l'entreprise de François Hennebique en France. Le nombre de chantiers exécutés possède une progression extrêmement rapide : on passe de six travaux en 1892 à deux cent vingt en 1895, dont celui de l'usine des Salins.

Autre signe de distinction et de modernité, Hippolyte Conchon-Quinette choisit l'énergie électrique fournie par le barrage de la Sioule pour alimenter l'éclairage et les machines-outils²⁸, et, pour l'ensemble des aménagements en appareillages électriques, un important contrat est signé avec la société Schneider du Creusot²⁹. Enfin, autre particularité et pas des moindres : l'usine des Salins se voit attribuer l'une des premières lignes téléphoniques de la ville de Clermont-Ferrand, avec l'obtention du numéro 0/0.

Lors du déclenchement de la Première Guerre mondiale, l'usine de Clermont-Ferrand est réquisitionnée pour participer à l'effort de guerre et produit alors de nombreux effets militaires. Une convention signée dès le 7 août 1914, entre Hippolyte Conchon-Quinette et le représentant du XIII^e Corps d'Armée, précise : « M. Conchon-Quinette s'engage à réaliser dans ses ateliers pendant la période de mobilisation et la durée de la guerre une production intensive ; cette production atteindra autant que possible les rendements indiqués au carnet de mobilisation établi pour les ateliers de M. Conchon-Quinette. Elle pourra les dépasser³⁰ ». Excédents qu'elle réalise et qui valent à Hippolyte Conchon-Quinette une longue procédure fiscale après-guerre.

Le début des années 1930 est marquant pour l'entreprise à double titre. Premièrement, elle adopte le système du travail à la chaîne, tout d'abord dans son atelier d'Issoire (Puy-de-Dôme), avant de la généraliser à l'ensemble de ses usines et ateliers. De plus la société

²⁶ Centre d'archives d'architecture contemporaine, 76 IFA 1016, « Fabrique Conchon-Quinette et Compagnie, bd. des Salins et rue Haute-Saint-André, Clermont-Ferrand (Puy-de-Dôme) ».

²⁷ *Le Panthéon de l'industrie. Revue hebdomadaire illustrée des expositions et des concours*, 1^{er} novembre 1903, p. 5.

²⁸ *Mémoire et compte rendu des travaux de la Société des ingénieurs de France*, 1925, p. 264.

²⁹ Académie François Bourdon au Creusot, 0064Z0923 folio 125, « Contrat appareillages électriques Schneider-Conchon-Quinette, 1896 ».

³⁰ Service des archives économiques et financières, B-0029536, Équipement du soldat et industrie textile.

achève sa concentration verticale en rachetant à Roanne en 1933 un atelier de bonneterie, c'est-à-dire les articles d'habillement en maille (chaussettes, bas et lingerie). Puis l'année suivante Hippolyte Conchon-Quinette « se rendit acquéreur d'une usine de tissage de Vienne. Il en modernisa le matériel, ce qui lui permit d'obtenir un prix de plus bas pour certains articles les plus courants de sa fabrication³¹ ». Désormais Conchon-Quinette contrôle tout le processus de la fabrication de tissus à la vente dans ses propres magasins, en passant par la confection. Mais signalons l'originalité dont fait preuve ici la société clermontoise : l'on peut estimer qu'elle réalise une remontée de filière « à l'envers », en débutant par la vente, puis en y associant la fabrication en usine, avant d'y ajouter le tissage et la bonneterie dans ses propres ateliers.

Mais durant l'entre-deux-guerres, la société Conchon-Quinette est aussi touchée par deux types de grèves : une grève dite « de la vie chère » en 1933 et des cessations de travail liées au Front populaire et au mouvement national d'occupation d'usines en 1936 et 1937. C'est à chaque fois l'occasion de tensions fortes entre l'intransigent patron, Hippolyte Conchon-Quinette et les représentants syndicaux.

Au cours du second conflit mondial, l'entreprise participe, à nouveau, à la production de vêtements militaires, en fabriquant par exemple des uniformes pour la Milice (au printemps 1944) ou encore en assurant une commande passée le 22 décembre 1943 par la « Zentral Textilgesellschaft » (Société centrale du textile), même si, dans ce dernier cas, l'occupant ne viendra jamais récupérer les pièces de tissus réalisées.

La crise textile que traverse la France dans les années 1960 marque aussi inévitablement l'entreprise clermontoise. Cheffe de file dans la confection de vêtements, elle se voit contrainte, en 1967, de cesser la fabrication, tout en conservant la vente de vêtements, désormais élaborés le plus souvent hors de l'hexagone. La destruction la même année de l'usine mère va alors marquer les esprits, comme le révèle le témoignage de Victorine Bonnabry : « le jour où la cheminée est tombée je travaillais à la polyclinique j'ai regardé cette cheminée tomber... on voyait très bien des étages de la polyclinique : j'en étais malade... de voir tomber Conchon-Quinette³² ».

Des années 1970 à 2009, l'entreprise va donc changer de nature, n'assurant plus que la vente de vêtements qu'elle ne confectionne plus.

³¹ Archives personnelles, « Centenaire des Établissements Conchon-Quinette », Lyon, Girard-Rivoire, 1944 l'occasion du cent dixième anniversaire de l'entreprise, p. 20.

³² Témoignage de Madame Victorine Bonnabry, mardi 19 avril 2022. Elle a travaillé comme couturière à l'usine des Salins de 1946 à 1958.

Exercices après exercices, les difficultés s'accumulent. Conchon-Quinette cherche alors à optimiser son fonctionnement en regroupant les fonctions administratives à Paris au 1^{er} janvier 1979. La société hésite sur la localisation des nouveaux magasins. Dans un premier temps (au début des années 1970), elle suit l'effervescence des installations dans de grands centres commerciaux (comme par exemple Plein-Sud Aubière, Port-de-Bouc, Rennes-Alma, Caen-Mondeville). Mais, dès l'année 1975, elle fait machine arrière, car « si les implantations dans les centres commerciaux ont permis une certaine expansion, leur rentabilité se trouve, dans la plupart des cas, grevée de charges excessives : loyers importants, coût des services et des équipements collectifs, charges salariales accrues du fait de l'amplitude des horaires³³ ». Au mitan des années 1990, l'entreprise concurrente Devred va prendre le contrôle de l'entreprise sous la marque « Manarès-Covett ». Puis, en 2009, la décision de « dissolution sans liquidation »³⁴ est prise par l'assemblée générale des associés de la société Devred. Conchon-Quinette a cessé d'exister.

Après avoir « raconté » la société Conchon-Quinette et montré qu'elle a été – comme tant d'autres – marquée par les guerres et les crises, plaçons-nous désormais dans la démarche comparative classique, dont les doubles enjeux s'avèrent ici tout à fait éclairants.

CONCHON-QUINETTE, ÉTUDE D'UNE ENTREPRISE À L'AUNE DE L'HISTOIRE COMPARÉE

Comparons tout d'abord en mettant la société clermontoise en miroir avec d'autres entreprises, et bien évidemment, de prime abord avec des sociétés du même secteur, la confection.

Puis nous évoquerons, par l'approche comparatiste, en quoi cette société clermontoise se distingue-t-elle des autres.

À l'échelle nationale, les principaux concurrents sont peu nombreux. On peut citer principalement *La Belle Jardinière*, *Sigrand* (société avec laquelle Conchon-Quinette s'associe pendant quelques années durant les années soixante), *Esders* (entreprise de confection originaire de Belgique), *Devred* qui prend le contrôle de Conchon-Quinette en 1995 ou encore *Armand Thiery* qui est créée, comme Conchon-Quinette au mitan du XIX^e siècle, en 1841.

³³ Archives nationales du monde du travail, 1994 43 335, Rapports annuels d'entreprise (1973-1982).

³⁴ Archives de l'INPI (Institut national de la propriété industrielle), Dissolution de la société Manarès-Covett, 28 juillet 2009.

De multiples comparaisons sont envisageables avec certaines de ces entreprises, tant au niveau de données structurelles que conjoncturelles, comme celles des prix de vente (ici pour la collection automne-hiver 1929-1930) sur des produits similaires³⁵ (Figure 1). On remarque que les trois concurrents sont assez proches en termes de prix de vente sur de nombreux produits, Conchon-Quinette se distingue seulement sur le pyjama et le « norfolk ». Avec un salaire ouvrier mensuel moyen d'un montant de deux mille francs³⁶, les prix pour les trois marques semblent financièrement assez accessibles aux classes populaires. Par ailleurs, Conchon-Quinette possède le plus grand nombre de succursales³⁷. De plus, elle est la seule marque sur les trois à proposer des vêtements pour dames³⁸.

	Conchon-Quinette	Esders	Sigrand et C ^{ie}
Date de fondation	1843	1898	1841
Siège social	14 bd Pasteur, à Clermont-Ferrand	124 rue de Rivoli, à Paris (1 ^{er})	1 place des Jacobins à Lyon
Succursales	90	7	16
Vêtements	Hommes, dames et enfants	Hommes et enfants	Homme et enfants
Prix	<i>à partir de</i> <ul style="list-style-type: none"> • 99 francs • 450 francs • 69 francs • 18,90 francs • 95 francs <ul style="list-style-type: none"> • Raglan droit • Smoking • Pyjama • Gilet • norfolk 	<i>à partir de</i> <ul style="list-style-type: none"> • 98 francs • 480 francs • 75 francs • 20 francs • 110 francs 	<i>à partir de</i> <ul style="list-style-type: none"> • 125 francs • 450 francs • 75 francs • Non proposé • 150 francs

Figure 1 : Tableau comparatif réalisé à partir des trois catalogues hiver 1929-1930 de chaque société.

© Jean-Michel Viallet

³⁵ Le raglan est un pardessus assez ample, dont les emmanchures remontent en biais jusqu'à l'encolure. Le norfolk est une forme de costume (ici pour enfants à partir de 8 ans).

³⁶ Marchand Olivier et Thélot Claude, *Le travail en France (1800-2000)*, Paris, Nathan, 1997, p. 222.

³⁷ L'évolution et la répartition des succursales de Conchon-Quinette sont étudiées dans la troisième partie de notre contribution.

³⁸ Conchon-Quinette propose dès le milieu du XIX^e siècle quelques pièces pour sa clientèle féminine, mais c'est le rachat de la société parisienne L. Bouet et C^{ie} à la fin des années 1920 qui permet à l'entreprise de proposer désormais des vêtements confectionnés pour dames.

Il est aussi intéressant de comparer le référencement de ces entreprises concurrentes en vente de vêtements confectionnés dans la publication professionnelle *Revue internationale de l'étalage* (Figure 2). Sur les huit années étudiées, on remarque que la société clermontoise est largement devant ses concurrents, avec plus de 40 % des citations. Ceci la place donc comme une référence dans la technique de l'étalage. Une société exemplaire dans la maîtrise de cette technique de vente qui cherche à attirer le regard de la clientèle.

An nées	<i>La Belle Jard inière</i>	<i>Dev red</i>	<i>Es ders</i>	<i>Armand Thiery</i>	<i>Sig rand</i>	<i>Con chon- Quinette</i>
1931	3	5	0	1	4	4
1932	2	9	1	3	1	5
1933	1	4	0	5	4	8
1934	0	1	4	2	4	10
1935	1	1	1	5	3	12
1936	1	0	0	1	1	23
1937	4	4	0	1	6	3
1938	1	4	6	5	2	3
Tot al	13 (8,2 %)	28 (17, 5 %)	6 (3, 8 %)	23 (14,4 %)	25 (15, 6 %)	66 (40,5 %)

Figure 2 : Tableau réalisé à partir des différents numéros de la *Revue internationale de l'étalage*, de janvier 1931 et décembre 1938 ; étudiés à partir du site Gallica : <https://gallica.bnf.fr>.

© Jean-Michel Viallet.

Il est aussi possible d'examiner comment se positionne la société Conchon-Quinette par rapport à certaines innovations. Se pose alors la question : Conchon-Quinette a-t-elle été plutôt novatrice ou plutôt suiveuse ? Évoquons deux exemples, l'un faisant référence au domaine de la technique et l'autre à celui de la gestion des stocks.

Concernant la mesure industrielle (il s'agit de proposer aux clients du « sur-mesure », fabriqué en série par des machines, au prix de la confection), qu'elle adopte dans les années 1940, il est clair qu'elle n'est pas pionnière. Dès 1927, Armand Thiery développe cette

technique sous la marque *Thierylux*. Mais lorsque l'on parle de la mécanographie (c'est-à-dire la méthode de dépouillement, de tri ou d'établissement de documents administratifs, comptables ou commerciaux, fondée sur l'utilisation de machines traitant mécaniquement des cartes perforées), la modernité et la clairvoyance de la maison clermontoise peuvent être raisonnablement mises en exergue. En effet, sous l'impulsion de son nouveau patron Jacques Bérard, elle se dote de ce service de gestion améliorée dès l'année 1943, en pleine Seconde Guerre mondiale.

Une histoire comparée à l'échelle locale peut aussi être imaginée. Avec des entreprises de la confection – mais elles sont peu nombreuses (Carrias, Gorce, ou Peyronnet) – ou avec des sociétés d'autres secteurs, comme l'a déjà réalisé Annie Moulin-Bourret sur les bénéfices de guerre à l'issue du premier conflit mondial³⁹.

Étudions désormais en quoi la société clermontoise est spécifique. C'est d'abord par sa stratégie « *du producteur au consommateur* », que Conchon-Quinette se distingue. Ce choix amène la société à combiner, dès 1912, la fabrication de divers produits confectionnés dans ses propres usines et la commercialisation dans ses différentes succursales. Cette association existe dans le secteur de l'alimentaire, comme par exemple avec Casino, étudié par Olivier Londeix⁴⁰. Elle est aussi présente dans l'habillement, dès les années 1830 avec « La Belle Jardinière⁴¹. »

Mais dans le cas de Conchon-Quinette, ce qui lui permet de se démarquer, c'est l'importance quantitative de ses succursales. De la petite dizaine créée avant le premier conflit mondial, leur nombre ne fait que progresser tout au long de l'entre-deux-guerres, pour atteindre le chiffre de cent cinquante en 1935 et même plus de deux cents dans les années 1950. À certains magasins sont associées des sous-succursales, par exemple dans le Puy-de-Dôme, Courpière et Noirétable reliées à Thiers, ce qui permet de mailler encore davantage le territoire concerné.

Deuxième particularité, l'intégration par la société des enfants dans l'acte d'achat, ces « apprentis-consommateurs » comme les appelle Olivier Londeix⁴². Là encore donc, il ne s'agit pas d'un cas unique. Conchon-Quinette, comme le font aussi certains de ses concurrents tels Devred ou Sigrand, s'appuie dès le début du XX^e siècle sur l'utilisation

³⁹ Moulin-Bourret Annie, *Guerre et industrie. Clermont-Ferrand 1912-1922...*, op. cit., p. 627.

⁴⁰ Londeix Olivier, *Du client au consommateur. Casino, une chaîne succursaliste française (1898-1960)*, Paris, CHTS, 2021.

⁴¹ Faraut François, *Histoire de La Belle Jardinière*, Paris, Belin, 1987.

⁴² Londeix Olivier, *Du client au consommateur...* op. cit., p. 197.

de « chromos⁴³ », sur lesquels sont imprimés des jeux d'observation accompagnés de petites comptines. Dans les années 1930, la société imprime, dans plusieurs villes de France où se trouvent ses magasins, un « jeu de l'oie », dont la case finale (n° 63, qui rappelle le numéro du département du Puy-de-Dôme) est celle des « Vêtements Conchon-Quinette, pour l'Homme, la Femme, l'Enfant ». Dernier exemple enfin, en 1955 la société propose à sa jeune clientèle un illustré publicitaire : *Les aventures de Pamcoq* (pour « Petits Amis Conchon-Quinette »). À nouveau Conchon-Quinette n'est pas la première société à lancer ce type de publication : dans les années 1930, la marque de cacao « Phoscao » proposait déjà le magazine *Le Pantin*.

Mais ce qui distingue l'entreprise clermontoise, c'est que sa revue illustrée propose de véritables petites histoires imaginées autour de sa nouvelle mascotte « Pamcoq ». La chute du scénario est le plus souvent focalisée sur le produit confectionné. Ainsi, dans la dernière vignette du numéro 2, on relève cet échange entre un sauveteur venu secourir « Pamcoq » lui disant : « Bravo garçon, tu as un cran formidable, mais tu dois une fière chandelle à ta veste... », auquel le héros répond : « ... à ma veste Conchon-Quinette, c'est du solide⁴⁴ ! ». De plus, de futurs « grands noms » de la bande dessinée vont participer à la réalisation de ce support publicitaire, tels que René Goscinny pour certains scénarii et Albert Lemoing – le « papa » du bonhomme *Malabar* – pour les dessins.

Surtout, Conchon-Quinette s'est véritablement distinguée en créant, dès 1954, le « Club Pamcoq » destiné à sa jeune clientèle. C'est ici la constitution d'un véritable réseau de jeunes filles et de jeunes garçons, qui participent aux concours de billes ou de saut à la corde organisés dans les villes abritant les différentes succursales. Un autobus aux couleurs de l'entreprise sillonne alors les routes de France, de magasin de vente en magasin de vente, pour aller au-devant de ses jeunes (futurs) acheteurs.

Enfin, en 1960, dans un contexte de développement et d'américanisation de la société de consommation, Conchon-Quinette crée à Bordeaux le « premier libre-service habillement de France ». La société explique ce choix à ses actionnaires par ces mots : « nous ne saurions garder un rôle de spectateur passif devant l'évolution rapide des méthodes commerciales. Votre Direction, tenue à une vigilance permanente a été amenée à aménager en « Libre-Service » notre

⁴³ Bibliothèque du patrimoine de Clermont-Ferrand, GRA N 35/6, vignette publicitaire « Marie, tremp' ton pain », « Mais où est-elle ? ».

⁴⁴ Bibliothèque nationale de France François Mitterrand, 4-JO-11422 (ou NUMP-14098), « Les aventures de PAMCOQ » et « PAMCOQ Contact », n°2 mai-juin-juillet 1955.

magasin de Bordeaux⁴⁵ ». Là encore, cette innovation existait déjà, en particulier dans l'alimentation, comme l'a bien montré Jean-Claude Daumas⁴⁶. Néanmoins, Conchon-Quinette adapte le concept au secteur de l'habillement, ce qui semble être une première. Modernisation de l'acte de vente à laquelle la société clermontoise réfléchissait déjà depuis une décennie⁴⁷.

Dans le même temps, elle américanise le nom de l'enseigne : on abandonne Conchon-Quinette, nom caractéristique d'un XIX^e siècle suranné, pour Covett. Un nom court, facile à retenir, qui marque davantage les esprits. Un nom qui se termine par deux « t », afin d'afficher une forme de modernité, certainement doublée d'une volonté de « sonner » américain.

La société clermontoise accompagne l'ouverture de son magasin bordelais en circuit court d'un imprimé publicitaire : « Bref Covett⁴⁸ ». Dans le numéro de décembre 1960, on peut relever cette phrase : « Madame (...) profitez de la liberté que Covett vous donne pour transformer la nécessité d'acheter en joie de choisir ». La société Conchon-Quinette évoque ici le nouvel acte d'achat que permet le libre-service. Une illustration parfaite de cette période de transition dans la consommation, qui fait passer « du client au consommateur ».

L'histoire comparée permet donc de mettre en avant l'existence de spécificités ou de similitudes de la société Conchon-Quinette avec des entreprises du même secteur d'activités ou non. Mais une approche comparaisonnée, c'est-à-dire celle qui permet de comparer une entité avec elle-même, possède aussi d'autres perspectives.

CONCHON-QUINETTE À L'AUNE DE CONCHON-QUINETTE

Trois aspects de l'évolution interne de l'entreprise de confection clermontoise peuvent être convoqués pour illustrer cette comparaison interne. En particulier l'évolution dans l'origine du capital engagé ou encore la « sous-culture organisatrice (conception et légitimité du pouvoir, structure du commandement)⁴⁹ ». Mais tout d'abord,

⁴⁵ Bibliothèque du patrimoine de Clermont-Ferrand, A 12790, Exercice 1960.

⁴⁶ Daumas Jean-Claude, *La révolution matérielle. Une histoire de la consommation. France XIX^e-XX^e siècle*, Paris, Flammarion, 2018, p. 321.

⁴⁷ Dans son numéro 11 de janvier 1950, le *Bulletin des maisons de vente et des ateliers* évoque aux pages 18 et 19 le « self-service » ; précisant qu'une première expérience avait été menée dans ce sens à Paris : « les clients étaient particulièrement heureux de cette nouvelle manière d'opérer, et ont exprimé leur satisfaction ».

⁴⁸ Bibliothèque nationale de France François Mitterrand, FOL-JO-12236, « Bref COVETT ».

⁴⁹ Daviet Jean-Pierre, « Anciens et nouveaux visages de la Business History », dans Lequin Yves (dir.), *L'Usine et le Bureau. Itinéraires sociaux et professionnels dans l'entreprise (XIX^e et XX^e siècles)*, Lyon, PUL, 1990 [En ligne] DOI : <https://doi.org/10.4000/books.pul.15846>.

envisageons l'évolution des statuts – ainsi que du nom – de la société entre sa naissance et les années 1930.

Quoi de commun, en effet, entre l'entreprise familiale fondée par les époux Conchon-Quinette en 1843⁵⁰ et la société anonyme que met en place leur fils Hippolyte quatre-vingts-ans plus tard, en 1923 ?

Dans sa première version, le nom de la société est simplement « Conchon-Quinette ». Elle est alors dotée d'un seul magasin de vente, sis rue de l'Écu dans le centre de Clermont-Ferrand. En 1865, Eugénie y ajoute un petit atelier de confection pour y fabriquer des « sarraux » (c'est-à-dire des blouses de travail amples et courtes que l'on porte au-dessus des autres vêtements) recherchés surtout par une clientèle rurale.

L'année 1880 marque une étape importante. Philibert, le fondateur de l'entreprise, disparaît. Son épouse Eugénie décide donc de confier à leur jeune fils, Hippolyte, alors âgé de vingt-trois ans, une partie de la responsabilité de la société. Afin d'officialiser cette évolution, le nom de l'entreprise devient alors « Conchon-Quinette & Fils ».

En 1902, Hippolyte, alors seul à la tête de l'entreprise depuis six ans (après le retrait de sa mère en 1896), décide d'augmenter le capital de l'entreprise familiale. Il a fait construire une usine à Clermont-Ferrand et a des projets de vente en direct ; pour ce faire, il doit disposer de davantage de numéraires. Il fait alors le choix de la société en commandite, ce qui lui permet de garder un contrôle total sur la gestion de l'entreprise tout en élargissant son financement par des apports extérieurs (« les commanditaires »). Il en dépose les statuts chez Maître Renon à Clermont-Ferrand⁵¹. Le capital social est fixé à 2,25 M de francs. L'article huit des statuts précise que ce dernier « est divisé en 2250 actions de 1000 francs chacune, sur lesquelles 1700 entièrement libérées ont été attribuées à Monsieur Conchon⁵² ». Par sa fonction de seul commandité, Hippolyte Conchon-Quinette conserve plus de 75 % du capital et cinquante et un actionnaires se divisent le reste des actions. La société porte désormais le nom de « Conchon-Quinette et C^{ie} ».

En pleine Première Guerre mondiale, le patron et principal actionnaire de la société en commandite simple prend une décision qui suscite des interrogations. Fin avril 1915, Hippolyte Conchon-

⁵⁰ « *La maison de commerce qu'ils avaient fondée en 1843* ». C'est par ces mots qu'Hippolyte Conchon-Quinette évoque la création par ses parents du premier magasin de vente au milieu du XIX^e siècle. Service des archives économiques et financières, B-0015429/1 (Impôts sur les sociétés), extrait d'un rapport daté du 15 février 1921.

⁵¹ Archives départementales du Puy-de-Dôme, 5 E 118 484, dépôt de l'acte de société Conchon-Quinette et C^{ie} du 23 août 1902.

⁵² *Ibid.*

Quinette décide de racheter les dernières actions qui lui manquaient et « la société n'ayant plus de raison d'être, se trouve par suite dissoute de plein droit à compter de ce jour⁵³ ». Cette dernière redevient donc la société « Conchon-Quinette ». On peut y voir un simple retour en arrière, même si plus vraisemblablement Hippolyte fait ce choix dans le but de soustraire au fisc une partie des bénéfices de guerre réalisés entre 1914 et 1918.

Enfin, en 1923, une société anonyme par actions est créée⁵⁴. Le capital social est fixé à 12 M de francs. Pas moins de cent soixante actionnaires se partagent les douze mille actions de mille francs. Le plus important d'entre eux demeure bien évidemment Hippolyte Conchon-Quinette avec 6882 actions (soit près de 7 M de francs investis et 60 % du capital total). Jacques Bérard, qui devient alors le « bras droit » d'Hippolyte Conchon-Quinette, possède mille actions et Paul Gauthier (négociant à Lyon) cinq cents. On parle désormais de la « Société des Vêtements Conchon-Quinette ». Durant l'entre-deux-guerres le capital progresse en francs courants : 15 millions en 1925 ; 19 millions en 1927 ; 30 millions en 1929 (avec la fusion/acquisition de la société lyonnaise Varichon-Chomienne-Durocher) et jusqu'à 46 millions en 1931 (avec la fusion/acquisition de la société parisienne Bouet et C^{ie}).

Parallèlement à son poids financier, l'entreprise évolue aussi dans son rayonnement géographique, et ce de l'échelle locale à nationale.

L'implantation des succursales de vente a répondu de fait à une volonté de conquérir de nouveaux clients en même temps que de nouveaux territoires. Après les départements circonvoisins de Clermont-Ferrand, tels l'Allier, la Haute-Loire ou le Cantal, la société Conchon-Quinette s'est installée dans des régions plus éloignées, telles que la Bretagne, l'Aquitaine ou le Languedoc-Roussillon. Elle choisit aussi délibérément d'éviter l'Île-de-France ou le Nord-Pas-de-Calais, où ses concurrents directs étaient davantage présents.

Si les premières installations ont été réalisées principalement dans des villes petites ou moyennes, telles que – entre de nombreuses autres – Aubusson (Creuse), Bain-de-Bretagne (Ille-et-Vilaine) ou Roche-la-Molière (Loire), à partir de la fin des années 1950, la société cible aussi les villes plus grandes, comme par exemple Grenoble, Rouen, voire Marseille et Paris. À la fin des années 1960, suivant le mouvement de développement des grandes zones commerciales, des

⁵³ Archives départementales du Puy-de-Dôme, U 23831, dissolution de la société Conchon-Quinette et C^{ie}.

⁵⁴ Archives départementales du Puy-de-Dôme, U 27095, statuts de la société anonyme par actions Conchon-Quinette.

enseignes Conchon-Quinette (ou plutôt Covett à cette époque) sont créées à Parly II, Caen-Mondeville ou encore Rennes-Alma.

À une échelle intra-urbaine, Hippolyte Conchon-Quinette se focalise logiquement sur les quartiers les plus centraux en même temps que les plus commerçants, pour développer ses magasins de vente. Vingt-cinq d'entre eux sont même installés dans des locaux à double-entrée donnant sur deux rues commerciales, comme par exemple à Béziers (Hérault), Clermont-Ferrand, Firminy (Loire), Grenoble (Isère), Montauban (Lot), Rouen (Seine-Maritime), Saint-Nazaire (Loire-Atlantique) ou Toulouse (Haute-Garonne). Partout, un soin particulier est assuré pour mettre en avant les collections, avec une véritable science de l'étalage⁵⁵ et de l'éclairage.

Enfin, une dernière évolution interne peut être mise en avant. Il s'agit de l'administration de la société, et du passage d'une gestion traditionnelle et paternaliste avec Hippolyte Conchon-Quinette à un management « à l'américaine » avec Jacques Bérard, son successeur à partir de 1942.

La société est d'abord marquée par la personnalité, le dynamisme et la volonté d'entreprendre d'Hippolyte Conchon-Quinette, son « patron-fondateur ». Ce dernier détient une formation littéraire : il obtient un bac ès lettres à l'âge de dix-neuf ans en 1877, mais il ne pousse pas au-delà ses études et donc ne possède pas de formation technique spécifique. En cela, il se distingue des Michelin, des Wendel ou des Schneider, qui tous avaient reçu de solides formations techniques. Il était malgré tout « doué d'une connaissance approfondie de tous les détails de la profession⁵⁶ ».

En 1902, la même année que la création de sa société en commandite, il met en place une société de secours gratuits. Elle assure de multiples aides (en cas de maladies, d'accouchement, de décès) aux femmes qui travaillent dans son usine de Clermont-Ferrand, comme dans les autres ateliers. Hippolyte Conchon-Quinette cherche certainement par ce biais à garder à son service ses employées et peut-être aussi se prémunir d'éventuelles grèves. Mais le dernier des quinze articles révèle la personnalité autoritaire de son auteur, en précisant que « la création de ce service constituant de la part de la Maison Conchon-Quinette une libéralité pure et volontaire, M. Conchon se réserve d'une

⁵⁵ La société Conchon-Quinette se dote très tôt (dès la fin des années 1920) d'un groupe d'étalagistes spécialement formés et qui se déplacent dans les différents magasins de vente afin d'aménager les vitrines. Ils n'hésitent pas à se lancer dans de véritables tableaux, inspirés par les différentes périodes de l'année : la rentrée scolaire, la chasse, Noël, les sports d'hiver, les communions ou encore l'été.

⁵⁶ Archives nationales du monde du travail, 184 AQ 114, Exercice de la société des Vêtements Conchon-Quinette, année 1942-1943.

façon absolue le droit de modifier ou de supprimer quand bon lui semblera le susdit service de secours⁵⁷ ».

À la mort d'Hippolyte Conchon-Quinette, le 22 décembre 1942, Jacques Bérard, son plus proche collaborateur depuis 1923, lui succède. À la différence de son patron, il a suivi une formation technique et est « sorti en 1904 de l'École Centrale de Paris avec le titre d'ingénieur⁵⁸ ». Autre différence notable : Jacques Bérard a la volonté de créer une « dynastie », en associant très tôt ses deux fils – Georges et Paul – à la destinée de la société Conchon-Quinette.

Si, par certains aspects, il poursuit une forme de paternalisme, en créant une école d'apprentissage pour les jeunes filles (en 1943), ou une maison de repos et de convalescence pour les travailleurs des diverses entreprises de la société des Vêtements Conchon-Quinette (en 1947), il est clair qu'il adopte aussi un management plus moderne.

Le *Bulletin de liaison des maisons de vente et des ateliers* qu'il crée en 1947 s'en fait l'écho. Un numéro de 1948 détaille la tenue de « Journées d'étude Conchon-Quinette⁵⁹ ». Une trentaine de personnes (gérants des succursales, chefs de service, membres de la direction) se retrouvent pendant trois jours, pour écouter différentes conférences sur la vente, les tissus, l'étalage... ainsi que des « impressions de voyage aux États-Unis ».

La référence au modèle américain devient la norme et on le perçoit aussi dans des choix de management ou la recherche de la motivation des équipes (et en particulier des gérants de succursales), ce qui est parfois perçu comme une forte « mise sous pression » par les collaborateurs, rompus à la culture d'entreprise à la française. Ainsi, dans le premier numéro du Bulletin, est évoquée une « page sportive » : il ne s'agit en aucun cas ici d'indiquer les résultats de l'association sportive de la société Conchon-Quinette⁶⁰, mais bien d'afficher les résultats des différents magasins de vente, c'est-à-dire de divulguer un « palmarès qui indiquera vos performances et vos records ». La présentation se termine par cette sentence terrible mais significative

⁵⁷ Archives départementales du Puy-de-Dôme, 2 BIB 7100, *Création d'un service de secours gratuit au profit des ouvrières malades de la Maison*, Clermont-Ferrand, Montlouis, 1902.

⁵⁸ Léonore, base de données des archives nationales des dossiers de la Légion d'honneur, <https://www.leonore.archives.nationales.culture.gouv.fr>, dossier individuel de Jacques Bérard, p. 13.

⁵⁹ Bibliothèque du patrimoine de Clermont-Ferrand, A 65086, Société des Vêtements Conchon-Quinette. *Bulletin de liaison des maisons de vente et des ateliers*, n° 7 d'octobre 1948, p. 1-40.

⁶⁰ Celle-ci existe par ailleurs à partir de 1947, avec surtout une section basket féminin, dont le bulletin de liaison donne régulièrement des nouvelles (voir Bibliothèque du patrimoine de Clermont-Ferrand, A 65086, Société des Vêtements Conchon-Quinette. *Bulletin de liaison des maisons de vente et des ateliers*, n° 7 d'octobre 1948, p. 47).

de cette volonté de mainmise de la direction sur l'ensemble des gérants de magasins de vente : « ce sera un Tableau d'honneur, et quelquefois un tableau humiliant⁶¹ ! ».

La mise en exergue de ces spécificités internes illustre donc bien le fait qu'une approche comparaisonnée est valorisante et que « les monographies (...) restent indispensables car elles renouvellent les problématiques⁶² ».

CONCLUSION

Au terme de cette contribution centrée sur l'étude de cas de l'entreprise Conchon-Quinette, il est donc possible de rappeler plusieurs enjeux que permet une approche comparatiste dans le cadre de la *business history*,

Conchon-Quinette est une société qui a traversé plus d'un siècle et demi d'histoire. Comme toutes les sociétés de son secteur d'activité ou non, elle a été marquée par les crises et les guerres, ainsi que les changements de régime politiques. À ce titre, cette société mérite donc bien que l'on en écrive l'histoire retrouvée.

Placer Conchon-Quinette en regard d'autres sociétés, sans se limiter à ses concurrents dans la confection, a permis de mettre en avant plusieurs éléments et en particulier les spécificités de l'entreprise : la fabrication de vêtements à grande échelle (dont la production va se diversifier au cours des années), le développement d'un succursalisme inédit en termes de diffusion dans la confection et surtout la création du club Pamcoq et du premier libre-service d'habillement en France. Les différents pans de l'histoire nécessaires pour aborder cette aventure industrielle comparée, de l'histoire d'entreprise à celle de la publicité, en passant par l'histoire économique ou sociale, en font aussi une histoire réfractée dans le sens où elle s'avère kaléidoscopique.

Enfin, l'entreprise Conchon-Quinette peut aussi être étudiée pour elle-même, à l'aune de ce que nous avons baptisé une histoire comparaisonnée. L'évolution du nom de la société ainsi que celle de ses statuts, l'impact géographique de ses implantations (de l'échelle urbaine à l'échelle nationale) ou encore le passage d'une gestion paternaliste à un management à l'américaine, montrent bien que

⁶¹ Bibliothèque du patrimoine de Clermont-Ferrand, A 65086, Société des Vêtements Conchon-Quinette. *Bulletin de liaison des maisons de vente et des ateliers*, n° 1 de janvier 1947, p. 1.

⁶² Barjot Dominique, Berneron Marie-Françoise, Richez Sébastien, « Où en est l'histoire des entreprises aujourd'hui ? », *Histoire, économie et société*, 2001, 20^e année, n° 4., « L'histoire des entreprises aujourd'hui », p. 597-603 [En ligne] DOI : <https://doi.org/10.3406/hes.2001.2248>.

s'attacher à l'étude interne de l'entreprise permet d'en tirer de nouvelles conclusions tout à fait éclairantes.

Écrire « l'aventure Conchon-Quinette » se place donc dans cette triple perspective : celle d'une histoire retrouvée, réfractée et comparaisonnée. Mais c'est aussi finalement, et même trente ans plus tard, faire écho aux attentes de l'historien Jean-Pierre Daviet, quand il écrivait en 1992 : « il y a pénurie en France d'histoire d'entreprises traitées comme des études de cas, et contribuant par là même à la connaissance d'un secteur industriel et de son insertion dans l'histoire économique⁶³ ».

⁶³ Beltran Alain, Daviet Jean-Pierre, Ruffat Michèle, « L'histoire d'entreprise en France. Orientation bibliographique », *Les Cahiers de l'Institut d'Histoire du Temps Présent*, n° 30, 1995, p. 9 [En ligne] DOI : <https://doi.org/10.3406/ihtp.1995.2307>.