

En 1907, Eugène Schueller invente la teinture capillaire de synthèse. De rachats en créations, il porte son entreprise au sommet. Seule ombre au tableau : son engagement sous l'Occupation.

# L'Oréal

## Une belle ténébreuse

Jacques Marseille\*

**P**aradoxalement, l'entreprise française la plus performante de ces cent dernières années est sans doute celle dont l'histoire est la moins connue. La famille qui possède l'entreprise depuis ses origines a bâti sa fortune dans l'industrie du paraître mais ses membres n'aiment rien tant que demeurer dans l'ombre. Est-ce parce qu'elle estime que ses « secrets de famille » pourraient assombrir ses couleurs ? Est-ce parce que le parcours de celui qui, il y a tout juste un siècle, découvre la teinture L'Auréal, est trop chargé pour en faire un modèle ? Toujours est-il que l'entreprise qui séduit tant de jeunes commerciaux n'aime guère parler de son histoire.

C'est le 20 mars 1881 que naît, à Paris au 124, rue du Cherche-Midi, dans l'ar-

\* Professeur à Paris-I Sorbonne.

rière-boutique de la boulangerie-pâtisserie familiale, Eugène Schueller, le père de Liliane Bettencourt, l'héritière longtemps la plus fortunée de France. Avant d'aller en classe, le petit Eugène émonde les amandes, beurre les tourtières et porte la manne sur la tête. Comme il l'écrira en 1941 dans *La Révolution de l'économie*, un livre dans lequel il expose sa vision de ce que doit être un patron : « J'ai été apprenti en même temps qu'écolier et ouvrier en même temps qu'étudiant. »

Ambitieux pour le seul de leurs cinq fils ayant survécu, les Schueller inscrivent Eugène au collège Sainte Croix de Neuilly. Toujours classé parmi les trois premiers, il entre en seconde au lycée Condorcet. Après son baccalauréat, Eugène souhaite s'orienter vers Polytechnique ou Centrale mais ses parents,

qui ont connu un revers de fortune, ne peuvent supporter un tel effort financier. Ils décident de retourner dans leur patrie d'origine, l'Alsace. Eugène doit alors travailler. Il joue les colporteurs et vend des étoffes sur les marchés. Ce qui lui permet, au tournant du siècle, de reprendre ses études. Il parvient à intégrer l'Institut de chimie dont il sort, en 1904, major de sa promotion.

Tenté par l'industrie, il répond à l'appel d'un coiffeur-barbier qui cherche un chimiste qui pourrait l'aider dans une étude sur les cheveux. C'est dans sa cuisine, transformée en laboratoire, qu'il découvre en 1907 des teintures capillaires de synthèse qu'il baptise L'Au-

Couverture de « Votre beauté » en 1942. L'Oréal innove en matière de publicité avec le lancement de ce magazine une dizaine d'années plus tôt.

# VOTRE BEAUTÉ



PARUTIONS HENRIETTE  
17 ANNEE - 105 - 106  
11 RUE SAINT-LOUIS - PARIS

105  
Septembre  
1948

Le shampoing Dop, Monsavon, l'huile Ambre solaire... A partir des années 30, les produits lancés par le fondateur de L'Oréal deviennent des biens de grande consommation.



réale, nom inspiré d'une coiffure en vogue de l'époque. Deux ans plus tard, le 30 juillet 1909, il crée la Société française des teintures inoffensives pour cheveux. Elle prendra le nom de sa marque revue et corrigée, L'Oréal. Son siège social est situé au fond d'une cour, rue d'Alger à Paris. En fait l'appartement de deux pièces d'Eugène Schueller fait office de bureau-laboratoire-salon de démonstration. La nuit, le chimiste formule ses produits, le jour, il fait la tournée des coiffeurs.

Après la Première Guerre mondiale qu'il fait avec bravoure – il est cinq fois cité à Verdun, sur l'Aisne et au Chemin des Dames –, il amorce un formidable parcours d'entrepreneur. En 1928, il rachète Monsavon et au moment où les garçonnas se précipitent dans les salons de coiffure – 40 000 vont ouvrir en quelques années –, il crée Imedia, une teinture qui fait fureur aussi bien en France qu'aux Etats-Unis et au Brésil. Une usine, rue Clavel près des Buttes-Chaumont, et un siège social rue Royale, à quelques pas de l'église de la Madeleine, symbolisent déjà la réussite d'un homme riche qui roule en Rolls-Royce, réside boulevard Suchet, dans les beaux quartiers du XVI<sup>e</sup> arrondissement et fait construire à l'Arcouest, en Bretagne, une propriété un tantinet tape-à-l'œil.



En 1934, il lance Dop, le premier shampoing de grande consommation. « Dites aux gens qu'ils sont dégoûtants, qu'ils ne sentent pas bon et qu'ils ne sont pas beaux », conseille le patron à ses commerciaux. L'année suivante, Eugène Schueller, qui ne cesse d'attraper des coups de soleil lorsqu'il navigue sur les mers... bretonnes, met au point une huile filtrante, Ambre solaire. Elle est commercialisée en 1936, l'année des congés payés. A cette date, l'entreprise compte déjà plus de 1 000 salariés.

Entrepreneur schumpeterien toujours en quête de nouveaux défis, Eugène Schueller a aussi pris la direction en 1919 de la Société industrielle de celluloid qu'il a redressée grâce à une invention qui a permis de décupler la production. En 1925, elle fusionne avec la Société générale des matières plastiques qui fonde des succursales dans toute l'Europe et devient la plus grosse entreprise de la branche à l'époque. A



André Betten-court, en haut à gauche avec son ami François Mitterrand en 1954. En bas, avec son épouse Liliane, lors de son élection à l'Académie des beaux-arts.

Lyon, il fonde avec Auguste Lumière – le frère de l'inventeur du cinéma – Plavic Film, une société de fabrication de films cinématographiques et photographiques. A Genevilliers, il reprend l'usine Valentine, spécialisée dans la fabrication de vernis cellulostiques qu'adoptent Citroën, Renault et Panhard (et que popularisera Maurice Chevalier – Valentine !). Entre 1926 et 1928, il tente même d'installer un véritable trust en URSS mais l'affaire est rachetée par les Soviétiques en 1932!

Surtout, le fondateur de L'Oréal a été l'un des pionniers de la publicité moderne, une publicité, écrivait-il, « qui s'impose à la civilisation pour se défendre contre la paresse des consommateurs. » Chansons – Ploum Ploum tra la la, radio – l'émission « Quitte ou double » –, cinéma, presse, affichage, brochures professionnelles comme « L'Oréal bulletin », envoyé à 11 700 coiffeurs et éditée en sept langues,



Eugène Schueller a compris avant les autres l'économie de l'immatériel. L'affichiste Raymond Savignac y atteindra la notoriété et François Mitterrand, en personne, assurera à la Libération la rédaction en chef de *Votre beauté*, un magazine maison lancé au début de la crise des années 30.

Enfin, Eugène Schueller sait préparer sa succession. En 1948, il appelle auprès de lui François Dalle, embauché en 1942 comme assistant de la secrétaire du directeur des ventes chez Mon-savon. En 1957, au décès du patron, il prend seul la barre jusqu'en 1985. En un siècle, L'Oréal n'aura connu que cinq dirigeants, Eugène Schueller, François Dalle, Charles Zviak, Lindsay Owen-Jones et Jean-Paul Agon, depuis 2006. Une longévité qui est sans aucun doute la clé de son succès.

Pourquoi, alors, une telle discrétion ? Sans doute parce que le fondateur charismatique a aussi voulu repenser le monde à sa manière. Cet entrepreneur a en effet singulièrement manqué de lucidité politique. De la Cagoule au Rassemblement national populaire, en passant par le Mouvement social révolutionnaire, il a fréquenté et financé les pires mouvements d'extrême droite. Pour diffuser ses idées pendant l'Occupation, il n'a pas trouvé mieux que de s'exprimer dans des journaux financés

par la *Propaganda Staffel* pour être l'instrument de la pénétration du parti nazi auprès de la classe ouvrière française. Dans *La Révolution de l'économie*, il écrit vouloir « arracher au cœur des hommes les concepts enfantins de liberté, d'égalité et même de fraternité ». Ajoutant même : « Je sais bien que nous n'avons pas la chance des nazis, arrivant au pouvoir en 1933... Nous n'avons pas la foi du national-socialisme. Nous n'avons pas le dynamisme d'un Hitler poussant le

monde. » Son gendre, André Betten-court, ami de François Mitterrand, multiplie pendant la même période dans *La Terre française*, un hebdomadaire pétainiste, des articles au ton féroce contre les juifs. « Pour eux, écrit-il, l'affaire est terminée. Ils n'ont pas la foi. Ils ne portent pas en eux la possibilité d'un redressement. Pour l'éternité, leur race est souillée par le sang du Juste. Ils seront maudits de tous... »

Certes, ce « Monsieur Batignole » des produits capillaires est aussi un être complexe qui a su cacher des juifs dans sa propriété de l'Arcouest et soustraire ses employés au STO. Reste que Vichy marquera d'une tache indélébile une entreprise qui n'a pas encore su exorciser ses secrets de famille. Aujourd'hui encore, on l'accuse d'avoir spo-

**Les teintures Imedia, mises au point en 1928, rencontrent un franc succès auprès des clientes chic des salons de coiffure parisiens.**

lié la maison des Rosenfelder, une famille juive allemande victime de la Shoah qui se bat pour voir reconnue cette spoliation. [La Cour de cassation, en 2004, a jugé que l'objet de la plainte était prescrit et, en 2006, la Cour de justice européenne de droits de l'homme a estimé qu'il n'y avait pas lieu d'instruire et de juger.] Mais dans ce siècle où s'élève l'exigence de la transparence, L'Oréal aurait tout intérêt à s'ouvrir aux historiens, comme l'a fait la Deutsche Bank. Sans repentance mais avec lucidité. Parce que l'entreprise « le vaut bien »...

A lire : *La Saga des Bettencourt*, Bruno Abescat (Plon). *L'Aventure L'Oréal*, François Dalle (Odile Jacob).

## LOÏC ARMAND\*

### « IL APPARTIENT AUX HISTORIENS DE JUGER LES ANNÉES SOMBRES »



« L'Oréal se prépare à célébrer avec ses collaborateurs du monde entier son centenaire. Les statuts de la Société française des teintures inoffensives pour cheveux – société qui est à l'origine du groupe – ont été déposés le 30 juillet 1909. C'est donc en juillet 2009 que L'Oréal a prévu de fêter simultanément dans toutes ses filiales cette étape importante, en réunissant ses 61 000 employés. Fidèle aux engagements de développement durable du groupe, cette célébration s'organisera autour de multiples actions de mécénat et de solidarité adaptées aux besoins des communautés au sein desquelles vivent et se développent ses affaires partout dans le monde. L'Oréal est un rare exemple de PME familiale,

fondée par un chercheur, qui a réussi à se hisser au premier rang mondial dans son domaine en restant fidèle à sa mission et à son métier d'origine. A notre sens, tout a été dit depuis vingt ans à propos des controverses autour des années sombres et le jugement appartient à l'histoire et aux historiens. Aujourd'hui, L'Oréal est une société reconnue pour l'excellence de sa recherche scientifique et de ses produits qui répondent à la diversité des besoins des consommateurs du monde entier mais aussi pour ses valeurs, son éthique et son comportement. Toute l'équipe de L'Oréal est mobilisée pour répondre au défi des cent prochaines années, celui de faire de L'Oréal une des entreprises les plus respectées et les plus admirées du XXI<sup>e</sup> siècle. »

\* Directeur des relations extérieures de L'Oréal.