

## Les programmes de Première BAC PRO

L'accroissement du nombre de fonctionnaires, d'employés de bureau et de commerce illustre le développement des bureaux dans les entreprises, l'essor du commerce et la croissance de l'État à partir de la seconde moitié du XIXe siècle ; ces transformations contribuent à la **féménisation des emplois\***.

### *Notion et mot-clé :*

Artisanat\*  
Exode rural\*  
Féménisation des emplois\*  
Industrialisation\*  
Usine\*

### *Capacités travaillées :*

- **Construire** une frise chronologique identifiant les acteurs de la question sociale, leurs modalités d'action et les principales avancées sociales sur la période étudiée (métropole et colonies).
- **Contextualiser** une/des œuvre(s) mettant en scène des femmes ou des hommes au travail pour conduire une analyse historique.
- **Raconter** individuellement ou collectivement le quotidien d'une femme ou d'un homme au travail au XIXe siècle ou dans la première moitié du XXe siècle à partir de recherches dans la région du lycée des élèves (écomusées, musées et patrimoine industriel, agricole, archives locales, mémoires orales et récits ouvriers par exemple).

### *Capacités disciplinaires*

- **Mémoriser et s'appropriier les notions**
  - Connaître les principales notions, les acteurs majeurs et les repères.
  - **Identifier les notions dans une ou plusieurs situations.**
    - Mobiliser les notions et le lexique acquis en histoire
    - Se repérer
    - Identifier et nommer les périodes historiques, les continuités et ruptures chronologiques.
  - **Identifier et nommer les dates et acteurs des grands événements.**  
Exemples de mise en œuvre : réaliser une frise chronologique numérique,
    - Contextualiser
  - Situer un événement dans son contexte pour l'expliquer.
  - **Situer un acteur majeur dans un contexte pour préciser son rôle.**
  - **Situer un document dans son contexte pour l'expliquer.**
    - Confronter le savoir acquis en histoire avec ce qui est entendu, vu, lu et vécu.
- Exemple de mise en œuvre : recherche sur internet des informations sur un acteur historique ou géographique.
  - Mener et construire une démarche historique et la justifier
  - Raconter un événement historique, la vie d'un acteur majeur.
- **Suivre une démarche d'analyse historique**
  - Questionner un/des documents pour conduire une analyse historique ou géographique.
  - Construire une argumentation historique
  - **Confronter des points de vue d'acteurs différents.**
  - **Dégager l'intérêt et les limites du document.**
  - **Justifier des choix, une production.**
  - **Exercer son esprit critique.**  
Exemple de mise en œuvre : produire un écrit en plusieurs étapes.
    - Collaborer et échanger en Histoire
  - **S'impliquer dans des échanges.**
  - **Confronter son point de vue à celui des autres.**
  - **Rendre compte à l'oral ou à l'écrit à titre individuel ou collectif.**
  - **Travailler en mode projet.**  
Exemples de mise en œuvre : réaliser un travail collaboratif ou une production collective à l'aide de l'outil numérique pertinent. S'enregistrer pour mieux s'exprimer, mieux lire, mieux apprendre...

## 1/ Louis Lefèvre Utile. Un capitaine d'industrie novateur

### Utiliser l'image de l'usine

#### Promouvoir l'usine.

Friand d'innovations, Louis Lefèvre-Utile possède un ballon dirigeable avec lequel il fait photographier Nantes et son usine. Ces clichés sont utilisés par l'entreprise pour sa communication. Dès la fin du 19<sup>e</sup> siècle, l'image de l'usine apparaît sur les emballages des biscuits.

L'iconographie de l'usine est essentielle pour la marque. Les auteurs de ces images peuvent notamment s'appuyer sur les clichés pris par Louis Lefèvre-Utile depuis son ballon dirigeable, comme en témoigne la vue de l'usine qui illustre la couverture de ce livret publicitaire (1912). La gouache de 1910 appartient à cette iconographie industrielle dont le vocabulaire est régi par la mise en valeur de l'entreprise. Elle servira notamment de modèle aux papiers à en-tête de la marque.

#### Promouvoir le site industriel

Pour l'Exposition universelle de 1900, Louis Lefèvre-Utile avait présenté sa nouvelle usine aux visiteurs en exposant un plan-relief de l'ensemble du site industriel. Réalisée par Paul Duchesne, cette maquette valorisait l'importance de l'usine et la qualité de son implantation. Son fils, Michel Lefèvre-Utile, conserve l'idée en présentant, à l'intérieur du pavillon, ce tableau-relief exécuté grâce à un procédé innovant de moulage sur isorel.

### Diversifier la gamme

Contrairement à la première gamme de biscuits qui imitait fortement la concurrence, celle-ci témoigne du souci de proposer des biscuits à résonance plus locale, comme les *Vendéens* ou encore les *Muscadet*. Louis Lefèvre-Utile crée aussi des biscuits lors d'événements particuliers : le dessin du *Néva* est inventé en 1892, à l'occasion de l'Alliance franco-russe. Enfin, LU collabore avec d'autres entreprises telles que la chocolaterie Menier, pour laquelle est inventé le biscuit *Dînette*, fabriqué « pour être vendu conjointement avec votre petite tablette de chocolat dans les distributeurs automatiques ». Son brevet est déposé le 22 novembre 1898.



Affiche publicitaire  
biscuit Néva LU,  
vers 1892, MHN

Cet éventail est distribué aux détaillants de la maison LU vers 1898 pour être accroché derrière les comptoirs des magasins ; il présente plus d'une centaine de biscuits. Une telle diversité démontre à quel point la créativité et la recherche en matière d'innovation sont au cœur de l'entreprise.



Gamme biscuits LU vers 1898, MHN

Non content de produire lui-même les biscuits qu'il importait auparavant d'outre-Manche, Louis Lefèvre-Utile en propose de nouveaux, tout en s'inspirant des idées et savoir-faire de ses concurrents. C'est ainsi qu'en 1897, souhaitant créer des gaufrettes, il débauche M. Sturges, ingénieur chez Huntley & Palmers, en lui proposant d'intégrer son équipe. Ensemble, ils élaborent la *Gaufrette vanille*. Qualifiée par Louis Lefèvre-Utile de « première gaufrette française », elle témoigne de la volonté de l'industriel de s'approprier les produits de la concurrence. En effet, la biscuiterie bordelaise Olibet en fabrique déjà depuis plus de dix ans. Le musée d'histoire de Nantes conserve trois esquisses préparatoires à la création de cette gaufrette, depuis les premiers croquis du biscuit, sur papiers à petits carreaux et calque, jusqu'au dessin de son moule.

### *Une implication totale dans la création*

#### **Le Petit-Beurre : de l'esquisse du biscuit à la réalisation du moule**

Les dessins préparatoires du *Petit-Beurre* ont été réalisés par Louis Lefèvre-Utile. Sur le premier croquis, la forme générale est trouvée, ainsi que le graphisme des lettres fixé par l'abécédaire présent au-dessus du biscuit, mais il manque encore les festons arrondis des bords. Ces derniers apparaissent dans le dessin sur calque, qui montre le découpoir du biscuit tel qu'il est encore produit aujourd'hui. Le moule, daté de 1910, provient d'un découpoir alternatif de l'entreprise. Mû par un mouvement oscillant, il imprimait sur la pâte la forme du moule et permettait ainsi une production en chaîne. Ce modèle était le plus couramment utilisé dans les biscuiteries nantaises.

#### **Un conditionnement en "poupée russe"**

En 1914, Louis Lefèvre-Utile dessine un nouveau conditionnement cubique en carton. Les dimensions de ces cartonnages modulaires sont calculées pour permettre le meilleur remplissage possible des boîtes tines et demi-tines. Il s'agit aussi d'éviter la casse des biscuits tout en facilitant la manutention.

### *Promouvoir la marque*

#### **Des prospectus**

Afin de diffuser plus amplement sa charte de qualité, Louis Lefèvre-Utile n'hésite pas à introduire des étiquettes d'avertissement à l'intérieur des boîtes. L'entreprise invite sa clientèle à ne consommer que des biscuits LU tout en la mettant en garde contre les produits de la concurrence.

#### **Joindre l'utile à l'agréable pour entrer dans les foyers.**

A partir de 1897-1898, les simples boîtes émaillées cèdent la place à des boîtes-objets dont les déclinaisons formelles sont de plus en plus complexes et originales. Louis Lefèvre-Utile voit très vite le parti qu'il peut tirer des techniques d'impression sur métal et ne cesse d'innover en élargissant sa gamme de conditionnements. Le succès du *Tramway de Nantes* l'incite à créer toutes sortes de boîtes destinées à devenir de véritables objets du quotidien. Cette recherche de nouveaux emballages cesse à partir de la Première Guerre mondiale. À l'exception du distributeur *L'Utile* et des boîtes réalisées lors de l'Exposition universelle de 1937, l'entreprise LU ne renouvelle pas ce type d'objets.

#### **Le projet pour l'exposition de 1900 à Paris : : la naissance du phare LU**

L'architecte Auguste Bluysen est sollicité par Louis Lefèvre-Utile pour présenter la biscuiterie à l'Exposition universelle de 1900, Le projet final est remis par l'architecte le 20 janvier 1900. Un nouvel esprit est donné à l'élévation, qui prend la forme d'un phare : le phare LU est né. Cette photographie nous le montre implanté au bord de la Seine, en face de la tour Eiffel. Au sommet de ses 36 mètres, on retrouve la gigantesque boîte à biscuits de 6 mètres de côté. Elle est équipée d'une lanterne électrique à feu tournant, visible le jour et projetant le soir un faisceau de lumière.

#### **Faire appel aux artistes**

C'est la signature des artistes qui contribue à faire de LU une biscuiterie de renommée nationale et pas seulement régionale avec l'appel à des artistes de renommée internationale comme Alfons Mucha, Luigi loir et Capiello, et d'autres artistes relativement connus, Alexis de Broca et Martial Simas. C'est aussi ce qui le différencie de la Biscuiterie Nantaise qui, hormis Jorj Morin à partir de 1937, travaille avec des illustrateurs peu connus qui, d'ailleurs, ne signent généralement pas leurs travaux.

## Un manifeste de réussite

Cette peinture est une commande de Louis Lefèvre-Utile à l'imprimeur Champenois. L'artiste Luigi Loir est choisi pour exécuter un tableau représentant l'usine de nuit, éclairée par le phare du pavillon LU. Destiné à fixer définitivement l'image de la marque, il en intègre tous les emblèmes : la Renommée, le phare, la médaille du Grand Prix de l'Exposition.



*Le pavillon LU, Luigi Loir, MHN*

## Alfons Mucha

Désireux de renouveler la gamme des habillages des principales boîtes commercialisées, Louis Lefèvre-Utile fait appel, en 1896, à l'imprimeur parisien Ferdinand Champenois afin que celui-ci lui conseille un artiste capable d'exécuter ce nouveau travail. Le choix de Champenois se porte sur Alfons Mucha, d'origine tchèque, principal représentant du courant Art Nouveau, au renom grandissant dans la capitale.

Celui-ci travaille pour l'entreprise entre 1897 et 1903. Au cours de ces quelques années, il produit des affiches et des décors de boîtes. Très appréciées aujourd'hui, les illustrations de Mucha pour LU ont pourtant déplu à la clientèle de l'époque, habituée à une communication plus traditionnelle.



*Publicité LU, Mucha, MHN*

Assise de trois-quarts dans une posture alanguie, la tête légèrement inclinée, les épaules dénudées, une belle jeune femme tient dans sa main gauche une assiette garnie de boudoirs. Elle ne les offre pas, mais invite plutôt le spectateur à venir se servir. Il s'agit d'une posture de séduction, qui sera admise et reprise dans la publicité, ce stéréotype étant toujours d'actualité dans les images véhiculées aujourd'hui. La femme se voit ainsi confirmée dans son double rôle domestique et sexuel.

## 2/ Un capitaine d'industrie « typiquement » nantais ?

Démontrer que "Monsieur Louis" s'inscrit plutôt bien dans l'archétype du capitaine d'industrie nantais :

- il appartient à une élite économique récemment arrivée à Nantes (comme la moitié des industriels à la même époque).

- il appartient à une élite intellectuelle qui par sa formation professionnelle ou technique encourage l'innovation technologique.

- comme les autres industriels nantais, il va n'avoir de cesse de s'adapter aux conditions changeantes du marché et de trouver de nouveaux débouchés pour ses produits.

(D'après *Capitaines d'industrie à Nantes au XIXe siècle*, Yves Rochongar, Memo édition, 2003)

### *Les origines*

À l'issue de son service militaire, Jean-Romain rejoint son frère Antoine, propriétaire de la pâtisserie « Lefèvre-Denise » à Nancy. Louis, leur aîné, se reconvertit dans la même voie, à Sedan. Après une année à Nancy, Jean-Romain est engagé en 1846 dans une pâtisserie nantaise, qu'il rachète en 1850. Chacun, dans sa boutique, dispose d'étiquettes associant sa production à celles des maisons partenaires. À Nancy, l'emblème de saint Nicolas est choisi pour représenter la maison Lefèvre-Denise. À la mort d'Antoine et de Jean-Romain, leurs pâtisseries sont reprises par leurs fils, comme en témoigne ce livre de recettes. La pâtisserie de Sedan, elle, fermera, faute de successeur.

### *Encourager l'innovation technologique*

#### **Les boîtes émaillées.**

Apparu en France vers 1860, le procédé d'impression en couleur sur métal est une véritable révolution en matière de conditionnement et de publicité. Il garantit une meilleure qualité de conservation des biscuits tout en permettant une multitude de fantaisies en termes de création graphique. L'entreprise LU commercialise ses premières boîtes en métal chromolithographié en décembre 1889.

#### **Joindre l'utile à l'agréable pour entrer dans les foyers.**

A partir de 1897-1898, les simples boîtes émaillées cèdent la place à des boîtes-objets dont les déclinaisons formelles sont de plus en plus complexes et originales. Louis Lefèvre-Utile voit très vite le parti qu'il peut tirer des techniques d'impression sur métal et ne cesse d'innover en élargissant sa gamme de conditionnements. Le succès du *Tramway de Nantes* l'incite à créer toutes sortes de boîtes destinées à devenir de véritables objets du quotidien. Cette recherche de nouveaux emballages cesse à partir de la Première Guerre mondiale. À l'exception du distributeur *L'Utile* et des boîtes réalisées lors de l'Exposition universelle de 1937, l'entreprise LU ne renouvelle pas ce type d'objets.

#### **Quand la photographie supplante le dessin**

Dans les années 1930, l'invention du procédé d'impression offset donne lieu à la création, par Michel Lefèvre-Utile, d'une nouvelle gamme de boîtes illustrées de photographies en couleurs. Au lendemain de la Seconde Guerre mondiale, son fils, Patrick Lefèvre-Utile, avec l'aide du graphiste André Maurus, développe l'usage de la photographie en couleurs sur des boîtes modulaires en carton et sur sa boîte cylindrique en carton rigide.

### *Trouver de nouveaux débouchés*

#### **Moderniser les circuits de distribution.**

Dans les années 1930, de nouvelles caisses en bois sont créées pour l'exportation. De plus, toujours soucieux d'innover pour mieux protéger les biscuits et réduire les temps de livraison, Michel Lefèvre-Utile invente les containers LU.

## Un distributeur de *Petit-Beurre*

Intitulé « L'Utile », le distributeur de *Petit-Beurre*, créé en 1932, et qui connaîtra différents modèles, est une boîte en métal inoxydable à chargement par le haut, avec ou sans fenêtre témoin de remplissage, qui libère le biscuit par simple pression du doigt sur la fermeture articulée de la partie inférieure. Cet ensemble de prototypes témoigne des recherches constantes pour rendre le *Petit-Beurre* toujours plus accessible, plus familier et pour renouveler sa présentation, face à une rude concurrence. Améliorer la protection et le conditionnement est le souci constant de cette période, allant de pair avec la qualité esthétique des lignes et des formes.

## Des cartes à collectionner en lien avec l'actualité

Daté de la fin du 19<sup>e</sup> et du début du 20<sup>e</sup> siècle, cet ensemble d'esquisses et de cartes imprimées montre la variété et la qualité de l'exécution des petites images diffusées dans les boîtes à biscuits LU. La possibilité de réunir des séries complètes est un excellent moyen de fidéliser la clientèle. La collection *Le biscuit devient image* s'amuse avec les biscuits tandis que dans une autre, c'est la boîte tino exportée dans le monde entier qui est valorisée. Dans un contexte colonial, ces cartes témoignent du regard empreint de racisme porté sur les autres populations. Elles témoignent aussi de l'intérêt de Louis Lefèvre-Utile pour les avancées technologiques propres à son époque, telles que celles liées à l'aviation.

## 3/ Féminisation de l'emploi

### *A la boutique*

#### Pauline Isabelle Lefèvre-Utile

Cette photographie représente Pauline-Isabelle Utile, l'épouse de Jean-Romain Lefèvre. Tous deux se marient en 1850, et ouvrent un premier commerce. Pauline-Isabelle, employée comme demoiselle de boutique dès ses 16 ans, supervise la commercialisation des produits et participe activement à l'expansion de l'affaire familiale. Son entourage la décrit comme une « maîtresse-femme », fort respectée par ses employés. Grâce à la dot de Pauline-Isabelle, le couple peut investir dès 1854 dans la modernisation de l'entreprise. **Sa contribution au succès de cette dernière est donc essentielle, à la fois professionnellement et financièrement. Ceci explique sans doute que les noms des deux époux soient accolés lors de la fondation de l'entreprise.** Elle est ici photographiée vêtue de noir, comme épouse et comme veuve, mais seule et faisant face à l'objectif. Quelques rares catégories de femmes, notamment les épouses d'entrepreneurs ayant joué un rôle actif dans les affaires, peuvent se prévaloir de ce type de représentation.

#### Les vendeuses de magasin

En 1902, Louis Lefèvre-Utile ouvre une nouvelle boutique. Sur cette photographie, neuf demoiselles de magasin posent face à l'objectif. Néanmoins, les métiers de la vente sont mixtes et le demeurent durant les décennies suivantes. On y retrouve instituées les **inégalités de rémunération suivant le sexe, pour la réalisation de tâches similaires** :

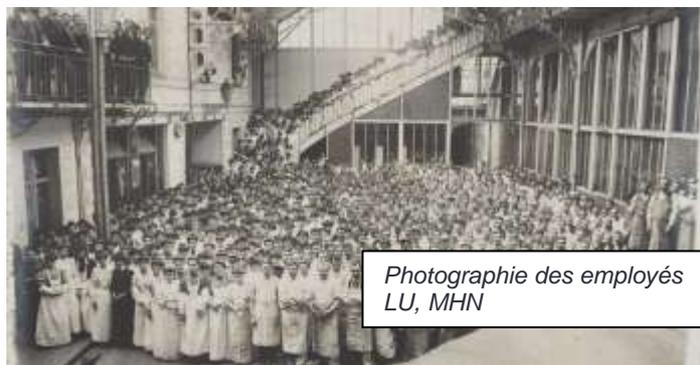
les représentations sociales attribuent à l'homme le rôle de subvenir aux besoins de la famille ; son salaire est donc de fait largement supérieur. La pénibilité du travail n'entre pas en ligne de compte, non plus que le niveau d'éducation requis, pour cette catégorie d'employés faiblement qualifiés. En 1936, les appointements mensuels minimaux d'un vendeur âgé de 17 à 19 ans sont de 500 francs. À partir de 19 ans, ils s'élèvent automatiquement à 800 francs. Pour les vendeuses, ce salaire minimum n'est que de 580 francs. En outre, il n'existe pas de progression de cette rémunération-plancher selon l'âge, la situation sociale ou familiale.



Photographie des vendeuses de la boutique LU, rue Boileau, Nantes, MHN

## A l'usine

On est frappé par la stricte séparation entre hommes et femmes, ces dernières massées sur la gauche. La mixité des espaces et la promiscuité entre les deux sexes propres au monde de l'usine sont dénoncées avec véhémence par les moralistes au 19<sup>e</sup> siècle. **L'industrie a néanmoins besoin des femmes : la hausse de la production, le faible coût de cette main-d'œuvre jugée docile** justifient ce recours. Dans les années 1890, on compte ainsi chaque année davantage de femmes que d'hommes au sein du personnel de l'usine. En 1906, les femmes représentent déjà 39 % de la population active française. Paradoxalement, leurs revendications d'un « suffrage universel » élargi aux femmes, portées par les premiers mouvements féministes, commencent à peine à trouver un écho auprès des représentants politiques de l'époque.



Photographie des employés LU, MHN

Jusqu'au milieu du 20<sup>e</sup> siècle, les ouvrières sont souvent affectées à des tâches subalternes et non qualifiées, et systématiquement dirigées par des hommes. **Une division sexuée du travail régit la sphère professionnelle.** Les femmes se trouvent d'abord à la sortie des fours, aux bassines pour préparer les confitures, à la scie, à la décoration. Elles sont également en charge des travaux d'emboîtement et d'emballage, qui requièrent rapidité et précision. Les tâches impliquant des compétences techniques sont assumées exclusivement par des hommes, tout comme celles exigeant de la force physique, qui sont également valorisées et rétribuées.

### **Durant les guerres, des changements s'opèrent dans la division sexuée du travail.**

En 1918, sur 500 hommes employés avant-guerre, 350 ont été mobilisés ou ont quitté la biscuiterie pour des salaires plus élevés dans d'autres secteurs. L'usine est dans l'obligation de recruter pour les remplacer, et doit faire appel à une main-d'œuvre féminine. Les femmes sont alors mises en concurrence avec les hommes mutilés de guerre, notamment, et l'entre-deux-guerres est marquée par la volonté politique de voir les femmes mariées regagner leur foyer.

Le scénario se répète lors de la Seconde Guerre mondiale. Avec le départ des hommes, **les ouvrières occupent de nouveaux postes, parfois fort pénibles, par exemple aux fours, sans pour autant bénéficier du même salaire ni des mêmes avantages**, comme l'obtention de la carte d'alimentation « Travailleur de force ».

## La mécanisation de l'emballage

Jusque dans les années 1950, l'emballage exige une quantité considérable de main-d'œuvre, car il n'existe pas encore de machine adaptée à la fragilité et à la diversité des biscuits. Ceux-ci sont empilés à la main au sein d'un atelier exclusivement féminin. Quatre-vingts femmes travaillent ainsi à la mise en boîtes du *Petit-Beurre*, jusqu'à l'arrivée de la première machine à emballer en 1953.

La fabrication d'une boîte pour les biscuits *Champagne* n'exige qu'un peu plus de trois minutes, et mobilise une importante main-d'œuvre féminine. **Celle-ci est soumise à des cadences importantes, pour rapporter un salaire d'appoint parfois inférieur de moitié à celui des employés masculins.** Celui-ci n'est censé couvrir que leurs propres besoins, lorsque le salaire masculin doit assurer l'essentiel des dépenses de la famille, en vertu de la « puissance maritale ». La loi du 13 juillet 1907, en autorisant les femmes mariées à disposer de leur salaire, est l'une des réformes qui entament cette puissance absolue du mari instituée par le Code Napoléon de 1804, qui prévoit que « le mari doit protection à la femme, la femme doit obéissance à son mari ».

Il s'agit généralement de jeunes filles de 21 à 25 ans, célibataires, qui quitteront l'usine aux premières naissances, ou de femmes de plus de 40 ans ayant élevé leurs enfants. Une main-d'œuvre recrutée dans la région : sur 531 ouvrières, avant-guerre, 43 % sont originaires de Nantes et sa banlieue, 21 % du département de Loire-Inférieure ; les autres sont issues des départements limitrophes, notamment de Bretagne.

L'usage de la recommandation pour être embauchée à l'usine crée des générations d'ouvrières, de mère en fille, et garantit la stabilité du personnel. Dans les ateliers, les contremaîtres, masculins, assurent une surveillance continue. **Les jeunes femmes se trouvent donc soumises à un contrôle social et parental fort, en conformité avec le modèle patriarcal dominant.**

Cependant, **l'usine est également le lieu du développement des solidarités féminines.** Les conditions de travail difficiles dans les ateliers et les cadences importantes créent une connivence entre les ouvrières. La « nouvelle » est accueillie, encouragée. On se rend service, à l'intérieur de l'usine comme à l'extérieur.

### Dans les publicités

#### Quelle Chance Grand-mère

On observe ici trois personnages, dans un intérieur bourgeois, chacun renvoyant à une représentation idéalisée de la femme au début du 20<sup>e</sup> siècle, conforme au modèle traditionnel véhiculé à l'époque par les images : une femme âgée, qu'on suppose être la mère du « chef de famille », est occupée aux travaux d'aiguille, qui peuvent être considérés comme l'archétype d'une activité « convenable ». Une petite fille chuchote à son oreille : elle personnifie l'innocence et la pureté, qu'il faut protéger. Au second plan, la jeune employée de maison, vêtue d'un tablier immaculé, veille au bien-être des membres de la famille. **Cette toile exprime implicitement les logiques de domination à l'œuvre dans le cadre familial.**



Quelle chance grand-mère, Sala, 1901, MHN



Tableau Flirt, Simas, 1909, MHN

## Flirt

Un jardin. À gauche, une jeune femme élégante, paupières baissées, prend appui sur un muret. Elle semble prêter attention avec discrétion au regard appuyé que lui lance un homme légèrement penché vers elle. Au-dessus d'elle apparaît le titre, *Flirt*. Il fait référence aux rituels codifiés de la séduction au sein de la bourgeoisie, lorsqu'il s'agit de conclure une alliance dans le cadre de l'institution que représente le mariage. La future épouse se doit alors d'être un modèle de vertu et de moralité. Paradoxalement, *Flirt* renvoie dans le même temps aux zones plus obscures de la sexualité de l'époque, avec l'apogée de la prostitution mondaine. Paris est alors la capitale de la modernité, mais aussi de la galanterie : cafés et restaurants luxueux accueillent plaisirs culinaires et plaisirs de la chair. **Ce modèle irrigue l'ensemble de la société française, qui s'arrange dans la plus grande hypocrisie de cette double représentation de la femme.**

## 4/ De la boutique à l'usine ; de l'artisanat à la mécanisation

Les quatorze ouvriers de la biscuiterie posent ici en groupe dans l'arrière-cour du magasin de la rue Boileau. Cette photographie est prise vers 1885, soit deux ans après le décès de Jean-Romain Lefèvre. À cette date, la biscuiterie a été reprise par son fils Louis, qui se prépare à ouvrir son usine quai Baco, dans l'ancienne filature Bureau.



Louis Lefèvre-Utile engage des travaux pour transformer l'ancienne filature Bureau en une usine à biscuits moderne. Émerveillé par l'outillage de l'industrie britannique, il souhaite équiper son usine des machines à la pointe de la technologie que propose la Maison Vicars, basée à Newton-le-Willow. En juillet, le jeune industriel demande un agrément pour l'installation de trois fours et d'une machine à vapeur. Dès lors, tout est en place pour que l'entreprise prenne une nouvelle dimension.

## Vidéo de l'usine LU





Maquette 1<sup>ère</sup> usine LU  
vers 1885, MHN

À la différence des premiers projets de l'architecte Lafont, Auguste Bluysen a su utiliser l'image de marque de l'entreprise pour en faire un élément essentiel de la monumentalité des bâtiments. En 1905, il orne les nouvelles tours en construction d'un haut-relief sculpté par François Perrault représentant la Renommée, entourée des signes du zodiaque.



Photographie usine LU,  
1909, MHN