

UNIS FRANCE, un label nationaliste

Daniel TOUSSAINT

mars 2017

Le transfert, la reproduction et l'impression sont autorisés pour un usage strictement personnel et privé.

Pour toute autre utilisation, une autorisation préalable doit être demandée à : postmaster@linealis.org

Les photographies sont propriété de l'auteur.

UNIS FRANCE, un label nationaliste

Le logo UNIS-FRANCE qui n'apparaît pratiquement que sur les règles MARC et quelques règles fabriquées par MARC et vendues sous d'autres marques telles que Berville (ce n'était pas systématique, les règles Berville en bois ne sont pas généralement marquées ainsi) signifie en fait "Union Nationale Inter-Syndicale" (UNIS).

Il semble bien que les autres fabricants de règles ou de matériel de calcul perfectionné, ou d'équipements scientifiques n'aient pas adhéré à ce mouvement douteux à l'exception de quelques fabricants de compas et de matériel de dessin bas de gamme ou généraliste. Ce label était essentiellement un label attestant l'origine nationale d'un produit mais pas un label de qualité.

De nombreux produits anciens (TSF, Jouets, Pèse-lettres, Outillage, Matériel médical...) portent une marque de fabrique connue à laquelle est associé le marquage "UNIS FRANCE", le plus souvent inscrit dans un ovale ou un losange. Cette dernière indication n'est pas une marque de fabrique mais une marque de protection qui signifie « Union Nationale Inter-Syndicale » (UNIS) instaurée par des industriels en 1916.



Le but d' UNIS France était de regrouper les moyens de promotion et surtout de protection, notamment face à la contrefaçon, des produits fabriqués par les industriels français. Ce besoin ressenti dès le début du vingtième siècle montre que les problèmes de concurrence et de contrefaçon ne sont pas nouveaux ! Le marquage UNIS France apposée sur un produit informait de ce fait les contrefacteurs de l'existence de moyens de lutte efficaces et incitait les clients à acheter français. Dans l'entre-deux-guerres, les fabricants français de jouets ont intégré ce marquage dans

leur stratégie de lutte contre l'industrie allemande faisant alors aussi appel à la fibre patriotique.

Première et dernière pages de couverture d'un annuaire 1930 de l'Union-Nationale-Inter-Syndicale. Elle se revendique ici comme étant un syndicat patronal !



Timbre adhésif collé souvent sur des emballages, tout en ayant le même thème, l'origine "Unis France" n'est pas certaine.



Certains produits ne mentionnaient pas le nom du fabricant, un numéro était alors associé au sigle Unis France et représentait ce fabricant (cas fréquents pour les jouets dont les poupées). Parfois un deuxième numéro représentait la catégorie de l'objet (scientifique, jouet, outillage, ménager...).

Source : "Protection des marques de fabrique" par H. Boettcher, avocat (édition de 1923)

Les règles MARC avaient pour code 19, de part et d'autre du logo UNIS France dans un ovale.



Une autre source confirme cette information, c'est le « Cours d'économie politique » de Charles GIDE - Cours d'économie politique Tome II, livre 3 Librairie de la Société du Recueil Sirey - 1919

En voici une citation :

"La propriété des marques de fabrique, soit individuelles, soit collectives, quand elles sont apposées par un syndicat d'industriels, telle que la marque U. N. I. S. (Union Nationale Inter Syndicale) créée en 1916, pour protéger contre la concurrence étrangère les produits français en certifiant leur origine auprès des acheteurs — leur origine, disons-nous, et non pas nécessairement leur qualité : ceci est une autre question. C'était déjà, avant la guerre, et ce sera bien plus encore après la guerre, une grosse préoccupation que celle de déjouer la concurrence des produits étrangers quand ils se présentent sous l'apparence de produits français, peut-être même de fournir aux consommateurs, le moyen de les boycotter. Dans des congrès internationaux, on s'était déjà préoccupé d'édicter une législation internationale pour éviter cette concurrence déloyale ; mais le problème est ardu et il ne sera pas simplifié après la guerre, tant s'en faut !"

Ce cours fort complet et intéressant à été heureusement numérisé par l'Université du Québec à Chicoutimi, qui met à disposition des étudiants et chercheurs de nombreux ouvrages introuvables en France.

Pour ceux qui en voudraient en savoir plus, voici le lien qui permet d'y accéder :
<http://classiques.uqac.ca>

Sur le site de la Bibliothèque Nationale, <http://gallica.bnf.fr> vous pouvez aussi consulter ou télécharger deux livres de D.C.A. Hémet, "Les mécanismes de la publicité" et "Les moyens de publicité", édition de 1922 constituant les deux tomes de son "Traité pratique de Publicité", ou il explique comment orienter l'acheteur.

Ce label a cessé d'être utilisé pendant la seconde guerre mondiale, l'aspect nationaliste cadrerait encore bien avec la politique de Vichy, l'aspect anti-allemand beaucoup moins. Des fabrications occasionnelles ont pu persister pendant quelques années, utilisant d'anciens moules ou outillage de fabrication.

Pour en savoir plus, deux excellents articles de Panagiotis VENETSIANOS sont parus dans le « Journal of the Oughtred Society » :

Vol 22, Number 1, 2013 : MARC : A french brand of pocket slide rules

Vol 23, Number 1, 2014 : UNIS-FRANCE : A Collective Trade Mark, Not a Manufacturer !

Dans ce second article, l'auteur traite également des marques collectives dans d'autres pays européens.