

## L'image Laverda, entre le XIX<sup>e</sup> et le XX<sup>e</sup> siècle

*Un bout d'histoire revit dans les vieux documents d'archives*

130 ans: c'est un âge respectable pour la plus vieille manufacture italienne de machines agricoles encore en activité. Des documents et des témoignages conservés dans ses archives historiques permettent de revivre non seulement le développement technique et économique de l'entreprise mais aussi l'évolution qui, sur trois siècles, a progressivement modifié son image externe et la présentation de ses produits.

Et pour ceux qui, aujourd'hui, soulignent la primauté de l'image dans les rapports commerciaux et dans la valorisation des produits - bref, ce que l'on appelle aujourd'hui le marketing - il peut être stimulant de montrer ce qui se faisait dans ce domaine il y a plus d'un siècle.

Nous découvrons ainsi que Pietro Laverda senior ne fut pas seulement un entrepreneur courageux et à l'esprit fertile, mais aussi un utilisateur attentif des moyens publicitaires de son époque. Il eut un intérêt particulier pour la présentation externe de son entreprise, déclinée dans des solutions graphiques raffinées et en évolution constante.

Dès 1890, quelques années après avoir transféré l'activité de son village natal, S.Giorgio di Perlena, à Breganze, en la dotant de force motrice à vapeur et en en faisant donc une véritable industrie, il a recours à une petite catalogue postal, approprié pour une large diffusion, pour la présentation des produits, en arborant sur une couverture raffinée les prix obtenus lors d'expositions et de concours.

A partir de ce moment-là, l'intérêt pour une présentation de qualité de l'entreprise et une promotion appropriée des machines et matériels devient constant. Les premiers papiers à en-tête, réalisés simplement en recourant à des caractères et des motifs typographiques, indiquent, comme c'était l'usage à l'époque, en plus



des coordonnées de l'entreprise, la gamme des produits proposés au public ainsi que les prix obtenus.

Parmi les produits, l'on trouve un certain nombre de réalisations curieuses, mais évidemment importantes pour le prestige de l'entreprise, comme les horloges de clocher ou les tournebroches ou encore,

au tournant du siècle, les canons anti-grêle.

En 1906, les papiers à lettre et les cartes postales, écrites encore à l'encre et à la plume dans une calligraphie élégante, nous montrent un dessin allégorique de Cérès, déesse de l'agriculture, avec corne d'abondance et des épis de blé, à côté des instruments de travail du mécanicien et, nouveauté technologique très importante, avec la présence intentionnellement mise en évidence des fils de la " nouvelle force électrique " qui alimentent désormais l'usine.

Il s'agit d'une image très élaborée, fruit sans aucun doute des études classiques suivies avec passion par Pietro Laverda au séminaire de Padoue, mais aussi d'une façon de souligner le lien indissoluble de l'entreprise Laverda avec le monde agricole. Quelques années plus tard, nous trouvons par contre le triomphe de la calligraphie élégante de goût fleuri sur un papier à en-tête qui fait état aussi de la Croix au mérite du travail obtenue en 1912, élément de prestige supplémentaire dans les rapports avec le marché au moment où, par le rachat de la Società Italiana Macchine, Pietro Laverda fait un véritable bond en avant dans le monde industriel vicentin et national.

Une autre représentation, entre la mythologie et l'allégorie, de l'homme dominateur de la mécanique, se trouve dans le frontispice de la liste des pièces détachées de 1915. L'on ne voit pas encore, dans ces années-là, une marque d'entre-



Ci-contre: une carte postale de 1906, moyen de communication très utilisé jusqu'au milieu du XX<sup>e</sup> siècle. On peut voir une référence explicite à la force électrique, installée en 1903 avec sa propre centrale hydroélectrique située sur une dérivation de la rivière Astico, à 2 km de l'usine.

Ci-dessous: papier à lettre daté de 1912 et frontispice d'une liste de pièces de rechange des égreneurs pour maïs de 1915. On peut voir la fonderie, activée en 1912-13.

prise à proprement parler, souvent les machines fabriquées sont anonymes et identifiées par une plaque en fer fixée de façon robuste aux bases des pressoirs ou aux batteurs des batteuses.

Ce n'est que vers 1916 que se fait jour un choix plus clair, avec une marque véritable, constituée d'un engrenage et d'un marteau portant le sigle PL. Ce dessin accompagnera pendant de nombreuses décennies les documents techniques et publicitaires, et sera reproduit sur différentes pièces mécaniques et même sur les grilles d'entrée des usines.

Signalons aussi l'intérêt, y compris du point de vue graphique, du magnifique monogramme PL en pur style art nouveau, estampé sur le châssis des premières faucheuses mécaniques au début des années 30. Mais nous consacrerons prochainement un article à l'évolution graphique de ces marques et au logo LAVERDA de cette époque lointaine à nos jours.

Piergiorgio Laverda

A gauche: frontispice du catalogue de Pietro Laverda Meccanico, publié en 1890, dépliant de 10 pages au format 11x14 cm destiné à l'envoi postal.

A droite: monogramme PL en style art nouveau estampé en relief sur le couvercle métallique de la boîte à outils des faucheuses traînées 48 A (1934) et, ci-contre, marque de fabrique créée vers 1916.

