

10/11 - L3 TD contempo

S12 et S13

HG VERNEY 27 OCTOBRE 2017 20H57

S12 Groupe 1 – Joffrey Charras

II – Une entreprise forte...

A – Une gamme large

Manufrance est initialement adepte de la production d'armes. Mais on peut aussi avoir des ustensiles de ménages, des machines... on peut supposer que cela est fait pour équiper les familles de colons installées à travers le monde. La diversification des produits est accentuée par les artisans qui permettent d'étoffer la gamme de produits. Et elle découle aussi de son monopole : nombreux produits manufacturés exportés en Europe : vente par correspondance. Manufrance possède des agences partout à travers le monde. Il y a des extraits de catalogues de Manufrance ou on voit bien différents matériels.

B – Le savoir-faire stéphanois au service d'une clientèle mondiale

De nombreux textes incitent sur la qualité des produits proposés. C'est pour promouvoir la fiabilité du savoir-faire stéphanois, les industries de la région concernent une place privilégiée en tant que fournisseur de la manufacture qui s'appuie sur l'artisanat local. Concrètement les artisans ont proposé des produits avec de prix discutés, les produits proposés sont le résultat du savoir des stéphanois dans la métallurgie et la mécanique qui découle de la production des armes.

S12 camille foucault : intro et I:

Intro :

C'est un catalogue Manufrance (appelé Tarif Album, pour achat par correspondance). Manufrance fondée par Pierre Blachon et Etienne Mimard. Au début armes et cycles, puis articles ménagers et de pêche. Elle a des agences dans le monde entier et des relais (Marseille).

Elle propose aussi des services.

Comment Manufrance a pu élargir ses horizons massivement (fin XIXè – début XXè)?

I. Manufrance, une entreprise particulière :

A. L'organisation de la manufacture :

Vente par correspondance l'a rendu célèbre. Méthode innovante en Europe au début du XXè. Mimard distribue en masse ses catalogues (tarif-albums). Entreprise précurseur dans le commerce transnational, par voie terrestre et maritime. Ce schéma n'est pas sans rappeler celui des multinationales, c'est une entreprise novatrice.

B. Entreprise qui se veut au service de ses clients :

Qualité des produits et services. Entreprise qui se porte bien (on le voit au nombre d'agences). Fidélise ses clients, autre forme d'avance particulière à Manufrance.

S12 (parties II et III) - Bastien Colombet G1

II. Entreprise forte :

A. Gamme large :

Beaucoup de produits qui ne se limitent plus aux armes et cycles, ces multiples produits à utilisation souvent ménagères, servent à équiper les foyers (notamment des colons partout dans le monde). Apport des artisans et leur savoir-faire contribue à améliorer les produits. Peu se permettre un grand nombre de référence car pas ou très peu de concurrence dans la vente par correspondance.

B. Le savoir-faire stéphanois au service d'une clientèle mondiale :

On insiste sur la qualité pour promouvoir le savoir-faire des artisans de la région stéphanoise, petites entreprises en sous-traitance (mécanique de précision, outillage...) Manufrance achète et stocke les produits avant de les vendre et distribuer. Méthode rigoureuse et savoir-faire élevé participent à la réussite de l'entreprise.

III. Profite d'une conjoncture favorable :

A. Période propice :

Bénéficie d'une période propice. Grâce aux colonies françaises ou européennes Manufrance y installer des

agences et s'y exporte. Le contexte géopolitique du XIX^e et XX^e est propice au développement de Manufrance.

B. L'ère de l'industrie :

Révolution Industrielle : Développement du chemin de fer. Organisation du travail imaginée par Mimard, il investit dans des machines perfectionnées. Organisation Scientifique du Travail dès 1894, donc avant le Taylorisme, entrepreneur avant-gardiste.

S13-Groupe 2, LAFCI Hatice : Séance 8, sujet 2 Jean Jaurès

correction (désolée pour les fautes)

II) La dénonciation des impérialisme européen

1) Le jeu dangereux des alliances « somnambule »

Il montre le danger des alliances, en 1894, la France signe un traité d'alliance avec la Russie, en 1904, elle se rapproche de l'Angleterre (entente cordiale), qui est ouverte à la Russie en 1907 : la Triple Entente.

L'Allemagne fait pareil de son côté et naissance de la Triplice en 1882. Ces loisons dangereuse ne peuvent qu'aboutir à une surenchère guerrière et qui ne peut aboutir qu'à un drame. Jean Jaurès fait référence à un voyage officile de pointcarré en Russie (alliance secrète), et démntre que la France soutient la Russie en temps de guerre. On est surpris quand on sait que les pays ne savent pas qu'ils marchent à la guerre tels des somnambules.

2) La France impériale et son péché marocain

En 1912, l'Europe passe à deux doigts d'une guerre entre la France et l'Allemagne car le Maroc deviennt le territoire de tpites les convoitises. Une seconde crise qui amène la France à négocier avec l'Allemagne. La France s'abstient de toute critique ar elle a même commis des péchés dans le passé.

S13groupe2 Indiana rey

I. L'été 1914, lente montée des tensions

1) La dénonciation du nationalisme fou

Conflit bcp plus vaste, les deux pays s'affronte qui les empoisonnent. Le nationalisme racial prôné est le poison de ces tensions. On est face à un homme qui défend un pacifisme convaincu. Texte qui veut annoncer des probables problèmes de guerre (champs lexical)

2) Un pacifiste convaincue

Dangereux jeux des somnambules, Jaurès fait référence au jeu diplomatique (alliance, traité) aboutit à la triple entente. Pour l'auteur ces liaison dangereuse ne peut que créer des conflits, on a une forme d'engrenage qui se met en place et

ne peut aboutit qu'à un drame.

S12- Une entreprise Stéphanoise Mazeres Jules G2 L3

Avant de commencer je tiens à m'excuser pour les fautes d'orthographe présentes.

Le manufacture de saint étienne a été fondé par deux personnes : Etienne Mimard et son associé Pierre Blachon. Ce sont des amuriers achetant une affaire. Ces deux personnes fonde la manufacture en **1885** c'est la première société française de vente par correspondance (fusil, carabines). En **1892** ils choisissent saint étienne pour son passé industriel et arme (arme ville ancien noms officiel durant la révolution). On voit l'édition du « chasseur français » en 2007 c'est la cinquième diffusion de la presse papier de nos jours. Il reprend le catalogue du « tarif album » ayant des ventes explosant. Le catalogue date de **1903** il présente une publicité et on voit les contacts des agences dans les pays.

Comment le document présente une entreprise française mondialisée intégrée à la colonisation ?

I une entreprise stéphanoise

Une vitrine du savoir faire

On le voit sur la qualité des produits (garantis, meilleures sources). On voit des instruments de culture et met en avant un véritable savoir faire industriel avec de nombreuses ressources et sa proximité de Lyon. On voit des bicyclette et des armes. On voit trois modèles de vélos produits. On voit aussi l'utilisation de l'électricité qui modernise l'industrie.

Le tarif album

En **1913** on a plus d'un million de lecteur ; On veut faire connaître ses produits par le bouche à oreille « ils voudront bien contribuer à l'industrie de nos affaires ».

On voit une entreprise présente aussi sur les cinq continents. L'Afrique avec 12 pays, l'Amérique avec 16 pays et l'Océanie avec 4 pays. On voit une vision mondiale de son commerce car fixé à l'internationale.

De nouveaux débouchés

Un grand nombre des agences se trouvent dans les colonies en Afrique et en Asie du Sud-Est. La société s'intègre dans les colonies françaises. Les sociétés sont privilégiées dans les colonies (pas taxées contrairement aux autres entreprises étrangères). Chaque puissance

coloniales détiennent ce monopoles pour faire baisser le chômage. Ces clients sont les colons mais aussi les colonisés (permet d'étendre le potentiel de vente

III

Une logistique nouvelle

On se base sur les voies terrestres et navales. On voit aussi la volonté de propager le tarif album avec la poste mais également avec les couriers postal aériens, le canal de suez, et aussi avec des navires plus performants. On voit la mise en avant du besoin de qualité

Le docuement insiste là-dessus (vérification détaillé) et rappelle la nécessité d'un service client. On voit aussi la publicité qui entre dans la danse. On a 5 à 6 000 commandes par jours.

Nous sommes face à une entreprise coloniale. Avec une implantation dans les territoires lointains. Le commerce démontre la mise en place d'un service international avec une performance importante. Sa production ne souffrira pas de la colonisation. On a pas de rappatriement de capitaux lourdes. Cette entreprise peut avoir une grande activité.

Consignes : Placez ici votre prise de note (uniquement la sous-partie que vous voulez),

1) sous forme d'un copier/coller de votretexte OU photo de vos notes (si vous prenez des notes à l'écrit)

2) Il faut le faire avant la fin du TD, impératif !

3) indiquez votre sujet+nom+ prénom+groupe dans l'intitulé (S13DUPONTAlfredGR1)

4) L'objectif est pédagogique : le but est de partager vos ressources, me permettre de voir ce qui a été compris et donc me permettre de mieux répondre à vos difficultés et de vous proposer des méthodes plus appropriées.

5) Je tiendrais compte des envois pour la notation de ce semestre.

Que le partage soit avec vous.

M. Verney
