Mosaïque
ISSN : 2105-1100
Éditeur : Université de Lille

25 | 2026
Histoire et perspectives de la théorie critique / L'attractivité des territoires en France de l'Antiquité à nos jours : causes, pratiques, enjeux

---

Les galeries du *Bonheur des dames*, ou l'ici et l'ailleurs commercial au XIXe siècle

The Galleries of Au Bonheur des Dames, *or the "Here" and "Elsewhere" of Commerce in the 19th Century*

Guillaume Arancibia

---

https://www.peren-revues.fr/mosaique/3066

DOI : 10.54563/mosaique.3066

Référence électronique
Guillaume Arancibia, « Les galeries du *Bonheur des dames*, ou l'ici et l'ailleurs commercial au XIXe siècle », *Mosaïque* [En ligne], 25 | 2026, mis en ligne le 28 septembre 2026, consulté le 08 octobre 2026. URL : https://www.peren-revues.fr/mosaique/3066

Droits d'auteur
CC-BY

Les galeries du *Bonheur des dames*, ou l'ici et l'ailleurs commercial au XIXe siècle

The Galleries of Au Bonheur des Dames, *or the "Here" and "Elsewhere" of Commerce in the 19th Century*

Guillaume Arancibia

PLAN

Attrait des marchandises et attractivité du grand magasin
L'attraction orientale
Attraction/répulsion, ou l'axiologie d'un schème

TEXTE

> Et, en quelques phrases dites à l'oreille du baron Hartmann, comme s'il lui eût fait de ces confidences amoureuses qui se risquent parfois entre hommes, il acheva d'expliquer le mécanisme du grand commerce moderne.
> Émile Zola, *Au Bonheur des dames*

1 Le crédit historique et la valeur testimoniale que l'on attribue généralement au *Bonheur des dames* viennent sans doute du coup de génie d'Émile Zola, lorsqu'il décide de prendre le magasin de nouveautés comme cadre diégétique et thématique de son roman. Nombreuses sont les critiques à avoir souligné la qualité et la finesse d'analyse des nouvelles formes commerciales représentées dans le récit, ainsi que le caractère quasiment visionnaire de ce onzième volume des *Rougon-Macquart*. Dans son article intitulé « "Au Bonheur des Dames" ou La leçon de commerce moderne de M. Zola », Marie-Louise Heliès-Hassid (2000) consacre ainsi une part importante de son analyse à démontrer la clairvoyance du récit sur certains mécanismes

économiques fondamentaux (distribution, marketing, rapport à l'espace), au prisme des dispositifs narratifs du roman, décrivant les nouvelles méthodes commerciales. Indéniablement, la galerie du *Bonheur* est à l'image de la révolution marchande qui a cours durant la seconde moitié du XIXe siècle. Le magasin symbolise l'enjeu et la réflexion sur la capacité d'un territoire ou d'un lieu à attirer une nouvelle clientèle, comme le font à cette époque les commerces de nouveautés. Il faut dire que Zola lui-même présentait son travail comme une enquête et il se décrivait volontiers comme un observateur et un expérimentateur. Mais l'histoire n'a que trop retenu les théories et les discours pseudo-scientifiques de l'auteur, oblitérant la véritable puissance critique qui émane de ses constructions romanesques et de ses choix poétiques.

2 Si chercher les correspondances entre les représentations fictionnelles et les nouvelles formes d'attractivité commerciale qui s'inventent au XIXe siècle est un exercice tentant, cela ne peut à aucun moment représenter une finalité pour la critique littéraire. En un sens, c'est faire fi de la spécificité de l'œuvre et de la puissance de reconfiguration, qui se jouent à travers la construction du récit. En effet, si le roman *Au Bonheur des dames* fait état d'une forme nouvelle et victorieuse du commerce, capable de révolutionner sa puissance d'attractivité, il est aussi un lieu de production sémantique : un espace diégétique où le sens se négocie à travers les représentations. En un mot, le roman « poématise » (Ricœur, 1991) le réel dont il s'inspire, et offre ainsi au lecteur un regard nouveau et critique sur la réalité qu'il décrit. Autrement dit, notre tâche est de nous astreindre à chercher les « leçons de M. Zola » ailleurs que dans une énonciation plus ou moins correcte de principes économiques au sein du récit. À travers le schème de l'attractivité, c'est le caractère ambigu du discours sur le commerce, et plus généralement sur la modernité, qu'il faut interroger.

3 Pour ce faire, revenons un instant à l'articulation de notre angle d'analyse. « L'attractivité des territoires », entendue comme concept économique et politique multidisciplinaire, repose, selon Nathalie Fabry, « sur trois piliers – le tissu productif, le tissu résidentiel et le tissu touristique » (2009). Un concept qui coïncide aisément avec la thématique du roman, puisque le magasin du *Bonheur des dames* peut à bien des égards être envisagé comme l'un de ces lieux à travers

lesquels il est possible de mesurer des dynamiques d'attractivité, au prisme de plusieurs critères (localisation géographique, infrastructures, densité du public, puissance économique ou encore concurrence). Cependant, mobiliser ce concept contemporain pour étudier un roman de la seconde moitié du XIXe siècle ne peut se faire sans quelques précautions méthodologiques, au risque de tomber dans le piège d'une démarche anachronique. Car ce n'est pas la confirmation d'une théorie sur l'attractivité d'un territoire qui guide notre analyse. Au contraire, notre démarche vise à mettre cette notion « d'attractivité » à l'épreuve du texte littéraire, afin de tenter de comprendre quel discours le roman pose à sa manière, à travers son langage et en son temps, sur cette problématique de l'attractivité d'un lieu.

4 Par ailleurs, étudier dans le roman l'attractivité du commerce de nouveautés nécessite également d'apporter un éclaircissement sur la polysémie que le terme « commerce » implique. Car, loin de décrire le seul aspect financier d'un échange, le terme a pu également désigner les relations sociales, comme sous la plume de Montaigne : « *C'est aussi pour moy un doux commerce que celuy des belles et honnestes femmes* » (*Montaigne*, 1580). Par conséquent, évoquer « l'attractivité commerciale » d'un lieu dans un texte littéraire ne peut se faire sans s'interroger sur la représentation du tissu social qu'implique la polysémie du terme « commerce ». Voilà donc la lentille par laquelle nous choisissons d'analyser le récit d'*Au Bonheur des dames*. C'est au prix de cette complexité, de cette profondeur du récit et de cette polysémie qu'il faut envisager « l'attractivité » du commerce de nouveautés, pour tenter d'appréhender le regard critique que le roman pose sur cette nouvelle construction économique, politique et sociale de son temps.

Attrait des marchandises et attractivité du grand magasin

5 Le *Bonheur des dames* est un roman à la spatialité restreinte. L'on serait presque tenté de dire à huis clos, s'il n'y avait pas dans le récit quelques incartades d'employés, fuyant à la campagne l'environnement néfaste du grand magasin. Ce treizième volume des *Rougon-Macquart* relate l'histoire de Denise Baudu, une jeune Normande venue à Paris chercher du travail dans la boutique du *Vieil Elbeuf*,

tenue par son oncle. Mais, très vite, elle est embauchée au *Bonheur des dames*, le commerce de nouveautés dont l'hégémonie tend à aspirer clientèle comme main-d'œuvre de tout le quartier. Prise au cœur de la grande machinerie du magasin, Denise connait des conditions matérielles de travail et de vie très difficiles. Elle découvre aussi l'âpre rivalité et la concurrence qui structurent les liens sociaux au sein du magasin, avant qu'Octave Mouret, le grand patron du *Bonheur*, ne finisse par s'enticher d'elle.

6 À l'inverse d'autres récits zoliens, tels que *La Bête humaine*, où la spatialité romanesque s'élabore sur la multiplicité des lieux et « sur le montage et l'agencement des déplacements » (Mitterand, 1994 : 89), *Le Bonheur des dames* est un roman où le commerce de nouveauté s'établit comme véritable canevas narratif. Il s'érige ainsi comme véritable topos littéraire, au sens de structure poétique spatiale qui organise le déroulement du récit. Un topos à travers lequel on retrouve un certain nombre de lignes de force, reflétant peu ou prou, une composition sociale complexe de la société française au XIXe siècle, à commencer par sa structure hiérarchique. En réalité, la galerie marchande du *Bonheur* se comporte au sein du récit comme une structure en microcosme, reflétant la société du Second Empire. Dans le roman, tout se passe comme si la diégèse se déroulait dans un système fermé. Chacune des instances y est représentée (diversité sociale, collectivité, communs, police, hiérarchie), et donne à voir une régulation interne des différents rapports sociaux.

7 En effet, le *Bonheur des dames* est un lieu où se rencontre une véritable diversité sociale. Au milieu des rayons, « toutes les ménagères, une troupe serrée de petites-bourgeoises et de femmes en bonnet, donn[ent] assaut aux occasions, aux soldes et aux coupons, étalés jusque dans la rue » (Zola, 1883 : 331). Dans le remous de la foule se bousculant aux différents rayons, les comtesses côtoient les classes sociales inférieures, pendant que la femme du peuple semble regarder, envieuse, le faste des soies et des taffetas étalés à la vue de tous. D'ailleurs, la diversité sociale se reflète aussi dans la figure des vendeuses qui, « dans leur frottement quotidien avec la clientèle riche, […], finissaient par être d'une classe vague, flottant entre l'ouvrière et la bourgeoise » (*ibid.* : 225). Par ailleurs, il faut souligner qu'en tant que représentation d'une architecture sociale complexe, la galerie du *Bonheur des dames* est un lieu particulièrement organisé

pour le quotidien. De vraies infrastructures ordonnent l'espace commun de la galerie, pour la clientèle et les usagers :

> Ce rayon, créé de la veille, se trouvait à côté du salon de lecture. Mme Desforges, pour éviter l'encombrement des escaliers, parla de prendre l'ascenseur ; mais elles durent y renoncer, on faisait queue à la porte de l'appareil. Enfin, elles arrivèrent, elles passèrent devant le buffet public, où la cohue devenait telle, qu'un inspecteur devait refréner les appétits, en ne laissant plus entrer la clientèle gloutonne que par petits groupes. (*Ibid.* : 554)

Plus loin dans le texte, il est précisé qu'« en haut, sous les combles, se trouv[ent] les chambres où couch[ent] les vendeuses » (*ibid.* : 84) ; et que « la cuisine et les réfectoires, d'anciennes caves transformées en petites salles, [sont] à gauche, vers l'angle de la place Gaillon » (*ibid.* : 244). Des infrastructures contradictoires en apparences, puisqu'au semblant de désordre offert à la clientèle répond l'organisation des infrastructures du personnel. Mais en réalité, il y a une économie générale secrète de l'ordre qui les unit l'une à l'autre. Car comme toute structure sociale complexe, celle du *Bonheur des dames* obéit à un certain nombre de règles, à l'image des employées à qui l'on donne ou non des « permissions de théâtre » (*ibid.* : 218). Le commerce possède ainsi son propre organe pour assurer le maintien de l'ordre, notamment à travers le personnage de l'inspecteur Jouve, « Chargé spécialement de la police intérieure, […] flair[ant] les voleuses et suiv[ant] surtout les femmes grosses » (*ibid.* : 335).

8 Octave Mouret, le patron du magasin est à plusieurs reprises représenté « seul et debout, au bord de la rampe du hall. De là, il domin[e] le magasin, ayant autour de lui les rayons de l'entresol, plongeant [ses regards] sur les rayons du rez-de-chaussée » (*Ibid.* : 149) :

> Depuis longtemps, Mouret n'était plus à l'entresol, debout près de la rampe du hall. Brusquement, il reparut en haut du grand escalier qui descendait au rez-de-chaussée ; et, de là, il domina encore la maison entière. (*Ibid.* : 154)
> […]
> Puis, un instinct lui fit lever la tête, pendant qu'un inspecteur ouvrait la porte, fermée depuis le matin. Et elle aperçut Mouret. Il était

> toujours en haut de l'escalier, sur le grand palier central, dominant la galerie. (*Ibid.* : 409)

Au cœur de cette spatialité du récit, Mouret occupe significativement une place surplombante, d'où il semble gouverner le monde intérieur de son commerce. À chaque apparition, l'autorité du patron est réaffirmée par la réitération d'un syntagme verbal construit sur le verbe « dominer ». Stature d'un personnage surplombant ainsi son « peuple de femmes » (*ibid.* : 50), comme il l'aime à l'appeler, Mouret possède quelque chose de la figure de l'empereur Napoléon III. À l'échelle de la fresque romanesque des *Rougon-Macquart*, les deux personnages partagent ainsi des caractéristiques communes. Tout comme l'empereur, Mouret est perpétuellement placé à distance du lecteur dans le récit. Les focalisations internes du personnage se font rares, et c'est généralement à travers le regard de ses employés qu'il est entraperçu, dominant la maison. Son éloignement laisse présager une forme de despotisme latent, qui s'exprime avant tout par la peur et le respect de ses employés. D'ailleurs, Mouret conçoit son commerce à l'image de la société du Second Empire ; comme l'empereur, il légitime l'ascension sociale de ses sujets par faits d'armes, faits politiques (ou faits de vente), à l'image du personnage de Bourdoncle :

> Peu à peu, après avoir passé par tous les grades, vendeur, puis second, puis chef de comptoir à la soie, [Bourdoncle] était devenu un des lieutenants du patron, le plus cher et le plus écouté, un des six intéressés qui aidaient celui-ci à gouverner le *Bonheur des dames*, quelque chose comme un conseil de ministres sous un roi absolu. Chacun d'eux veillait sur une province. Bourdoncle était chargé de la surveillance générale. (*Ibid.* : 71)

Or, il est intéressant de constater que cette construction en microcosme s'élabore avant tout à travers le schème de l'attractivité, incarné par le dessein et la préoccupation principale du directeur, Octave Mouret. Dans le récit, ce dernier est constamment préoccupé par l'attraction de la vie dans le magasin :

> Mais où Mouret se révélait comme un maître sans rival, c'était dans l'aménagement intérieur des magasins. Il posait en loi que pas un coin du Bonheur des dames ne devait rester désert ; partout, il

> exigeait du bruit, de la foule, de la vie ; car la vie, disait-il, attire la vie, enfante et pullule. (*Ibid.* : 326)

C'est donc bien à travers un enjeu d'attractivité que le topos du commerce de nouveauté se construit au sein du roman. En preuve, les nombreuses occurrences du verbe « attirer » et de ses synonymes. Dès l'incipit, Denise « se rapproch[e], attirée de nouveau et comme réchauffée à ce foyer d'ardente lumière » (*ibid.* : 65). Pour elle, la vue du *Bonheur*, « où elle [voit] entrer en une heure plus de monde qu'il n'en [vient] chez Cornaille en six mois, l'étourd[it] et l'attir[e] » (*ibid.* : 51). Ailleurs, c'est son ami Paul qui raconte à Mouret comment « le comte, rencontré par lui rue Richelieu, s'était efforcé de lui échapper et avait pris le parti de l'entraîner au *Bonheur*, sous le prétexte qu'il fallait absolument voir ça » (*ibid.* : 341). Assurément, et bien qu'il s'agisse d'un mouvement anachronique, il est possible de comprendre la tentation de chercher dans le récit la confirmation d'une théorie marchande ou d'un concept politico-économique comme celui de « l'attractivité territoriale ». Car il faut reconnaître que certains passages sont d'une clairvoyance troublante :

> Nous perdrons quelques centimes sur l'article, je le veux bien. Après ? le beau malheur, si nous attirons toutes les femmes et si nous les tenons à notre merci, séduites, affolées devant l'entassement de nos marchandises, vidant leur porte-monnaie sans compter ! Le tout, mon cher, est de les allumer, et il faut pour cela un article qui flatte, qui fasse époque. Ensuite, vous pouvez vendre les autres articles aussi cher qu'ailleurs, elles croiront les payer chez vous meilleur marché. Par exemple, notre Cuir-d'Or, ce taffetas à sept francs cinquante, qui se vend partout ce prix, va passer également pour une occasion extraordinaire, et suffira à combler la perte du Paris-Bonheur… Vous verrez, vous verrez ! (*Ibid.* : 80)

De fait, si le topos du commerce de nouveauté se construit sur un schème de l'attractivité, Zola en tant qu'observateur habile de son temps et des mutations de son époque, incorpore à ce système fermé une composante théorique à travers le personnage de Mouret. Mais les leçons économiques de M. Zola s'arrêtent ici, balayées par l'originalité du discours romanesque et sa complexité sémantique. En effet, la désignation intradiégétique du *Bonheur des dames* comme une machine n'est pas sans incidence sur le schème de l'attractivité :

> Alors, Denise eut la sensation d'une machine, fonctionnant à haute pression, et dont le branle aurait gagné jusqu'aux étalages. (*Ibid.* : 50)
> [...]
> L'heure était venue du branle formidable de l'après-midi, quand la machine surchauffée menait la danse des clientes et leur tirait l'argent de la chair. (*Ibid.* : 167)

Tout au long du roman, « le ronflement continu de la machine à l'œuvre » (*ibid.* : 50) s'élève. « Il faudra que je te montre ma machine en branle, tu verras que ce n'est pas si bête… » (*ibid.*) déclare Mouret à son vieil ami Paul. Au prisme de l'engin mécanique, l'attractivité incarne alors un enjeu physicaliste de premier plan. Car le carrefour théorique dans lequel s'engouffre le roman est d'une profondeur bien plus vertigineuse que le simple témoignage sur les pratiques économiques. C'est à dessein que le récit érige Mouret comme « le maître de la terrible machine » (*ibid.* : 102) qui depuis le début de l'œuvre tient Denise, toutes les employés et les clientes « dans les dents de fer de ses engrenages » (*ibid.*). Dans *Feux et signaux de brume*, Michel Serres (1975) démontre brillamment comment les modèles théoriques et mécaniques du moteur et de la machine innervent toute la pensée romanesque des *Rougon-Macquart*, en se déployant comme une structure secrète et cependant partout présente. Selon lui, « le naturalisme, en tant que physicalisme, de la génétique doit passer par [le] carrefour théorique » (*ibid.* : 63) de la thermodynamique et de la diffusion de l'énergie en système fermé. Partout dans le roman zolien, assure-t-il, « il n'y a que des moteurs et la nature entière en est un. Or encore, prise dans son ensemble, elle ne peut avoir d'extérieur » (*Ibid.* : 66).

9 Canevas secret du *Bonheur des dames* : son périmètre diégétique si volontairement restreint. « À l'intérieur de cette enceinte, les principes font loi, la constance quantitative et la dégradation irréversible des qualités de l'énergie », écrit encore Michel Serres (*ibid.* : 63). En son sein, le récit du *Bonheur* fait ainsi montre d'une capacité à dissoudre les discours, dans une polysémie générale. Bousculé par d'autres enjeux, le schème de l'attractivité qui structure le topos du commerce se construit aussi à l'aune d'une hybridité discursive qui dépasse largement la dimension politique et économique. D'où également un grand nombre d'exemples présentant la foule non plus

comme une entité collective, mais comme un fluide, soumis à des lois physiques :

> Il y avait des poussées d'épaules, une bousculade fiévreuse autour des casiers et des corbeilles, où des articles au rabais, dentelles à dix centimes, rubans à cinq sous, jarretières à trois sous, gants, jupons, cravates, chaussettes et bas de coton s'éboulaient, disparaissaient, comme mangés par la foule vorace. […].
> Toute la matinée, cet écrasement augmenta. Vers une heure, des queues s'établissaient, la rue était barrée, ainsi qu'en temps d'émeute. (Zola, *op.cit.* : 331)
> […]
> Mais ce qui la surprenait surtout, dans la fatigue de ses yeux aveuglés par le pêle-mêle éclatant des couleurs, c'était, lorsqu'elle fermait les paupières, de sentir davantage la foule, à son bruit sourd de marée montante et à la chaleur humaine qu'elle exhalait. (*ibid.* : 349)

Le vocabulaire physicaliste (« poussée », « écrasement », « marée »), qui parcourt les différentes descriptions de la foule en l'assimilant régulièrement à un corps liquide, révèle à n'en pas douter un héritage laissé par la mécanique newtonienne classique. Là aussi, un regard diachronique et interdisciplinaire donnerait matière à penser à tout un pan de la sociologie qui, depuis les années 1960, étudie les mouvements de foule et les mécanismes psychologiques, à l'aune des lois de la mécanique des fluides (Garcimartín *et al.*, 2014 : 760) :

> Un autre argument en faveur des physiciens, c'est qu'à très forte densité, la foule ressemble de plus en plus à un liquide. Dans les vidéos de mouvement de foule qu'on a pu analyser, comme pendant les accidents de la love parade en 2010, ou de La Mecque en 2006 ou en 2015, on observe des phénomènes collectifs qu'on peut expliquer à l'aide de la mécanique des fluides. (Moussaïd, 2019)

Ainsi, dans le *Bonheur des dames*, le topos du commerce s'établit dans le récit comme une structure chronotopique – au sens bakhtinien du terme – c'est-à-dire une structure qui procède à « la fusion des indices spatiaux et temporels en un tout intelligible et concret » (Bakhtine, 1975 : 237). En ce sens, le schème de l'attractivité qui structure dans le récit le commerce de nouveauté donne bel et bien à voir une dynamique politique et économique d'un territoire, et tend peu

ou prou à se rapprocher de la notion contemporaine « d'attractivité ». Certes, elle décrit assez justement, à travers le commerce de nouveauté, ses structures spatiales et sociales, la réalité d'un nouvel ordre économique et politique. Mais la spécificité du texte littéraire dépasse largement le simple rôle de pâle représentation ou d'ersatz. La notion « d'attractivité » du commerce s'en trouve donc irrémédiablement modifié, puisqu'elle donne à voir le texte comme un « nuage sémique » (Serres, *op. cit.* : 31), c'est-à-dire un lieu qui témoigne de l'état des savoirs à un moment précis, à travers une forme de dissolution sémantique. Plus encore, le syncrétisme qui a cours dans le roman déploie, nous allons le voir, une profondeur ambigüe et critique, qui dépasse largement cette notion.

L'attraction orientale

10 Avant d'interroger le caractère critique déployé par le schème de l'attractivité dans la représentation romanesque du commerce de nouveauté, il faut rapidement parcourir le poncif particulièrement structurant de l'orientalisme dans le récit. Le salon oriental pensé par Mouret est un véritable leitmotiv qui circule entre les personnages. « Avez-vous vu le salon oriental ? » (Zola, *op. cit* : 160) demande Mme Desforges à Mme Marty. Et dans le gros de la foule monte un même cri collectif répété : « c'est prodigieux, cet étalage ! On en rêve… Et le salon oriental, as-tu vu le salon oriental ? » (*Ibid.* : 62). De toute part, Mouret reçoit des « compliments pour sa magnifique exposition des nouveautés d'hiver. On se récri[e] forcément sur le salon oriental » (*ibid.* : 173).

11 Or, la présence d'une représentation de l'Orient au sein de cette structure sociale complexe du *Bonheur* n'a rien d'innocent. Comme le rappelle justement Edward W. Saïd, « l'orientalisme n'est pas un simple thème ou domaine politique reflété passivement par la culture, l'érudition ou les institutions » (1978 : 173). Au contraire, il recèle toujours des informations sur la position de celui qui en parle. Quel sens dès lors de placer avec tant d'insistance un Orient au sein de cette construction nationale microcosmique du récit ? Convenons d'abord du fait que Zola n'est pas un littérateur orientaliste. Pour la grande majorité de ses récits, le cadre est hexagonal. Et pourtant, dans le roman *Au Bonheur des dames*, le salon oriental est forgé sur

une forme extrêmement stéréotypée de l'Orient. C'est pourquoi nous suivons Saïd lorsqu'il affirme que

> La liste des références, des emprunts et des transformations qui touchent à l'idée de l'Orient est immense, mais, au fond, ce qu'accomplissent les premiers orientalistes et ce que les non-orientalistes d'Occident exploitent, c'est un modèle réduit de l'Orient, adapté à la culture régnante, dominante, et à ses exigences [...]. (*Ibid.* : 271)

Parmi ces exigences, on retrouve notamment la thématique du voyage et de l'ailleurs, qui envahit toute la littérature occidentale au XIXe siècle. Or, il faut noter que l'Orient, comme forme d'invitation au voyage dans cette structure en microcosme du *Bonheur*, coïncide parfaitement avec le schème de l'attractivité qui le fonde et qu'il réactive ainsi. Mais à n'en pas douter, ce stéréotype traduit avant tout dans le récit une inclinaison collective de la psyché occidentale, à nouveau avec une profondeur étonnante. On retrouve d'abord cette polysémie du commerce, à travers l'héritage historique que laisse planer cette évocation, puisque :

> l'Orient est venu à être connu par l'Occident comme son grand contraire complémentaire, dès l'Antiquité. Il y a eu la Bible, et le développement du christianisme ; il y a eu des voyageurs comme Marco Polo qui ont tracé les routes du commerce et construit un système régulier d'échanges commerciaux [...]. (*Ibid.* : 117)

En fait, le spectre de « la route de la soie » – expression forgée au XIXe siècle – hante tout le récit du *Bonheur des dames*. Il en ordonne la structure chronotopique en ouvrant le microcosme du commerce au contexte d'échanges commerciaux avec l'Orient :

> *Dès la porte*, c'était ainsi un émerveillement, une surprise qui, toutes, les ravissait. Mouret avait eu cette idée. Le premier, il venait d'acheter dans le Levant, à des conditions excellentes, une collection de tapis anciens et de tapis neufs, de ces tapis rares que, seuls, les marchands de curiosités vendaient jusque-là, très cher ; et il allait en inonder le marché, il les cédait presque à prix coûtant, en tirait simplement un décor splendide, qui devait attirer chez lui la haute clientèle de l'art. (Zola, *op. cit.* : 140)

La longue description qui s'ensuit évoque « les portières de Diarbékir, […] les longs tapis d'Ispahan, de Téhéran et de Kermancha, les tapis plus larges de Schoumaka et de Madras » (*ibid.*). Le motif de la porte est d'ailleurs particulièrement puissant puisqu'il permet de joindre l'ici (le microcosme national dans le récit) et l'ailleurs (cette forme stéréotypée de l'Orient). Le salon oriental pensé par Mouret présente ainsi un Orient codifié, orientalisé par la pensée occidentale, qui donne également à voir en palimpseste et dans une forme diachronique, un héritage politique et économique du commerce. Par ailleurs, comment ne pas voir que la polysémie du mot « commerce » joue à plein avec le fantasme masculin et charnel de « la femme orientale », objet de désir que l'on retrouve dans l'art oriental du XIXe siècle. Par le truchement d'une forme stéréotypé de l'ailleurs – ce fameux salon oriental qui attire tout un peuple – on retrouve cette intrication polysémique du commerce, puisque c'est la femme

> que les magasins se disputaient par la concurrence, la femme qu'ils prenaient au continuel piège de leurs occasions, après l'avoir étourdie devant leurs étalages. Ils avaient éveillé dans sa chair de nouveaux désirs, ils étaient une tentation immense, où elle succombait fatalement, cédant d'abord à des achats de bonne ménagère, puis gagnée par la coquetterie, puis dévorée. (Saïd, *op. cit.* : 117)

L'Orient, comme représentation stéréotypée dans le récit – mais c'est un trait commun à l'art oriental au XIXe siècle – conjugue ainsi la polysémie du mot commerce avec le schème de l'attractivité. D'abord, parce qu'il représente un pôle commercial majeur pour l'Occident. Mais la polysémie véhicule également un regard codifié et fantasmé de l'ailleurs, qui trahit une forme de colonialisme latent de la pensée occidentale. Car son objet d'échange, le tissu et la soie, est aussi ce qui donne dans le récit « la tentation immense » où la cliente succombe fatalement. Il ramène de la sorte le mot commerce dans son acception plus ancienne, d'échange social et affectif, voire charnel, qu'on lui donne encore à la Renaissance. Indéniablement, l'Orient exerce dans le texte une forme d'attraction pour les personnages. Mais dans *le Bonheur des dames*, le schème de l'attractivité du commerce au prisme du stéréotype oriental va bien au-delà de la simple acception économique. À l'aune de sa profondeur polysé-

mique, le commerce dans le récit fait feu de tout bois. Il concerne autant les corps que les structures économiques.

Attraction/répulsion, ou l'axiologie d'un schème

12 La spécificité de ce treizième volume des *Rougon-Macquart* déborde donc largement le simple discours économique sur son temps. Malgré la vraisemblance des mécanismes économiques représentés dans l'œuvre, il faut oublier « les leçons de commerce moderne de M. Zola ». Car à l'épreuve du récit, le roman déplace et approfondit les perspectives de la notion d'« attractivité », entendu comme seul concept économique et politique. En syncrétisant les différents champs disciplinaires (économique, social, politique, historique), il s'intéresse ainsi à une vision globale de la modernité, à travers les différents enjeux ordonnés par la structure microcosmique dans le récit.

13 Reste cependant à s'interroger sur l'axiologie de ce discours général. Nous l'avons dit, c'est toute la société du Second Empire qui se trouve représentée dans cette structure du commerce de nouveauté. Le *Bonheur des dames* est à l'image du développement extrêmement rapide et prospère d'une économie, dont les mutations profondes des modalités libérales motivent l'opposition du commerce de nouveauté et des grands bazars aux petits commerces agonisants. Mais cette révolution ne se joue pas qu'à travers la nature des échanges, elle se joue aussi dans l'architecture même du lieu – comme c'est aussi le cas pour la gare, à la même époque :

> [Le hall du *Bonheur*] comme une nef de gare, entourée par les rampes des deux étages, coupée d'escaliers suspendus, traversée de ponts volants. Les escaliers de fer, à double révolution, développaient des courbes hardies, multipliaient les paliers ; les ponts de fer, jetés sur le vide, filaient droit, très haut ; et tout ce fer mettait là, sous la lumière blanche des vitrages, une architecture légère, une dentelle compliquée où passait le jour, la réalisation moderne d'un palais de rêve, d'une Babel entassant des étages, élargissant des salles, ouvrant des échappées sur d'autres étages et d'autres salles, à l'infini.
> […]

> Du reste, s'il avait eu la folie de fermer le Bonheur, un autre grand magasin aurait poussé de lui-même à côté, car l'idée soufflait des quatre points du ciel, le triomphe des cités ouvrières et industrielles était semé par le coup de vent du siècle, qui emportait l'édifice croulant des vieux âges. (Zola,*op. cit.* : 500)

Certes, il existe dans le récit zolien un enthousiasme qui se joue à travers différents aspects de la modernité. Le commerce et la force d'attractivité des structures financières en sont l'un des représentants les plus puissants. Un autre grand roman du cycle des *Rougon-Macquart* corrobore cette inclination fascinée du récit pour les puissances de *L'Argent*, comme force du monde : « l'argent, jusqu'à ce jour, était le fumier dans lequel poussait l'humanité de demain » (*ibid.* : 497). À l'image de ces deux passages, qui soutiennent par une sorte d'exaltation esthétique, la représentation de la modernité (économique, technique, architecturale), Le *Bonheur des dames* peut prétendre au titre de nouvelle Babylone, sur laquelle une « lumière blanche des vitrages » tombe en promettant l'éternité à cette nef moderne et laïque. En ce sens, on peut dire que Zola suit le dessein qu'il s'est fixé dans son dossier préparatoire, d'écrire « le poème de l'activité moderne, aller avec le siècle, qui est un siècle d'action et de conquête » (Mitterand, *op. cit.* : 147). À ce titre, le schème de l'attractivité traduit une constante sociale positive, renouvelée par les nouvelles formes du commerce, et les stéréotypes déployés sur l'Orient dans le récit étayent indéniablement le caractère conquérant d'un empire colonial français, rejouant à nouveau la double modalité du terme (commerce financier, commerce humain) :

> L'orientalisme renforçait et était renforcé par la certitude que l'Europe, ou l'Occident, dominait la plus grande partie de la surface du globe. La période pendant laquelle les institutions et le contenu de l'orientalisme se sont tellement développés a coïncidé exactement avec celle de la plus grande expansion européenne : de 1815 à 1914, l'empire colonial direct de l'Europe est passé de 35 % de la surface de la Terre à 85 %. Tous les continents ont été touchés, mais surtout l'Afrique et l'Asie. (Saïd, *op. cit.* : 88)

Il faut souligner sans fausse pudeur qu'un véritable esprit colonial habite l'œuvre zolienne, comme c'est le cas pour beaucoup de romans français du XIXe siècle. C'est ce même terreau qui, dans le roman

L'Argent, combine à nouveau puissances économiques et vues coloniales de l'Occident sur l'Orient, pour donner naissance au projet de *Banque Universelle* d'Aristide Saccard :

> Il dit tout, étala le portefeuille d'Hamelin, n'omit pas une des entreprises d'Orient. Même, cédant à cette faculté qu'il avait de se griser de son propre enthousiasme, d'arriver à la foi par son désir brûlant de réussir, il lâcha le rêve fou de la papauté à Jérusalem, il parla du triomphe définitif du catholicisme, le pape trônant aux lieux saints, dominant le monde, assuré d'un budget royal, grâce à la création du Trésor du Saint-Sépulcre. (Zola, *op. cit.* : 158)

Indéniablement, le récit zolien est sensible aux manifestations de puissances, au sens quasiment nietzschéen du terme. Et pourtant il existe dans le roman une visée, plus secrète et plus profonde, qui nuance et met à distance ces effets de glorification à travers les formes d'attractivités modernes, positives et conquérantes du commerce. Car l'espace romanesque, qui était notre point de départ d'analyse pour le roman, n'est pas neutre. Plus encore, le schème de l'attractivité qui le fonde est porteur d'une réflexion sous-jacente, d'une axiologie des structures spatiales qui organisent le commerce. En effet, cette organisation spatiale fait sens, puisqu'elle donne à penser des rapports de domination, au prisme de son principal leitmotiv dans le récit : Mouret « domin[ant] le magasin, ayant autour de lui les rayons de l'entresol, plongeant [ses regards] sur les rayons du rez-de-chaussée » (*ibid.* : 149). Spatialisation qui n'est pas sans conséquence, puisque l'on peut y articuler deux éléments particulièrement importants, étayant le regard critique et la mise à distance par le récit. D'abord, il faut souligner le caractère vertical, qui configure tous les rapports sociaux au sein du *Bonheur*. Cette verticalité descendante se retrouve à travers des rapports sociaux internes, à l'image de Denise, sentant « l'écrasement de l'existence retomb[ant] sur ses épaules » (*ibid.* : 225), au moment où Mouret menace de la virer. Verticalité il y a également dans le reflet hiérarchique de l'organisation spatiale du réfectoire, où « aux deux bouts de la salle, des tables pareilles [sont] réservées aux inspecteurs et aux chefs de rayons » (*ibid.* : 392), et où le plafond « malgré ses quatre mètres de hauteur, sembl[e] bas, écrasé » (*ibid.*). Enfin, c'est toute la clientèle, prise dans « l'écrasement d'une foule chauffée par un mois de

réclame, les yeux en l'air, bâillant devant la façade monumentale du *Bonheur des Dames* » (*ibid.* : 519) qui se retrouve dans un vis-vis hiérarchique avec l'espace de la galerie commerciale.

14 Mais le rapport de domination qu'impose la spatialisation du *Bonheur* se retrouve également dans les rapports que le commerce de nouveauté entretient avec les commerces traditionnels, à l'instar du combat entre les galeries du *Bonheur* et la petite boutique du *Vieil Elbeuf*. Bourras, le patron de cette enseigne traditionnel confie à Denise qu'il a l'impression d'avoir Mouret et son commerce « sans cesse dans le dos, avec leur sacrée musique de locomotive » (*ibid.* : 269). « N'importe ! ils ne m'aplatiront peut-être pas comme une feuille de papier » (*ibid.* : 183) déclare-t-il avec une lueur d'espoir. Vaines espérances. « À mesure que le Bonheur des Dames s'élargissait, il semblait que le *Vieil Elbeuf* diminuât. […] Les vitrines plus noires, plus écrasées sous l'entresol bas […] » (*ibid.* : 293).

15 Enfin, comment ne pas souligner le caractère panoptique de l'organisation spatiale ? Nous l'avons dit, la stature d'Octave Mouret et la place surplombante qui lui est attribué dans le récit, impose une forme d'autorité de sa part. Dans cette configuration spatiale, il occupe la place de l'empereur parmi son « peuple de femme » (*ibid.* : 50) qu'il domine du regard. Et c'est précisément à partir de ce point de vue – que l'on pourrait qualifier de panoptique – que le texte donne à penser une forme critique des rapports de domination à travers la spatialisation qui structure le microcosme du *Bonheur des dames*. Car, cette structure panoptique se retrouve à travers les institutions et place au cœur de son organisation la maîtrise de la relation sociale (du commerce), à l'instar de Jouve dans le récit, l'inspecteur-épieur « guettant les voleuses » en permanence, et dont le regard participe de cette dynamique panoptique des structures du commerce. Cette forme d'organisation spatiale du récit n'est pas sans rappeler le bouleversement que connait la société à la fin du XVIIIe siècle selon Michel Foucault (1975). D'après lui, la structure panoptique, en tant qu'institutionnalisation de la surveillance, devient la forme hégémonique au XIXe siècle, accompagnant les révolutions industrielles et l'avènement de la société capitaliste (nouvelles formes de commerce) :

> La solution du Panoptique à ce problème, c'est que la majoration productive du pouvoir ne peut être assurée que si d'une part il a la possibilité de s'exercer de manière continue dans les soubassements de la société, jusqu'à son grain le plus fin [...]. [...] son domaine [du pouvoir panoptique] c'est [...] cette région d'en bas, celle des corps irréguliers, leurs détails, leurs mouvements multiples, leurs forces hétérogènes, leurs relations spatiales ; il s'agit de mécanismes qui analysent des distributions, des écarts, des séries, des combinaisons, et qui utilisent des instruments pour rendre visible, enregistrer, différencier et comparer [...].
> [...] La pyramide disciplinaire a constitué la petite cellule de pouvoir à l'intérieur de laquelle la séparation, la coordination et le contrôle des tâches ont été imposés et rendus efficaces ; et le quadrillage analytique du temps, des gestes, des forces des corps, a constitué un schéma opératoire qu'on a pu facilement transférer des groupes à soumettre aux mécanismes de la production ; la projection massive des méthodes militaires sur l'organisation industrielle a été un exemple de ce modelage de la division du travail à partir de schémas de pouvoir. (Foucault, 1975 : 242)

Mais comme toujours, le récit dépasse largement la portée théorique que l'on est tenté de lui appliquer. D'abord, et nous l'avons dit, parce qu'il implique nécessairement une axiologie par la représentation. Ici, elle s'incarne d'abord par le triomphe de la modernité libérale ; mise à distance de ses conséquences néfastes sur les individus. Mais à cela s'ajoute un effet dialectique produit par les dynamiques narratives qui poussent Mouret et Denise dans les bras l'un de l'autre. Or, cette dernière, devenue l'employée modèle en apprenant tout au long du récit les rouages de la machine, et gravissant au fur et à mesure les échelons hiérarchiques, vient compléter la représentation du commerce de nouveauté par ses propres idéaux. À la fin du roman, elle assoit sa position au sein du *Bonheur*, et affirme également ses divergences avec le patron :

> Ainsi, depuis son entrée au *Bonheur des Dames*, elle était surtout blessée par le sort précaire des commis ; les renvois brusques la soulevaient, elle les trouvait maladroits et iniques, nuisibles à tous, autant à la maison qu'au personnel. [...] Était-ce humain, était-ce juste, cette consommation effroyable de chair que les grands magasins faisaient chaque année ? Et elle plaidait la cause des

> rouages de la machine, non par des raisons sentimentales, mais par des arguments tirés de l'intérêt même des patrons. Quand on veut une machine solide, on emploie du bon fer ; si le fer casse ou si on le casse, il y a un arrêt du travail, des frais répétés de mise en train, toute une déperdition de force. Parfois, elle s'animait, elle voyait l'immense bazar idéal, le phalanstère du négoce, où chacun aurait sa part exacte des bénéfices [...]. (Zola, *op. cit* : 475)

À la construction panoptique de Mouret, répond ainsi l'idéal d'un phalanstère du négoce chez Denise. Un idéal qui se forme au contraire sur une horizontalité des structures, effaçant les hiérarchies spatiales. Pour Denise, la théorie du commerce est polysémique, elle comprend et considère les rapports sociaux à la même hauteur que les rapports économiques dans cette grande machine qu'est le *Bonheur*. Et c'est ici que se niche toute l'ambiguïté du discours romanesque sur le commerce de nouveauté. À travers la galerie marchande, le schème de l'attractivité donne à voir une structure sociale complexe, ambigüe, dans laquelle le caractère novateur et révolutionnaire d'un point de vue théorique et technique semble être loué. Le triomphe et l'exaltation des nouvelles formes sont ainsi incarnés et tenus par le personnage de Mouret. Son coup de génie est d'avoir découvert cette constante sociologique et économique : la vie attire à la vie, « la vie, enfante et pullule » (*ibid.* : 326).

16 Cependant, les effets néfastes qu'impliquent ces nouvelles formes d'attractivités ne sont pas tus dans le récit, et participent d'une mise à distance d'une louange trop franche sur le progrès libéral, qui de prime abord, pourrait paraître uniforme. Denise devient ainsi tout au long du récit la voix de ces malheureux qui ont été « écrasés » par la machine. Dans le roman, la réunification finale des parcours du patron (Mouret) et de l'employée (Denise), suit dès lors un souhait candide et récurrent du récit zolien : la volonté de croire en un progrès économique, libéral et politique, malgré les atteintes et les injures que cela implique pour les êtres.

17 *In fine*, à l'épreuve du récit, le concept d'attractivité trouve un sens particulièrement puissant, puisqu'il implique par la représentation une réflexion qui dépasse le seul champ économique d'où il provient. Mais plus encore, l'axiologie qui le fonde comme schème dans le roman n'est pas neutre ; en tant que canevas poétique, il se place

ainsi sous le signe de la double étoile nietzschéenne, qui voue une fascination à l'idée de puissance, sans faire fi de son inquiétude face aux évolutions modernes.

BIBLIOGRAPHIE

AUERBACH E., 1968, *Mimésis : la représentation de la réalité dans la littérature occidentale*, Paris : Gallimard.

BAKHTINE M., 1975, *Esthétique et théorie du roman*, Paris : Gallimard.

BARJONET A., et Macke J.-S., *Lire Zola Au* XXI*e Siècle*, Centre culturel international de Cerisy-la-Salle (éd.), Paris : Classiques Garnier, coll. « Colloques de Cerisy-Littérature », 2018.

BECKER C., 2002, *La représentation du réel dans le roman*, Paris : Éditions Oséa.

BHABHA H., 2007, *Les lieux de la culture, une théorie postcoloniale*, F. Bouillot (trad.), Londres : Éditions Payot.

CABANÈS J.-L., 2017, *La fabrique des valeurs dans la littérature du* XIX*e siècle*, Pessac : Presses universitaires de Bordeaux, coll. « Sémaphores ».

DUARTE F., 2017, *Space, Place and Territory: A Critical Review on Spatialities*, Londres : Routledge.

FABRY N., 2009, « Clusters de tourisme, compétitivité des acteurs et attractivité des territoires », *Revue internationale d'intelligence économique*, vol. 1, p. 55-66.

GARCIMARTÍN A., ZURIGUEL I., PASTOR J.M., MARTÍN-GÓMEZ C. et PARISI D.R., 2014, « Experimental evidence of the "Faster Is Slower" effect », *Transportation Research Procedia*, vol. 2, p. 760-767.

FOUCAULT M., 1975, *Surveiller et punir : Naissance de la prison*, Paris : Gallimard.

HARVEY D., 2009, *Social Justice and the City*, Athènes : University of Georgia Press.

HELIÈS-HASSID M-L. 2000, « "Au Bonheur des Dames" ou La leçon de commerce moderne de M. Zola », *Décisions Marketing*, n° 20, p. 35-46.

KAMAL A., 2024, *Emporialism: Department Store Fictions and the Politics of the Mediterranean*, New York : State University of New York Press.

MIEGE J.-L., 1981, « *Le commerce transsaharien au* XIX*e siècle* », *Revue de l'Occident musulman et de la Méditerranée, n° 32, p 93-119.*

MITTERAND H., 1994, *L'illusion Réaliste : De Balzac à Aragon*, Paris : Presses Universitaires de France, coll. « Écriture ».

MONTAIGNE M. de., 2009, *Les Essais III*, E. Naya (éd.), Paris : Gallimard, coll. « Folio classique ».

MOUSSAÏD M., « *Fouloscopie* », 2019, *Éthologie, physique et psychologie des foules, Épisode #3*, YouTube. URL : http-

s://www.youtube.com/watch?v=LegJZ1r8IAA. Consulté le 30/03/2026.

PÉTRÉ-GRENOUILLEAU O., 2001, « Pour une histoire du négoce international français au XIXe siècle : Problèmes, sources et perspectives », *Revue d'histoire du XIXe siècle* vol. 2, nº 23, p. 23-46.

RICŒUR P., 1991, *L'intrigue et le récit historique*, *Temps et récit 1*, Paris : Seuil, coll. « Points Essais ».

ROUSSET, J., 2006, *Forme et signification : essai sur les structures littéraires de Corneille à Claudel*, Paris : Corti.

SCARPA, M., 2013, « L'ethnocritique de la littérature : Présentation et situation », *Multilinguales*, nº 1, p. 7-18.

SERVILLO, L., ATKINSON, R. et RUSSO, A. P., 2012, « Territorial attractiveness in EU urban and spatial policy: A critical review and future research agenda », *European Urban and Regional Studies*, vol. 19, no 4, p. 349-365.

SAÏD E., 1978, *L'orientalisme, l'Orient crée par l'Occident*, Paris : Seuil, coll. « Points Essais ».

SCARPA M., 2000, *Le carnaval des Halles : Une ethnocritique du ventre de Paris de Zola*, Paris : CNRS Éditions, « CNRS Littérature ».

SEILLAN J.-M., 2006, *Colonialisme et natalisme : Zola au Soudan. Aux sources du roman colonial (1863-1914) : L'Afrique à la fin du XIXe siècle*, Paris : Éditions Karthala.

SERRES M., 1975, *Feux et Signaux de Brume*, *Zola*, Paris : Grasset, coll. « Figures ».

SPIVAK G. C., 2020, *Les subalternes peuvent-elles parler ?*, J. VIDAL (trad.), Paris : Éditions Amsterdam.

TAKHAR J., 2008, *L'Orientalisme, la race et la représentation : un parcours littéraire de Zola à Tahar Ben Jelloun*, thèse de doctorat sous la direction de J. BESSIERE, Université Paris 3.

YEE J., 2016, *The Colonial Comedy : Imperialism in the French Realist Novel*, Oxford : Oxford University Press.

ZOLA E., 1891, *L'Argent*, H. Mitterand (éd.), Paris : Gallimard, coll. « Folio classique ».

—, 1983, *Au bonheur des dames*, H. Mitterand (éd.), Paris : Gallimard, coll. « Folio classique ».

—, 1986, *Carnets d'enquêtes : une ethnographie inédite de la France*, H. Mitterand (éd.), Paris : Plon, coll. « Terre Humaine ».

RÉSUMÉS

Français

Cet article interroge la configuration spatiale du commerce de nouveautés dans la littérature, en tant que représentation complexe d'un espace national français de la fin du XIXe siècle. Ainsi, au prisme du roman *Au Bonheur des dames* d'Émile Zola, l'auteur tente de démontrer que le schème de « l'attractivité », fondé à partir du concept économique du même nom,

est non seulement un canevas poétique profond structurant tout l'espace romanesque, mais aussi une forme de syncrétisme des discours et des champs du savoir au sein de l'œuvre zolienne. Mise à l'épreuve du récit littéraire, « l'attractivité » donne alors à voir un schème dont la portée axiologique déborde largement la simple fonction testimoniale, et donne à penser au lecteur un discours ambigu sur la modernité économique qui bouscule la fin du XIXe siècle.

English

This article examines the spatial configuration of the novelty trade in literature as a complex representation of the French national space at the end of the 19th century. Through the lens of Émile Zola's novel *Au Bonheur des Dames*, the author seeks to demonstrate that the notion of "attractiveness," derived from the economic concept of the same name, functions not only as a deep poetic framework structuring the entire narrative space, but also as a form of syncretism uniting diverse discourses and fields of knowledge within Zola's work. When tested through literary narrative, "attractiveness" emerges as a schema whose axiological scope extends far beyond mere testimonial function, offering readers an ambiguous reflection on the economic modernity that unsettled the late nineteenth century.

INDEX

Mots-clés

attractivité, sociocritique, littérature, naturalisme, Émile Zola, xixe siècle

Keywords

attractiveness, sociocriticism, literature, naturalism, Émile Zola, 19th century

AUTEUR

Guillaume Arancibia

([UR] Plurielles 24142, Université Bordeaux Montaigne)

Guillaume Aranciba est doctorant contractuel en littérature générale et comparée à l'Université Bordeaux Montaigne (2023). Ses recherches et son travail de thèse, intitulé : *Poétique de l'écrasement, les mécanismes d'une production sémiotique* (dir. Alexandre Péraud), le conduisent à interroger l'apparition et l'emploi récurrent du paradigme de l'écrasement dans la littérature réaliste et décadente. À travers l'apparition, l'édification systématique et la disparition tardive du paradigme, son travail fait l'hypothèse d'une forme de discursivité critique du corpus sur les facettes complexes d'une représentation de la modernité. Dans ce cadre, il a présenté le 16 avril 2025 une communication pour la journée d'étude intitulée *Politique de la littérature : une approche historique*

(EDMH, Université Bordeaux Montaigne) et une autre, intitulée « Écraser les pauvres », le 4 novembre 2025 à l'occasion de la journée d'étude *Misère, une fortune esthétique* (EDMH, Université Bordeaux Montaigne).
Site Web : https://plurielles.u-bordeaux-montaigne.fr/membres/guillaume-aranci bia
Contact :