

Les figurines cyclistes: entre identification, héroïsation et collection? (1890 à nos jours)

Alex POYER

Cet article est d'abord paru dans la revue *Sciences sociales et sport* (Editeur: L'Harmattan), n°16, 2020/2, p.71-87. Ce numéro regroupe 7 articles autour du thème "Jouets et sports: entre culture ludique, imaginaire et socialisation".

Résumé

Retracer l'histoire des figurines cyclistes, qui s'étend sur plus d'un siècle, amène à analyser les mutations de leur aspect et du lien qu'entretiennent avec elles les utilisateurs successifs. Ne suscitant d'abord qu'un phénomène d'identification car associées comme pions à des jeux de parcours cyclistes calqués sur les jeux de l'oie, elles deviennent, après 1945, des jouets de sport pour enfants et des objets d'héroïsation en s'autonomisant et s'en tenant aux codes des champions routiers. Les trente ans d'âge d'or achevés, des collectionneurs, anciens baby-boomers fidèles à l'héroïsation, les sauvent mais les sclérosent dans leur aspect des années 1960.

Abstract

The cycling figurines: between identification, Heroisation and collection? (1890 to the present)

Trace the history of cycling figurines, which spans more than a century, leads to analyze changes in their appearance and the linkage between successive users with them. Not sparking first than a phenomenon of identification as associated as pawns in cycling course games modelled on the Goose Games, they become, after 1945, toys children's sports and rumoured objects in is empowering and is sticking to the codes of the road champions. After thirty years of golden age, collectors, former baby boomers loyal to the hero, save them but allow them in their aspect of the 1960s.

Introduction

Les figurines cyclistes, qu'elles soient incluses en tant que pions dans une boîte de jeu de parcours ou autonomes, à l'image de celles qu'achète, à la toute fin du film *Le vélo de Ghislain Lambert*, un jeune champion à un de ses aînés reconverti en brocanteur¹, donnent à voir, à une échelle très réduite et posé sur un socle, un cycliste chevauchant sa machine. Leur origine remonte à la toute fin du XIX^e siècle quand les fabricants d'objets ludiques, portés par le dynamisme de leur secteur, s'approprient les modes de locomotion apparus récemment. Ils élargissent alors l'univers miniaturisé des moyens de déplacement, jusque-là limité, et ce depuis l'Antiquité, aux chariots, charrettes, etc., mus par la traction animale (Girveau et Charles 2011). Les deux roues trouvent ainsi leur place sous diverses formes sur les rayons des magasins de jouets et, révolution commerciale aidant, sur ceux des grands magasins (Manson 2011) aux côtés des trains, voitures et autres avions. L'histoire des figurines cyclistes s'étire donc sur plus d'un siècle. Notre projet s'attache à la retracer en articulant les mutations que connaît l'industrie de ces miniatures à celles du marché de leurs utilisateurs et de leurs attentes. Pour nourrir ce cadre, il convient de déterminer quelles grandes phases rythment la production, qui peut varier de quelques milliers d'exemplaires annuels à plusieurs centaines de milliers, quels éléments caractérisent les entreprises du secteur et quelles fluctuations concernent le couple cycliste-machine en termes de matériau de fabrication, d'attitude, de gestuelle ou de tenue vestimentaire. En regard l'analyse aborde, sur fond d'évolution des représentations que se font les Français du cyclisme, le positionnement social des acheteurs – appartiennent-ils à la bourgeoisie ou aux classes populaires, sont-ils enfants ou adultes, plutôt masculins ou féminins ? – et les relations qu'ils entretiennent avec leurs figurines dont la manipulation « propose des affordances, des prises sur le jeu » (Brougère 2011 : 21) telles l'héroïsation, la collection ou la simple identification. Le corpus documentaire étudié résulte d'une ample recension menée à partir des fonds de divers musées – ceux du musée du sport de Nice ont été les plus fructueux – et de certains sites bien documentés de collectionneurs tels que *Collection de jeux anciens* d'Alain Rabussier pour l'avant 1914 et *Cyclingboardgames* d'Anki Toner dédié aux jeux de parcours cyclistes du monde entier. Quant à *Tour de France miniature* de Pascal Jarry et *Cyclistes-miniatures* de Jean-Philippe Mahieu ils nous ont permis de nous repérer dans le maquis des figurines autonomes. La contribution s'organise alors en prenant appui sur l'évolution de la charge affective que les utilisateurs projettent sur les figurines ; elle passe en effet d'une période de simple identification aux cyclistes qu'elles représentent (années 1890 aux années 1930) à une autre d'héroïsation (1945 à 1975) avant que ne s'impose un engouement pour la collection.

I - Au temps de l'identification : des figurines encore peu nombreuses et dépendantes des jeux de société (années 1890 - 1930)

Replacées dans le contexte de l'offre ludique cycliste, les figurines apparaissent tardivement. En effet même si l'on exclut les rares traces laissées par la brève mode du vélocipède de 1867 à 1870 – une poupée sur tricycle Michaux² et un jouet diffusé sous le nom *Le Vélocipède* – (Theimer 1996 : 40) elles sont devancées d'environ une décennie par les jouets mécaniques mus par le relâchement d'un ressort³ et les deux-roues adaptés à la taille des enfants. Ces produits datent du dernier tiers des années 1880 quand la bicyclette supplante l'acrobatique grand bi. Les figurines naissent, elles, à la toute fin du siècle alors que le nouvel engin, nimbé d'une aura de modernité, est devenu l'objet d'un vif engouement social (Dodge 1996 : 115-116). Leurs promoteurs sont des fabricants de jeux de société qui les utilisent comme pions de jeux de parcours cyclistes créés sur le modèle des jeux de l'oie et qu'émaillent des péripéties heureuses mais surtout malheureuses inhérentes à la pratique du deux-roues : crevaisons, chutes, bris de matériel, etc. Ce mouvement, né aux Etats-Unis, se propage aussi en Angleterre et en Allemagne⁴.

Avant la césure de 1914, la documentation réunie permet de repérer sept jeux relevant soit de la pratique utilitaire, soit du tourisme, soit encore de la compétition sur piste alors plus valorisée que les courses sur route. Toutefois l'un d'entre eux est dénué de figurines⁵ et celles du *Jeu des bicyclist* ont disparu des deux exemplaires conservés⁶. En conséquence, notre corpus provient de cinq jeux : le *Jeu de la bicyclette* du fabricant établi à Francfort, Bernard Dondorf⁷, qui illustre la vive concurrence venue d'Allemagne, le *Jeu des cyclistes* dû à Mauclair-Dacier (MD)⁸, le *Tour du monde à bicyclette* de Wattilliaux et les deux jeux se partageant le même plateau et les mêmes miniatures : *Jeu des touristes* et *Jeu du vélodrome*, créés par Saussine⁹ (cf. photo 1). Ces trois dernières entreprises, sises à Paris dans le quartier du Marais où « sont concentrés les fabricants de jeux » (Beuchet 2018 : 11)¹⁰, dominent le secteur du cartonnage. Demeurées artisanales, elles emploient un personnel surtout familial sauf, semble-t-il, MD dont le fondateur s'enorgueillit dans un de ses catalogues d'avoir installé « une usine-modèle, agencée et outillée avec les derniers perfectionnements¹¹ ».

Chacune de ces figurines que rapproche une finition soignée présente une combinaison spécifique de quatre éléments de différenciation : le matériau utilisé, la posture des cyclistes, leur vêtement et leur sexe. (cf. tableau 1).

	Matériau	Posture	Tenue (hommes)	Tenue (femmes)
Jeu de la bicyclette	Carton sur socle	Buste incliné	Maillot, culotte, casquette	Corsage, culotte, chapeau, bas
Jeu des cyclistes	Métal	Dos droit	Tenue de Jockey	Pas de femmes
Le tour du monde à bicyclette	Métal	Dos droit	Uniforme de touriste, Veste, culotte, casquette	Pas de femmes
Jeu des touristes et Jeu du vélodrome	Métal	Dos droit	Uniforme de touriste, veste, culotte, casquette	Veste, culotte, chapeau, bas

Tableau 1. Caractéristiques des figurines des années 1890-1914.



Photo 1. Figurines du *Jeu des touristes* et *Jeu du vélodrome*, Coll. cyclingboardgames.net, début XXème siècle.

Hormis Dondorf, les fabricants, quoique cartonniers, préfèrent le métal au carton. Ils doivent donc sous-traiter cette opération comme ils le font pour les illustrations lithographiques du plateau de jeu et du couvercle confiées à un artiste et un imprimeur. Les noms de ces deux personnes figurent au bas des planches, jamais celui du métallier. Aussi, déterminer, parmi la dizaine de spécialistes des jouets en métal de la capitale, lesquels sont intervenus est impossible. On peut cependant penser que Saussine a choisi Bourcier qui, comme lui, travaille 43 rue de Saintonge et que Maucler a privilégié Gerbeau installé à proximité de son emplacement, rue Charlot¹². Quoi qu'il en soit chaque type de miniatures a nécessité l'élaboration d'un moule voire de deux pour le jeu de Saussine dont les figurines se déclinent au masculin et au féminin.

Globalement, la tenue et la posture confortent la pratique sur laquelle repose le jeu. Pourtant Saussine, en ne dotant ses jeux conjoints que de figurines symbolisant le tourisme (cf. photo 1 et tableau 1), ôte une part de vraisemblance au *Jeu du vélodrome*. Quant au *Jeu des cyclistes*, sportif par sa règle et la scène de course sur vélodrome de son plateau, il pêche par la posture très hiératique de ses petits coureurs qui rappelle la rigidité des soldats de plomb. Par contre, l'attitude sportive des figurines du *Jeu de la bicyclette* – des dessins sur carton d'une grande finesse – s'harmonise bien avec le but du circuit : une victoire sur vélodrome. Cependant la présence de trois miniatures féminines détonne avec les illustrations du couvercle et des cases du parcours dont elles sont exclues. Enfin, si *Le Tour du monde à bicyclette* et le *Jeu des touristes* offrent bien des figurines en accord avec le tourisme cycliste, un circuit peu réaliste discrédite le premier quand le second permet aux joueurs de s'identifier aux cyclistes mis en scène avec son itinéraire reliant Bordeaux à Paris, c'est-à-dire un voyage tel que le prône le Touring-club de France. Ils peuvent ainsi s'assimiler aux deux couples de bourgeois qui, dans *Voici des ailes* de Maurice Leblanc (1898), goûtent à la liberté que procure la bicyclette.

La présence de féminines mérite attention car elle contraste avec l'accueil très restrictif que leur réservent les vélo-clubs¹³, leur rejet des compétitions édicté par l'Union Vélocipédique de France en 1893 et les reproches qu'elles subissent d'enfreindre les codes vestimentaires du fait du port de la culotte, voire d'oublier leur rôle social traditionnel. Manifestement les concepteurs de jeux ont été plus sensibles à leur présence majoritaire sur les affiches des publicitaires de cycles (Laplagne 1996), à leur goût pour les promenades en famille et au jugement du docteur Just Championnière pour qui le tourisme cycliste est « le véritable exercice de la femme¹⁴ ». Les éditeurs répondent aussi aux aspirations à la modernité qui traversent la bourgeoisie, catégorie dominante de la clientèle des marchands de cycle et des effectifs des vélo-clubs. Ce sont donc dans les salons de cette « classe de loisir » que courses sur piste et voyages touristiques animent les soirées de la famille assemblée. Il est vrai aussi que le jouet est un des modèles culturels que porte la bourgeoisie à la Belle Époque et que ce modèle, appelé à se diffuser dans les strates de la société moins en phase avec la modernité et souvent économiquement moins fortunées, n'a pas encore, ou peu, dépassé les franges inférieures de la petite bourgeoisie des employés, boutiquiers et petits artisans. Enfin, quantifier les figurines produites à cette époque est très difficile. Aucune statistique ou archive de fabricant n'est disponible. Toutefois il ressort de contrats passés entre éditeurs de jeux et imprimeurs-lithographes qu'une production de moins de cent boîtes par an n'est pas rare ce qui porte le total des miniatures (six à huit par boîte) sorties des ateliers des métalliers, tous jeux confondus, à quelques milliers. Ne nous trompons pas, les jeux cyclistes ne sont qu'une part infime des produits de cartonnage des maisons de jouets de société : 1% (2 sur 210) pour MD¹⁵.

Dans l'entre-deux-guerres, l'édition des jeux de parcours connaît de fortes mutations. D'abord elle s'accélère en passant de cinq à seize nouveaux jeux des années 1920 à la décennie suivante. Ensuite, elle émane à onze reprises de journaux¹⁶ ou autres firmes¹⁷ qui, dans un but promotionnel, veulent profiter de la popularisation de la bicyclette. Enfin elle se réoriente avec treize occurrences pour le seul Tour de France contre deux et six pour le tourisme et la piste. La décision d'Henri Desgrange de faire courir l'épreuve par équipes nationales, et non plus par équipes de marques à partir de 1930, et les cinq victoires françaises consécutives entre 1930 et 1934 y sont assurément pour beaucoup. Quant aux six jeux de vélodrome, quatre concernent des lieux spécifiques comme le Vel' d'Hiv' et ses Six jours¹⁸ ou l'autodrome de Montlhéry¹⁹. Les fabricants cherchent à tirer parti des épreuves phares très médiatisées par la presse sportive illustrée – la première édition du *Miroir des sports* date de 1920, celle de *Match l'Intran* de 1926 – ou la radio qui restitue en direct les exploits des « géants de la route » dès 1929. Invitation est maintenant faite aux joueurs de s'identifier aux cyclistes de haut niveau.

La part des jeux dotés de miniatures fléchit de 80% avant 1914 à 62% (13 jeux) du panel en même temps que la posture et le vêtement de ces figurines s'uniformisent. Presque toutes adoptent la position du coureur ramassé sur sa machine, les mains placées au bas du cintre. La tenue se compose d'un maillot, d'un cuissard et parfois d'une casquette sur laquelle se détachent les lunettes très couvrantes caractéristiques de l'époque. La panoplie du coursier est parfois complétée par un boyau passé autour des épaules. Les féminines n'ont plus droit de cité même dans les deux jeux axés sur le tourisme. Le *Rallye-cycliste*²⁰ et la nouvelle édition du *Jeu des Touristes* de Saussine maintenant sous-titrée *Tour de France et Jeu du vélodrome* ne mettent en scène que des

hommes. Faut-il en déduire une masculinisation renforcée des joueurs ? Probablement car la surreprésentation des routiers via le Tour de France véhicule les codes d'un univers masculin. Cette mutation s'accompagne d'une popularisation et d'un rajeunissement des joueurs, caractéristiques qui concernent aussi l'environnement cycliste ainsi que l'ensemble du marché du jouet. La gratuité des jeux promotionnels amplifie le phénomène.

Le matériau de fabrication, maintenant seul facteur de différenciation, oppose les deux types de jeux (cf. tableau 2).

	Sans figurines	Figurines perdues	Carton	Bois	Métal	Plastique
Jeux promotionnels	5	0	5	0	1	0
Jeux commerciaux	3	2	0	2	2	1 ?

Tableau 2. Matériaux des figurines des jeux de parcours de l'entre-deux guerres.

Les jeux promotionnels privilégient le papier à coller sur support rigide afin de limiter les coûts. La facture grossière des dessins est aux antipodes de ceux du *Jeu de la bicyclette* des années 1890. Notons à propos des trois jeux du Tour Butagaz – 1934 à 1936 – que chaque miniature en carton figure et nomme un champion de l'époque : A. Magne, A. Leducq, R. Maës, etc., ce qui ne suffit pas, à notre sens, à générer un sentiment d'héroïsation car leurs plateaux à l'illustration indigente, valorisent d'abord les bouteilles d'acier peintes en bleu de la marque. Les fabricants de jeux commerciaux pour lesquels nous avons peu de renseignements si ce n'est que leurs entreprises sont de petite taille se tournent vers le bois et le métal – deux occurrences chacun – voire, semble-t-il, le plastique pour *Le Tour de France cycliste Une nouveauté bien française*. L'utilisation du bois n'engendre pas obligatoirement une finition soignée : les figurines du *Vélodrome* sont bien frustes à côté de celles de *Montlhéry-Record* qui associent un coureur à une automobile qui l'entraîne. Cette distorsion vaut aussi pour le métal et même entre les différentes éditions du *Jeu du Veldiv* de chez HB qui obtient, en 1933, la médaille d'or du concours Lépine, institution créée en 1901 pour dynamiser le secteur du jouet français face à la concurrence étrangère. Les miniatures de ce jeu évoluent ainsi de coureurs mal proportionnés à d'autres, à l'allure plus gracile, comme celles, en étain, du *Tour de France cycliste des Dernières Nouvelles d'Alsace* dont on peut douter de la diffusion gratuite. Quoi qu'il en soit nous sommes là en face de figurines qui préfigurent celles qui vont se multiplier après 1945 et qui, en devenant autonomes, font passer les cyclistes miniatures du statut de simples éléments d'un jeu à celui de jouets à part entière.

II - Le temps de l'héroïsation : l'Âge d'or des figurines autonomes (1945 – milieu des années 1970)

Après la Seconde Guerre mondiale, avec l'avènement de la société de consommation portée par le contexte favorable des Trente Glorieuses, l'offre ludique cycliste s'élargit; mais les catalogues de jouets des grands magasins en donnent une image trompeuse²¹. Ainsi les bicyclettes pour enfants y conservent, sans partage, la première place – le nombre de leurs modèles s'accroît encore – alors qu'ils négligent l'arrivée sur le marché des figurines autonomes qui vont s'écouler par centaines de milliers jusqu'au milieu des années 1970. En comparaison, les miniatures utilisées comme pions de jeux de parcours subsistent marginalement. Ces derniers en effet ne comptent que vingt-six nouveaux venus, treize commerciaux et treize promotionnels. Tous relèvent de la compétition dont dix-neuf pour le seul Tour de France. La nouvelle version du *Jeu des Touristes*, publiée par Saussine, consacre la disparition du tourisme cycliste ludique puisque son grand rallye touristique se dispute avec des voitures miniatures. Il est vrai que, alors qu'émerge l'automobile populaire (4CV Renault, 2CV Citroën), la fédération de cyclotourisme voit son effectif divisé par deux entre 1952 et 1960 (Poyer 2005). Le cyclisme sur piste ne concerne plus que deux jeux ayant pour cadre le vélodrome d'hiver²². Ce décrochage correspond à la désaffection du public pour le spectacle de la piste (Bobet 2001 : 184-188) qui conduit au démantèlement de nombre de vélodromes, dont le Vel' d'Hiv, à partir de la fin des années 1950. Les jeux restants concernent soit des classiques, soit des courses imaginaires comme l'est la *Grande course Zig-Zag à retardements* qui se singularise par son caractère humoristique et le bois de ses figurines (cf. tableau 3).

	Sans figurine	Carton	bois	métal	plastique
Jeux promotionnels	10	3	0		
Jeux commerciaux	0	1	1	2	9

Tableau 3. Matériaux des figurines des jeux de parcours (1945-1975)

Avec neuf occurrences, soit les trois quarts des jeux commerciaux (neuf sur treize), le plastique s'impose au grand dam de Roland Barthes qui l'accuse d'éteindre « le plaisir, la douceur, l'humanité du toucher » (Barthes 1957 : 64). Le métal (deux exemplaires) et le carton (un) comptent peu. Quant aux offres promotionnelles, elles ne sont plus que 20% (trois jeux sur treize) contre 50% entre les deux guerres à être pourvues de miniatures et toutes sont en carton ou papier. Les enfants peuvent combler ce vide en utilisant leurs figurines autonomes dont le prix accessible facilite l'achat²³ d'autant que certains commerçants détaillent à l'unité les pelotons des boîtes proposées à la vente²⁴.

Au-delà, le fort développement de ce nouveau type de miniatures s'inscrit dans « un contexte d'explosion du marché de l'enfant lié au baby-boom » (Massouline 2010 : 35) et va de pair avec l'élévation, dans l'imaginaire collectif des Français d'après-guerre, des coureurs cyclistes professionnels au rang de héros. Sont surtout concernés ceux qui s'illustrent lors du Tour de France, cet espace de « fascination nationale » (Vigarello 2002 : 123). Parmi les premiers figurent les Bretons Jean Robic, vainqueur du premier Tour d'après-guerre en 1947, et Louison Bobet qui, à 23 ans, porte en 1948 le maillot jaune pendant neuf étapes avant de le ramener trois fois à Paris. D'autres suivront surtout que les exploits, mais aussi les drames des « géants de la route », sont de mieux en

mieux restitués. Aux canaux devenus traditionnels de la presse sportive illustrée, des reportages radiophoniques ou des actualités cinématographiques vient s'ajouter la télévision qui offre des résumés filmés à partir de 1949 et un premier direct au col d'Aubisque en 1958. La miniaturisation des caméras permet enfin de les embarquer sur moto et d'entrer au cœur de la course pour les derniers kilomètres à partir de 1962 (Moneghetti, Tétart&Wille 2007). La ferveur populaire trouve ainsi une nouvelle source où s'abreuver. Les enfants y sont conviés, dès les années 1950, par la presse de la jeunesse. Que ce soit *Le Journal de Mickey*, *Spirou*, *Cœurs Vaillants*, *Fripounet et Marisette*, *Tintin*, *Pilote* voire *La Semaine de Suzette*, ils y consacrent maints articles d'actualité et parfois leur page de couverture, neuf fois entre 1952 et 1964 pour *Tintin*. *Cœurs Vaillants* en fait l'objet d'un concours en juillet 1950 quand d'autres offrent un jeu de parcours²⁵ parmi lesquels se distingue celui de *La Semaine de Suzette* de juillet 1956. Il encourage en effet l'entre-soi féminin en ne s'adressant qu'à des « joueuses » qu'il veut mettre « A l'époque où toute la France se passionne pour le Tour cycliste, dans l'ambiance de cette grande compétition sportive ». Assez logiquement, il ressort d'un sondage publié dans *Tintin* en 1949 que la bicyclette arrive en seconde position en tant que sport pratiqué par les enfants après la natation mais avant le football (Fourment 1987 : 300). Dans ce climat favorable, les figurines autonomes permettent à l'enfant – surtout le garçon – tarabouillé par le désir de devenir grand, de s'intégrer à ce monde d'adultes dans lequel il s'investit pleinement et y joue un rôle de héros. Les miniatures cyclistes remplacent les petits soldats ou les pompiers de leurs pères. Le champ d'action n'est plus un plateau de jeu étriqué. Il quitte le cocon de la maison et se transporte à l'extérieur où il devient parcours imaginaire facilement renouvelé car tracé à même le sol et sur lequel l'enfant déplace ses mini-cyclistes par le biais de billes. Le jeu consiste alors à envoyer une bille le plus loin possible d'une pichenette bien dosée puis de placer sa miniature à l'endroit ainsi atteint. Les figurines accèdent alors incontestablement au statut de jouet de sport. En effet, leur utilisation induit un fort déplacement corporel doublé d'un développement des qualités d'adresse de l'enfant qui répond à des règles qu'il détermine seul ou en interaction avec d'éventuels partenaires. Se disputent ainsi grandes classiques ou étapes du Tour au sein des cours des écoles, sur le sable des plages ou dans les allées des jardins publics comme en témoignent les propos d'un collectionneur actuel : « Gamin, je passais mes après-midi du mois de juillet dans les jardins de l'évêché [de Limoges]. Nous réalisions des pistes au sol et ensuite notre Tour de France débutait. Tous les jours de 13h à 19h nous faisons la course avec nos petits coureurs et nos billes. En partant nous mettions à jour sur des cahiers nos classements²⁶ ». Ainsi, la figurine cycliste autonome est un jouet qui fait partie intégrante d'un jeu d'adresse de billes posé sur un fond sportif et qui élève les enfants au rôle de créateurs et non de simples usagers.

Les miniatures proviennent pour l'essentiel de sept sociétés majoritairement installées dans la région parisienne. Certaines, déjà investies dans la fabrication de petits soldats comme Quiralu²⁷, Aludo – marque créée par Damage et cie pour ses produits en aluminium – ou Roger, saisissent l'occasion de diversifier leur production. D'autres fabricants s'ajoutent : Cofalu et Salza en 1947 ainsi que Starlux²⁸ en 1946 et Minialuxe en 1953, deux sociétés qui innovent en choisissant le plastique comme matériau de leur production. Les autres fabricants y viendront pour tout ou partie du couple vélo-cycliste après avoir abandonné l'aluminium. L'entreprise Roger se distingue en passant de l'aluminium au zamac – alliage de zinc, aluminium, magnésium et cuivre qui se

travaille plus facilement et use moins les moules – puis en associant coureur en plastique et bicyclette en zamac (Cerinato 2015)²⁹. Quel que soit le matériau utilisé, il est fondu, moulé puis refroidi. Les presses sortent de grandes quantités de miniatures. Roger atteint les 300 000 pièces par an dans les années 1960 – une partie est exportée en Italie –, au temps où le duel qui oppose Jacques Anquetil à Raymond Poulidor passionne et clive les Français. La peinture n'est par contre pas automatisée et nécessite d'employer une main-d'œuvre nombreuse et longue à former. Chez Roger, « une douzaine de personnes travaillaient à domicile et peignaient d'abord les soldats puis les cyclistes » (Cerinato 2015 : 109). Toutes ces sociétés demeurent familiales : ainsi Victor Salza employait une douzaine de personnes et son fils se souvient que « pendant les vacances [il aimait] bien aider à couler des pièces ou faire des livraisons chez les grossistes » (Broquet 2007).

Certaines caractéristiques facilitent l'identification des figurines. Ce peut être un socle particulier – deux plots en triangle pour Roger, un seul en « H » pour Cofalu – l'ajout d'une pièce au vélo – une pompe, une manette de dérailleur, des roues pleines – ou la tenue du cycliste – casquette à la visière relevée ou baissée, lunettes, casque, boyau autour des épaules –, autant de détails qui accroissent le réalisme. La diversité des attitudes poursuit le même objectif et permet de nourrir l'imaginaire des joueurs. Sont ainsi déclinés le rouleur, allongé sur sa machine, mains en bas du cintre, le grimpeur, en danseuse et le coureur roulant au train, dos redressé et mains sur les cocottes de freins. Les fabricants reproduisent aussi le vainqueur arrivant, bras levés en « V » ou savourant son succès un bouquet à la main (cf. photo 2). Les maillots distinctifs du Tour de France – jaune et vert créés respectivement en 1919 et 1953 – et ceux de champion du monde ou des diverses nations, très prisés, permettent de différencier les véritables héros des simples équipiers. Une évolution des tenues se fait jour après le retour des équipes de marques sur la Grande Boucle, en 1962. Les couleurs nationales ou régionales cèdent la place aux coloris et noms de firmes souvent extra-sportives. La photo 2 illustre la diversité de ces sponsors, au début des années 1970, avec des firmes anglaise (Watney : bière), française (Bic : stylos bille), allemande (Rokado : sommiers à lattes), italienne (Molteni : charcuterie), belge (Flandria, bicyclette). L'enfant se trouve ainsi projeté dans l'univers marchand des courses professionnelles comme le font aussi les jeux de parcours édités à des fins promotionnelles déjà évoqués.



Photo 2. Figurines Salza, Coll. Bernard Goetz, vers 1970.

La firme Salza, la plus imaginative, recrée l'environnement du peloton. Sortent ainsi des moules des ravitailleurs présentant un bidon ou une musette, mais aussi des motos conduites, soit par des gendarmes, soit par des civils emmenant comme passager un aboyeur – avec un porte-voix, il annonce l'arrivée des coureurs – un ardoisier ou encore un cameraman. Les trois premières générations de voitures suiveuses de l'après-guerre – Jeep Willys, 203 et 404 Peugeot – transportent roues et vélos de secours, haut-parleurs, cameraman avec matériel sur pied... Ne sont pas plus oubliés les véhicules du service médical ou le Peugeot D 3 A faisant office de camion balai.

En dépit de ces efforts, l'entreprise Salza doit fermer ses portes en 1978 comme l'ont déjà fait certains de ses concurrents face au fléchissement de la demande. Les enfants se détournent en effet des champions cyclistes. Ils les remplacent au niveau sportif par les stars du ballon rond mais surtout ils s'imaginent en héros de bandes dessinées – les super héros comme Superman ou Batman – ou de séries télévisuelles, tel Thierry la Fronde et bientôt Jeanne et Serge ou Olive et Tom. Il est vrai que l'enfant a besoin de héros dotés des attributs de la réussite car, pour lui, ils représentent « un idéal, un personnage imaginaire qui répond à ses préoccupations et à ses aspirations » (Charles 2001 : 66).

III - Le temps de la collection : des figurines souvent autonomes à la production d'abord en recul puis stabilisée (milieu des années 1970 à nos jours)

A partir des années 1980, le visage du cyclisme connaît d'assez importantes mutations. De nouvelles machines naissent aux Etats-Unis ; BMX (Bicycle motocross) et VTT (Vélo Tout Terrain). Le cyclisme féminin s'affirme : le premier Tour de France naît en 1984. Le cyclotourisme retrouve de son lustre. Sa fédération, la FFCT, s'envole vers les 100 000 membres (Poyer 2005 : 192). Ces évolutions sont autant d'occasions offertes aux fabricants de jeux et de jouets cyclistes de réagir en élargissant leurs productions.

Pour leur part, les jeux de parcours connaissent un essor. Il s'en crée quarante-sept entre 1975 et 2015, soit presque deux fois plus qu'entre 1945 et 1975. La croissance ne concerne que les jeux commerciaux. Ils ont presque triplé – trente-trois contre treize – quand les jeux promotionnels stagnent, quatorze contre treize. L'essor du secteur commercial est en bonne partie lié à de petits éditeurs qui, assez souvent, ne développent qu'un seul jeu. Ces nouveaux arrivants ne s'affranchissent pas pour autant de la tradition. Le VTT est oublié quand les quatre pratiques du BMX, de la course sur piste, du cyclotourisme et du cyclisme féminin ne comptent chacune qu'un seul jeu. Bien plus, *Tour Féminin* dû à S3B Jeux se jouent avec des figurines de coureurs masculins³⁰ ! Toutefois, alors que le primat des miniatures de routiers n'est en rien bousculé, une importante mutation se fait jour. La référence au Tour de France disparaît car la marque verbale internationale *Tour de France* est déposée en 1966 par le groupe Amaury devenu propriétaire de l'épreuve l'année précédente. Elle est renouvelée, en 1986, par la Société d'exploitation du Tour de France. Aussi en 2003, pour le Tour du centenaire, seul le jeu officiel a droit de cité. Depuis 2009, *L'échappée infernale* est devenue partenaire officiel du Tour de France dont elle arbore le logo tout comme *Cycling Manager* pour les jeux vidéo. La marchandisation à outrance que connaît le cyclisme et à laquelle adhère Amaury Sport Organisation, on le voit par cet exemple de l'évolution des jeux de plateau, impacte donc le jouet cycliste.

Le nombre croissant de jeux de parcours s'accompagne d'une poussée de la présence de figurines : trois-quarts d'entre eux en comportent contre soixante pour cent entre 1945 et 1975. Le taux s'élève même à quatre-vingt-cinq pour cent si on isole les jeux commerciaux : vingt-huit sur trente-trois contre sept sur quatorze pour les jeux promotionnels. Qu'en est-il de leurs matériaux ?

	Sans figurines	Carton	Bois	Métal	Plastique
Jeux promotionnels	7	5	0	0	2
Jeux commerciaux	5	4	1	0	23

Tableau 4. Matériaux des figurines des jeux de parcours (1975-2015)

Par rapport à la période précédente le plastique continue de progresser avec vingt-cinq occurrences – soixante-dix pour cent des figurines – alors que le carton se maintient avec neuf réalisations – celles du *Jeu de Bernard Hinault* et du *Tour de Guadeloupe* sont les plus travaillées – et que le bois ferme la marche en n'étant présent que dans *Le Tour de piste*. Le métal n'est plus utilisé (cf. tableau 4). Cette suprématie du plastique ne découle pas d'une éventuelle faculté à mieux restituer les formes car le métal permet, quand il est travaillé avec minutie, de réaliser des figurines aussi précises. La raison déterminante

tient au plus faible coût de production avant tout lié à une matière première moins onéreuse. De cet ensemble se dégagent des miniatures originales. Parmi les mieux réussies, citons celles de *Jouer avec Richard Virenque*, *La course cycliste* de Norev ou *L'échappée infernale*, dans ses versions 2009 et postérieures. Le créateur du jeu les a alors dotées de coureurs avec casque et vélo à cadre sloping et à jantes hautes. Elles ont d'ailleurs été primées au concours Lépine.

Les fabricants de figurines autonomes tiennent peu compte des nouvelles attentes de la société. Les miniatures obéissent toujours aux codes corporels et vestimentaires des routiers. Le marasme s'approfondit malgré les 9 victoires françaises au Tour de France entre 1975 et 1985 – B. Thévenet (2), B. Hinault (5), L. Fignon (2) – et la création, en 1982, d'un championnat du monde de billes sur sable associant billes et miniatures cyclistes³¹. Aussi, au début des années 1990, seule subsiste la fonderie Roger qui envisage de cesser sa production car, se rappelle le patron d'alors, elle représentait « 2% de notre chiffre d'affaires et 98% de nos emmerdes » (Cerinato 2015, 108). Des collectionneurs inquiets le contactent et s'engagent alors à réaliser la peinture et à supprimer ainsi la principale difficulté rencontrée. La relance s'enclenche même si, avec 15 à 20 000 pièces annuelles (Cerinato 2015, 110), l'Âge d'or des 300 000 figurines semble bien éloigné. Toutefois, les miniatures autonomes en passant du statut de jouet d'enfant à celui d'objet de collection particulièrement soigné s'adressent à un public fidèle aux possibilités financières plus importantes. De plus, ces nouveaux acheteurs et leurs motivations attirent les médias. Les figurines deviennent ainsi, pour l'entreprise, « un produit d'appel » à fort potentiel en termes de communication écrite ou télévisuelle. Parallèlement la gamme s'étoffe avec plus d'une dizaine d'options : le vainqueur bras levés, le grimpeur, le sprinter, le rouleur etc. Toutes les miniatures sont en zamak sauf le modèle « D » (démontable) dont le cycliste est en plastique. Sont enfin disponibles des exemplaires bruts pour les collectionneurs qui poussent le souci de l'appropriation de leurs figurines jusqu'à les peindre eux-mêmes.



Photo 3. Figurines CBG Mignot. Coll. Musée National du Sport, Nice, 2015, inv. MS 2240.

CBG Mignot, entreprise presque bicentenaire spécialisée jusqu'alors dans les figurines militaires³², s'ouvre, à la fin des années 1990, aux cyclistes en métal avec le souci d'une production d'objets « historiques » de haute qualité correspondant aux années 1950 et 1970 (cf. photo 3) . A l'image de la firme Roger elle fait donc le pari de résister au déferlement du plastique. L'entreprise qui s'enorgueillit de son « caractère fondamentalement artisanal³³ », de ses produits toujours coulés, montés et peints à la main et qui insiste sur leur rareté liée au rythme lent de la fabrication, vise avant tout le public presque exclusivement masculin³⁴ des collectionneurs. Passionnés de vélo, souvent anciens baby-boomers s'étant livrés au temps de leur jeunesse aux jeux de parcours en extérieur, ils continuent à voir leurs petits cyclistes comme des héros. Certains, nous apprend Jean-Luc Roger, les utilisent avec des jeux qu'ils ont inventés (Cerinato 2015 : 108), quand d'autres se contentent de les manipuler et de les exposer. Tous sont guidés par la recherche de la pièce

manquante, attachent « une valeur sentimentale » à leurs figurines qui, pour beaucoup, sont « un retour vers l'enfance » (Annet 2016 : en ligne). Une partie d'entre eux considère « que la collection n'a d'intérêt que si elle est présentée et partagée avec le public » (Goetz 2017 : 16).

Norev, surtout connu pour ses miniatures automobiles, sacrifie également à la glorification du Tour de France d'après-guerre. Cette société spécialisée dans le jouet en plastique sort, par exemple, une figurine de Louison Bobet représenté en 1955 portant le maillot jaune, le dossard 1 et un boyau passé autour des épaules. De plus, elle fabrique, pour les éditions Atlas, la collection *La caravane du Tour de France* qui sort de janvier 2004 à mai 2006, soit 60 véhicules (assistance, presse, direction de course, caravane publicitaire) datant de 1947 au début des années 2000.

A côté de ces trois sociétés, dont les figurines cyclistes ne constituent qu'une faible part de l'activité, d'autres, souvent sans salarié, n'ont que cette seule production. C'est le cas de *L'échappée infernale* qui, outre son jeu de parcours (cf. supra), développe une série de miniatures en plastique partagée entre cyclistes « rétros » et cyclistes au design contemporain. Elles sont accompagnées de maillots thermorétractables – ils s'appliquent au sèche-cheveux – des équipes professionnelles depuis 1966. En effet, certains collectionneurs ne se limitent pas à la reconstitution de scènes de courses anciennes mais s'ouvrent aussi à l'époque contemporaine. C'est peut-être là une relève d'adeptes plus jeunes de la collection.

Conclusion

Au terme de cette étude, il apparaît que l'évolution constatée des figurines de simples sources d'identification à objets de collection en passant par une phase où elles sont dotées d'une charge d'héroïsation, repose sur un fondement multifactoriel. Sont impliquées dans les à-coups de cette trajectoire aussi bien des modifications de leur utilisation que du public qui les manipule ou encore de l'environnement cycliste au sens large. Ainsi, pendant le demi-siècle qui va de 1890 à 1945, les figurines, peu nombreuses, tiennent lieu de pions dans des jeux de parcours sur plateau. Surtout utilisées dans le cadre de la famille (bourgeoise d'abord, plus populaire ensuite), bridées par les règles du jeu et sans grand appel à la motricité, elles limitent l'investissement du joueur au stade de l'identification. Après 1945, la production des miniatures explose sous l'effet de leur autonomisation, du dynamisme d'une petite dizaine d'entreprises à la structure souvent familiale, mais aussi de l'arrivée du plastique qui, du fait de son coût moins élevé, colonise progressivement le secteur aux dépens du métal. En devenant autonomes les miniatures se transforment en jouets de sport destinés aux enfants – garçons surtout – lesquels s'affrontent par le biais de billes sur des parcours tracés au sol nécessitant un notable déplacement corporel. Ils deviennent autant de champions en herbe à une époque où la presse de la jeunesse relaie la très vivace héroïsation des routiers professionnels. A partir du milieu des années 1970, les enfants se choisissent d'autres héros. La production s'effondre mais des collectionneurs, la plupart baby-boomers, sauvent le secteur et entretiennent depuis 1990, dans leurs vitrines, la flamme d'une héroïsation fortement teintées de nostalgie. Si les figurines, en devenant objets de collection, retrouvent pour la plupart la qualité de leurs débuts, elles ne remettent pas en cause leur progressive uniformisation. En effet, alors que le tourisme et la compétition sur piste monopolisaient les miniatures – parfois féminines – des jeux de parcours avant la Première Guerre mondiale, les routiers, sous l'effet d'une forte valorisation du Tour de France, s'imposent ensuite jusqu'à coloniser l'ensemble du secteur après 1945. La sclérose est telle que les nouvelles pratiques du VTT ou du BMX n'arrivent pas à entamer cette mainmise. Ainsi, actuellement, même si certaines figurines prennent en compte les innovations récentes qu'ont connues le matériel ou la tenue des coureurs, la majorité renvoie plus aux routiers que mettait en scène Roland Barthes dans *Le Tour de France comme épopée* (Barthes 1957 : 125) qu'au peloton d'aujourd'hui. Au niveau international, si la première des trois phases évoquées se retrouve aux Etats-Unis, au Royaume-Uni ou en Allemagne, les deux autres sont spécifiques à la France. Aucun autre pays ne connaît, ou marginalement³⁵, une production de figurines autonomes si bien que les entreprises françaises s'imposent, après 1945 et encore aujourd'hui, comme les pourvoyeurs des « quelques collectionneurs étrangers »³⁶ et les leaders mondiaux du secteur.

Bibliographie

- ANNET, Dominique. 2016. « Collectionneur de figurines du Tour de France », *L'obs le plus*, publié le 27 juillet : <http://leplus.nouvelobs.com/contribution/1542088-collectionneur-de-miniatures-du-tour-de-france-j-ai-deja-depense-2-000-euros-en-1-mois.html>
- BARTHES, Roland. 1957. *Mythologies*, Paris, Seuil.
- BEUCHET, Gwenaël. 2018. *L'aventure des jeux Saussine*, Uzès, Ville d'Uzès.
- BOBET, Jean. 2001. *Rennes au temps des vélodromes*, Saint-Malo, Cristel.
- BROQUET, Patrick. 2007. « Le tour de France des figurines Salza », *Collectionneur et chineur*, n°19, juillet, p. 46-50.
- BROUGERE, Gilles. 2011. « Comment le jouet s'adresse-t-il aux enfants ? » in Bruno Girveau et Dorothée Charles, (dir.). *Des Jouets et des hommes*, Paris, Rmn, p. 20-27.
- CERINATO, Thierry. 2015. « A nos héros miniatures », *Velo 200*, n°5, été, p. 108-110.
- CHARLES, Dorothée. 2001. « Dis-moi qui tu es, je te dirai à quoi tu joues » in Bruno Girveau et Dorothée Charles, (dir.). *Des Jouets et des hommes*, Paris, Rmn, p. 60-69.
- DODGE, Pryor. 1996. *La grande histoire du vélo*, Paris, Flammarion.
- FOURMENT, Alain. 1987. *Histoire de la presse des jeunes et des journaux d'enfants, 1768-1988*, Paris, éditions Eole.
- GIRVEAU, Bruno ; CHARLES, Dorothée. 2011. « Autos, motos, vélos... » in Bruno Girveau et Dorothée Charles, (dir.). *Des Jouets et des hommes*, Paris, Rmn, p. 196-211.
- GOETZ, Bernard. 2017. « Portrait d'un collectionneur passionné de jouets », in Marie-Christine Grasse, Sébastien Laffage-Cosnieret Christian Vivier (dir.). *Jouez ! Il était une fois... le jouet sportif*, Nice, Musée national du sport, p. 13-16.
- LAPLAGNE, Jean-Paul. 1996. « La femme et la bicyclette à l'affiche » in Pierre Arnaud et Thierry Terret (dir.). *Histoire du sport féminin*, Paris, L'Harmattan, p. 83-94.
- MANSON, Michel. 2011. « Fabriquer et vendre des jouets » in Bruno Girveau et Dorothée Charles, (dir.). *Des Jouets et des hommes*, Paris, Rmn, p. 28-35.
- MASSOULINE, Elodie. 2010. « Retour à Lilliput », Paris I, mémoire de Master 2.
- MONEGHETTI, Merryl ; TETART, Philippe ; WILLE, Fabien, 2007. « De la plume à l'écran. Sports et médias depuis 1945 », in Philippe Tétart (dir.), *Histoire du sport en France*, Paris, Vuibert, t. 2, p. 197-228.
- POYER, Alex. 2003. *Les premiers temps des véloclubs. Apparition et diffusion du cyclisme associatif entre 1867 et 1914*, Paris, L'Harmattan.
- POYER, Alex. 2005. « L'embellie du cyclotourisme et les femmes (1923-début des années 1950) » in Thierry Terret (dir.). *Sport et genre*, Paris, L'Harmattan, t. 1, p. 173-192.
- THEIMER, François. 1996. *Les jouets*, Paris, PUF, Que-sais-je n°3056.
- VIGARELLO, Georges. 2002. « Le Tour de France. Une passion nationale », *Du jeu ancien au show sportif*, Paris, Seuil.

Notes

¹ Dans ce film de 2001 dont le rôle-titre revient à Benoît Poelvoorde, Philippe Harel donne, par le biais de la figurine, un bel exemple du procédé de mise en abîme.

² Elle est conservée au musée national de la voiture et du tourisme de Compiègne.

³ Léo Claretie les classe dans les jouets à bon marché. CLARETIE, Léo. 1893. *Les Jouets, histoire-fabrication*, Paris, Ancienne maison Quantin, chap. VII ; cf la pièce « Homme sur un tricycle » (Girveau & Charles 2011 : 198).

⁴ Cyclingboard games.net.

⁵ *Le Jeu du Vélodrome* de N.K. Atlas (Nicolas et Keller) maison fondée en 1904, rue de l'Atlas.

⁶ Cyclingboard games.net. et musée national de l'Éducation, cote n° 2000.01858.

⁷ Des versions anglaise et allemande existent. Cyclingboard games.net.

⁸ Lucien Maucler, alias Mauclair, crée l'entreprise en 1887. *Le Jeu des bicyclistes* émane du même éditeur.

⁹ Cette maison née en 1860 perdure jusqu'en 1960.

¹⁰ Paris compte 871 fabriques de jouets, la province, 249. CLAVEL, A. 1897, *Annuaire officiel des jouets et jeux, des bazars, bimbeloterie, articles de Paris et des industries annexes publié sous le patronage de la chambre syndicale des fabricants des jouets et jeux de Paris*, Paris.

¹¹ Collection de jeux anciens. « Visite de l'usine-modèle Mauclair-Dacier », mis en ligne le 24/11/2013.

¹² CLAVEL A., op. cit., p. 100 et 106.

¹³ Seuls 10 à 15% acceptent des féminines et avec des conditions rigoureuses (Poyer 2003 : 142-144).

¹⁴ CHAMPIONNIERE, Just. 1895. « Conférence prononcée le 10 août 1894 à Caen », *Revue des sociétés de sport du Centre et de l'Ouest*, mars juin.

¹⁵ Collection de jeux anciens, « Jeux Mauclair-D. catalogue », mis en ligne dans éditeurs.

¹⁶ *L'Auto, le Journal, les Dernières nouvelles d'Alsace* et, deux fois, *le journal de Toto*.

¹⁷ Butagaz, trois fois, COOP, boyaux Pouchois et la chambre syndicale du cycle et du motocycle.

¹⁸ Son initiateur, H. Desgrange, en fait le haut lieu du cyclisme sur piste à Paris. La course des 6 jours s'y déroule à partir de 1913.

¹⁹ Cette vitrine de la modernité due à A. Lamblin ouvre en 1924.

²⁰ Offert par la Chambre syndicale du cycle et du motocycle, il atteste de l'essor du tourisme cycliste lié aux premiers congés payés.

²¹ Jouets du passé, *jouetsdupasse.centerblog.net*.

²² Ce sont *Les coureurs du veldiv* (années 1950) et *6 jours cyclistes* (années 1960).

²³ En l'absence de données précises pour les figurines cyclistes, notons qu'en 1951 Manufrance propose des « sujets divers en métal incassables » vendus en boîte par exemple de cinq sujets au prix de 315F ou de douze sujets à 1185F. Jouets du passé, « Le Manufrance du collectionneur », mis en ligne le 18/06/2013.

²⁴ Le Velomane vintage, *Levelomanevintage.blogspot.com*, « Comment étaient vendus les petits cyclistes Salza », mis en ligne le 23/09/2013.

²⁵ Cyclingboard games.net. en recense huit entre 1950 et 1960.

²⁶ Témoignage de P. Bardet, *Le Populaire*, 8 juillet 2012.

²⁷ Cette entreprise basée à Luxeuil innove en 1933 en fabriquant ses figurines militaires en aluminium et non plus en plomb. Ses concurrents suivront.

²⁸ Elle émane d'une société parisienne de jeux de bazar née en 1930 et se délocalise près de Périgueux en 1948.

²⁹ L'article de Thierry Cerinato présente des exemples de moules.

³⁰ L'éditeur du *Tour féminin* reprend les figurines de son jeu *54x12*.

³¹ Il naît en juillet 1982 à Royan à l'initiative d'une radio locale. Il est devenu le Mondial de billes.

³² L'entreprise à l'acronyme constitué des initiales des noms des trois fondateurs naît en 1825 à Paris et fabrique des figurines militaires à partir de 1838 et jusqu'en 1992. L'activité est relancée en 1994.

³³ Site de l'entreprise, *www.cbmignot.com*.

³⁴ Une seule féminine figure dans la liste des 62 contributeurs au site *Cyclistes-Miniatures*. *Cyclistes-miniatures.blog4ever.com*.

³⁵ Les marques anglaise Britains et espagnole Sotorres ont été ponctuellement présentes dans les années 1960-80.

³⁶ Ils sont surtout Belges, Espagnols et Italiens. Entretien avec Alain Rivolla, collectionneur.