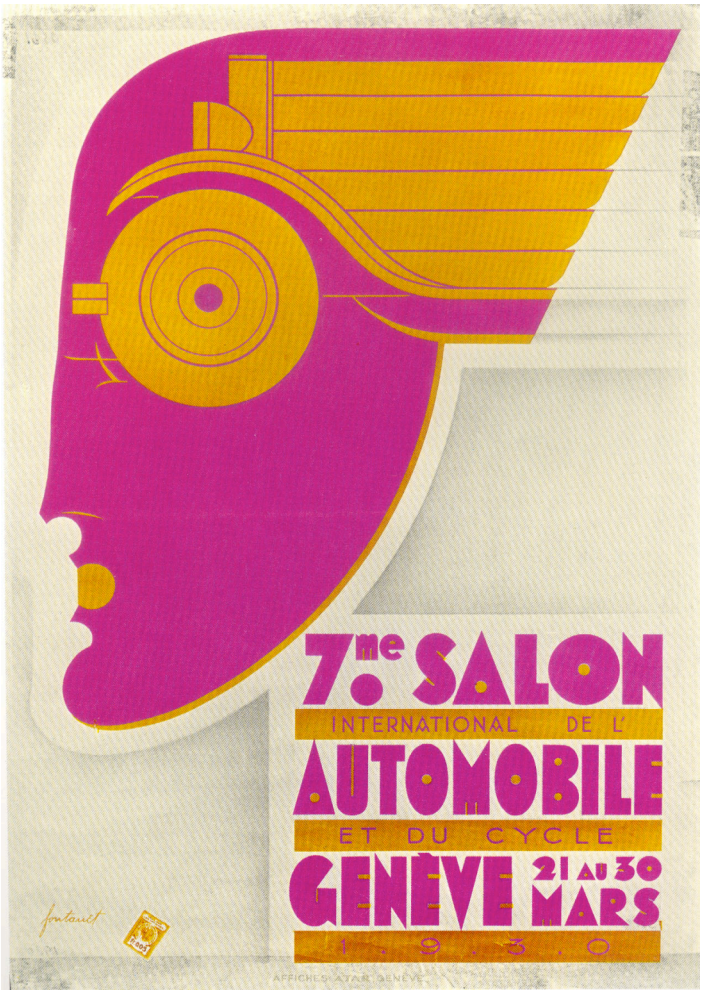
HISTOIRE CONTEMPORAINE SUISSE
Année académique 2007-2008
COURS-SEMINAIRE (Master + 2ème partie)
MARDI 8H30 - 10H00 (Annuel)

Cédric HUMAIR
Marc GIGASE (Assistant)
Christophe SIMEON (Assistant)
Anthropole - 5099 / 021.692 29 25

Société et culture automobile: épanouissement du transport routier motorisé en Suisse 1875-1939



Aujourd'hui, l'automobile est probablement l'un des objets technologiques qui participe le plus à structurer la vie sociale et les représentations du monde industrialisé.

Ce formidable outil de mobilité est au centre de la vie quotidienne de chacun, avec ses avantages (indépendance et rapidité des déplacements, effets sur la croissance économique) et ses inconvénients (effets sur la santé et l'écologie, saturation de l'espace urbain, accidents, lutte pour le pétrole).

Dans le dernier quart du 19ème siècle, lorsque de bizarres engins à vapeur, électrique et à essence commencèrent à sillonner les routes suisses, bien peu de visionnaires imaginaient à quel point la société s'en trouverait bouleversée.

Comment l'automobile a-t-elle triomphé du transport hippomobile et supplanté le chemin de fer ? Pourquoi le moteur à explosion a-t-il été préféré à la vapeur et à l'électricité ? Ces choix ont-ils engendré des conflits sociaux et politiques ? L'Etat est-il intervenu dans ces débats? Comment les contemporains ont-ils accueilli et représenté la motorisation du transport routier ? Voici quelques questions auxquelles tentera de répondre ce séminaire de recherche.

Affiche du 7ème Salon de l'Automobile et du Cycle, Genève, 1930

MODALITES DU COURS-SEMINAIRE

Ce cours-séminaire annuel comprend au premier trimestre une phase introductive permettant aux étudiant-e-s d'acquérir des connaissances sur le développement de l'automobile et de se familiariser avec une approche sociale et culturelle en histoire. Cette phase alterne des cours et des lectures communes d'articles. Parallèlement, les étudiant-e-s mènent une recherche en vue de constituer un dossier de sources. Au cours du second trimestre, des workshops ont lieu afin de discuter des problématiques et de l'état des recherches. Dans le dernier trimestre, les étudiant-e-s présentent un dossier de sources accompagné d'une problématique et d'une bibliographie.

PRE-INSCRIPTIONS

Les étudiant-e-s qui désirent se pré-inscrire à ce cours-séminaire sont priés d'envoyer un mail à Marc Gigase (Marc.Gigase@unil.ch) en communiquant 5 sujets de séminaire dans l'ordre de préférence. Les inscriptions définitives seront confirmées à la rentrée.

SOCIETE ET CULTURE AUTOMOBILE :
EPANOUISSEMENT DU TRANSPORT ROUTIER MOTORISE EN SUISSE (1875-1939)

ECONOMIE/FINANCE

1) Construction automobile en Suisse : succès du camion versus échec de la voiture de tourisme (1914-1925)

Vers 1910, l'industrie suisse produit plus d'automobiles par habitant que l'Allemagne, l'Italie ou encore la Grande-Bretagne. Cette activité économique est toutefois décimée durant le premier conflit mondial et les années qui lui font suite. Pourquoi la production suisse de voitures n'a-t-elle pas réussi à relever le défi de la concurrence internationale ? Quels sont les facteurs économiques et financiers, mais aussi sociaux et culturels qui ont provoqué l'abandon de cette branche d'industrie, pourtant en plein essor dans le reste de l'Europe ? Contrairement à la production de voitures, celle de camions s'est poursuivie avec un certain succès. Comment peut-on expliquer ce destin différencié ?

2) Véhicules automobiles et évolution du système de transport helvétique (1914-1939)

La diffusion toujours plus large de véhicules automobiles — voiture de tourisme, camion, car postal — a modifié en profondeur le système de transport en place au 19e siècle, dans le domaine des marchandises comme dans celui des personnes. Dans quelle mesure la route a-t-elle concurrencé le rail ou est-ce plutôt un rapport de complémentarité qui s'est installé ? Les CFF ont-ils mené une politique d'obstruction au développement du transport routier? Sur la route également, l'automobile a dû faire face au concurrent en place, la diligence. Quelle a été la capacité de résistance de ce mode de transport?

3) Système touristique suisse et automobile (1900-1939)

L'industrie touristique helvétique s'est construite au 19e siècle en s'appuyant sur le chemin de fer, moyen de transport bon marché et confortable permettant de faire venir toujours plus d'étrangers en Suisse. Avec l'avènement de l'automobile, de nouvelles formes de tourisme se développent et gagnent rapidement en importance. Comment les milieux touristiques suisses se sont-ils adaptés à la nouvelle venue. Ont-ils cherché à promouvoir ce nouveau moyen de transport ? Des infrastructures ont-elles été mises à la disposition des automobilistes étrangers en villégiature ?

SOCIAL

4) Les débuts du sport automobile en Suisse et sa médiatisation (1898-1939)

Symbole de puissance et de vitesse, l'automobile n'est pas uniquement un objet utilitaire pouvant servir à une activité professionnelle ou à des loisirs. Très rapidement, des courses de formes multiples — ville à ville, course de côte, kilomètre lancé, etc. — voient le jour, donnant naissance à un nouveau sport. Quels étaient les arguments des défenseurs et des opposants à cette activité sociale relevant d'une certaine dangerosité ? Pourquoi ce sport a-t-il exercé une telle fascination sur le public de l'époque ? Quel rôle les médias et les constructeurs ont-il joué dans ce succès ?

5) Les automobiles dans la ville : adaptation des centres urbains helvétiques à la nouvelle technologie de transport (1920-1939)

A partir des années 1920, l'automobile se diffuse toujours plus dans les villes suisses, ce qui ne va pas sans poser certains problèmes. La cohabitation avec les habitants et les autres usagers de la route — fiacres, cyclistes, tramways — devient problématique. Des accidents et des nuisances de tous ordres accompagnent en effet le succés de l'automobile. Comment les villes suisses se sont-elles adaptées à cette nouvelle situation ? En quoi l'automobile a-t-elle influencé l'esthétique des villes et l'organisation des espaces urbains ?

6) Nuisances et résistances sociales à l'automobile en Suisse (1900-1925)

Dès son apparition, l'automobile soulève une vague de protestations dans différents milieux sociaux, en particulier salariés et paysans. Face à une infime minorité d'automobilistes fortunés, l'écrasante majorité de la population doit en effet supporter les nuisances de ces véhicules, et en particulier la poussière qu'ils soulèvent sur des routes pas encore asphaltées. Quelles formes a pris la résistance sociale ? A-t-elle réussi à freiner la diffusion de l'automobile en Suisse ? Pourquoi une minorité a-t-elle réussi à imposer cet objet au reste de la population ?

POLITIQUE

7) L'organisation du lobby suisse de l'automobile et son action dans la question des routes (1898-1939)

Dès les années 1890, de nombreuses associations de défense de l'automobile voient le jour en Suisse. Emmenées par le Touring Club et l'Automobile Club, elles agissent tous azimuts pour améliorer l'image du nouveau véhicule et favoriser son implantation sociale. Les principaux freins à la diffusion de l'automobile étant les accidents et la poussière, l'amélioration des routes est au centre de leurs préoccupations. Comment ces associations se sont-elles organisées pour mener une action efficace ? Comment ont-elles réussi à convaincre les collectivités publiques d'investir des sommes très importantes dans le réseau routier ? Quelles solutions ont été adoptées pour financer cet effort ?

8) Les dangers de l'automobile et leur gestion politique en Suisse : réglementations de la circulation et système d'assurances (1900-1932)

L'apparition de l'automobile sur les routes suisses coïncide avec la phase de diffusion de la bicyclette et du tramway électrique. La cohabitation des différents usagers de la route, piétons et véhicules, pose donc problème, en particulier dans les grandes villes, et de nombreux accidents sont à déplorer. Les collectivités publiques sont alors obligées d'intervenir pour optimiser la sécurité sur la chaussée. Comment ont-elles chercher à prévenir les accidents ? Quelles solutions ont été adoptées pour faire face aux dégâts sociaux occasionnés par les accidents de la route ? Les solutions adoptées ont-elles avantagé certains usagers de la route au détriment d'autres ?

9) Motocyclette, automobile et camion : débats autour de la motorisation de l'armée en Suisse (1901-1939)

L'apparition de nouveaux véhicules motorisés ne laisse pas les armées européennes indifférentes. Se déplacer plus rapidement et de manière plus autonome qu'avec le cheval ou le chemin de fer peut avoir des implications stratégiques décisives en cas de conflit armé. Dès la Première guerre mondiale, un mouvement massif de motorisation des armées est ainsi amorcé. Comment les autorités militaires suisses ont-elles réagi à cette évolution ? Des crédits ont-ils été alloués pour moderniser les transports de l'armée ? L'armée a-t-elle favorisé les constructeurs suisses, leur offrant des marchés sécurisés qui stimulent leur développement ?

10) Automobile et fiscalité helvétique: conflits autour de l'imposition de l'automobile et de la benzine (1920-1939)

La fiscalité est un moyen commode permettant aux collectivités publiques de favoriser ou de freiner la diffusion de certaines technologies. En imposant des taxes d'immatriculation et surtout des taxes douanières sur l'importation d'automobiles et de carburants, les villes, les cantons et la Confédération ont influé sur les coûts d'exploitation d'un véhicule automobile. Quelle a été la politique des collectivités suisses dans ce domaine ? L'automobile a-t-elle été traité plus ou moins favorablement en comparaison internationale ?

CULTURE

11) Automobile et discours publicitaires : la voiture comme véhicule de valeurs et de symboles (1905-1939)

Vendre une automobile requiert des stratégies publicitaires multiples. Afin de séduire les consommateurs, les constructeurs associent leur produit à des symboles ou des valeurs, telles que la liberté, la vitesse ou la beauté. A partir de 1905, le discours des industriels est relayé par les expositions et salons de l'automobile, véritable vitrine sociale pour la nouvelle technologie. Quelle image de l'automobile est-elle ainsi diffusée dans les médias suisses de l'époque ? Cette image évolue-t-elle au cours du temps ? Avec le succès de l'automobile, celle-ci devient un instrument de diffusion de valeurs, participant à l'élaboration d'une certaine vision du monde.

12) Représentations de l'automobile et rapports de genre (1890-1914)

L'automobile est partout dans les représentations de la Belle Epoque. La littérature, la peinture, mais aussi les romans populaires, les discours techniques ou encore publicitaires en parlent. Les médias relatent les exploits sportifs ou les salons dédiés à l'automobile. Tous ces discours véhiculent une certaine image des femmes, des hommes et des rapports de genre. Quelles sont les relations des hommes et des femmes de l'époque à l'automobile ? Y a-t-il un décalage entre la réalité sociale et les représentations ?

13) L'automobile : un progrès social ? Evolution de la perception de l'automobile dans la société suisse (1890-1939)

L'automobile, comme tout autre nouvelle technologie, apporte son lot d'avantages et d'inconvénients. La question de savoir si elle représente un progrès social dépend donc du point de vue adopté par les différents acteurs de l'époque, lui-même étant intimement lié aux évolutions économiques, sociales et culturelles du moment. Alors que certains souligneront ses aspects positifs, d'autres mettront plutôt en perspective ses côtés négatifs. Comment l'automobile a-t-elle été jugée dans ses effets sociaux ? Y a-t-il une évolution dans ce jugement ? Et si oui, pourquoi ?