



**MINISTÈRE
DE L'ECONOMIE,
DES FINANCES
ET DE LA SOUVERAINETÉ
INDUSTRIELLE ET NUMÉRIQUE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

**Secrétariat
général**

DIRECTION COMMERCIALE DE LA SEITA : REVUES DE MARQUES ET PLANS DE MARQUES (1980-1996)

Répertoire numérique détaillé

établi par Françoise DESMIER-MOREAU

1ère édition électronique

Centre des archives économiques et financières
Savigny-le-Temple

2023

Cet instrument de recherche a été rédigé avec un logiciel de traitement de texte.
Il est en français.
Conforme à la norme ISAD(G) et aux règles d'application de la DTD EAD
(version 2002).

Sommaire

Plans de marques par zone : études.....	7
Europe.....	7
Outre-mer. - Guadeloupe (1983-1988), Martinique (1984-1988), Guyane (1985-1986, 1988), Réunion (1983-1988, 1996), Antilles-Guyane, Réunion, Maroc, Tunisie (1994), Antilles-Guyane, Réunion (1995), Nouvelle-Calédonie (1983-1984, 1986-1989), Polynésie française (1983-1984, 1986-1988), Comores-Mayotte (1984, 1986).....	7
Amérique. - Zone Amérique (1993), zone Amérique-Pacifique (1992), États-Unis (1983), Argentine (1983-1986, 1988), zone Asie-Amérique (1990, 1992, 1994).....	7
Asie. - Zone Asie (1991-1993), Japon (1984-1986, 1988-1990).....	7
Afrique. - Zone Afrique (Bénin, Gambie, Mali, Mauritanie, Niger, Togo) et hors-taxes Afrique (1995), Zone Lacontre (1984-1989), Cameroun (1987-1988), Côte d'Ivoire (1983-1988), Sénégal (1983-1986, 1988-1989), Djibouti (1984-1988), Maroc (1987-1988), Tunisie (1983, 1985-1988), Maghreb (1996).....	7
Orient. - Afrique-Moyen-Orient (1993), pays arabes (1982-1983, 1985, 1987-1988), Arabie Saoudite (1985-1986), Liban (1983-1988, 1996).....	7
International. -Marketing international (1990-1994), négoce direct (1994, 1996).....	8
Revue de marques par zone : études.....	8
France.....	8
International. - Marketing international.....	8

Référence

B-0074676/1 - B-0074692/3

Niveau de description

Dossier

Intitulé

Direction commerciale de la SEITA : revues de marques et plans de marques.

Dates extrêmes

1980-1996

Noms des principaux producteurs

SEITA (Service d'exploitation industrielle des tabacs et des allumettes).

Importance matérielle

17 boîtes, 2,25 ml

Langue des documents

Français

Institution responsable de l'accès intellectuel

Service des archives économiques et financières

Localisation physique

Savigny-le-Temple (77)

Conditions d'accès

Communicabilité selon les articles L.213-1 à L.213-6 du Code du patrimoine.

Conditions d'utilisation

La reproduction de ces documents est soumise au règlement intérieur de la salle de lecture du Service des archives économiques et financières.

Modalités d'entrée

Versement effectué en 2009 lors de la fermeture du service du Patrimoine d'Altadis, sous les cotes 10J-49 à 58, 95, 108 et 109, 35J-76, 78 et 80, 38J-49 à 53, 40J-7, 8, 30 et 52, 44J-30, 32, 63, 93, 128, 185 et 206, 55J-1, 62, 66, 68 et 262, 61J-158, 64J-7, 8, 251, 252, 254 à 256, 258 à 260 et 307.

Historique du producteur

Henri IV puis Richelieu sont les premiers en France à frapper le tabac d'un impôt. Sous Louis XIV, la vente du tabac devient un privilège réservé au gouvernement royal. En 1791, l'Assemblée nationale rend libres sa culture, sa fabrication et sa vente sous réserve du paiement de certains droits. En 1810, le premier monopole est rétabli sous Napoléon, la gestion de celui-ci est déléguée à la Direction des Contributions Indirectes. En 1860, la direction générale des manufactures de l'État lui succède, elle se voit également confier l'exploitation du monopole des allumettes en 1889. Le 7 août 1926, le service d'exploitation industrielle des tabacs est séparé juridiquement de l'État et se voit rattaché à la caisse autonome de gestion des bons de la défense nationale d'exploitation industrielle de la dette publique. Par conséquent, il s'agit d'un établissement public administré par un conseil

d'administration de plusieurs membres dont le président est nommé par décret sur proposition du ministre des finances. Le SEIT devient alors SEITA en 1935. Par ordonnance du 7 janvier 1959, le monopole du tabac et des allumettes est confié au service d'exploitation des tabacs et allumettes (SEITA), qui est alors désolidarisé de la caisse autonome d'amortissement. Le conseil d'administration est scindé en deux comités jusqu'au changement de statut de l'entreprise en 1961. Ainsi le comité financier, s'occupe des opérations et de la gestion financière de la caisse, le comité technique quant à lui est en charge de l'exploitation du monopole des tabacs, et a la tâche de décider des crédits à allouer au SEITA, le conseil d'administration quant à lui se prononce sur les projets qu'il présente. Le conseil consultatif émet des avis sur toute modification envisagée aux lois et décrets relatifs à la culture, à l'achat des tabacs indigènes, ainsi qu'à la vente des tabacs fabriqués. En 1980, celui-ci est transformé en société d'économie mixte, la SEITA est privatisée en 1995 et fusionne finalement en 1999 avec la société espagnole Tabacalera donnant ainsi naissance à Altadis qui sera rachetée en 2008 par Imperial Tobacco devenu depuis Imperial Brands.

Historique de la conservation

Depuis 1999 la SEITA a entrepris de sauvegarder son patrimoine et ses archives ainsi que de les mettre en valeur. Ce projet impliquait donc de mettre fin aux dispersions des fonds d'archives, ces derniers disposés en divers lieux non adéquates à leur conservation et à leur communication. Ainsi, en 2000 est créé le centre d'archivage aux Aubrais dans le Loiret, ayant pour but de réunir tous les fonds, de les inventorier et de faciliter le travail des chercheurs. Un archiviste est recruté et des locaux spécifiques sont affectés. Celui-ci va recevoir les archives du Musée-Galerie de la SEITA, fermé à la suite du déménagement d'Altadis en France, de l'Hôtel des tabacs, quai d'Orsay, à l'avenue de France dans le XIII^e arrondissement de Paris. C'est également dans ce contexte que va naître le comité d'histoire « SEITA, Terres, d'histoire » qui s'organise autour de ses archives pour les valoriser.

Les archives produites et reçues par la SEITA, en tant que service administratif, établissement public puis entreprise publique jusqu'au 24 février 1995, date de sa privatisation, sont des archives publiques. Une convention d'autonomie est accordée à la SEITA, par le ministère de la Culture et de la Communication (direction des Archives de France) en décembre 2005, pour en assurer la conservation et la communication. Cette convention est dénoncée en juillet 2008 avec le rachat d'Altadis par Imperial Tobacco, qui décide de l'abandon de la fonction archives. Après la dénonciation de la convention d'autonomie, les Archives de France demandèrent aux services d'archives départementaux de récupérer les archives concernant les manufactures du ressort de leurs départements. Les archives centrales de la SEITA sont alors transférées au service des archives du ministère de l'Économie et des Finances. Ce versement a été réalisé dans l'urgence lors de la fermeture du service du Patrimoine d'Altadis.

Évaluation, tris et éliminations

Les doublons ont été éliminés.

Mode de classement

Thématique.

Présentation du contenu

Ce fonds est issu de la direction commerciale.

Après la seconde guerre mondiale, c'est la 3^e division qui était en charge de la vente et de la publicité des produits du monopole. Au sein de cette division existait le service du monopole, un bureau détaché de l'administration des contributions indirectes. Le service des ventes de la région parisienne était pour sa part autonome, placé successivement dans le 5^e

puis la 6e division, avant d'être rattaché en 1958 aux services régionaux de la SEITA. En 1959, un bureau Promotion des ventes apparut au sein de la 3e division. Mais ce n'est qu'en 1963 que la direction commerciale fut véritablement mise sur pied ; elle recouvrait alors toutes les activités commerciales, à l'exception des ventes de la région parisienne, toujours autonomes. Cette direction commerciale, qui avait également en charge les approvisionnements et les importations de tabac, les exportations et la distribution, devenait trop vaste. En 1979 et 1980, elle fut remaniée et les différents services commerciaux furent éclatés entre une division Cigarettes, une direction Marketing et ventes et une division Cigares.

Ce fonds comprend des études concernant les différentes marques de la SEITA : ventes, études de marché, bilans par zone...

Bibliographie

Muriel Eveno et Paul Smith, Guide du chercheur, Histoire des monopoles du tabac et des allumettes en France XIXe-XXe siècles, 2003, 480 p.

Indexation

Tabac

Commerce

Publicité

B-0074676/1 - B-0074685/1

Plans de marques par zone : études.

1981-1996

B-0074676/1 - B-0074681/1

Europe.

1981-1995

B-0074676/1 - B-0074680/1

France.

1981-1995

B-0074676/1

1981-1983

B-0074677/1

1984-1986

B-0074678/1

1987-1988

B-0074679/1

1989-1991

B-0074680/1

1992-1995

B-0074680/2

Zone Europe (1990), hors-taxes France (1987-1988), Corse (1987-1988).

1987-1990

B-0074681/1

Allemagne (1983-1984, 1986-1988), Andorre (1985-1988), Espagne (1987-1988), Islande (1986), Italie (1982-1983, 1985-1988, 1993), Pays-Bas (1987-1988), Royaume-Uni (1986, 1988), Suisse (1983, 1985), Union économique belgo-luxembourgeoise (UEBL) (1983, 1985, 1987-1988, 1993).

1982-1993

B-0074682/1

Outre-mer. - Guadeloupe (1983-1988), Martinique (1984-1988), Guyane (1985-1986, 1988), Réunion (1983-1988, 1996), Antilles-Guyane, Réunion, Maroc, Tunisie (1994), Antilles-Guyane, Réunion (1995), Nouvelle-Calédonie (1983-1984, 1986-1989), Polynésie française (1983-1984, 1986-1988), Comores-Mayotte (1984, 1986).

1983-1996

B-0074683/1

Amérique. - Zone Amérique (1993), zone Amérique-Pacifique (1992), États-Unis (1983), Argentine (1983-1986, 1988), zone Asie-Amérique (1990, 1992, 1994).

1983-1994

B-0074683/2

Asie. - Zone Asie (1991-1993), Japon (1984-1986, 1988-1990).

1984-1993

B-0074684/1

Afrique. - Zone Afrique (Bénin, Gambie, Mali, Mauritanie, Niger, Togo) et hors-taxes Afrique (1995), Zone Lacontre (1984-1989), Cameroun (1987-1988), Côte d'Ivoire (1983-1988), Sénégal (1983-1986, 1988-1989), Djibouti (1984-1988), Maroc (1987-1988), Tunisie (1983, 1985-1988), Maghreb (1996).

1983-1996

B-0074684/2

Orient. - Afrique-Moyen-Orient (1993), pays arabes (1982-1983, 1985, 1987-1988), Arabie Saoudite (1985-1986), Liban (1983-1988, 1996).

1982-1996

B-0074685/1

International. -Marketing international (1990-1994), négoce direct (1994, 1996).

1990-1996

B-0074686/1 - B-0074692/3

Revue de marques par zone : études.

1980-1994

B-0074686/1 – B-0074691/1, B-0074692/1 – B-0074692/3

France.

1980-1994

B-0074686/1

1980-1981, 1983-1984

B-0074687/1

1985-1987

B-0074688/1

1988-1989

B-0074689/1

1990-1991

B-0074690/1

1992-1993

B-0074691/1

1994

B-0074692/1

Plans promotion et ventes.

1989-1992

B-0074692/2

Présentation des plans au Collège de direction.

1982, 1986-1988

B-0074692/3

Bilan et perspectives.

1989-1990

B-0074691/2

International. - Marketing international.

1989, 1992-1994