

*"Peugeot, premier constructeur français de 1898 (date de création de la société des automobiles Peugeot) à 1906, toujours au deuxième ou troisième rang au cours des quatre vingt années suivantes et premier groupe automobile français ensuite après 1986, après l'intégration de Citroën et de Chrysler-France (ex-Simca) au sein de Peugeot SA."*

Citation de la page 212, du beau livre "Hauts-de-Seine berceau de l'Automobile" par Jean FONDIN, éd. E.T.A.I., pour la Colline de l'Automobile, sept 1992 (Depuis la fermeture de ce musée du 92, ses collections ont été transférées au Musée du Mans)

Le gouvernement a engagé une expertise pour analyser les causes du revirement de ce fleuron de l'industrie..., un revirement dont les facteurs ne dateraient pas de la dernière gouvernance du Groupe PSA, ni de la famille PEUGEOT, ni d'hier...

Pour avancer vers la croissance, en limitant les risques d'accrochages et de décrochages humains, regardons la route, l'environnement et dans le rétroviseur.

## Création et évolution d'une industrie, l'automobile, depuis 1875


**L'origine de l'automobile :**

**le fruit de la passion et de l'investissement dans l'ingénierie par le Comte de Dion**

L'automobile a été le moteur de conquêtes sociales en multipliant les échanges et en ouvrant les horizons.

A l'origine, l'automobile est le produit d'une culture d'ingénieurs. C'est en 1875 que la première «voiture sans chevaux» (= automobile) est partie du Mans pour arriver à Paris 18 heures plus tard. Son inventeur Amédée Bollée, un technicien, a fait évoluer une « tapissière » pour 12 personnes avec deux moteurs à vapeur à 2 cylindres de 20 CV sous son plancher et une chaudière à l'arrière. Pour la diriger, il imagina un volant pour commander deux roues pivotant chacune aux extrémités d'un essieu fixe, une suspension avec quatre roues indépendantes et deux paires de ressort à lames par roue et un système de transmission.

Son invention roula avec une telle docilité qu'Amédée Bollée la baptisa l'Obéissante :

 <p><small>Il circulait aussi en ballade d'illagers les chemins, ce qui fit dire à un journaliste (d'après) : «Oh ! non ! Merguez les chevaux.»</small></p> <p><b>De la bicyclette au quadricycle De Dion</b></p> <p><small>Comme on avait l'habitude de la locomotion humaine à vapeur, dans deux pays d'Europe et en France notamment Charles DE DION, fut le «rain moulin» sous l'effet de la DCA, entre Paris et Saint-Denis-la-Mulot, une telle démonstration, malheureusement sans lendemain, Amédée Bollée ne réussit pas à faire reconnaître ses inventions à l'époque, qui fut si difficilement conduite à être reconnue et laide pour développer.</small></p>	<p><b>L'Obéissante :</b></p> <p>Une réserve de charbon et le plein d'eau assura à ses 4800 kg une autonomie de 25 km/heure ; Cette «vitesse» ainsi que l'absence de chevaux attira l'attention des gendarmes qui la verbalisèrent de 75 contraventions (ensuite annulées par le Ministre des Travaux Publics aussi député de la Sarthe).</p>
<p><u>"Hauts-de-Seine, Berceau de l'Automobile"</u> par Jean FONDIN, édition E.T.A.I., pour la Colline de l'Automobile, septembre 1992</p>	

Ces grosses pataches et tacots n'ont pu résister longtemps face aux secousses des routes d'antan. Et la première «auto-mobile», le tricycle de Dion-Bouton, est finalement née en 1883 après le «coup de

cœur» pour une ravissante petite locomotive à vapeur dans la vitrine d'un magasin de jouets par un jeune aristocrate de 25 ans, le comte Jules de Dion ; Emu, ce jeune comte installa aussitôt les créateurs de la petite loco (le mécanicien Georges Bouton et l'ingénieur Armand Trépardoux) dans un atelier Porte Maillot à Paris pour leur demander de construire un petit moteur à deux cylindres, alimenté par un générateur de vapeur vertical à faisceaux tubulaires.

Nantais, le comte Jules-Albert de Dion (10/03/1856-19/08/46) -devenu marquis au décès de son père Albert- fut aussi un homme politique (député et sénateur) et a fondé le premier salon de l'automobile en 1898 et co-fondé l'Automobile Club de France.

Sa première société TREPARDOUX et Cie devenue ensuite DION BOUTON et Cie a construit des chaudières légères et les premiers moteurs à essence (équipant des DELAGE, RENAULT, PEUGEOT) ; Premier fabricant automobile mondial en 1900 et principal constructeur français d'autorails de 1923 à 1948, après avoir été touchée par le krach de 29, l'entreprise ne saura pas renouveler sa gamme de voitures de tourisme qui sera arrêtée et concentrera sa production pour le rail et les gros véhicules.

### **La motorisation des cycles dans les Hauts-de-seine :**

En 1900, un million de français roulaient déjà à bicyclette et les communes de la banlieue ouest de Paris (les Hauts-de-Seine) concentraient une activité importante de chevaux, voitures de louages, fiacres, cabriolets au côté du règne du cycle. A côté de cette fabrique de cycles qui pouvait ainsi fournir de la main d'œuvre, des sportifs et amateurs de l'innovation automobile y ont installé des ateliers pour motoriser ces cycles et tricycles. Ainsi fut lancée une industrie automobile, au départ artisanale.

*"Puteaux et très vite, Boulogne et Suresnes, puis Asnières, Neuilly, Levallois, Gennevilliers ont été les berceaux de plusieurs générations d'automobiles - à commencer par la toute première, en 1883. Dans quatre vingt-quatre communes du département 92, pas moins de 300 constructeurs ont conçu des voitures, 40 carrossiers les ont habillées, tandis que des dizaines de fabricants fournissaient aux uns et aux autres des pièces et des équipements qui n'étaient qu'accessoires."*

(Hauts-de-Seine berceau de l'Automobile par Jean FONDIN, éd. E.T.A.I., pour la Colline de l'Automobile, page 14, septembre 1992)

### **L'Effondrement des artisans de l'automobile avec la répétition de crises :**

Après une progression jusqu'en 1913, et encore de 1919 à 1929, avec un chiffre record de 253.000 véhicules, la production industrielle automobile a chuté à 160.000 véhicules en 1932 pour repartir un peu à la hausse puis retomber en 1935 et remonter l'année suivante jusqu'à 224.000 véhicules en 1938. Avec le cumul de crises économiques répétées, les artisans automobiles se sont effondrés et l'agitation sociale avec la montée en Europe du nazisme et du communisme ont suppléé à l'appétit pour la motorisation.

Après la guerre, les français ne pouvaient plus alors commander les somptueuses «calandrées» (les Delage, Salmson, Talbot) réservées pour l'exportation car la France avait besoin de devises. Le rationnement de l'essence en 1949, le manque de matières premières et les outillages vieillissants des usines (celles encore debout, non détruites par la guerre) ont freiné la reprise de la construction automobile. Et faute d'avoir su adapter leurs moyens de production et pratiques de commercialisation au modernisme, les grandes marques de prestige des premiers ingénieurs ont disparu.

L'innovant André Citroën, un polytechnicien fabricant d'engrenages, converti au Taylorisme puis au Fordisme américains, a importé leur production en grande série pour une consommation de masse. Par ailleurs, il avait le premier compris l'impact vendeur de la «Communication» mais a payé cher ses emprunts pour assumer, entre autres, la folie des grandeurs de ses campagnes publicitaires et événementiels en partie responsables de ses dettes en 1934 avec la conséquence du krach de 29. Aurait-il pu faire «couler sa banque» pour que celle-ci ne veuille plus le suivre ? En liquidation judiciaire, l'un de ses créanciers, les frères Michelin, ont racheté la firme d'André Citroën sauvant ainsi ses 250.000 emplois...

[→ l'histoire de la firme Citroën sur wikipédia](#)

En 1946, au salon de l'auto organisé à Paris, la population a découvert des nouveaux modèles de petites voitures, à petit prix et économiques, construites en secret sous l'occupation et qui seront commercialisés dès 1948. Pierre Boulanger (qui succède à Pierre Michelin décédé) relance en 1937 l'idée d'André Citroën d'un « tout petit véhicule », idée aussi adoptée par les frères Michelin avec l'objectif de motoriser la France rurale et ainsi augmenter les ventes de pneumatiques... Cette invention de la « 2 chevaux » ne verra le jour avec grand succès qu'après guerre, en 1948.

Avec le réaménagement des usines comme celle de RENAULT à Billancourt, nationalisée à la Libération, et un renouvellement technologique (les moteurs sont placés à l'avant et non plus l'arrière) la production des autos progresse jusqu'à un million de ventes en 1959 et assure la renaissance du berceau de l'auto : les Hauts-de-Seine.

### **Après une économie de production, l'ère de la consommation :**

Comme pour les autres secteurs de l'économie, après une économie de production, le marché de l'automobile est entré dans l'ère de la consommation. Le machinisme, la production en série (reprise du Taylorisme par Citroën et Renault) et la standardisation de modèle (inspirée du Fordisme) ont créé des surstocks de biens à consommer...

Les générations des années 60 ont été comparées à celles des années 20 qui, grâce à une incroyable prospérité, ont été gâtés par davantage de loisirs et de pouvoirs d'achat que leurs prédécesseurs. Avec la production en série et les progrès techniques tout était devenu bon marché et les matériaux nouveaux stimulaient le commerce ; Dans la mode, le synthétique et la conquête de l'espace inspirèrent les couturiers qui firent aussi défiler leurs mannequins avec des matières premières modernes, comme du plastique blanc et des tissus métallisés.

Afin de commercialiser ses produits finis incessamment renouvelés, les constructeurs de biens de consommation de masse boostée par la production en série à plus bas coûts et par le goût de matières «nouvelles» symboles de modernité ont eut recours à des techniques de persuasion des publicitaires pour susciter des actes d'achats renouvelés.

Si avant 68, il suffisait aux constructeurs d'autos et à leurs publicitaires d'informer sur les caractéristiques et avantages du produit correspondant aux nouvelles envies de matériaux et technicités «modernes», ensuite, les publicitaires ont dû jouer avec l'imaginaire et les fantasmes d'acheteurs potentiels pour leur impulser des actes d'achat dits «*d' humeur*».

[→ la saga Citroën dans la publicité et le cinéma](#)

Alors qu'en 1967 les ouvriers aussi roulaient en auto, mai 68 a marqué la fin de l'espérance en cette société de consommation et dans sa valeur pour un statut social procuré par la possession de biens ; Cette valeur a été supplée par les valeurs de « *bien-être et de liberté des hippies* » qui bougent en marchant. Le progrès technologique a ainsi détourné l'homme « *du plaisir de posséder* » vers « *la joie d'exister* » en incitant les marketers à communiquer sur la voiture comme sur un objet de rêve.

A propos de l'automobile, en 1968, dans son livre le Système des Objets, Jean Baudrillard écrit : «*Le mouvement est constitutif de bonheur mais l'euphorie mécanique de la vitesse est fondée dans l'imaginaire sur le miracle du déplacement. La mobilité sans effort constitue une espèce de bonheur irréel, de suspens de l'existence ... La vitesse a pour effet en intégrant l'espace-temps, de ramener le monde à deux dimensions, à une image, elle tient quitte de son relief et de son devenir, elle rend en quelque sorte à une immobilité sublime et à une contemplation. Le mouvement n'est que la recherche de repos.* »

### **Des Plans gouvernementaux avec des familles d'industriels pour « sauver » la filière française :**

#### Le plan de sauvetage de l'entreprise Citroën par la famille Peugeot, après les frères Michelin :

Lorsqu' André Citroën avait déposé le bilan en 1934, Louis Renault avait refusé les sollicitations du gouvernement de reprendre son concurrent par crainte des difficultés d'une fusion...

En 1974, le gouvernement français demanda alors à la famille Peugeot d'absorber (90 %) du capital de l'entreprise CITROËN pour sauver la marque des « chevrons » en faillite et ses milliers d'emplois dont ceux de l'usine de Citroën d'Aulnay fraîchement construite en 1972... ; Mais, en compensation le gouvernement exigea, à la fin 1974, à reprendre BERLIET (antérieurement achetée par CITROËN en 1967) afin de le fusionner avec SAVIEM pour finalement faire ensuite racheter SAVIEM/BERLIET par la Régie RENAULT...

CITROËN avait déjà aussi acquis la firme des frères MASERATI (voitures de luxes et sport) en 1968 pour disposer de son moteur V6 afin d'équiper entre autres son modèle « SM » ; L' échec commercial de ce modèle conduit, entre autres, à la faillite de CITROËN en 1975 ; Les frères Michelin ont alors cédé la firme MASERATI à une société d'état italienne qui l'a ensuite revendue au pilote Alejandro de Tomaso avant que la firme ne passe sous l'égide de FIAT avec FERRARI avec les succès que l'on connaît...

#### Plans de rationalisation après le rapport GIVRY :

Alors qu'en 1986, les constructeurs avaient lourdement investi pour une action qualité ambitieuse contraignant à vendre plus, avec la nouvelle crise, après 1990, les constructeurs ont encore dû faire face à de nouveaux plans de rationalisation...

Extrait des Echos du 30/09/91 article par Patrick CHABERT (Ressources documentaires du Ministère de l'Industrie) :

Suite au rapport Givry, administrateur d'ALLEVARD Industries, réalisé à la demande du Ministre de l'Industrie, les pouvoirs publics avaient décidé en 1991 d'aider les équipementiers français avec :

*«La création d'un fond commun de placement tourné vers les équipementiers. Multiplier les alliances. S'ils veulent traverser sans trop d'encombres la décennie en cours, les équipementiers implantés en France (60 à 70 % de leurs 73 milliards de Frs de leurs chiffres d'affaires HT provient d'entreprises contrôlées par des capitaux étrangers) doivent aussi « développer une stratégie à l'égard de la concurrence étrangère » ; Celle-ci comporte deux facettes principales. La première est financière et vise à renforcer des fonds propres souvent insuffisants. La seconde est industrielle et implique des alliances avec des concurrents étrangers, allemands si possible et japonais si nécessaire pour devenir fournisseurs des « transplants ».*

### **Avec la standardisation, l'automobile fait-elle encore rêver ?**

Les difficultés du secteur se sont accrues avec la mondialisation et alors que le moteur des ventes est «*La nouveauté*», l'évolution de la tendance vers des modèles de voitures de tourisme avec des carrosseries aux formes rondes et des courbes plus féminines qui tendent à se ressembler de plus en plus entre marques.

Pour la voiture, encore plus que pour un autre bien de consommation, la publicité est vitale. Si le produit est mal lancé, la voiture se vend mal.

Beaucoup de publicitaires utilisent toujours le filon du thème de l'érotisation de l'engin

→ [vidéo pour la Peugeot 308 « Walking in the Rain »](#)

ou vantent «la recherche du repos dans le mouvement» (décrite par Baudrillard) la qualité de l'espace-temps en auto comme «repos du business man», l'homme du 3<sup>ème</sup> millénaire...

→ [vidéo pour la Peugeot 508 « Quality time »](#)

Et/ou vendent du rêve : «*Un jour peut-être, on pourra se déplacer comme dans un rêve. En attendant, on peut fabriquer des rêves pour se déplacer. Peugeot pour que l'automobile soit toujours un plaisir !* »

### **La prise en compte, dès la conception, de «demandes» des new générations de consommateurs ?**

Ces voitures, qui tendent à toutes se ressembler entre marques, en termes de carrosseries et d'équipements intérieurs, font-elles toujours autant rêver des consommateurs qui, pour certains (et seulement certains), sont devenus très exigeants, demandeurs de nouveautés et d'équipements toujours plus sophistiqués alors que les prix sont négociés et tandis que les acheteurs gardent leur voiture plus longtemps ?

→ [présentation des + techniques de la 508](#)

Comment les constructeurs ont-ils pris en compte les retours «sécurité» et besoins des utilisateurs ?

Les nouvelles générations de consommateurs, plus informées sont plus «zappeurs» : un souci technique sur un modèle de gamme pourrait avoir un effet collatéral sur sa marque : le consommateur changerait de marque et le modèle pointé du doigt ainsi que les suivants pourraient se vendre moins bien ...

Par exemple, pour certains modèles de carrosseries plus arrondies, le haut des «pare-brises avant» ne se retrouvent-ils pas plus rapprochés des passagers avant (collés aux pare-brises en cas de chocs accidentels) et le vitrage arrière de certains modèles «C» n'a-t-il pas été aussi moins large et plus étroit offrant une visibilité moindre à la conduite ?

### **L'innovation pour faire la différence...**

Depuis 10 ans, une nouvelle innovation est en route avec des nouveaux concepts plus respectueux de l'environnement avec l'électricité et comme le modèle hybride de Peugeot.

Quelles politiques et comment les stratégies commerciales (communication, distribution, etc...) ont-elles accompagné et soutenu cette orientation d'avenir ?

→ [interview en sept. 2009 sur le 63<sup>ème</sup> salon de Francfort](#)

Winston CHURCHILL :

"Plus vous regardez loin dans le passé, plus vous verrez loin dans l'avenir"