

## Manufrançais, toujours !

C'est en musardant sur le site internet d'un collectionneur chevronné dédié à Manufrance (aujourd'hui disparu), que les souvenirs sont remontés à la surface. En ces molles journées chaudes du mois d'août, les pensées s'égarèrent légères, aériennes, dans l'air surchauffé. Des bouffées de nostalgie accompagnent ces promenades erratiques, et font voguer l'esprit jusque dans les replis fermés de la mémoire... N'allons pas croire que cet article dérape dans la fantaisie bucolique pour oublier la politique... Avec moi, elle n'est jamais loin de la pensée ; nous la retrouverons plus bas, parce que c'est bien sur ce terrain que je veux amener le lecteur. En attendant, place au souvenir, même si la matière peut paraître dérisoire aux beaux esprits.

Manufrance, la Manufacture Française d'Armes et de Cycles de Saint-Étienne occupe une place à part dans le décor de mon enfance. Un nom qui n'évoque probablement plus grand-chose pour les jeunes générations d'aujourd'hui. Et pourtant... Jamais une entreprise n'aura été associée à ce point à l'histoire populaire d'un pays, populaire au bon sens du terme. Jamais elle n'aura marqué de son empreinte un moment de la vie d'une société et de sa mémoire collective, grâce au génie industriel et commercial de son fondateur, Étienne Mimard, et de son associé et co-fondateur, Pierre Blachon. C'est le premier qui lui donnera sa dimension de grande entreprise et l'élèvera au rang de mythe industriel, grâce à son charisme personnel et à sa formule de vente par correspondance, reprise en 1885 d'une entreprise existante, Martinier-Collin, qui aboutira au célèbre catalogue Manufrance. Grâce aussi à une certaine philosophie de la vie se donnant pour objectif de faire accéder le plus possible de Français à ce qu'on appellerait aujourd'hui une « société de loisirs », — cette moderne société de loisirs, de plaisirs, d'insouciance, d'hédonisme, voire d'indifférence qui m'horripile à un point qu'on n'imagine pas : c'est un autre débat. C'est ainsi que le catalogue maison proposait des articles touchant aux domaines de la chasse, pêche, cyclisme, jardinage, photographie, musique, radio, sport, camping, etc. Il s'étendait également à l'équipement domestique de la maison et à l'artisanat.

De toujours, mon père, après mon grand-père paternel, fut un bon client de Manufrance. Il avait équipé une partie de son ménage à la célèbre manufacture. Je me souviens de cinq équipements qui comptaient dans le foyer. L'appareil de photographie, un parallélépipède noir avec son objectif central et les viseurs dans les coins : il faisait d'excellentes photos pour l'époque. Le poste de radio, un parallélépipède posé sur sa hauteur, boiserie vernis acajou, épaulé aux quatre coins de montants vernis noirs, avec le haut-parleur central siglé d'un MF découpé à même le bois, le cadran carré des stations au-dessous, et trois boutons de sélection en bakélite couleur bordeaux.

Cet appareil me laisse d'émouvants souvenirs sur la façon dont on faisait de la radio à cette époque (la télévision ouvrait à peine les yeux), une radio encore propre où l'on ne se croyait pas obligé de déverser des torrents de vulgarité sur les ondes pour paraître jeune, moderne, dynamique, ouvert, dans le vent, transgressif, à défaut de paraître intelligent ! Les postes de radio, que l'on n'appelait déjà plus postes de TSF, étaient équipés des fréquences ondes courtes ; ces ondes permettaient les émissions longues distances ; elles nous parvenaient de l'immensité de l'éther, en diverses langues, dans un concert général de friture parcouru de sifflements, de couinements intempestifs, de craquements parasites, dont l'amplitude variait selon les stations. Les voix semblaient venir de l'autre bout de l'univers ; il fallait parfois coller l'oreille pour les distinguer ; à la fois mystérieuses et lointaines, elles semblaient parvenir de continents inconnus ; elles résonnaient comme des appels venus de l'au-delà ou d'ailleurs inaccessibles, comme une invite à la découverte et aux grands espaces sidéraux.

Les grandes capitales européennes figuraient sur le cadran, ainsi que trois autres stations inconnues de moi, dont les noms étranges avaient de quoi fouetter mon imaginaire de garçon : Allouis (France), Sottens (Suisse), Hilversum (Hollande) ; des noms qui ne figuraient sur

aucune carte ; il faudra que j'attende l'âge adulte pour lever le secret de ces lieux mystérieux dont les noms avaient pour moi une consonance magique. Il y avait également Radio Andorre et son célèbre *Ici Radio Andorre* ou *Aquí Radio Andorra*. Puisque d'une certaine façon il en sera question plus loin, je ne peux m'empêcher d'évoquer Radio Prague émettant, sous contrôle soviétique, des flots de propagande communiste en direction de l'Europe de l'Ouest, dans toutes les langues et sans discontinuer ; un coup de gong sinistre précédait une voix de femme au ton monocorde, débitant d'interminables discours à la gloire de l'utopie absolue qui devait forger l'homme nouveau des temps modernes. Ah, l'Homme Nouveau ! Qu'est-ce qu'il peut faire fantasmer les cerveaux délabrés, l'Homme Nouveau !... Plus forts que Dieu, les malades ! Cette voix féminine semblait ne jamais se lasser. Un robot bien dressé, au débit verbal stéréotypé, artificiel et lancinant. Sur les ondes nationales (grandes ondes), papa écoutait religieusement le billet quotidien de Jean Nocher (En direct avec vous), grand résistant, ancien socialiste rallié à de Gaulle ; il y eut aussi comme chroniqueur, fut un temps, Saint-Granier (Jean-Granier de Cassagnac), distillant *La minute de Saint-Granier* avec ses « *Bonsoir, mes chers auditeurs, bonsoir* ». Auteur des *Pamphlets Atomiques*, Nocher n'était pas du genre à s'encombrer de précautions superflues pour fustiger les agents de Moscou ; pas plus qu'il n'épargnera de sa plume tonitruante la représentation parlementaire issue de la « Libération »...

Reprenons notre inventaire. La machine à coudre Omnia escamotable de maman, avec son meuble. Un carillon Westminster qui égrenait les heures au rythme de Big Ben ; il ne fallait pas oublier de le remonter tous les deux ou trois jours sous peine de voir le temps nous faire des infidélités et les heures s'étirer anormalement. Une trousse de toilette de voyage pour papa qui n'a jamais voyagé. Je pense que, jeune couple, mes parents sont allés jusqu'à se meubler Manufrance, mais ce n'est pas une certitude (certains meubles correspondaient aux images du catalogue). Quant à mon grand-père paternel que je n'ai pas connu, je sais qu'il avait acquis, entre autres, une caisse à outils complète. Par la suite, ma sœur aînée, Monique, troisième génération, commandera, avec son premier argent, un des premiers tourne-disques portatifs siglé MF — en réalité un bon vieux Teppaz sous marque Manufrance. Elle ajouta à cette dépense presque somptuaire deux galettes vinyles 45 tours dont je me souviens comme si c'était d'hier : Sydney Béchét, et Jacques Hélian et son orchestre... Aucun mérite : ce doit être les deux seuls vinyles entrés sous le toit paternel. Bien plus tard, j'investirai à mon tour un de mes premiers salaires dans une petite chambre à coucher. Nous devions être accros à la marque, au point d'être déjà touchés par ce phénomène de mimétisme social typique du consumérisme d'avant-garde. C'était quand même plus sympa à l'époque. Mauvaise pioche. Malgré son *design* moderne, cette chambrette, avec son petit bureau esthétique, était d'un inconfort rédhibitoire. La Manu était déjà sur la pente du déclin.

\*

Manufrance, c'est le catalogue maison ou Tarif-Album, véritable encyclopédie illustrée de la vie pratique, témoin des coutumes et habitudes de consommation de toute une époque assimilée à une certaine tradition paysanne et ouvrière de la France de jadis. Chaque édition du catalogue entrainait à la maison et passait de mains en mains ; sans doute éprouvions-nous le besoin de stimuler notre imaginaire en rêvassant sur les vignettes qui défilaient sous nos yeux. C'est en relisant certaines présentations anciennes que j'apprécie le charme savoureux et désuet du style employé par les rédacteurs de l'époque. C'est simple, hors Manufrance, la concurrence ne valait pas tripette. Ils savaient parler au client et le garder — le fidéliser, dirait-on aujourd'hui : « *...pour la juger (cette arme) et en saisir les admirables qualités de détail et d'ensemble, il faut se placer à un point de vue élevé et dégagé de toute idée de comparaison avec les autres systèmes, car le fusil 'Idéal' étant la perfection même, il ne peut être mis en parallèle qu'avec lui-même.* » Pour se proclamer le meilleur d'entre les meilleurs, rien ne vaut de se comparer à soi-même ! Et si vous n'êtes pas convaincu, on vous enverra, sur demande

affranchie, « *plus de mille lettres de félicitations du fusil 'Idéal'* » La preuve : « *Afin que les Amateurs soient complètement et définitivement fixés sur les qualités de la Mitrailieuse (euh, un pétard de poche, 8 mm quand même, mais de fabrication irréprochable), ainsi que tous les avantages sur les armes connues, les Directeurs de la Manufacture d'Armes de Saint-Étienne donnent présentement communication de quelques passages, extraits au hasard, des lettres de félicitations qui leur sont adressées en grand nombre.* » Un discours délicieusement rétro qu'on n'a plus l'habitude de voir ni d'entendre dans la pub moderne, devenue avec le temps, affreusement putassière. Le « marketing » de 1894 ne lésinait pas sur la publicité comparative (elle n'était pas encore interdite), ni sur la publicité auto-comparative et même auto-admirative. Selon les périodes, le contenu du Tarif-Album variait ou subissait une cure d'amaigrissement. Dans la période précédant la Première Guerre mondiale, il atteindra jusqu'à 1200 pages au format 170 x 240 pour un tirage de 900 000 exemplaires. Le service commercial recevait 6 à 10 000 lettres par jour. Manufrance, un joyeux bric-à-brac soigneusement rangé et étiqueté.

Mieux que sa consœur la Samaritaine, on trouve de tout dans le catalogue Manufrance. Que désirez-vous ?... Un triporteur ? Un canon monté sur roues de 37 ? Une ruche pour vos abeilles ? Une médaille de Première communion ? Un tapis point noué, décor persan ? Une barque pour aller sur la rivière qui passe devant chez vous ? Un slip de sport Allo avec sous-cuisse en jersey ? Une machine à écrire et ses accessoires ? Un cinématographe ? Un bistouri pour arracher votre verrue plantaire ? Des pistolets de duel pour vous étripier avec votre meilleur ennemi personnel ? Si vous êtes colon d'Afrique, méchant colonialiste, un fusil de guerre Lebel pour calmer les indigènes qui oseraient vous opposer quelques velléités belliqueuses ? Un landau ou une charrette pour enfants ?... Demandez, vous serez servis. Il s'arrêtait, tout de même, avant le char d'assaut, le camion semi-remorque de trente-cinq tonnes, le bulldozer et la moissonneuse-batteuse... Quoi que... Fut une époque, il était possible de se procurer sur le catalogue une batteuse avec, comble de raffinement, un secoueur de paille compris dans la livraison, histoire d'occuper et de bien remplir vos loisirs estivaux.

Tout succès s'accompagne des inévitables critiques justifiées ou suscitées par la jalousie concurrentielle. On reproche à Manufrance d'être un « *entrepôt d'objets disparates, pour tout dire, un bazar* », ou alors on objecte « *qu'en s'occupant de tout, on ne connaît rien à fond* ». MM. Les Directeurs, vexés qu'on prenne leur usine modèle pour un souk oriental, se fendent d'une mise au point sobrement intitulée *Une explication*. Il est vrai qu'on a parfois le tournis devant la profusion hétéroclite des 50 000 à 60 000 articles référencés. La critique n'est pas toujours injustifiée ; la pacotille a trop souvent côtoyé le meilleur ; d'autant qu'à côté de ses propres fabrications, la firme proposait à la vente ses concurrents. Ainsi, à côté des fusils Manufrance, on trouvera, selon les époques, des marques américaines comme Remington, Winchester, Browning, Colt, Marlin, Savage... En les intégrant dans son Tarif-Album, il est probable que la firme avait pour objectif d'assécher le terrain de la concurrence, obligeant la clientèle potentielle de celle-ci à passer par ses soins. À ce moment-là, elle ne doutait de rien et pouvait tout se permettre. Ce faisant, elle brouillait son image et semait le doute dans l'esprit de la clientèle sur ses propres fabrications. De fait, Manufrance ne parviendra jamais à asseoir une image claire d'armurier typique ou mythique comme les marques ci-dessus, et bien d'autres en Europe et ailleurs.

On l'aura compris, Manufrance était loin de fabriquer (ou avec des sous-traitants) tout ce qu'il proposait à la clientèle, mais revendait beaucoup. Elle avait ses propres marques : Omnia (machines à coudre), Hirondelle (cycles et motocycles), Ferrax (articles de pêche), Luminor (appareils de photographie), Typo (machines à écrire), Étoile (coutellerie avec ses couteaux maisons dont le Rustic, le Bouledogue, plus tard l'original Mastoc), Allo (équipements sportifs), Hix (produits d'entretien), Coq (matériel agricole)... Parmi tous ces articles, il y en avait un devant lequel je faisais des yeux ronds comme des soucoupes : la petite carabine semi-

automatique « Reina ». Dans mon regard d'enfant, je la voyais racée, superbe (elle l'est toujours, surtout le modèle luxe !). Plus belle encore, à mes yeux, que l'impressionnante « Rival » destinée à la chasse aux grands fauves. Celle-ci se posait en « rivale » des Mauser, Lee-Netford, Mannlicher, ainsi que de l'excellent Lebel 1886 avec sa puissante cartouche sans fumée, dont elle était une extrapolation civile destinée aux explorateurs et aux grands chasseurs de l'Empire colonial. La Manufacture produira un temps un « Lebel africain » à destination des mêmes, plus léger et maniable que le modèle réglementaire. Le même Lebel inspirera la série des carabines Buffalo. Plus modestement, à mon petit niveau, j'en pinçais pour la « Reina ». Je me voyais bien partir à l'aventure avec ma carabine *22 long rifle* à l'épaule et, dans la poche, le Mastoc vraiment mastoc ; ce couteau avait aussi toutes mes faveurs. Je partais à l'aventure. Où ça ? Pouvais-je le savoir, le deviner ? Un gamin part toujours à l'aventure, même s'il ne fait que cent mètres devant lui. Il ne sait pas où il va, ni s'il revient ; mais dans sa tête, il se hasarde dans son vaste monde à lui et c'est tout. Je n'aurais jamais ma carabine Reina. Elle restera enfouie dans mes souvenirs d'enfant, à l'état virtuel, comme d'ailleurs beaucoup de choses de la vie.

\*

Cela m'amène à parler des armes. La Manufacture Française d'Armes et de Cycles de Saint-Étienne est d'abord et avant tout, un fabricant d'armes légères civiles. Étienne Mimard était lui-même ingénieur et fils d'armurier. Elle ne doit pas être confondue avec la Manufacture d'Armes de Saint-Étienne, la MAS, ex-GIAT devenu Nexter (1), qui fabrique du matériel de combat conventionnel dont le célèbre Famas. J'aurais l'occasion de revenir sur ce qu'il faut penser de la polémique actuelle sur le problème des armes, tant en France qu'en Europe et aux États-Unis. Si personnellement je ne suis pas chasseur, restant simple amateur lointain d'armes à feu, en souvenir du tireur d'élite que je fus un temps à l'armée, cela ne m'empêche pas de trouver dans les armes de chasse, comme dans toutes les armes anciennes et modernes, une beauté esthétique sans doute liée à la fascination bien réelle qu'exerce cette puissance virtuelle qu'on ne retrouve dans aucun autres objets manufacturés, si sympathiques soient-ils. Les artisans armuriers sont capables de réaliser des merveilles. On peut comprendre pourquoi il y a tant de collectionneurs. Sans doute est-ce la raison pour laquelle les autorités française les traquent et tentent de les assimiler à des receleurs ou trafiquants d'armes, voire des terroristes. Certains voudraient nous imposer une société pacifiste sans armes, nous désarmer dans tous les sens du terme, autant moralement que matériellement ; ils n'auront qu'une société de larves, que les puissants initiés du mondialisme triomphant écraseront de toute leur hauteur et de tout leur mépris condescendant.

On reste stupéfait devant l'étendue de la production et le nombre d'armes diverses conçues et fabriquées par Manufrance sur la durée d'une soixantaine d'années. Avec ses nombreux modèles et autant de marques célèbres, comme les fusils Idéal, Robust, Simplex, les carabines Buffalo, Reina, Rival, les jolies petites carabines de tir sportif, Buffalo Champion ou Buffalo Match, mais aussi les armes de poing, revolvers et pistolets, elle a dû se situer un temps comme un des plus gros fabricants d'armes légères en Europe, peut-être avec l'Italien Beretta. La gamme comportait également des carabines scolaires, le tir à la carabine faisant partie, dans les années 1900, des programmes officiels de l'Instruction publique. Il a même existé un Lebel scolaire spécial (qu'on se rassure : il ne tirait que des bosquettes) pour inculquer une certaine discipline militaire aux enfants, conjuguée à des pratiques visant à acquérir adresse et maîtrise de soi. La déferlante pacifiste, non-violente et antimilitariste, de ceux qu'on appelle « progressistes » (ce qui nous vaudra la guerre de 39-45 !), n'avait pas encore transformé les Occidentaux en une masse d'humanoïdes tombés en coma cérébral, honteux de leur passé, faisant entendre cris et lamentations destinés à exorciser le mal incarné par leurs coupables ancêtres. Bientôt, on aura droit aux macérations collectives obligatoires en guise de repentance. Les armuriers traitaient de gré à gré avec les écoles municipales et les écoles libres (écoles

confessionnelles), c'est-à-dire en fonction de la position philosophique de chaque établissement au regard de cette pratique éducatrice. (2)

Dans les armes de poing, la firme produira toute une lignée de revolvers, assurant la continuité de la gamme créée par Martinier-Collin ; lequel avait débuté par une copie du Smith et Wesson. La notice précise : « *Fabriqué dans nos ateliers, ce Revolver est tout aussi bien fait, sinon mieux que le Smith et Vesson (sic)* ». Sous-entendu : achetez la copie, pas l'original, c'est mieux ! Par contre la Manu se contentera, dans un premier temps, de revendre des pistolets dont le fameux Browning 6,35 qui inaugure les *backup* américains, jusqu'au Luger 9 mm. Après un premier modèle maison, Le Gaulois, vite dépassé et oublié, elle revient à la charge avec la série des « Le Français », calibres 6,35 – 7,65 – 9 mm, conçue par Messieurs les Ingénieurs de la Maison, avec un « I » majuscule. Pourquoi Le Français, « *Le seul pistolet de conception et de fabrication entièrement françaises* » ?... « *Parce que le mécanisme comporte des solutions claires, logiques, rationnelles qui sont les caractéristiques de l'esprit français... Sa forme extérieure, simple, harmonieuse et d'une sobre élégance dénote bien également son origine française* ». On ne saurait être plus « manufranchouillard » ; ce qui, on s'en doute, n'est point pour me déplaire. Si l'imposant 9 mm para type Armée (jamais retenu comme arme réglementaire), avec son canon apparent à basculement avant, existait encore de nos jours, il aurait probablement retrouvé, à quelques retouches près, une nouvelle jeunesse ; à l'instar des customs américains de l'indémorable Colt 1911 *Government Model*, ou de l'excellent GP 35 de la FN belge, rien ne dit qu'il n'aurait pas sa place dans le monde des collectionneurs. Cela ne fait que renforcer cette interrogation obsédante qui revient sans cesse : comment a-t-on pu laisser disparaître une entreprise française de cette importance et de cette qualité ? Question que je me suis posée à propos d'autres productions françaises, dont les automobiles Facel-Vega, seule marque nationale qui aurait pu rivaliser après-guerre avec les Allemandes.

Dans le même temps où l'entreprise disparaissait, l'Américain Winchester, qui n'était guère au mieux de sa forme, sera récupéré in extremis ; la marque offre aujourd'hui un des plus prestigieux catalogues d'armes légères, en concurrence avec d'autres marques célèbres dont certaines reviennent de loin, comme Browning, Remington, Ruger, Colt, Smith et Wesson et autres, sans parler des européens comme Beretta, Sig-Sauer, Heckler et Koch, Steyr, Glock... Pour la petite histoire, retenons que c'est le groupe belge FN-Herstal, déjà propriétaire de Browning (redevenu n°1 en Amérique), qui reprendra Winchester et relancera la marque. Ces deux grands noms emblématiques de la « mythologie conquérante » américaine se confondent avec l'histoire des États-Unis d'Amérique ; pour des raisons historiques et familiales, ils sont devenus, par l'intermédiaire du célèbre mormon et armurier américain John Moses Browning, des entreprises... belges ! Originaire de la ville d'Ogden dans l'Utah, Browning était devenu citoyen d'Outre-Quévrain où il décédera ! N'oublions pas les armuriers indépendants, artisans talentueux qui font du sur-mesure et fabriquent des armes de prestige à la demande.

\*

Arrivent les mauvais jours. Celle qu'on appelle la Grande Dame de Saint-Étienne connaît une première alerte sévère en 1937 : sa première grève, une grève dure de 100 jours (noter la date : le Front populaire !). Une grève chez Manufrance, vous voulez rire ? Impensable ! Il existait une telle osmose, une telle identité de connivence entre le patron, la manufacture et son personnel, qu'une grève paraissait inconcevable et relevait du fantasme. Le charisme de ce patron hors normes, paternaliste et philanthrope à souhait, était tel, qu'on ne travaillait pas à la Manu, on travaillait chez Mimard. Politiquement, il passait pour être radical de gauche, rad-soc tendance cassoulet, probablement franc-maçon, histoire d'être dans le réseau d'influence de ceux qui tirent les ficelles (quand on est fabricant d'armes, mieux vaut être dans les meilleurs termes avec les autorités gouvernementales !). Il accueillit le Président Félix Faure (Félicie, pour les intimes) dans les locaux de l'usine où fut servi un banquet grandiose de 550 couverts.

Oui, la Manufacture d'Armes et de Cycles était une entreprise que l'on montrait en exemple ; probablement un des seuls armuriers au monde à inviter ses clients à visiter son usine moderne du cours Fauriel, un monument d'architecture. On ne parlait pas encore de patron « social », mais de philanthrope.

Malheureusement ce n'est pas avec des idées philanthropiques (ni sociales !) qu'on dirige une entreprise au plus près, quand la tempête se lève. Étienne Mimard, lui, l'homme de gauche que l'on disait très affecté par cette grève — il avait plus de 70 ans —, va prendre une décision dont les conséquences se révéleront catastrophiques pour l'avenir de l'entreprise. J'ignore les vraies raisons qui l'ont poussé à arrêter cette décision, sinon qu'il n'avait pas d'héritier désigné : il lègue son entreprise, pour moitié à ses cadres, pour moitié à la Ville de Saint-Étienne... Comme s'il appartenait à des fonctionnaires municipaux, fussent-ils élus, de diriger une entreprise ! On dit qu'il avait prévu, avant la grève, de la céder à ses employés ; ce qui n'eût été guère plus judicieux. Avait-il eu une vision prémonitoire de la fin tragique et inéluctable de son œuvre ? Quoi qu'il en soit, le piège se referme. Quelques lustres plus tard, la municipalité de Saint-Étienne passe sous contrôle communiste. Est-il besoin de faire un dessin ? Les cocos, forts de leur légitimité électorale, dominante à cette époque, maîtres des destinées de la CGT, vont faire main basse sur cette entreprise populaire emblématique et l'administrer à leur guise.

Mais avant d'en arriver là, Manufrance accumule les échecs et les déconvenues. Jamais une société industrielle ressortissant du domaine privé n'aura à subir une telle conjonction simultanée de circonstances défavorables. Un cas d'école à méditer pour ceux qui veulent se lancer dans l'entrepreneuriat. Comme Lip, comme Moulinex, comme tant d'autres. L'inspiration paternaliste mal comprise peut avoir parfois des effets psychologiques destructeurs pour l'entreprise. Mais c'est aussi un exemple permettant de mesurer la capacité de nuisance des syndicats lorsqu'ils ne sont pas fermement tenus en mains — tenus en laisse, devrais-je dire. Au moment de la crise, j'avais un temps envisagé de réaliser une étude exhaustive sur le sujet. J'y renoncerais, par manque de temps et de moyens.

À partir des années soixante, la fin de notre empire colonial entraîne une première perte de clientèle, suivie au même moment par la liquidation programmée de la paysannerie française, probablement la meilleure et la plus fidèle clientèle du catalogue, avec les ouvriers. Nos campagnes, comme nos anciennes colonies, se vident de leurs acheteurs traditionnels, dont le gros de la clientèle des chasseurs. Aux États-Unis, les *baba-cool*, les *peace and love*, commencent à tenir le haut du pavé ; les pacifistes et les « vietniks » font parler d'eux dans des manifestations monstres organisées pour protester contre la guerre du Vietnam. Les plus grands noms de l'armement léger aux États-Unis connaissent des heures sombres : ils rasent les murs. La mode n'est plus au pouvoir par les armes, elle est au pouvoir par les fleurs : « *The Power of Flower* ». Cette mode, venue de Californie, traverse l'Atlantique et s'impose en France : Mai-1968 est arrivé.

Les hippies, avec leur dégaine à fleurs de gourous faméliques et leurs airs de spectres planants, suivent ou précèdent la mouvance pacifiste, et les alternatifs submergent l'Europe. La réglementation de la chasse se durcit, ainsi que la réglementation pour la possession et l'acquisition d'armes de défense personnelles, tandis que certaines pratiques barbares, comme le piégeage des animaux, sont interdites. Le *Chasseur français*, autre fleuron maison, aussi réputé tant pour ses petites annonces « mariage » que comme vecteur de vente des armes de chasse, subit le contrecoup de ces bouleversements et périclite à la suite de la maison mère. Les femmes abandonnent la couture ; elles se jettent sur le prêt-à-porter ; les machines à coudre restent enfermées dans leurs meubles destinés à cet effet : les excellentes Omnia de fabrication maison seront les premières à en pâtir. L'automobile prenant le dessus, le cycle n'est plus le moyen de déplacement le plus fréquemment utilisé ; ce segment de marché, de plus en plus occasionnel, rétrécit comme peau de chagrin ; la concurrence fait des victimes ; la moto, la

motocyclette, comme la photographie et le reste, ne font pas un pli face à l'irruption foudroyante de la concurrence japonaise ; toutes les spécialités de la vie domestique destinées aux particuliers, présentées dans le catalogue, seront touchées par la concurrence directe, ou par les changements d'époque et d'habitudes de la clientèle habituelle.

Étrange époque où les esprits s'abîment dans les paradis artificiels de la drogue, où l'on chante la paix, l'amour, la liberté, au son des guitares électriques, où tout est sujet à contestation dans la société, tandis que dans le même temps on commence à s'adonner aux joies hédonistes d'une autre société en devenir qui se profile au grès des remises en question : la société de consommation et du jouir sans entraves !

Paradoxalement, rien de tout cela n'arrange les affaires de Manufrance. Son positionnement commercial paraît de moins en moins lisible. Sa gestion paternaliste quelque peu rigide et désuète, héritée de l'ère Mimard, n'est plus adaptée aux réalités du marché. Les années passent. L'entreprise perd de l'argent. Redresser la situation devient un impératif urgent. Et pour redresser la situation, des mesures drastiques s'imposent : Restructurer ! C'est durant cette période que le grand public apprendra à connaître le mot. Les Rouges, décidément trop bornés pour comprendre l'intérêt vital de l'entreprise, bloquent tout : on ne touche pas d'un cheveu à la Manu, déclarée « Mythe National ». Quand on a face à soi des gens qui ont du plomb fondu à la place de la cervelle, plus rien ne devient possible. La situation s'aggrave. Le maintien des magasins dans les grandes métropoles régionales constitue une lourde charge en même temps qu'une hérésie commerciale : magasins et VPC se concurrencent inutilement. Plus grave, l'incontournable tarif-album, pierre angulaire du dispositif commercial, prend un sérieux coup de vieux (la dénomination tarif-album signifiait que les prix étaient fixés d'une édition annuelle à l'autre) ; il paraît obsolète, suranné, ne correspond plus aux attentes de l'époque. La présentation générale, avec ses gravures à la main, autant que le contenu, ne sont plus adaptés aux besoins des nouveaux consommateurs. Certains articles sont dépassés, d'autres ne correspondent plus aux goûts de la clientèle.

Toutefois on maintient le catalogue ; on introduit la couleur, la photo ; on aère la mise en page pour lui donner un petit air moderne : en vain. Les grandes surfaces se multiplient. Les nouveaux magasins de vente par correspondance, comme La Redoute et Les Trois Suisses (aujourd'hui concurrencés par internet !), déboulent sur le marché. Ils ont subtilement basé leur *task force* commerciale sur la vente du textile, pas cher, léger, idéal pour la vente par correspondance, et au besoin pouvant être importé en masse des pays à bas coûts. Les gravures vieillottes du catalogue ne peuvent rivaliser avec des mannequins au sourire *cheese* présentant en couleur la marchandise sur leurs propres personnes. Manufrance peine, souffre, s'essouffle. Il n'est même pas sûr que la marque soit suffisamment évocatrice pour satisfaire aux nouveaux critères de consommation et redonner de l'air à la VPC maison. « Manufrance » suggère davantage la mécanique et l'outillage à main que la lingerie fine. L'heure n'est plus aux révisions déchirantes, mais aux décisions radicales. Le navire prend l'eau de toutes parts. Il faut agir. En premier lieu, arrêter ou filialiser les fabrications qui ne se justifient plus comme les cycles, voire les machines à coudre, puis séparer la fabrication des armes à feu de la VPC. Tailler à la hache dans les effectifs. Sauver ce qui peut l'être. Créer des sociétés spécialisées indépendantes. C'est alors que survient la tuile. Le coup de grâce. Imparable.

Mai 1981, les socialo-communistes, forts de leur toute fraîche alliance, reviennent en force au pouvoir avec François Mitterrand. Comme d'habitude, la France d'en bas (qui se fait flouer en beauté à chaque élection dans ces bandits manchots que sont les urnes) danse et chante sa joie dans les rues de France pour célébrer, une fois de plus, l'énorme mystification. Chez Manufrance, le Parti communiste et la CGT, toujours aussi nuisibles, ne se sentent plus. Dans la maison Mimard, ils sont comme chez eux. Ils sont chez eux. Ils décident de tout. Cette entreprise qui fut jadis un modèle du genre est en proie à un soudain vent de folie. Remontés à

bloc par les bolchos, manipulés par la CGT, les ouvriers de la Manu deviennent excités comme des poux. Ils n'ont pas compris, les malheureux, qu'on les bernait, qu'on se moquait d'eux ! Et que tout n'était qu'illusion, comme le Front populaire ! Grèves, occupations des locaux, manifestations publiques, se succèdent. Les patrons aussi se succèdent. C'est la valse des PDG. Ils ne seront pas moins d'une demi-douzaine à se repasser la patate chaude, chacun apportant son plan de relance miracle ; certains renonceront au bout de quelques mois, découragés. L'inévitable Tapie, le turlupin médiatique de service, grand copain du gouvernement socialiste, futur ministre de la Ville et des « djeunes », grand brasseur d'affaires et de vent, sauveur d'entreprises à la six-quatre-deux et escroc au petit pied, ne pourra s'empêcher d'y mettre son grain de sel : trois petits tours sur place et puis s'en retourne, récupérant au passage le pactole avant d'aller se poser sur une autre charogne à vider de son sang (dont la Vie Claire et les piles Wonder). Plus personne ne parvient à maîtriser la descente aux enfers. Il aurait fallu un *cost killer* pour venir à bout de la situation. À condition qu'il n'ait pas craint d'affronter la CGT et le PCF encore tout puissants.

La France vit au rythme de la lente agonie de la Grande Dame. Ce qui devait arriver arriva : dépôt de bilan et liquidation judiciaire. Mais le gouvernement socialo-communiste n'entend pas baisser les bras ; il veut sauver Manufrance. Et la face. Question de prestige. Question de soigner son image prolétarienne. L'entreprise est typiquement représentative d'une certaine conception de la vie et de la société vue par la gauche... Il serait plus exact de parler d'une conception outrageusement démagogique de l'électorat populaire !... Le gouvernement engloutit des sommes considérables pour faire redémarrer l'usine sous forme de... Scop. La pire des solutions, le pire des remèdes ! Décidément quand l'incompétence est au pouvoir... Le « Pouvoir des fleurs », osait-on claironner à cette époque ! Bref, on construit de nouveaux locaux et on réembauche 700 personnes dont beaucoup auront investi leur prime dans la boîte nouvelle ; 700 personnes d'une entreprise qui en a employé jusqu'à 3800 !... Mais les cocos sont toujours là. La Scop, pimpante et rutilante dans sa toute nouvelle livrée ne fera pas illusion longtemps. On racontait, à cette époque, qu'il y avait 170 improductifs pour 700 employés. Plus de 20 % du personnel à se tourner les pouces. Cherchez l'erreur... Puis, tout à coup, le cadavre a cessé de bouger. Manufrance, c'était fini. Fini comme Lip. Définitivement (3).

L'amie qui accompagna mon père dans ses années de vieillesse, répondant à un appel public des nouveaux dirigeants de la Scop pour soutenir la jeune entreprise, et, malgré ma mise en garde, avait passé, par solidarité à la Manu, deux commandes d'un montant assez conséquent. Quelques vingt ans plus tard, au moment où je rédige ces lignes, elle attend toujours d'être livrée... comme beaucoup. Il paraît qu'il subsistait un important stock d'armes. Où sont passées ces armes ? Du côté de Saint-Étienne ou d'ailleurs, s'ils ne l'ont pas enterré au fond du jardin, il doit exister dans certains foyers ligériens des personnes qui auraient du mal à justifier l'achat d'un bon vieux Robust ornant innocemment le mur de la salle de séjour (c'est une image : il est interdit aujourd'hui d'exposer à la vue, même chez soi et à titre privé, et sauf cas professionnel, des armes de chasse en état de fonctionner.)

La mort de Manufrance fut essentiellement due à l'incurie abyssale de nos politiciens ; je vous l'avais bien dit : on terminerait par la politique. (2004)

---

1. Pour la plupart des citoyens lambda, la « Manu », c'est Manufrance ; pour les Stéphanois, la Manu, c'est le diminutif familial qui désigne encore la MAS, aujourd'hui disparue comme Manufrance. Les Français n'étant pas nécessairement au courant des us et coutumes locales, je m'aligne sur la vox populi pour éviter les confusions entre les deux manufactures : on se doute que les Français avaient, à titre particulier, très peu de rapports avec l'armement militaire.

2. En fait, le tir scolaire tombera en désuétude ; il disparaîtra des programmes sous l'influence des idées progressistes et la montée en puissance des pacifistes, activées dans le sillage des socialo-communistes alliés aux radicaux qui allaient former le Front populaire, puis prendre le pouvoir en 1936 (toutefois sans les communistes,

peu intéressés à l'époque par le pouvoir, préférant mener des actions subversives dans les entreprises, particulièrement dans les entreprises d'armement, que d'avoir à rendre des comptes à leurs électeurs). La marque d'un régime totalitaire se reconnaît en premier lieu à son obsession de désarmer le peuple. Il faut aller chercher jusque dans l'inconscient collectif les raisons de la guerre de 39-45, ainsi que la déroute de l'armée française et la tragique défaite de 1940 qui s'ensuivit.

3. La société Manufrance revit ou revivote actuellement mais n'a évidemment rien à voir avec l'ancienne maison. La marque a été rachetée en 1988 par un industriel local ; celui-ci tentera, avec prudence (comme on le comprend !) et persévérance, de relancer la marque dans l'*outdoor*, comme on ne disait pas au temps d'Étienne Mimard, tout en lui maintenant quelque chose de son ADN originel et de son empreinte historique. Cette société a eu en outre l'heureuse initiative de rééditer des catalogues, gravures et autres documents de la maison historique. Les Archives départementales de la Loire sont désormais détentrices de la quasi-totalité des archives de l'ancienne Manufacture d'armes et cycles de Saint-Étienne.

À noter également que des entreprises ayant connu à la même période de difficiles sorties de route sociales très médiatisées, comme Lip et Moulinex, disparaîtront corps et biens. Après avoir émigré dans le Gers, Lip est revenue dans son berceau de Besançon et a repris vie en réactualisant son catalogue de montres. Une autre marque d'horlogerie, Yema, ayant vécu elle aussi son heure de gloire et le même sort que Lip, connaît une renaissance de même nature aujourd'hui. Moulinex est devenue une marque de SEB.

---