**MANUFRANCE : Que reste-t-il de nos amours ?**



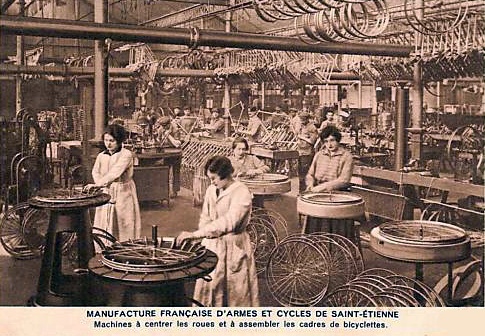
**100 ans d’innovation, 100 000 m2 de friche,**

**des millions de souvenirs…**

Mots clés :

Histoire d’entreprise, histoire du commerce, histoire du genre, patrimoine, histoire économique, mémoire, Manufrance, Saint-Etienne, monde colonial, architecture, art, formation professionnelle, histoire d’objets, chasse, pèche, machine à écrire, machine à coudre, arts ménagers, sport, loisir, cycle, armes, XXe siècle, capitaine d’Industrie, Etienne Mimard, innovation technique, conflits sociaux, gestion du personnel, petite métallurgie, société de consommation, restructuration et reconversion économique.

Créée en 1885 à l’initiative conjointe d’Etienne Mimard et de Pierre Blachon, la Manufacture Française d’Armes et de Cycles de Saint-Etienne (Manufrance), s’est élevée en l’espace d’un siècle au rang de symbole industriel et commercial de la ville de Saint-Etienne. Connue pour son Chasseur Français et son Tarif-Album, Manufrance a incontestablement été, pendant une bonne moitié de sa vie, une entreprise pionnière, fondée sur un modèle économique singulier qui la rendit presque intouchable jusqu’à la crise des années 1970. Entreprise mythique et emblématique, Manufrance sera le sujet d’un colloque international aux débats ouverts et transdisciplinaires, mêlant présentation de films, tables rondes, interventions scientifiques et parcours patrimoniaux.



A travers ce colloque international, nous souhaitons faire notre la célèbre devise « Bien faire et le faire savoir ». L’Université Jean Monnet, les Archives départementales de la Loire, le Musée d’Art et d’Industrie de Saint-Etienne lancent cet appel à contributions internationales et interdisciplinaires. Une publication est envisagée. Le comité scientifique présidé par Monsieur Pierre Lamard est placé sous la présidence d’honneur de Monsieur Denis Woronoff.

**L’entreprise « Manufrance»**

Le terme « entreprise » désigne ici plus la mosaïque sociale composant une organisation industrielle que le système technique et industriel lui-même. Cela ne signifie pas pour autant que le développement industriel ne constitue pas une des préoccupations centrales mais le choix est pris, ici, de l’observer et de l’analyser à travers les multiples interactions des hommes et de l’organisation.

Une première approche peut embrasser le rôle joué par les différents acteurs au sein du développement de l’entreprise. De son fondateur, Etienne Mimard, au petit personnel administratif, tel que les secrétaires, en passant par les ingénieurs, tous ces protagonistes interagissent dans la croissance de l’entreprise. Au-delà de cette généralité se font jour les complexités sociales traversant la vie de l’entreprise : place et rôle de la femme, l’organisation du travail et son impact social (recrutement et gestion du personnel, ergonomie des corps ouvriers…), conflictualité industrielle (grèves, négociations entre les acteurs…). Les débordements industriels demeurent une piste intéressante à explorer. En effet des propositions pourront porter tant sur des luttes syndicales internes ayant une répercussion dans la sphère publique, ou encore sur les comportements ouvriers engendrant une attitude qui impacte sur la cité.

**L’organisation commerciale et son poids social**

Entreprise pionnière dans le domaine de la vente par correspondance Manufrance a, pour mener à bien cette ambition, générer tout un système commercial et économique essaimant à travers la France et le monde. Le Tarif-Album constitue l’un des éléments centraux en participant au succès commercial mais également en faisant de cette publication « un manuel d’éducation » à la consommation sorte de prémices à la société de consommation naissante.

Les propositions pourront porter tant sur le Tarif-Album lui-même et sa confection que sur sa distribution et son impact sociétal. On insistera par ailleurs sur le réseau de distribution (maison de vente, point de vente, agence…) en France métropolitaine comme dans les colonies (vitrine de la métropole et/ou de la ville et de sa modernité…). Les communications portant sur la vente par correspondance de Manufrance comme facteur de désenclavement de la société rurale seront particulièrement appréciées. De plus une réflexion sur l’importance de cette politique commerciale et son rôle dans la naissance de la société de consommation sera également bien accueillie.

**La Manufacture d’Armes et de Cycles (MAC) de Saint-Etienne : une histoire d’objets.**

La MAC c’est une histoire d’hommes et de femmes, mais aussi d’objets. Parmi les produits phares « made in Saint-Etienne », les bicyclettes l’Hirondelle ( vélo anti-vibration, 1888), les armes comme le Robust et le Simplex (1908) ou encore l’Omnia, la fameuse machine à coudre (la machine à coudre fut inventée par Barthélémy Thimonnier en 1830 à Saint Etienne), ont fait la renommée de l’entreprise. Ces produits sont pour beaucoup le fruit des savoir-faire ancestraux des Stéphanois dans le domaine de la métallurgie et de la mécanique et découlent en grande partie de la production des armes (dont la production locale a pris son essor sous le règne de François 1er et, plus tardivement avec la création de la Manufacture royale en 1764, qui finit de consacrer Saint-Etienne comme le haut lieu de la fabrication d’armes en France). Le savoir-faire stéphanois (dans les armes, les cycles, la quincaillerie, etc.) trouvait dans la Manufacture un extraordinaire terrain d’expression aux multiples débouchés. Ces objets sont autant de thèmes propres à des études.

Les industries artisanales, voire familiales, de la région stéphanoise, traditionnellement liées à la petite mécanique de précision, à l’outillage et à la quincaillerie, conservent en effet une place privilégiée en tant que fournisseurs de la Manufacture pour les nombreux articles métalliques qu’elle propose sous ses marques.

Les armes, les cycles, les machines à coudre et les machines à écrire sont emblématiques de Manufrance, mais l’entreprise propose dans son Tarif Album des milliers d’autres objets. Les objets choisis chez des fournisseurs de toute la France sont vendus du par correspondance et permettent une diffusion de la société de consommation. On retrouve des articles de pèche, de voyage, de camping ; des vêtements, de la vaisselle, des articles de maison ; des meubles, des casseroles… diversité d’objets, innovants, traditionnels ou futiles. On lisait alors dans le Tarif Album : « Tout ce que vous pouvez désirer se trouve dans ce Tarif ».

Jusque dans les années 1970, l’entreprise réalise des bénéfices et est incontournable pour qui veut acheter quoique ce soit ! Manufrance perd de l’argent pour la première fois en 1975. En 1976, les pertes sont multipliées par 6 ! Cet état de fait résulte pour une large part des effets conjugués de la concurrence croissante de la Redoute, des Trois Suisses, et de Quelle (VPC allemande), d’un manque de politique à long terme (manque d’investissements dans les machines notamment) déploré aussi bien par les cadres que les ouvriers de l’entreprise dès la fin des années 60, et enfin, d’une critique de plus en plus vive adressée aux gestionnaires de l’entreprise soupçonnés de népotisme et d’incapacité à prendre les bonnes décisions. Vers la fin des années 70, les dirigeants de Manufrance remettent en question l’activité de production de l’entreprise (prix de revient nettement supérieurs aux prix du marché, concurrence italienne pour les fusils de chasse, défauts dans les machines à coudre, etc.) alors même que la VPC et la vente dans les magasins connaissent eux aussi des difficultés (absence de stratégie commerciale, virage informatique mal exploité pour la VPC, difficultés logistiques). Ces stratégies feront aussi l’objet d’études approfondies.

Symbole majeur de la société de consommation et de production de masse de l’après-guerre, le Tarif-Album n’a pas non plus anticipé les changements de consommation (alors que le catalogue était surtout dévolu à l’homme, malgré les sections consacrées à la maison, il a été mis en difficulté par les clientes féminines qui ont pris progressivement les rênes de la consommation).

**Manufrance, un patrimoine en héritage ?**

Que reste-t-il de Mimard ? De Manufrance ? La question de l’héritage de ce capitaine d’industrie se pose d’autant plus qu’à sa mort en 1944 (à l’âge de 82 ans), Mimard laisse à « ses héritiers » une entreprise prospère qui fait l’admiration du plus grand nombre. Les principaux héritiers sont des entités publiques : la municipalité et les Hospices Civils de Saint-Etienne. Manufrance s’est singularisée à travers l’héritage qu’en a laissé Etienne Mimard. En effet, il lègue 50% de ses parts à la municipalité de Saint-Etienne. Son legs à la Ville répond aussi à son souci de perfectionner l’enseignement technique à l’égard des Stéphanois. L’entreprise, admirée et portée en symbole stéphanois au temps de Mimard, est en quelque sorte déjà après-guerre une sorte de patrimoine stéphanois. L’héritage est colossal : archives, bâtiments, objets, catalogues mais aussi une certaine idée de Saint-Etienne, du commerce, de l’entreprise. Manufrance c’est un patrimoine matériel et immatériel avant tout populaire.

Le Conseil général a ainsi lancé un programme unique de classement des archives de l’entreprise. Près de 170 m linéaire de documents sont actuellement inventoriés et classés. La plupart des documents sont issus de la direction et des services achats de l'entreprise. Ainsi, il est possible de trouver et de comprendre les différentes activités de ce service par une correspondance abondante, datant des années 1970. On peut également trouver des échanges plus anciens avec des fournisseurs servant l'entreprise durant les années 1930. Grâce à la richesse de cette partie du fonds et les témoignages des personnes ayant connu ce secteur, il est possible de mesurer l'impact économique que pouvait avoir l'entreprise stéphanoise au niveau régional, national, voire international. Les cartons (300 au départ) sont conditionnés et inventoriés dans un local dédié situé sur l'ancien site de la Manufacture nationale d'armes.

Le patrimoine architectural de Manufrance est remarquable. Lamaizière, architecte de la ville, décide de reproduire un module architectural le long du Cours Fauriel. Par le rythme régulier de ses façades, la manufacture devient un palais industriel. Sa modernité vient de l'emploi de l'électricité, la Centrale Energie construite en 1902 est le coeur de toute l'installation. La première phase de construction de la Manufacture débute en 1893. Avec la construction du grand hall d'administration en 1910, Mimard réorganise l'usine d'un point de vue administratif et industriel. Ainsi apparaît en 1916 "l'usine à étages" construit par Lamaizière, avant la fin de sa collaboration avec le commanditaire en 1919. Lorsque la ville devient propriétaire de bâtiments, qui constituent alors la plus grande friche industrielle d'Europe ( plus de 100 000 m2), elle décide de restructurer les lieux, tout en sauvegardant les façades. La Centrale Energie est inscrite en 2002 à l'inventaire des Monuments historiques. L'ancienne usine abrite aujourd'hui le Palais de Congrès, le siège de la Caisse d'Epargne, et l'extension de l'Ecole des Mines. Il faut aussi compter au rang de cet héritage les centaines de boutiques qui quadrillent le territoire national.

Enfin, Manufrance, c’est un patrimoine populaire fait d’anecdotes, d’histoires de familles. Chacun de nous peut raconter une histoire avec Manufrance. L’entreprise fait partie de la mémoire collective. Elle est aussi une sorte de conservatoire de notre quotidien, de l’intelligence humaine. Rien d’étonnant alors, de voir des artistes reconnus comme Carelman proposer des œuvres artistiques rendant hommage à Manufrance. Le *catalogue des objets introuvables* est ainsi une ode à la création, à la liberté de rêver… un peu de la magie qu’a procuré le Tarif Album. Une large place sera laissée aux analyses des différentes problématiques patrimoniales.

Nous attirons votre attention sur les axes suivants, mais d’autres thèmes et propositions seront les bienvenus :

* aspect archivistique, un cas unique en France
* Etienne Mimard, un capitaine d’industrie
* les hommes et les femmes de Manufrance : la vie à l’usine, le travail
* les images de Manufrance
* Formation des ouvriers
* le monde rural de Manufrance, le « Chasseur Français »
* Les produits, les productions et les clients de Manufrance…
* Les objets par secteur : cuisine, sport, loisir, ameublement, chasse, camping, pèche, les cycles, les machines à écrire…
* Les politiques commerciales.
* Les années 1970 et les difficultés de la production (plan de restructuration, suppression de la production, perte d’identité de l’entreprise…)
* Le Tarif-Album
* Les réseaux de distribution (Maison de vente, point de vente, agence…)
* Apport sur l’histoire de la société de consommation
* Manufrance de l’extérieur, un enjeu politique et économique
* Manufrance et les colonies
* Manufrance, un patrimoine matériel ? un patrimoine immatériel ? un patrimoine populaire ?
* La Manufacture, des objets, des images: questions esthétiques et artistiques ?

**Comité d’organisation :**

M. Pierre LAMARD, Professeur d’Histoire, Université de Technologie de Belfort-Montbéliard,

Mme Jacqueline BAYON, Professeur d’Histoire, Université Jean Monnet, Saint-Etienne

Mme Solange BIDOU, Directrice des Archives départementales de la Loire

M. Luc ROJAS, Ingénieur d’études

Mlle Aurélie BRAYET, Chargée de mission

**Comité scientifique :**

M. Denis WORONOFF, professeur émérite de l'Université Paris I Panthéon-Sorbonne

M. Pierre LAMARD, Professeur d’Histoire, Université Technologique de Belfort-Montbéliard

Mme Jacqueline BAYON, Professeur d’Histoire, Université Jean Monnet, Saint-Etienne

M. Alain FINDELI, Professeur en Design, Université de Nîmes et Université de Montréal

M. Victor MARGOLIN, Professeur d’Histoire du Design, Université de l’Illinois, Chicago

M. René LEBOUTTE, Professeur d’Histoire, Université du Luxembourg

M. André GUILLERME, Professeur d’Histoire des Techniques, CNAM

**Informations pratiques :**

Les propositions de communication devront comporter les éléments suivants :

* Un résumé de 3500 signes (espaces compris)
* Un bilan des axes de réflexion et de recherche envisagés
* Une courte biographie (indiquer notamment les publications et les communications effectuées…)

**Calendrier :**

Date de retour des propositions (résumés) : **1er juin 2011**

Réponse du comité scientifique au plus tard le : **30 juin 2011**

Date de retour des articles complets sélectionnés : **3 octobre 2011**

Dates du colloque : **30 novembre-1er et 2 décembre 2011**

Lieu : Saint-Etienne

Contact pour l’envoi des propositions et les questions d’ordre générales :

Luc Rojas et Aurélie Brayet :

[colloquemanufrance@gmail.com](mailto:colloquemanufrance@gmail.com)

Secrétariat : Hélène Verdier

[helene.verdier@univ-st-etienne.fr](mailto:helene.verdier@univ-st-etienne.fr)

Tél. 04 77 42 16 64

