utbm
université de technologie
Belfort-Montbéliard

HE 10-2017A-FS-01-01

Examen final A2017 HE10

Vous répondrez aux questions suivantes en vous aidant du document ci-joint et *des connaissances acquises en cours et TD afin de cerner les facteurs qui expliquent le succès de Citröen.*

1. En quoi la Grande Guerre ouvre-t-elle pour l'industrie mécanique française « le temps des ingénieurs » (Jean-Louis Loubet) ? (2 points)
2. Quels rapports la guerre crée-t-elle entre industriels et homme politique (durant et après la guerre) ? (2 points)
3. Quelle(s) politique(s) de la main-d'œuvre adopte Citroën (ici, mais aussi au début de la crise des années 1930) ? (2 points)
4. Explicitez l'allusion au système de Law. (2 points)
5. « Je veux que chaque Français ait sa voiture » : Citroën est-il parvenu à s'imposer durant les années 1920 comme constructeur de voitures ? Par quels moyens commerciaux, publicitaires et techniques, selon quel modèle ? (en 1922 et après 1922 ; 8 points).
6. Qui sont Rockefeller et Carnegie ? (2 points)
7. Explicitez « la petite voiture populaire, se démontant en pleine marche ». (2 points)

Document : « Tête de Turc. M. André Citroën », article de « Bing », *Fantasio* (revue humoristique), 1er octobre 1922.

Tête de Turc

M. ANDRÉ CITROËN

A notre époque si terriblement ingrate pour les auteurs de revues et de chansons, André Citroën apparaît, pour les petites scènes de genre et pour les music-halls, comme une providence bienfaisante.

Il est la première victime que la satire soit allée chercher à l'usine. A vrai dire, il y a mis du sien. M. Citroën paya, et il accepte de payer encore, pour figurer sur les planches entre les ténors de la politique, du sport, de la finance et de l'amour moderne.

Ainsi, le public connaît moins sa physionomie véritable que sa caricature.

Une moustache banale barre vigoureusement une figure poupine et plus volontiers paisible que renfrognée. Les lorgnons, l'épingle de cravate, la chaîne de montre et les dents sont — il n'en fait point mystère — en or. Le front est large et gagne un peu tous les jours sur l'arrière. Nez moyen, bouche moyenne ; marque particulière : « air intelligent ». D'où vient-il?

L'état civil répond : Paris. Il y est né, voici quarante-quatre ans. Ses parents étaient des diamantaires hollandais. Fugue ou détresse passagère, certains affirment avoir vu, il y a une trentaine d'années, André Citroën vendre des pastilles du sérail, sur les quais de Marseille. Ce qu'il y a de sûr, c'est qu'en 1898 il entrait à Polytechnique. Il en sortait en 1900, et fondait, en 1901, la première maison française d'engrenages à chevrons taillés : on fit 15 000 francs d'affaires, la première année ; on en faisait 900 000 francs en 1910 : il fallut installer une usine à Moscou. Entre temps, une marque d'automobiles qui périclitait appelait André Citroën à la renflouer.

Il commanditait aussi un bar à la mode.

André Citroën gagnait donc sa vie avant la guerre. Il avait pu, sur ses économies, acheter un immeuble de rapport. Puis le drame universel éclata, fatal à tant de pauvres bougres et si lucratif pour quelques autres.

M. André Citroën était de passage à Paris quand retentit pour la première fois l'appel célèbre : « Des canons ! des munitions ! » Son premier mouvement fut de courir au Claridge, où M. Albert Thomas, ministre de l'Armement, avait alors sous ses ordres M. Loucheur. André Citroën avait improvisé un plan de fabrication en série des obus de 75. Il l'exposa au ministre, qui se laissa arracher une commande et une provision rondelette.

Citroën n'avait alors ni usine, ni matériel. Sept semaines après, il disposait d'ateliers couvrant 18 000 mètres carrés, surgis du sol.

Tandis que l'usine faisait par jour jusqu'à 50 000 obus, les cuisines accommodaient 600 kilos de viande, 1 200 de pommes de terre, 2 400 pieds de salade et des hectolitres de café pour un réfectoire à 30 sous.

Pas un souverain, pas un homme d'État de passage à Paris n'évitèrent, à cette époque d'apothéose, la contemplation de ces merveilles. Selon un protocole raffiné, on dosait, d'après la qualité du visiteur, la durée et le cérémonial de la visite. M. André Citroën fit vraiment figure, alors, de grand personnage. Il avait sa maison civile — où des ingénieurs coudoyaient des notaires, des épiciers et des joailliers arrachés bien malgré eux à la gloire des combats. Sa maison militaire n'était pas moins brillante.

L'usine était pourvue de tous les raffinements : infirmerie, garderie d'enfants, etc. Les munitionnettes avaient été enrégimentées pour faire, le dimanche, de la culture physique sur les pelouses de Neuilly. Le patron leur avait offert le costume léger indispensable.

Une marquise authentique l'assistait dans leur direction.

Il avait une fanfare, qui exécutait à l'arrivée des hôtes l'hymne national de leur pays.

André Citroën était plein d'idées.

Dès 1917, le financement de la guerre inquiétait les prévoyants. Il eut son système, le *Simplex*. Cela consistait à émettre des stocks de papier international, gagés sur l'avoir de toutes les nations. Law avait eu, déjà, une pensée analogue, — qui tourna mal.

L'État avait voulu exploiter industriellement l'arsenal de Roanne. Gabegie et incompétence obligèrent bientôt M. Loucheur, devenu grand-maître des fabrications de guerre, à recourir à M. André Citroën. En quelques jours, celui-ci fit passer la production quotidienne de 1 500 à 10 000 obus.

Pressé de réaliser, il dut en passer par les exigences des mercantis. M. de Castellane entretint, certain jour, la Chambre de 4 000 chaises, achetées par « l'industriel sociologue », comme il appelait André Citroën, au prix de 24 francs pièce, quand elles valaient à peine 15 francs.

Il discuta ses factures où la céruse était comptée 622 francs au lieu de 195. De tout cela, concluait l'honorable député, il résulte que la gestion de M. Citroën a coûté 2 millions trop cher. M. Loucheur démontra qu'on ne pouvait s'arrêter à semblables vétilles.

En mars 1918, M. André Citroën avait fêté, par un banquet, son 150e million...

Ayant été le Napoléon des obus, il voulut être, à la paix, un type dans le genre du Béarnais.

« Je veux que chaque Français ait sa voiture. » Les grands seigneurs de l'automobile firent la grimace.

Construire des moteurs, des châssis, des carrosseries en série, nécessite beaucoup d'argent. André Citroën recourut alors à un nouveau système « Simplex ».

Pour représenter la nouvelle marque « Double chevron », il fallait prendre l'engagement de placer 300 voitures, et verser 1 000 francs pour chacune. Cela ne dispensait pas le souscripteur de verser à son tour 2 000 francs à la commande. Après quoi, il n'avait plus qu'à attendre. « Les arrhes embellissent la vie. »

Les difficultés ne tardèrent pas à surgir. Les huit heures, la raréfaction de certaines matières premières, des grèves que les maisons concurrentes ne contribuèrent pas à apaiser. Il devint impossible d'exécuter les commandes aux prix prévus.

Il plut du papier timbré. Le Tribunal de commerce de Marseille n'eut pas à connaître moins de 500 litiges. Grâce à une publicité bien américaine, Citroën avait recueilli très vite 30 000 commandes. Cette publicité causa sa perte en justice, car il affirmait, dans ses premières annonces, avoir déjà en magasin de quoi satisfaire les demandes.

Dans cette passe difficile, l'amitié agissante de M. Loucheur le sauva encore. Le fisc lui réclamait ses « bénéfices de guerre » : quarante millions, sur lesquels il en offrait vingt-cinq. M. Loucheur obtint que M. Citroën se libérerait en dix ans.

Cette crise survenait, hélas ! au moment où, certain de s'égaler aux Ford, — et qui sait? aux Rockefeller et aux Carnegie, — M. André Citroën, ami intime de M. Joseph Caillaux, rêvait de s'intéresser à une grande maison de couture; où il était en pourparlers pour l'achat d'un journal; où il voulait installer, à ses frais, un Palais de l'Automobile; où — chacun a ses faiblesses — il projetait d'acquérir un titre de baron.

D'autres auraient peut-être renoncé; il s'obstina.

Aux placards garnissant des pages entières de quotidiens, s'ajoutèrent les blagues des chansonniers ou des humoristes. Aux salons de l'Auto, il mettait des centaines de voitures — gris vert — à la disposition de ceux qui voulaient faire gratis le tour de l'obélisque avec retour au stand du Grand-Palais.

Ses munitionnettes défilaient sans cesse.

M. Citroën s'est fait, enfin, grâce à la petite voiture populaire, se démontant en pleine marche, dit la légende, une popularité immense.

BING.