

la vie d'Eugène Schueller, fondateur de L'Oréal

Rarement un patron français se sera autant aventuré hors des sentiers battus, à une époque où il n'était pas de bon ton de s'y égarer...

Tracer un portrait de cet homme-protée en fausse, nécessairement, les dimensions. Disparu en 1957, Eugène Schueller, aujourd'hui encore, étonne les hommes qu'il a formés, qui l'ont fidèlement suivi malgré son pragmatisme parfois déconcertant. Ils aiment à rapporter anecdotes et souvenirs, qu'ils entretiennent précieusement. Sa vie durant, il s'est refusé à être un gestionnaire trop facilement satisfait de ses incontestables réussites. Sa vie durant, il est resté à l'avant-garde de la recherche. Aujourd'hui, ses thèses sur l'économie proportionnelle — pour lesquelles il s'est battu jusqu'au bout — semblent, à beaucoup, toujours avancées. Mais ses théories économiques du salaire, de l'impôt, de la monnaie commencent à susciter plus d'adeptes que de détracteurs. Reprises dans tous les pays, discutées par tous les partis, leur originalité, certes, étonne, par contre elles ne suscitent jamais l'indifférence — comme ce fut aussi le cas pour la personnalité de leur auteur.

250 F par mois...

Eugène Schueller — fils d'un pâtissier alsacien installé rue du Cherche-Midi, à Paris — fut le fondateur de ce groupe puissant qu'est devenu L'Oréal : la troisième firme mondiale de produits de beauté. Il nous paraît indispensable de raconter cette lente et irrésistible ascension. Elle est riche d'enseignements.

La famille Schueller était *montée* à Paris après la guerre de 1870. Petits patrons, il fallait pour subsister, au père et à la mère, pratiquer la journée de 16 heures, la semaine de 7 jours, l'année de 365 jours. Eugène naît en 1881. Apprenti chez son père, on espère qu'il prendra sa succession. Mais les économies familiales sont englouties dans le krack de Panama. La famille s'installe ensuite à Neuilly et devient, notamment, fournisseur du Collège de Sainte-Croix où le jeune Schueller continue ses études. Certains de ses condisciples deviendront, par la suite, de grands commis de l'Etat et, notamment, il s'y lie d'amitié avec le futur philosophe Le Senne.

Mais nouvelle fortune, mauvaise fortune : il doit se faire ouvrier pour continuer ses études. Il réussit cependant à entrer à l'Institut de Chimie Appliquée de Paris où, après avoir obtenu le diplôme d'ingénieur chimiste, il devient rapidement assistant-préparateur du professeur Victor Auger. Passionné par la recherche, il ne peut se satisfaire d'un poste que lui offre la Sorbonne : le matériel est trop vétuste, les crédits trop maigres (déjà), les horaires minutieusement réglemés. Il entre, sans traitement, aux

laboratoires de la Pharmacie Centrale de France où, pour s'attacher plus longtemps les services de ce jeune homme chez lequel on décèle de grandes qualités, on lui propose une situation matérielle enviable pour l'époque. Malgré ses 250 F par mois, Eugène Schueller démissionne au bout



« Par vocation, par sport, par plaisir... » ▶

du porte à porte

de trois ans, pour tenter sa chance dans une affaire personnelle.

Il profite de sa dernière expérience dans les teintures capillaires — alors sans prestige — pour fonder, en 1908, ce qui deviendra L'Oréal. Au capital de 800 francs, le siège social de l'entreprise se confond avec l'appartement de son propriétaire : un deux pièces à 400 F de loyer annuel. La salle à manger fait office de salon de démonstration et la chambre à coucher de laboratoire. A l'époque, il fabri- quait la nuit les produits qu'il vendait, avec conviction mais timidité, le matin en faisant du porte à porte...

Par chance, en 1909, il rencontre un comptable d'Épernay : André Spéry. Séduit par le dynamisme d'Eugène Schueller, celui-ci met à sa disposition un héritage de 25 000 F. Le tandem Schueller-Spéry devait durer jusqu'à la mort de ce dernier, survenue en 1936. L'Oréal ayant pris de l'ex- tension, E. Schueller quitte la rue d'Alger pour la rue du Louvre. Mais le quatre pièces constitue, à nouveau, son bureau, son laboratoire, son magasin : les Schueller se contentant d'une chambre mansardée. Il prend pour représentant Georges Guillemeau, ancien coiffeur de la cour impériale de Russie. Ce bonimenteur de grande classe choisit sa clientèle et l'affaire tourne rond malgré des à-coups. Eugène Schueller fonde à l'époque son journal — *La Coiffure de Paris* — qui devient vite un excel- lent support publicitaire.

A la déclaration de la guerre de 1914, classé service auxi- liaire, il s'engage dans l'active. Il terminera en 1919 lieu- tenant, chevalier de la Légion d'Honneur et Croix de Guerre. Pendant ces cinq années, sa femme avait consoli- dé et développé l'affaire. L'Oréal, c'est désormais trois chimistes au laboratoire, dix représentants, plus de trois millions et demi de chiffre d'affaires... mais toujours un quatre pièces. Eugène Schueller ne pouvait se contenter d'une gestion de « père de famille ». Aussi, de 1920 à 1930, sera-t-il de toutes les innovations tant techniques que publicitaires ou commerciales.

La Nobel chez les Sovièts

Il reprend ainsi en mains une petite usine de fabrication de Celluloid et la mène au succès. Au point qu'il devient indispensable d'envisager une fusion avec la plus impor- tante entreprise de ce secteur — la Société Générale des Matières Plastiques — contrôlée par la Centrale de Dyna- mite (filiale du groupe Nobel). Une dizaine de succursales sont créées, d'un bout à l'autre de l'Europe, et la produc- tion avoisine vite les 3 millions de kilos par an.

Un peu plus tard, Eugène Schueller aborde les vernis cel- lulosiques. Il développera avec succès la compagnie amé- ricaine Valentine, dont tous les contemporains fredonnent la chansonnette publicitaire : « Elle se vend en tout petits bidons, Valentine, Valentine... » En même temps, il monte, de toutes pièces, en Russie, le trust des produits photo- graphiques et plastiques : Prophola. Des difficultés im- menses surgissent. Eugène Schueller se dépense sans compter. Ses capacités de travail étonneront d'ailleurs jusqu'à sa mort. En 1932, après nombre d'avatars, l'entre- prise avait enfin trouvé son régime de croisière : les Russes la rachètent alors au moment de l'extension de la socialisation qui accompagne le lancement du premier Plan Quinquennal.

Mais, déjà, Eugène Schueller a quitté la Nobel Française, son plan de conversion, après la politique déflationniste de Poincaré, n'ayant pas été suivi. Ses actions de la Nobel sont échangées contre l'ensemble des actions Valentine que possédait la société. Il la réorganise entièrement. Les constructeurs automobiles s'empres- sent de passer, avec



**POUR DES APPARTEMENTS
DE GRANDE CLASSE**

**3 à 7 pièces vendus clés en main
à prix fermes
avec un apport initial de 30%.**

**LE PLUS LARGE CRÉDIT
AU TAUX LE PLUS BAS**

20 ans 5% intérêt
INDEXÉ

*L'OCEFI a réalisé ces deux belles
Résidences à dix minutes de Paris
par l'autoroute de l'Ouest*

jardins - pièces d'eau - tennis - piscine chauffée
garages en sous-sol desservis par les ascenseurs

**LE PARC DE
ROCQUENCOURT**

*Angle Nationales
184 et 307
(une futaine centenaire
de 21 hectares
12 petits immeubles
de 3 étages
disseminés dans les bois)*

**RÉSIDENCE
DAUPHINE**

*Rue de la Croix Rouge
à Louveciennes
(un parc
de 4 hectares
dans un site classé
7 luxueux immeubles
de 3 étages)*

*Visite des appartements-modèles
sur place tous les jours sauf
le mercredi, de 10 h 30 à 12 h 30 et de 14 h à 18 h
(même le dimanche)
Renseignements et vente :*



254, Bd Saint-Germain - 75 - PARIS 7^e - Tél. 222-15-96

déjà le marché des jeunes

la nouvelle usine de Gennevilliers, des contrats massifs de vernis pour les carrosseries qui se veulent plus séduisantes. C'est l'époque de l'Homme à l'Hispano... Lui, cependant, cherche à assoier sa production en diversifiant sa clientèle.

Il offre ainsi au public la « peinture quatre heures ». Gros effort publicitaire. La firme se développe brillamment. Trop rapidement. Il faut envisager des augmentations de capital. Le groupe français qui reprend la part américaine de l'affaire fait confiance à Eugène Schueller et lui laisse ses responsabilités de direction — malgré ses charges écrasantes à L'Oréal et dans une nouvelle entreprise dont il vient de prendre le contrôle : Monsavon.

La mode des cheveux courts, lancée par Coco Chanel, allait être à l'origine de l'essor des produits de coloration pour cheveux. Jusqu'à cette époque, en effet, pour la coloration (très artificielle) des cheveux, on avait recours à plusieurs méthodes (sulfure, acétate, henné, etc.) pratiquement inoffensive, mais dont l'application était longue et laissait parfois à désirer. Eugène Schueller, sous la pression de la mode, se décide donc à lancer sur le marché



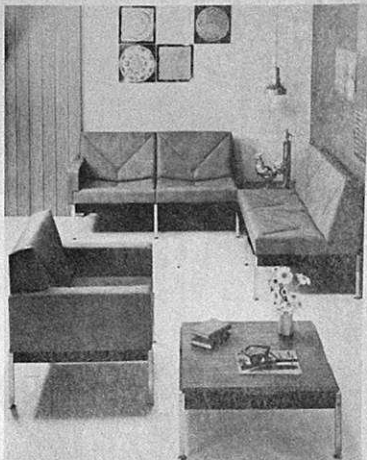
« Pas d'impôts déclaratifs ! »

une teinture organique — qu'il appelle Imédia — et dont les qualités (nuances naturelles, application rapide, etc.) sont indéniablement révolutionnaires. En outre, cette teinture permettait la « permanente » au moment où, précisément, la mode des cheveux courts nécessitait un support de mise en plis. Mais il veut un produit qui offre une totale sécurité d'utilisation. En présentant le sien, il insiste donc sur les allergies possibles, prend soin de conseiller une « touche d'essai », de prévoir néanmoins un remède de protection. Les femmes ne lui accordent pas seulement un succès d'estime, elles l'imposent.

L'Oréal, dans ces conditions, essaime bientôt dans nombre de pays. Il faut, sans relâche, défendre la nouvelle teinture, démontrer que « la coquetterie ne tue pas », sinon dans certains journaux subventionnés... Il se fait lui-même journaliste pour les besoins de la cause, et lance un mensuel : *Votre Beauté*. Il en est non seulement le rédacteur en chef, mais le maquettiste et le secrétaire de rédaction. La revue tirait, en 1939, à 55 000 exemplaires par mois et près de 20 000 étaient diffusés auprès des coiffeurs (la moitié des commerces de coiffure le recevait).

La parfumerie pour toutes

Monsavon, au contraire, pendant près de dix ans, vivra presque au crochet de L'Oréal. Eugène Schueller ne ménage pourtant pas sa peine pour la faire connaître et pour donner aux consommateurs de nouvelles habitudes d'hygiène. Il saura cependant tenir en réserve un procédé de fabrication électro-chimique révolutionnaire qu'il exploitera après la guerre, lorsque ses campagnes en faveur de la propreté auront enfin porté leurs fruits. En attendant, il fait de L'Oréal la locomotive du groupe.



Une nouveauté de grande classe

LES GÉMEAUX :
chauffeuse,
fauteuil,
canapé
par assemblages
d'éléments standards,
table assortie



steiner



BON

à adresser à Steiner
63, 67 Bd Raspail, Paris, tél. 548.94.61
pour recevoir gratuitement
une documentation collective
ainsi que la liste des concessionnaires
Paris/Province

nom

adresse

dans toutes les mémoires

Dès avant la guerre, il sait devancer la démocratisation des loisirs, l'appel des vacances ensoleillées, le camping, s'adapter à un rythme de vie plus précipité. Il propose ainsi l'O'Cap, l'Ambré Solaire, le Coloret, la permanente à froid, puis le berlingot Dop, le Monsavon au lait, etc. L'intuition première d'Eugène Schueller industriel aura été d'avoir une confiance inébranlable dans l'efficacité de la publicité. Mais, au Poste Parisien, il doit batailler pour prouver le rendement de la chanson publicitaire. Elle fera le succès de Valentine et la fortune des concessionnaires des postes privés. Plus tard, à Radio-Cité, il créera, avec Marcel Bleustein-Blanchet et Saint-Granier, le crochet radio-phonique. Les affiches de Monsavon signées des plus grands dessinateurs — Paul Colin, Loupôt, Carlus, Savignac — couvrent bientôt les murs des stations de métro, les flancs des autobus parisiens. Ses émissions patronnées, qu'il prépare avec Louis Merlin, sont les plus écoutées à Radio-Luxembourg : ce sont — entre autres — *Quitte ou double*, *Sur le banc*, *Le Radio-Crochet*. Enfin, les slogans de ses teintures, de ses savonnets, de ses produits

LES POSTES OCCUPÉS PAR EUGÈNE SCHUELLER

Fondateur de L'Oréal en 1906 — qui fut successivement une société en nom collectif en 1909, une société à responsabilité limitée en 1936 et une société anonyme en 1939 — Eugène Schueller occupa, au cours de sa carrière, les postes suivants :

- Directeur général technique de la Société Industrielle du Celluloid (S.I.C.), de 1919 à 1924, date à laquelle il conserva ses fonctions de direction dans la Nouvelle Société Industrielle des Matières Plastiques, qui venait d'absorber la S.I.C.

- Directeur général et administrateur délégué de la Compagnie des Vernis Valentine-France à partir de 1925 et jusqu'en 1939.

- Président-directeur général de Monsavon de 1931 jusqu'à la fusion Monsavon-L'Oréal en 1951.

- Président-directeur général de Monsavon-L'Oréal jusqu'en 1957, date de sa mort.

de brunissage sont gravés dans toutes les mémoires : *la Dop-Dop-Dop* chanté par Zappy Max, *Mon savon, c'est Monsavon*, *le Bio-Dop est passé par là...* En fait, il excelle à associer l'usage de ses produits à l'image de la jeunesse, du sourire, de la santé, d'une promotion personnelle plus facile.

Et pourtant, jusqu'au bout, Eugène Schueller ne sera ni un homme comblé... ni un homme de tout repos. Peu de temps avant sa mort, il confiait à Merry Bromberger : « Je ne serai jamais riche... La conduite des affaires est une passion dont les satisfactions sont étrangères au gain. Les millions de bénéfices sont un sous-produit dont il reste très peu les impôts payés, et dont le principal intérêt est de pouvoir être investis, souvent même avant d'être gagnés, dans le développement continu de l'entreprise. » Il disait aussi : « Le nouveau patron que je suis, le patron de demain, travaille par vocation, par sport, par plaisir, comme le font un peintre, un musicien, un poète. » Il dut aussi se contraindre pour s'arracher à sa vocation de chimiste et de chef d'entreprise afin de se faire conférencier et d'aller, en dépit des attaques de tous bords et d'une mauvaise foi qui ne l'accablaient pas, prêcher la bonne parole de l'économie proportionnelle.

Car Eugène Schueller, ce ne fut pas seulement le créateur de L'Oréal : il se fit encore l'ardent propagandiste du salaire proportionnel et, bientôt, celui de l'impôt sur l'énergie.

Le tiercé todépa



vous assure tout dépannage en personnel

Administratif :

Dactylos, Sténos, Perfos,

Technique :

Dessinateurs, Agents techniques,

Professionnel :

Ajusteurs, Tôliers, Tourneurs,
etc...

Electricité - Electronique - Mécanique - Tuyauterie
Aviation - Tôlerie - Bâtiment, etc.

Ateliers, Chantiers, Bureaux d'études, Laboratoires.

COMbat **6300**
18-20, rue du Château-Landon, Paris-10^e

contre la « spirale infernale »

Simultanément, il écrit : *Le deuxième salaire* en 1939. *La Révolution de l'Économie* (1942), *Faire Vivre* en 1946. Un plan de réforme fiscale l'année suivante. Peu parmi ses contemporains croient aussi passionnément que lui, dès 1935, que la demande est plus importante que l'offre, qu'il ne faut pas seulement produire, mais écouler ce que l'on fabrique. Pour éviter l'effondrement — et surtout l'engorgement — de la production, il est convaincu qu'il faut accroître proportionnellement le pouvoir d'achat. Dès 1935, pour sortir du « grand désordre », il propose donc d'intéresser les travailleurs au développement de l'entreprise.

Une économie aux coudées franches

Deux ans plus tard, il met sa formule en application dans ses propres entreprises. Le chiffre d'affaires progresse aussitôt de 15 %. Les salaires également. Le patronat de l'époque est réservé. Les syndicats ouvriers n'entendent pas collaborer et enterrer le syndicalisme de tradition revendicatrice. De plus, le Franc va subir, en quelques années, quatre dévaluations successives. L'expérience est donc en grande partie faussée et l'indexation des salaires contribue à alimenter l'inflation. Eugène Schueller n'y renonce pas. Remonter aux causes profondes du mal, c'est, à ses yeux, la seule façon de conjurer le développement de la « spirale infernale » des prix et des salaires. Une fiscalité dévorante et tracassière lui paraît freiner le dynamisme d'une économie irréversiblement entrée dans l'ère de l'automatisation.

Infatigablement, il parcourra le pays pour convaincre de l'urgence d'une dépolitisation générale du système fiscal, de l'importance d'une réforme qui assure effectivement le principe de l'égalité devant la loi fiscale, rende impossible la fraude, annule la complexité et les bizarreries du système déclaratif. La taxation des produits énergétiques, pour lui, « diminuerait la charge fiscale de 50 %, les prix de 25 % en moyenne. Elle augmenterait la production et le niveau de vie de 30 %.

Il lui faudra, sans relâche, protester contre la caricature que feront de sa réforme, cohérente et toujours approfondie, les privilégiés du système actuel. Aujourd'hui, la naïveté rénovatrice de ses idées gagne du terrain. C'est ainsi qu'un groupe d'études fiscales avait été créé en 1959, lorsqu'Antoine Pinay était ministre des Finances, pour modifier un « système fiscal à la limite de l'usure ». Et Valéry Giscard d'Estaing, alors sous-secrétaire d'État du Budget, avait chargé un jeune inspecteur des Finances d'étudier les incidences structurelles de l'impôt sur l'énergie. Enfin, plus de deux cents députés, appartenant à tous les groupes parlementaires, ont, en 1962, soutenu la proposition de loi portant réforme de la fiscalité par la taxation des produits énergétiques. Une commission parlementaire spéciale procéda à une étude complète : la conclusion fut que l'impôt non déclaratif, automatique et proportionnel, était une idée qu'on ne pouvait absolument pas repousser a priori.

Eugène Schueller était convaincu qu'il travaillait à l'avènement de l'économie de demain, réorganisée, purifiée par une fiscalité simple, sûre, dynamique et sociale. Ses détracteurs — le plus souvent mal informés — lui reprochèrent sans relâche d'être un nostalgique du passé. Il aura pourtant grandement contribué à faire comprendre que l'harmonisation des fiscalités européennes ne pouvait être envisagée que sur des bases simples et non par un système de plus en plus compliqué et incompréhensible pour le plus grand nombre.



DANS TOUS VOS SERVICES

■ Comptabilité ■ Facturation ■ Paie ■ Stocks ■ Commandes ■ Lancement de fabrication ■ etc...

...en supprimant partout les RÉPÉTITIONS D'ÉCRITURES qui sont des travaux inutiles, des pertes de temps et des sources d'erreurs.

QUELS QUE SOIENT VOS BESOINS, la gamme CSM comprend l'équipement qui vous convient

- Comptabilité par décalque manuscrite ou sur machine à écrire à alignement automatique
- Machines comptables super-automatiques (de 2 à 55 compteurs) pouvant être connectées à des calculateurs électroniques ou à des perforateurs de bande ou de cartes
- Facturières électroniques connectées ou non à des perforateurs de bande ou de cartes
- Machines à répéter les constantes assurant la reproduction à l'infini de tous les éléments fixes, en toute sécurité.

Sans engagement pour vous, convoquez un spécialiste CSM. En étroite collaboration avec vous et vos services comptables, il établira une étude de votre problème, véritable diagnostic reposant sur une expérience forte de 40 000 interventions réussies.



**Comptabilité
Simplifiée
Moderne**

31, rue Lafayette. PARIS 9^e. 161. TRU. 98-71

Directions régionales : BORDEAUX • DIJON • LILLE • LYON • MARSEILLE • NANTES • PAU • REIMS • ROUEN • STRASBOURG • TOULOUSE • TOURS • Agences : CASABLANCA • LAUSANNE • ZÜRICH • ST-GALL • BALE • BERNE • OLTEN • LUGANO