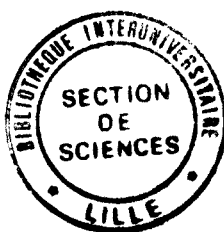


50377
1990
202-1

50377
1990
202-1

Au seuil de cette thèse, je ne sais comment dire ma reconnaissance à Michel BATTIAU qui accepta de diriger mon travail. Je lui dois d'avoir su guider cette étude. J'ai bénéficié de sa lecture attentive et de ses conseils à chaque étape de ma recherche. Cette entreprise doit aussi beaucoup à Jacques MOUCLIER, président de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, qui m'a apporté l'appui de ses relations et de ses collaborateurs, à Nathalie MONT-SERVAN, chroniqueur au "MONDE" pendant vingt-six ans, qui a mis sa bibliothèque à ma disposition, aux vingt-cinq Grands Couturiers qui m'ont offert photos et documents, à Marie-José LEPICARD, journaliste à Antenne 2, à Rose SANS, mon ancien professeur d'Histoire-Géographie, qui a bien voulu se charger de la relecture, à tous ceux et toutes celles qui m'ont aidée dans le déroulement de cette longue étude et ont ainsi contribué à la réalisation de cet ouvrage, en particulier à Yvonne DESLANDRES, premier conservateur du Musée National des Arts de la Mode.



030 030321 7

*" La mode est notre souveraine et le sera toujours,
la suivre est un devoir, la fuir un ridicule " ...*

Cardinal de BERNIS
(1715-1794)

..." L'incurie de la toilette est un suicide moral " ...

Honoré de BALZAC
(Traité de la vie élégante)

INTRODUCTION

"La Haute-Couture, un élément du rayonnement mondial de Paris".

"Paris, mais c'est la Tour Eiffel". Ainsi commence une chanson de revue que tout le monde a plus ou moins fredonnée. Mais Paris c'est aussi CHANEL, DIOR et SAINT-LAURENT. La preuve : l'accueil chaleureux que les Américains viennent de réserver à ce dernier à l'issue de sa présentation de Prêt-à-Porter printemps-été 1990. Autre preuve : des Japonais, atterris le matin à Francfort

pour le petit déjeuner, arrivent vers seize heures rue Cambon, font arrêter leur car devant CHANEL et achètent sacs, parfums, cravates et accessoires divers, en trois ou quatre exemplaires chacun, avant de prendre la route pour Londres ou Madrid. Pour eux, faire l'Europe c'est passer obligatoirement rue Cambon. Le témoin d'un tel enthousiasme est en mesure de se demander pourquoi ces noms sont devenus aussi prestigieux. C'est peut-être parce que la Haute-Couture donne l'impulsion aux accessoires du Prêt-à-Porter plus abordables que ses créations. Avec le parfum *"Rosine"*, POIRET voulait que la femme élégante trouve tout ce dont elle avait besoin dans son magasin alors qu'il existait déjà GUERLAIN. Depuis, les choses ont changé et la griffe du couturier sert à vendre d'autres productions qui sont à des prix plus abordables. Mais vendre ; un parfum peut permettre de faire vivre la maison comme *"Joy"* de PATOU.

L'EXPANSION de décembre 1987, n° 327, publie le classement des mille premières entreprises françaises - ELF-AQUITAINE occupe le second rang : elle vient de racheter à deux membres de la famille RICCI leurs actions *"parfums"*, soit 80 % du chiffre d'affaires et Collections *"Haute-Couture"*. Cette société contrôle également VAN CLEEF, CHARLES JOURDAN, ROGER & GALLET, MOLYNEUX et STENDHAL. La vingt-huitième place revient à L'OREAL qui soutient GUY LAROCHE-TARLAZZI, JEAN-LOUIS SCHERRER; la FINANCIERE AGACHE sponsorise CHRISTIAN DIOR, CHRISTIAN LACROIX et se tient à la quarante-troisième place ; à la cinquante-quatrième se situe UNILEVER qui s'occupe des Parfums JEAN-LOUIS SCHERRER par le biais de HARRIET HUBBART-AYER ; BIC, depuis 1971 a une participation chez GUY LAROCHE et détient la soixante-cinquième place ; VUITTON, avec les parfums et les cosmétiques, HUBERT DE GIVENCHY et GUERLAIN, est le cent quatre-vingt-sixième, mais est le numéro *"un"* des industries de luxe avec MOET-HENNESSY depuis juin 1987, qui contrôle les parfums et cosmétiques DIOR, ROC et GIVENCHY-COUTURE depuis 1989. ELF-AQUITAINE, MOET-

HENNESSY, LOUIS VUITTON, L'OREAL, LA FINANCIERE AGACHE, UNILEVER et BIC sont cotés en Bourse, et SAINT-LAURENT depuis le 7 juillet 1989.

Tels étaient les nouveaux Grands en 1987

1.- Groupe LOUIS VUITTON et MOET-HENNESSY (créé en juin 1987)

LOUIS VUITTON

- Champagne : VEUVE CLICQUOT (en 1986).
- Parfums et cosmétiques : GIVENCHY (en 1986), GUERLAIN (15 % en mai 1987)
- Malletterie : LOUIS VUITTON

MOET-HENNESSY

- Champagnes : DOM PERIGNON, MOET ET CHANDON, MERCIER, RUTNART
- Cognac : HENNESSY
- Parfums et cosmétiques : DIOR, ROC.

2 - LA FINANCIERE AGACHE

- Couture : DIOR, CHRISTIAN LACROIX (en janvier 1987)
- Maroquinerie : CELINE (en juillet 1987)

3.- FINANCIERE TRUFFAUT (groupe WORMS)

- Maroquinerie : LANCEL (20 % en mars 1987)
- Prêt-à-porter : KENZO (20 % en 1985)
- Joaillerie : FRED (20 % en 1986)

4.- Jacques BOGART

- Parfums : BOGART, TED LAPIDUS (en 1985)
- Parfums et couture : BALENCIAGA (en 1986)

5 - CORA - REVILLON

- Parfums et fourrures : REVILLON
- Prêt-à-porter : Karl LAGERFELD (en janvier 1987)
- Parfums : CARON (en juin 1987)

6 - ZANIMOD

- Parfums : JACOMO, JEAN d'AVEZE (en 1986), JEAN DESPREZ (en juin 1987)
- Prêt-à-porter : DANA

7 - YVES SAINT-LAURENT.

- Parfums : YSL (en 1986)
- Couture : YSL.

(d'après L'EXPRESS du 14 au 20 août 1987 p. 29, 30, 31)

Et au nombre des mille premières entreprises françaises, si l'on ne considère que les industries de luxe, le classement est le suivant :

1988	1987	
4	3	ELF AQUITAINE (NINA RICCI COUTURE)
27	24	L'OREAL (LAROCHE et SCHERRER).
39	39	L.V.M.H. (DIOR, GIVENCHY, GUERLAIN).
64	52	D.M.C.
100	71	BIC (LAROCHE).
108		HENNESSY (DIOR).
117	113	MOET ET CHANDON (DIOR, GIVENCHY)
153	144	YVES SAINT LAURENT (DE BENEDETTI).
"	"	Parfums DIOR (L.V.M.H.).
178		CHANEL (Parfums, Couture) - Suisse -.
346	525	Parfums NINA RICCI (ELF AQUITAINE).
355		HERMES.
475	514	GUERLAIN (L.V.M.H.).
480		JACQUES JAUNET.
674	588	CACHAREL
678		NAF-NAF
695		Parfums ROCHAS.

(L'EXPANSION, décembre 1989)

Manifestement, crise ou pas, le luxe garde tous ses attraits : aussitôt qu'une marque prestigieuse est à vendre, les acheteurs se précipitent, et pas forcément français. HERMES a signé en Décembre 1987 une "joint-venture" au Japon, Carlo de BENEDETTI (Italie) détient 49 % des actions Yves SAINT-LAURENT, Erich FAYER (Canada) a contrôlé BALMAIN (couture, parfums) et contrôle toujours JACOMO, Jean d'AVEZE et Jean DESPREZ sous le nom de ZANIMOD. Récemment, depuis le 4 Septembre 1987 à Düsseldorf, en avant-première de l'IGEDO, le plus grand salon international de mode féminine, un contrat lie le géant de la confection Klaus STEILMANN (Allemagne) numéro "un" en Europe, à Karl LAGERFELD, le créateur qui s'est le plus diversifié ces dernières années.

Créée par Karl LAGERFELD, fabriquée et commercialisée par Klaus STEILMANN, à destination de tous les pays, sauf le Japon, la collection d'hiver "KL by Karl LAGERFELD" est à la portée des revenus les mieux partagés. Cette collection est fabriquée en Allemagne Fédérale dans quarante usines. Et Karl LAGERFELD continue à créer les modèles CHANEL Haute-Couture, chez CHARLES JOURDAN à dessiner des chaussures, encore chez CHANEL à adapter des fourrures pour l'Italien FENDI et chez REVILLON à imaginer une ligne de vêtements et d'accessoires.

Si des multinationales s'intéressent aux maisons Haute-Couture, c'est parce que nos créateurs sont très recherchés.

Premier avantage :

"Les marques ont pris une plus-value fantastique depuis quelques années" constate Christian BLANCKAERT, Président délégué du Comité Colbert, un club très sélect qui regroupe soixante-dix entreprises triées sur le volet (de CHANEL à LALIQUE en passant par VUITTON et BOUCHERON) et réalise au total 20 milliards de francs de chiffre d'affaires. *"Et lancer une nouvelle marque représente un tel investissement qu'il devient plus intéressant d'en racheter une existante"*, poursuit-il. Un rachat sans doute coûteux mais moins aléatoire, car il permet, d'acquérir simultanément la marque, la part de marché, les réseaux commerciaux et, en prime, toute une galerie d'ancêtres.

Second avantage :

Il n'est de vrai luxe que français, même si l'Italie nous talonne en challenger non négligeable. Résultat : un sondage effectué par le Comité Colbert à Orly et à Roissy auprès de mille étrangers : s'ils n'avaient pas de contrainte de déplacement, c'est en France que 55 % d'entre eux achèteraient des produits de

luxe, contre 15 % aux Etats-Unis et 11 % en Italie. Quand on connaît l'importance du marché de tels produits sur les territoires américain et italien, on mesure le poids du label "FRANCE". Le couturier italien VALENTINO ne vient-il pas de provoquer la colère dans son pays en annonçant son intention de présenter désormais ses Collections à Paris. ?

Troisième avantage :

A en juger par son taux de rentabilité, le luxe semble se jouer des aléas conjoncturels et traverser les crises plus sereinement que d'autres secteurs.

Mieux, la Haute-Couture, qui a dû évoluer durant le XX^{ème} siècle continue et même accroîtra cette évolution, gage de son avenir, en diversifiant sa production à la recherche d'une plus large clientèle.

Certains, et non des moindres, ont pu se montrer pessimistes sur l'avenir de la Haute-Couture - peut-être par référence à des temps révolus - tel le Président POMPIDOU.

Finie la Haute-Couture ? Non, si l'on écoute Pierre CARDIN recevant pour sa collection Automne-Hiver 1982-1983 le "Dé D'or" et ce, pour la troisième fois, et qui s'étonne : si le chiffre d'affaires de l'ensemble de sa production lui est inconnu, sa clientèle privée a doublé, ses licences se multiplient. Christian DIOR confirme cette tendance : la Haute-Couture, le prêt-à-porter, les industries de la mode représentent le troisième chiffre national d'exportation ; le parfum, directement lié à la Haute-Couture, le second (chiffres de l'UCAD) ; les vins et alcools, le premier.

Parues en plein désarroi économique sous le titre : *"Tout va très bien, Madame la Marquise"* et signées Mohamed MESTIRI, ces lignes sont en droit d'être prises pour une provocation ou une boutade. Boutade envers notre pays que l'on classe un peu trop facilement au nombre de ceux qui se laissent distancer dans le commerce international : provocation quand on songe au nombre de chômeurs, de smicards, d'affamés du Tiers-Monde. Or, il existe sur notre planète une catégorie sociale qui échappe à la crise, continue de s'approvisionner dans les magasins de haut luxe : FAUCHON, LACHAUME, CARTIER, à se déplacer sans compter (ne l'a-t-on pas baptisée la "Jet Society" ?) et permet ainsi à des secteurs bien déterminés non seulement de survivre mais encore de prospérer. Grâce à cette clientèle peu nombreuse mais au pouvoir d'achat considérable, la Haute-Couture parisienne ne chôme pas. Et c'est le dynamisme de ses vingt-cinq griffes connues du monde entier qu'il est intéressant d'étudier.

Les principes méthodologiques :

La renommée de ces marques est trompeuse : il n'y a aucun ouvrage de synthèse dans les bibliothèques. S'il existe des Histoires du costume et de la mode, elles n'ont aucun lien entre elles. Le recours à l'historique des faits est non seulement utilisé comme un moyen d'explication, mais encore comme un argument sociologique. Or, la problématique de la thèse est celle du fonctionnement d'un artisanat de luxe parisien et de ses composantes, en amont et en aval, en dépit de la conjoncture actuelle, et ce dans le VIII^{ème} arrondissement, conférant à la capitale ce que Madame BEAUJEU-GARNIER a appelé : *"Le rôle international de Paris"* (Atlas géographique de la France moderne : PARIS, chez FLAMMARION).

Trois difficultés à cela : l'absence de livre sur ce genre d'entreprise, la garde du secret professionnel auquel on se heurte à chaque étape de la création et surtout le facteur temps qui vient sans cesse remettre en question les conclusions où l'on croit être arrivé.

Première difficulté rencontrée

L'absence de livre sur le fonctionnement d'une maison de Haute-Couture a été compensée par l'appel au vécu. La visite des ateliers DIOR et LESAGE (brodeur de tous les couturiers) avec interviews des protagonistes a été suivie de l'étude des dossiers K et K bis, de l'origine à 1988, au Tribunal de Commerce de Paris, 1 Quai de Corse, et à l'Institut National de la Propriété Industrielle à Nanterre. La structure des vingt-cinq maisons a donc été dévoilée. La prise de connaissance de la Convention Collective a permis d'évoquer les problèmes de l'emploi et les documents personnels de chacune des maisons ont ouvert le champ de ses ventes et de ses débouchés. Enseigner à "ESMOD" a permis une approche des élèves des écoles de création et présenter la collection Automne-Hiver 1983-1984 de JEAN-LOUIS SCHERRER a permis d'appréhender, de l'intérieur, le monde de la publicité, de la presse et des autres médias.

La profusion des ouvrages sur l'Histoire de la mode et du costume a exigé une limitation et du thème et du temps. Pour expliquer l'existence des vingt-cinq grands couturiers, point n'eût été besoin de remonter au-delà de 1850 puisque c'est Charles-Frédéric WORTH qui est considéré comme *"le père"* de la Haute-Couture, mais il faut aller bien au-delà pour comprendre et l'implantation et le phénomène Haute-Couture à Paris, dans le VIII^{ème}.

Deuxième difficulté rencontrée.

La garde absolue du secret professionnel qui va jusqu'à la non-publication d'archives. Aucune interview, pendant cinq ans, n'a permis de connaître le nom d'un fournisseur ni d'une cliente, encore une fois, non par goût de l'anecdote mais pour étudier le fonctionnement de la maison en amont et en aval. La découverte, dans le bureau de Monsieur LESAGE, de la liste des *"soixante-trois fabricants français travaillant pour les créateurs et les couturiers"*, liste mise au point pour les acheteurs américains pour 1985-1986 a résolu bien des problèmes concernant l'origine géographique et la composition textile d'une collection. L'envoi de soixante-trois lettres aux soixante-trois sièges sociaux des entreprises a permis la constitution de cartes et de statistiques. Mais, les renseignements concernant les 3.000 clientes n'ont pu être découverts. Des factures variant de 20.000 francs (une blouse, une jupe) chez Christian LACROIX à 200.000 francs (un soir brodé) et de 30.000 à 270.000 francs chez Yves SAINT-LAURENT font partie de la vie privée !

Troisième et dernière difficulté :

les variations du sujet pendant huit ans.

Les grands couturiers gagnent ou perdent leur label en fonction d'un règlement très strict de la Chambre Syndicale, créent des Collections sans mériter ce label, gardent la qualification *"Haute-Couture"* sans élaborer de Collections. Les Assemblées Générales renvoient ou bien élisent les Présidents Directeurs Généraux selon leurs besoins. Les dépôts de bilans sont suivis de rachats par des capitaux étrangers pour redevenir français, par la suite. Si des groupes internationaux sont derrière certains, d'autres sont subventionnés par des sociétés françaises cotées en Bourse. Ce fut, en huit ans, un vrai tourbillon.

PLAN DE LA THESE

PREMIERE PARTIE

LES POINTS COMMUNS : L'ENCADREMENT ET L'HISTOIRE

SECTION I : L'ENCADREMENT SPATIAL ET PROFESSIONNEL

Chapitre 1 : L'encadrement spatial : Une seule localisation née des aménagements de Paris à la fin du XIXème siècle p 18

Chapitre 2 : L'encadrement professionnel : Une seule organisation, la Chambre Syndicale qui leur sert de guide avec : p43

- l'appartenance au label "*Haute-Couture*"
- les exclus : les Stylistes

A - Les mêmes sources de formation p67

B - Une appartenance aux mêmes réseaux de communication P70

C - Le respect de la même convention collective p82

D - La lutte contre la contrefaçon p91

E - Les mêmes sources de recrutement de mannequins p103

SECTION II: L'HISTOIRE.

Chapitre I : Du vêtement à la Haute Couture	P. 115
A. Des origines à 1350:prélude à la mode.	P. 116
B. Apparition de la mode	P. 118
C. Les structures du travail	P. 126
a) Les corporations jusqu'à la loi Le Chapelier	P. 126
b) Des corporations aux métiers	P. 129
Chapitre 3. Ch. F. WORTH père de la HAUTE COUTURE(1850-1970)	P. 133
A. L'Avant Worth	P. 134
B. Le père de la Haute Couture	P. 136
C. Influence de la couture sur l'industrie textile	P. 142
D. PARIS,déjà...	P. 143
E. Evolution des conditions de travail	P. 149
Chapitre 3. La révolution POIRET.(1870-1914).	P. 153
A. L'Avant Poiret	P. 154
B. "La révolution" de 1909-1910	P. 160
D. Dans le sillage de Paul Poiret	P. 162
a) de 1870 à 1885	P. 164
b) de 1885 à 1914	P. 164
c) L'évolution des conditions de travail	P. 166
D. JEANNE LANVIN	P. 170
E. La formation	P. 174

Chapitre 4 : De 1918 à 1940 - la première ère CHANEL	P. 181
A - Simplification	P. 182
B - Emancipation	P. 182
C - L'incarnation de double phénomène Gabrielle CHANEL	P. 184
D - Les autres "Grands"	P. 187
E - Evolution des conditions de travail de 1918 à 1936.	P.196
Chapitre 5 : De 1940 à nos jours	P.199
A - Les années 40	P.200
B - Les années 50	P.204
C - La bombe COURREGES	P.209
D - Deux noms illustrent cette époque : BALMAIN et DIOR	P.211
E - Le musée de la mode	P.213

DEUXIEME PARTIE - LES ATOUTS DE LA HAUTE-COUTURE EN 1990

SECTION I : UN ENVIRONNEMENT SOMPTUEUX

Chapitre 1 : Autour d'une collection P. 220

A - De la création au défilé P. 221

B - Les textiles traditionnels P. 231

Chapitre 2 : Présence dans la capitale de presque tous les sièges sociaux des industries de luxe et triomphe du VIIIème arrondissement P. 243

A - Le prêt-à-porter féminin, masculin ; les licences P. 247

B - Les parfums P. 280

C - ...et les autres, regroupés dans le Comité Colbert P. 284

SECTION II : DES STRUCTURES RAYONNANTES

Chapitre 1 : Une typologie de prestige P. 301

A - Selon la formation P. 302

B - Selon l'origine des capitaux P. 320

Chapitre 2 : L'Institut Français de la Mode P. 365

Chapitre 3 : La Haute-Couture française à l'heure de l'Europe P. 368

Conclusion P. 373

CONCLUSION GENERALE P. 375

PREMIERE PARTIE

**LES POINTS COMMUNS :
L'ENCADREMENT ET
L'HISTOIRE**

SECTION 1

L'ENCADREMENT

SPATIAL ET

PROFESSIONNEL

CHAPITRE 1

L'ENCADREMENT SPATIAL : UNE SEULE LOCALISATION NEE DES AMENAGEMENTS DE PARIS A LA FIN DU XIXème SIECLE

Le triangle de la Haute-Couture: c'est Paul POIRET qui rachetant, en 1900, un hôtel particulier rue d'Antin, prophétise que *"la poussée vers l'ouest est irrésistible"* et attire, de ce fait, ses confrères. En effet, sur les vingt-cinq Grands, six sont situés avenue Montaigne, cinq rue François Ier et deux avenue George-V, soit plus de la moitié d'entre eux. Le 8ème arrondissement domine avec vingt-deux Couturiers-Créateurs, les trois autres étant fidèles aux 1er, 6ème et 16ème arrondissements. Seule, CHANEL est restée fidèle au 31 de la rue Cambon, rue ouverte en 1719 sur un hôtel ayant appartenu au Maréchal de Piney-Luxembourg, PACO RABANNE demeure dans le 6ème arrondissement et Yves SAINT-LAURENT illustre le 16ème arrondissement avec son hôtel particulier du 5 de l'avenue Marceau. Selon les critères de la Chambre Syndicale dont nous parlerons plus loin, une maison *"Haute Couture"* doit employer au minimum vingt personnes à sa production, dans ses propres ateliers parisiens. Cela explique l'implantation dans de petits immeubles et hôtels particuliers et le surpeuplement relatif des ateliers en raison de la cherté du m² dans le 8ème.

Le 8ème arrondissement, un quartier relativement neuf, est situé sur la rive droite de la Seine, son extrémité sud touchant au coeur de Paris par le Jardin des Tuileries et le Palais du Louvre; mais le reste de son territoire, très étendu (388 ha) est, jusqu'au début du XIXème siècle, la campagne.

Avant le XVII^e siècle, le 8ème arrondissement actuel est une succession de marécages et de cultures maraîchères. Les champs sont bordés par la forêt de Rouvray qui couvre les pentes de Chaillot et dont le Bois de Boulogne est le dernier vestige. Sur le plan de François Quesnel (1609), Paris s'arrête aux Tuileries, protégé par une enceinte *"les Fossés Jaunes"* ou enceinte de Louis XIII. Deux portes percent le mur: l'une, la Porte de la Conférence, s'ouvre sur une route qui longe la Seine et mène à Versailles; l'autre, dite Porte Saint-Honoré, se trouve à la hauteur de la rue Royale et s'ouvre sur la route de Chaillot actuellement rue du Faubourg

Saint-Honoré.

Au-delà, s'étend une bande inculte où Louis XIII chasse au faucon, là où se trouve la place de la Concorde périodiquement inondée par la Seine.

Le 8ème arrondissement est en dehors de Paris, jusqu'au 1er janvier 1860, à l'extérieur des fortifications, la rue Royale s'appelant rue Basse-du-Rempart.

Le nord de la rue du Faubourg Saint-Honoré est le domaine de l'Evêque, donné à ce dernier par Clovis après sa conversion. Il comprend une maison de plaisance, des fermes, un port et un abreuvoir. Plus loin, c'est la Plaine Monceau autour du château et du village appelé Montchauf.

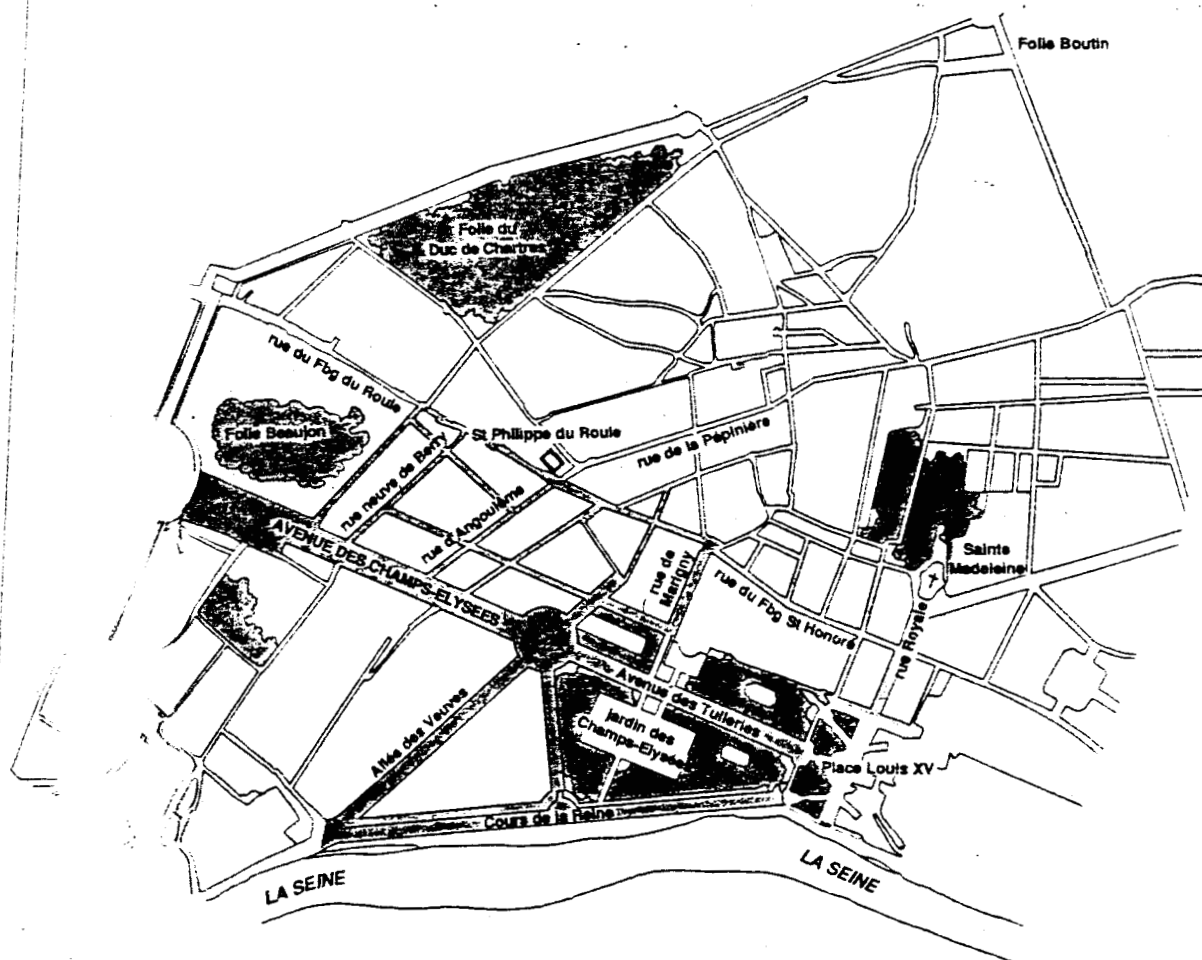
Au-delà de la Ville-l'Evêque, le Faubourg Saint-Honoré, devenant la rue du Bas-Roule, passe devant l'église Saint-Jacques-Saint-Philippe dont le clocher domine le village du Roule. Le 12 décembre 1702, Paris est restructuré par le Lieutenant Général d'Argenson en vingt quartiers. Les deux villages du Roule et de la Ville-L'Evêque lui sont annexés. La population de Paris est alors estimée à 600 000 habitants.

Au début du règne de Louis XV, en 1715, on décide de créer en son honneur une place sur le grand terrain vague où Louis XIII allait chasser au faucon. Pendant ces aménagements, on envisage alors de construire la nouvelle église de la Madeleine au bout de la rue Royale.

Voyant cela, des architectes à la mode achètent puis lotissent de nombreux terrains alentour qui appartiennent à l'Archevêché, et bien des écrivains parlent déjà de la décadence du Marais au profit de nouveaux quartiers dont le Faubourg Saint-Honoré de plus en plus recherché par les grandes familles. En effet, en 1753, Madame de Pompadour achète le grand hôtel du comte d'Evreux situé rue du Faubourg Saint-Honoré, le fait décorer et en agrandir le jardin. A sa mort, il devient l'Hôtel des Ambassadeurs Extraordinaires avant d'être vendu en 1773 par le Roi au financier Beaujon. Il est encore agrandi avant de passer en 1787 à la duchesse de Bourbon. Elle l'appelle "l'Elysée".

Vers la nouvelle place Louis XV, des hôtels disparaissent, tel celui de Girardin en 1782, rue Cambon. Les maisons

Carte du VIIIème arrondissement en 1789



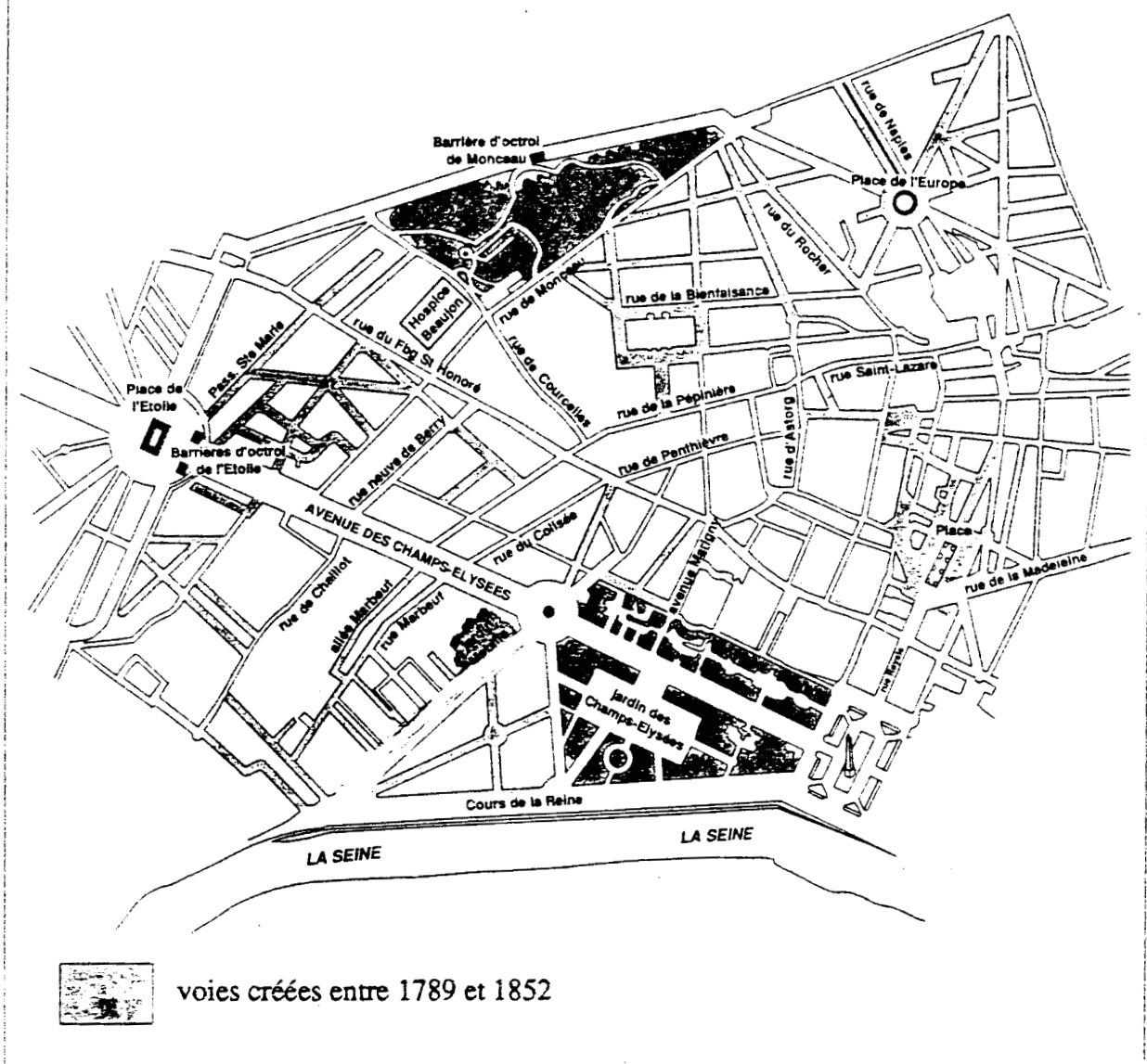
état des voies en 1789

de la rue Royale s'élèvent selon les dessins de Gabriel. Rue du Faubourg Saint-Honoré s'ouvrent de nombreux chantiers. Des lots sont achetés par un oncle de Louis XVI, Xavier de Saxe. Mais les rues qui partent du Faubourg se peuplent encore davantage dès le début des années 1760 qui coïncident avec la couverture du grand égout et l'autorisation - jusque là refusée - d'ouvrir des voies nouvelles. Comme en 1724, on avait supprimé la pépinière qui datait de Louis XIII, en 1777 son emplacement est acquis par le comte d'Artois qui fait percer les rues de Berry et d'Angoulême (La Boétie actuelle).

En 1790, Paris est réorganisé en une nouvelle enceinte. Le 8ème fait alors intégralement partie de Paris. On mutilé l'hospice de Beaujon, on démolit en 1795 la Madeleine et on abat la statue du Roi, place Louis XV. Le Premier Empire marque le 8ème arrondissement avec deux monuments: la Madeleine et l'Arc de Triomphe, l'un et l'autre inachevés en 1815. Le quartier du Roule ne cesse de grandir: c'est le quartier des hauts fonctionnaires qui s'installent au Faubourg Saint-Honoré, à proximité de Joseph et Pauline Bonaparte et de Caroline Murat. Sous la Restauration, en raison des conditions socio-économiques, le 8ème arrondissement devient le passage obligé du capitalisme financier. Les espaces non construits sont si nombreux qu'il est facile de fonder des sociétés immobilières et d'y placer son argent.

En 1835, Emile Pereire entreprend la gare Saint-Lazare. L'accroissement incessant du trafic ferroviaire permet à ce nouveau quartier de connaître une certaine vogue à partir de 1848. Comme pour le reste de Paris, c'est le Second Empire qui lui donne sa physionomie actuelle. Des voies nouvelles se créent de toutes parts, des immeubles aussi. La haute société s'y bouscule. La IIIème République va terminer les travaux laissés par Haussmann. Les cent dernières années écoulées à travers trois Républiques vont consacrer le triomphe du 8ème arrondissement et une ascension socio-économique fulgurante. le pouvoir exécutif s'y installe définitivement et les ambassades les plus prestigieuses aussi. Le commerce

Carte du VIIIème arrondissement en 1852



de luxe ne tarde pas à y prendre pied à son tour. L'avenue Montaigne aujourd'hui est un des hauts-lieux de la Haute Couture.

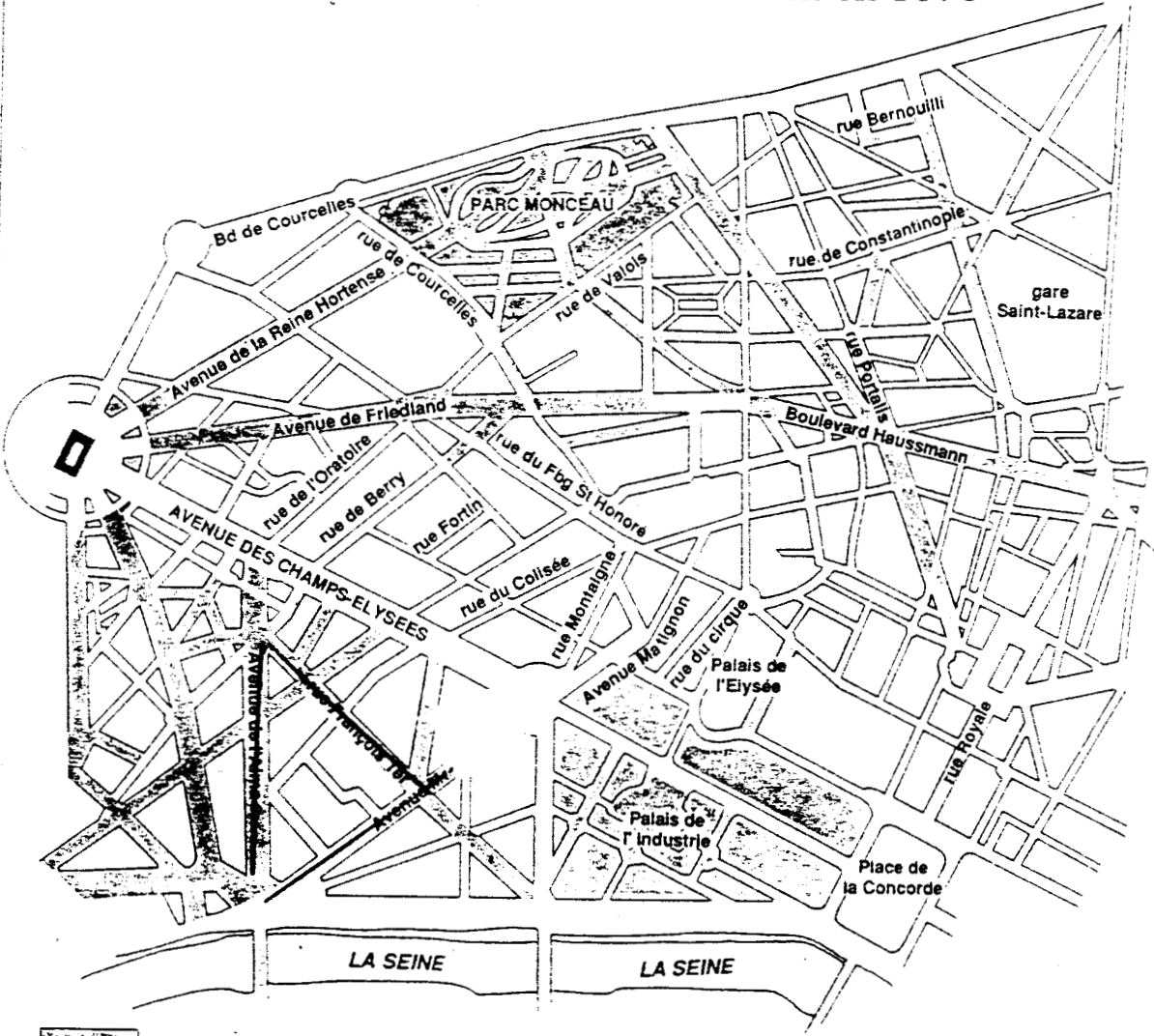
Or, en 1672 l'avenue Montaigne était un chemin desservant les cabanes de jardiniers du marais des Gourdes. On appelait ainsi ce terrain d'après les cucurbitacées que l'on y cultivait. Il était la propriété des Dames de la Visitation Sainte-Marie, limité à l'ouest par le grand égout (rue Marbeuf) et à l'est par le côté impair de l'avenue Montaigne, au nord par les Champs-Élysées et au sud par la Seine.

Cette allée fut tracée en 1770 par le marquis de Marigny et appelée avenue des Veuves. Quelques guinguettes louches la bordaient tel le Bras-Rouge. Depuis 1850, elle s'appelle l'avenue Montaigne.

Le quartier de haut luxe n'apparaît qu'à l'extrême fin du XIX^e siècle. Sa naissance résulte de deux facteurs: d'une part, des magasins de luxe, surtout de couture, s'installent sur les Champs-Élysées et dans les avenues adjacentes. D'autre part, des hôtels luxueux s'élèvent au même endroit. Leur clientèle cosmopolite et fortunée sera naturellement celle des boutiques qui s'ouvrent au même moment.

La zone des Champs-Élysées devient, au début du XX^e siècle, un centre de diffusion internationale des articles de Paris: mode, parfums, accessoires. La vocation du quartier "*François 1er*" pour la mode est relativement tardive. WORTH s'installe, en 1858, au n°7 de la rue de la Paix. De nombreux couturiers se fixeront à leur tour dans le quartier entourant la place Vendôme (1er): DOUCET (1880), Madame PAQUIN 19 et 3, rue de la Paix (1891); DRECHLL, CHERUIT, 24 et 21, place Vendôme; Madeleine VIONNET, 222, rue de Rivoli (1912); Coco CHANEL, rue Cambon (2^{ème}) et le Captain MOLYNEUX, 5, rue Royale (8^{ème}). Devançant Paul POIRET, 107, rue du Faubourg Saint-Honoré, Jeanne LANVIN s'était installée au 22 et Nicole GROULT, la soeur de Paul Poiret, au 24, rue d'Anjou. Le 8^{ème} arrondissement détrône véritablement le 1er quand Paul POIRET traverse les Champs-Élysées pour s'installer d'abord 26, ave-

Carte du VIIIème arrondissement en 1870



voies créées entre 1852 et 1870

nue d'Antin puis, en 1926 au n°1 du Rond-Point, suivi en cela par Madeleine VIONNET qui abandonne la rue de Rivoli pour le 50, avenue Montaigne (ex-immeuble Philips) et DOUCET qui, quelques années plus tard se rend du 10, rue de la Paix aux Champs-Élysées. La poussée vers l'ouest se poursuit dans les années trente avec MAINBOCHER, Jacques FATH, PHILIPPE et GASTON, Jean DESSES, BALENCIAGA et Lucien LELONG. Mais ce seront surtout BALMAIN et DIOR qui marqueront la rue François 1er et l'avenue Montaigne.

L'hôtel situé au n°13 de la rue François 1er, construit en 1865 et surélevé de trois étages de briques et pierres, fut racheté en 1920 par la Compagnie Française de Capitalisation qui le fit surélever en 1923 jusqu'à sept étages et édifia en 1932, un immeuble de bureaux de six étages dans la cour.

Quant au n°15, racheté par la même société que le précédent en 1920, il fut tout de suite surélevé à sept étages pour accueillir des bureaux en attendant l'ouverture, en 1939, de la boutique de fleuriste du rez-de-chaussée où s'installe en 1947 Christian DIOR.

Face à ce dernier, l'immeuble Nina RICCI. La parcelle originale de 700 m² fut l'objet d'une vente aux enchères en 1872, et fut adjugée pour 136 661 francs au général RIBOURT qui y fit bâtir la même année un hôtel comprenant rez-de-chaussée et combles. Cette construction fut rachetée en 1913 par la société Kodak-Pathé qui demeura au n°17 de la rue François 1er jusqu'en 1977; cette dernière et la Société Française des Poteaux Electriques, installée au n°10 depuis 1942, vendirent ces immeubles à Nina RICCI, qui, par les soins de l'architecte ICHBIAH, n'en firent bientôt qu'un. La dynamique immobilière que l'on perçoit dans le quartier durant l'entre-deux guerres s'estompe dès 1937. Par la suite, comme l'attestent les demandes de permis de construire, ce sont des ouvertures d'un nombre important de boutiques au rez-de-chaussée qui en furent les principales modifications.

L'installation de DIOR et de BALMAIN prend place dans une mutation générale du paysage de la mode parisienne. Toutefois, ce mouvement a été moins sensible que l'exode de

Carte du VIIIème arrondissement en 1889



voies créées entre 1870 et 1889

l'hôtellerie et de l'automobile. En effet, dans les années 20, les couturiers avaient recherché d'abord un espace de travail. En 1939, alors que les hôtels et les halls d'exposition d'automobiles ont presque tous disparu, il ne reste que TOUTMAIN et PIGUET sur les Champs-Élysées. Au lendemain de la Seconde Guerre Mondiale, DIOR et BALMAIN ne sont plus isolés et peu à peu se dessine la configuration actuelle du Triangle d'Or de la Haute Couture parisienne.

Mais comment les hôtels particuliers qu'ils occupent ont-ils été vidés de leurs occupants ? La poussée vers l'ouest ne s'est pas faite uniquement sur des terrains constructibles, loin de là ! En 1932, la transformation à usage commercial des appartements occupés avait été interdite mais cette mesure a été bien vite contournée. Dès qu'un appartement se libérait, on le louait à une société. Un autre procédé consistait à proposer aux occupants un relogement dans le voisinage. Dans de nombreux cas, les cours encore vides des hôtels particuliers furent remplacées par des immeubles de cinq ou six étages à usage de bureaux. Voici comment s'est opérée la transformation des immeubles sis aux numéros 11, 13 et 15 de la rue François Ier qui accueille actuellement le siège social de Christian DIOR. A l'origine, ces trois immeubles étaient des hôtels particuliers complètement indépendants. Au 11, se trouvait l'hôtel du baron de BLEICHRODER, qui avait été surélevé d'un étage en 1868, d'un deuxième en 1897 et augmenté en 1907 d'une *"remise pour automobiles"*. Dans les années 20, l'hôtel fut racheté par la Compagnie Française de Radiophonie qui établit, en 1927, une salle d'audition sur la cour. Mais le développement commercial du quartier vient aussi du vide laissé par la perte de vitalité de l'habitat résidentiel.

Pendant les années 20, le marché des immeubles de rapport bourgeois est en pleine crise. Bien que le blocage des loyers ne concerne que les bâtiments d'avant 1914, on ne construit plus guère. Dans le quartier, il faut attendre la libération des loyers les plus chers et l'augmentation générale de 100% concédée en 1926 pour voir réapparaître les premiers

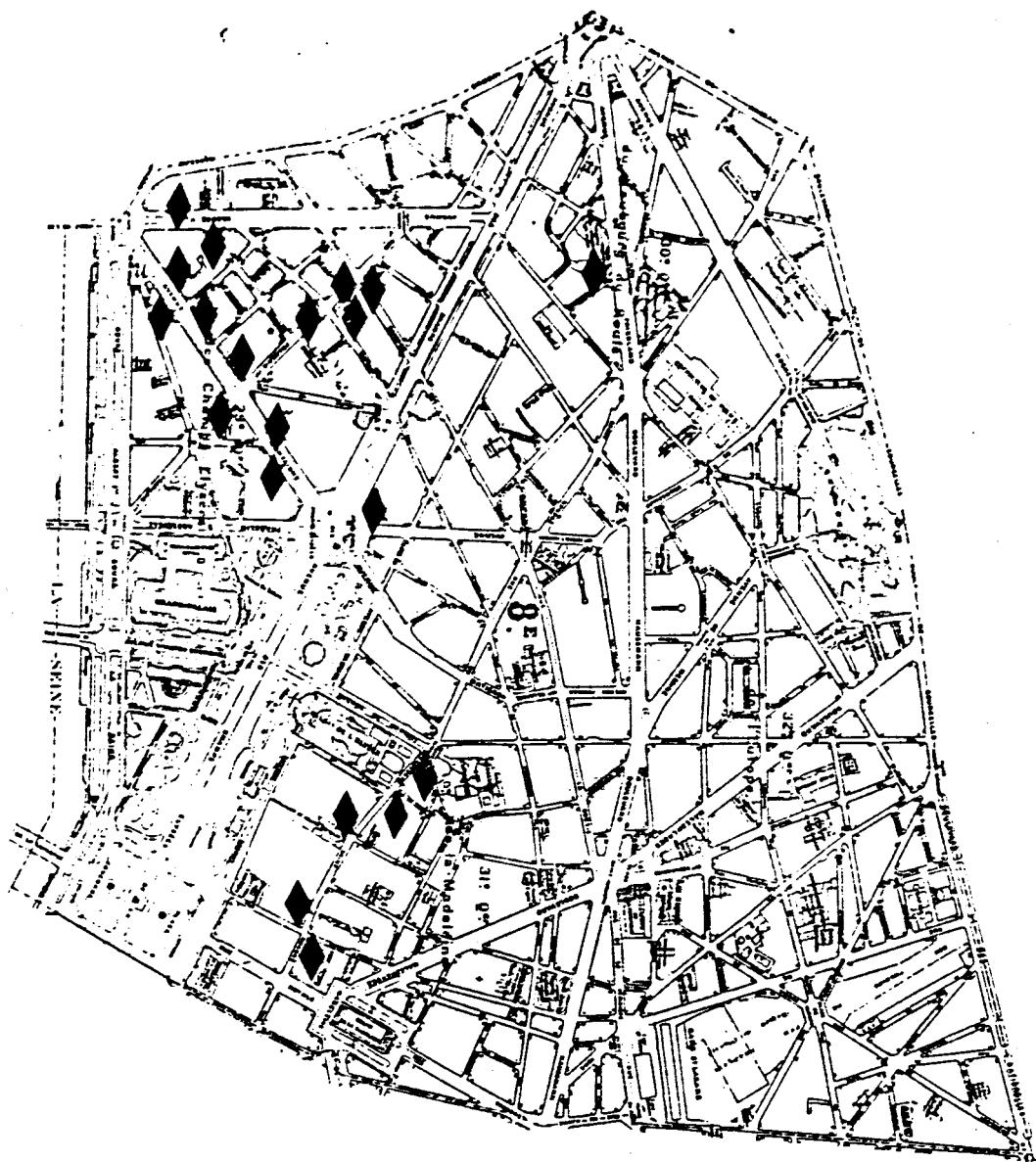
permis de construire.

Mais le coût des matériaux nobles est devenu tel que les personnes désireuses de bâtir "à l'ancienne" auraient dû exiger de leurs locataires des loyers beaucoup trop élevés. Dans ces conditions, les promoteurs encouragèrent d'abord le développement de la vente en copropriété au comptant ou en location-vente. Pratiquement, les parcelles trop chères des nouvelles artères commerçantes furent réservées à la construction commerciale ou de bureaux. Enfin, l'architecture bourgeoise change dans sa structure économique et esthétique. On recherche toujours plus d'économie par l'utilisation d'espaces de plus en plus petits (en raison du coût du chauffage), par l'emploi de matériaux moins chers (abandon de la pierre de taille) par la disparition de travaux domestiques nécessitant trop de main-d'oeuvre rendue beaucoup trop chère depuis l'apparition en juin 1936, des charges sociales. Alors, on divisa les hôtels particuliers en appartements, les appartements en logements, les logements en studios. Mais le plus souvent on préféra les vendre à des sociétés. De là l'implantation, entre autres, des maisons de Haute Couture dans le 8ème arrondissement.

Les Champs-Élysées, tout proches, n'ont pas retenu la Haute Couture. DIOR, dès 1947, a drainé presque toute la profession avenue Montaigne puis sur les deux autres côtés du triangle d'Or. Il se peut également que la plus belle avenue du monde ne peut offrir que ce qu'elle a.

En effet, l'élégance a émigré à deux pas de là dans le Triangle d'Or. Alors qui rencontre-t-on de nos jours aux Champs ? Des touristes, de jeunes banlieusards et des vendeurs à la sauvette. Un agent immobilier rend responsables les dix établissements de restauration rapide qui ne drainent pas forcément la clientèle prestigieuse. Deux indices trahissent ce grand déclin: la stagnation du prix du mètre carré et le maintien d'un seul magasin de luxe, Guerlain. Si Renault a cédé son immeuble à 60 000 francs le mètre carré, Philips - avenue Montaigne - a vendu le sien 110 000 francs.

20 Grands Couturiers sur 25 dans le VIII^{ème}



GUERLAIN est installé depuis 1913 et CARVEN depuis la fin de la Deuxième Guerre Mondiale quand les Champs Elysées étaient ce qu'ils ont cessé d'être. Parce que les Champs-Elysées étaient trop chers, encombrés, bruyants et maintenant "populaires", ils font fuir une clientèle exigeante et sophistiquée et le faubourg a parié et gagné sur le commerce de luxe, parfums, cosmétiques, Prêt-à-porter et tableaux. Pour un urbaniste, le Professeur Pierre Merlin, le scénario "frites-fringues" est envisageable à court terme, mais le sauvetage des Champs-Elysées est prévisible à long terme, celui du Fouquet's étant à la fois une leçon et un modèle... N'a-t-on pas déjà reconquis les contre-allées, amélioré les éclairages, créé une nouvelle ligne de mobilier urbain, maîtrisé le contrôle des néons, remodelé les jardins ?

Voilà comment s'est opéré, à partir des Champs, le glissement de la Haute Couture vers le Triangle d'Or. Charles-Frédéric WORTH vient en France comme beaucoup de ses concitoyens - ainsi à Cognac, s'installe la famille Hennessy d'origine irlandaise, tandis que Bordeaux voit s'ancrer la famille Cruse. Sur la côte normande ou la Côte d'Azur les noms anglicisés des grands hôtels (le Saint-James, le Windsor, le Bristol) témoignent de la présence anglaise. L'ère victorienne confère à l'adjectif "*britannique*" un label de qualité. Lorsque WORTH s'installe à Paris après un séjour chez GAGELIN, il choisit la rue de la Paix, non loin du Palais des Tuileries. La Cour du Second Empire veut tout, tout de suite et donc tout près. Rue de la Paix également, DOUCET. En 1904, POIRET s'installe rue Auber. Or, 1870 a sonné le glas de l'Empire et 1871 celui des Tuileries. Les maisons de couture se maintiennent un temps dans leur voisinage bien que l'Elysée draine l'artisanat et le commerce de luxe un peu plus loin.

D'ailleurs Nina RICCI a abandonné, il n'y a pas très longtemps la rue des Capucines pour l'avenue Montaigne.

Quoi qu'il en soit, malgré la désaffection des Champs-

Echelle

0 80m

Le Triangle d'Or.

D. Dalmain.

CD Christian Dior.

E U Emmanuel Ungaro.

G. Givenchy.

G L. Guy Laroche.

H M. Hanae Mori.

JL.S. Jean-Louis Scherrer.

N R. Nina Ricci.

P S. Per Speck.

P V. Philippe vanet.

S L. Serge Lepage.

T L. Ted Lapidus.

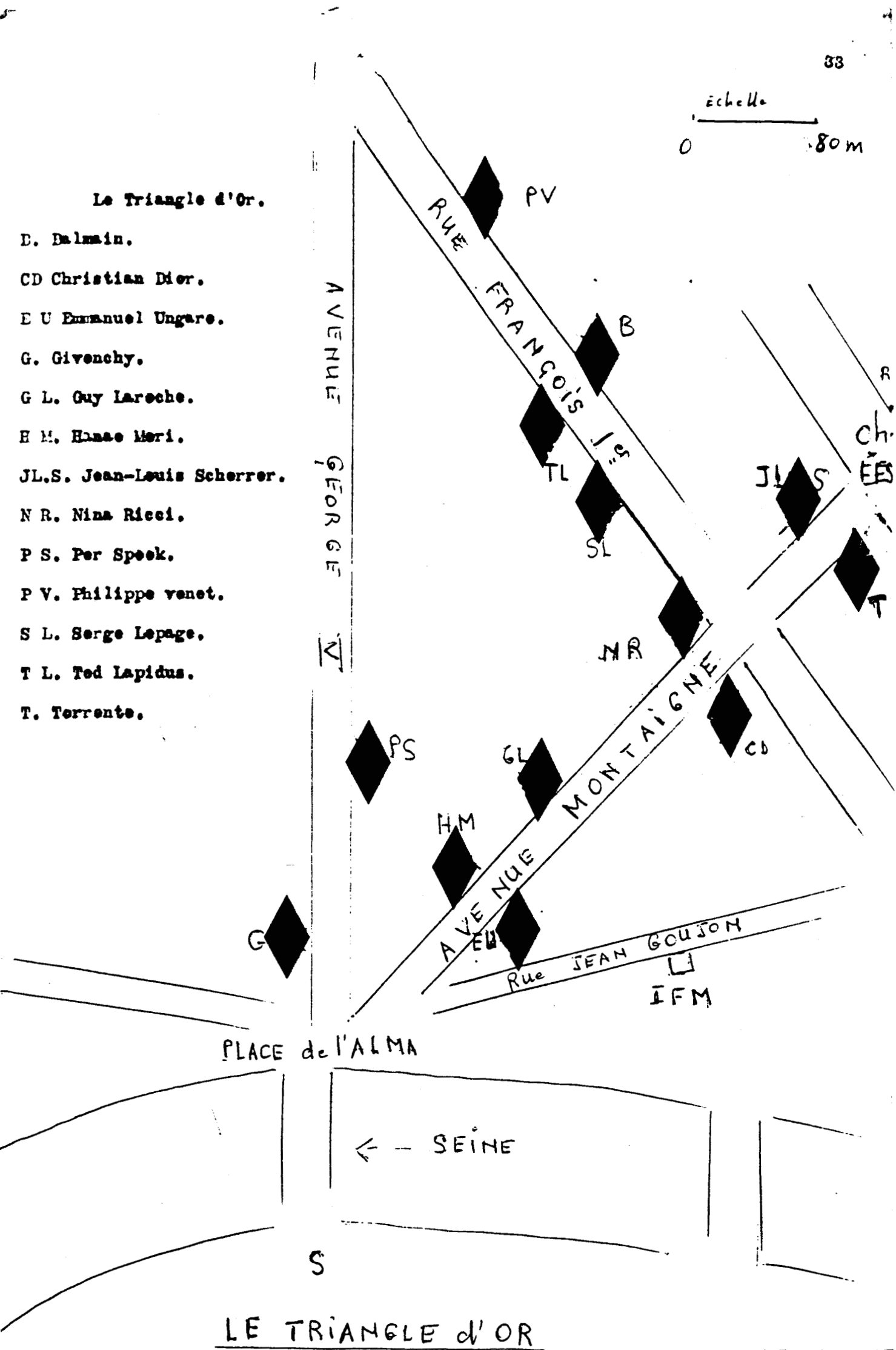
T. Torrente.

PLACE de l'ALMA

← SEINE

S

LE TRIANGLE d'OR



Elysées, au profit de l'avenue Montaigne, entre autres, pourquoi le 8ème arrondissement concentre-t-il vingt-deux grands couturiers sur vingt-cinq ?

Parce qu'il bénéficie d'un triomphe "hérité" quand la population "*des Beaux Quartiers*" est partie de puis la fin de la Seconde Guerre Mondiale vers le 16ème arrondissement et vers Neuilly. Ce n'est pas qu'il soit le plus cher: le 7ème vient en tête; les 6ème, 8ème, 16ème arrondissements et Neuilly ont des prix sensiblement comparables. Ce ne sont pas les prix qui font délaissier le 8ème arrondissement par les catégories à gros revenus mais plutôt l'appel d'espaces constructibles plus nombreux et l'attrait du Bois de Boulogne. Mais ce sont les 7ème et 8ème arrondissements qui possèdent les appartements les plus spacieux.

En effet, le 16ème et Neuilly ont des immeubles de construction récente avec moins de pièces et des pièces plus petites. L'agencement d'un hôtel particulier (ou d'un vaste appartement) nécessite l'emploi de domestiques ce qui ne se peut plus en 1990. Il s'agit donc bien d'un triomphe "hérité" car depuis 1856, les deux tiers de la population ont quitté le 8ème pour le 16ème arrondissement et Neuilly.

Les signes extérieurs de ce glissement vers l'ouest sont la fermeture de certains établissements scolaires comme le Cours Notre-Dame des Oiseaux qui a quitté le 12 de la rue Lincoln dans le 8ème pour le 12 de la rue Michel-Ange dans le 16ème et la fermeture du Couvent des Irlandaises, bureau de placement des nurses et "*governess*" jusqu'en 1939, qui a délaissé la rue Murillo dans le 8ème et regroupé les seules religieuses à l'Eglise Anglaise du 50, avenue Hoche. Ce bureau de placement a son homologue dans le 16ème arrondissement: il s'agit de l'Eglise Espagnole de la rue de la Pompe qui fournit en employées de maison et femmes de ménage espagnoles et portugaises une partie des "*Beaux Quartiers*".

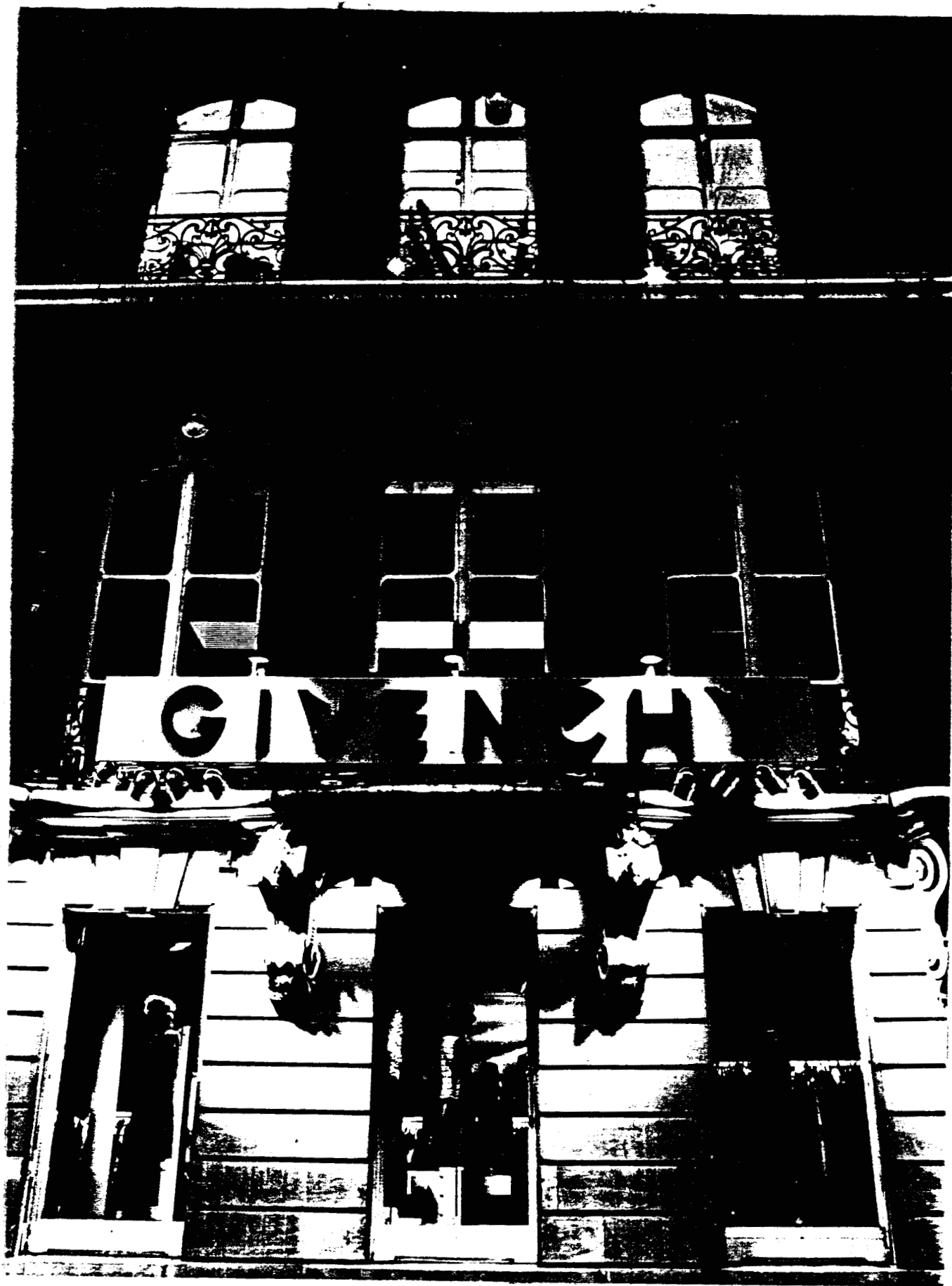
Autre preuve: le 16ème distancie le 8ème dès 1948 pour les membres du Jockey-Club, la même année pour les adhérents du Cercle du Bois-de-Boulogne, dès 1923 par ceux qui fréquentent le Cercle de l'Union Interalliée, en 1929 pour l'Auto-mobile-Club et dès 1937 pour le Polo de Paris.

Or, le glissement de la population vers l'ouest n'a pas entraîné celui des commerces de luxe en particulier des Grands Couturiers (en 1952 le 8ème prédominait déjà). Ils sont demeurés dans le 8ème arrondissement et même s'y installent toujours par "héritage" du XIXème siècle à cause des commodités d'un centre-ville et la proximité de la Gare Saint-Lazare pour les travailleurs qui s'y rendent.

Que reste-t-il alors dans le 8ème arrondissement ? Les affaires.

Au début du XIXème siècle, la population du 8ème arrondissement se démarquait déjà de celle du 7ème. Le Faubourg Saint-Germain et la Plaine Monceau, bien que tous deux situés dans les Beaux Quartiers, formaient deux mondes à part. Les enfants fréquentant Sainte-Clotilde et le Champ-de-Mars n'étaient pas élevés dans la même optique que ceux de Saint Philippe-du-Roule et du Parc Monceau. On distinguait à l'allure générale et au maintien des uns et des autres de quelle rive de la Seine ils provenaient. En dépit d'usages communs, l'éducation donnée aux enfants différait: ceux de la Plaine Monceau étaient destinés aux affaires et préparés en conséquence. Ceux du Faubourg Saint-Germain, pour qui les carrières ancestrales traditionnelles étaient fermées puisqu'elles gravitaient essentiellement autour de la Monarchie, avaient un choix restreint: l'Eglise, l'Armée, l'exploitation de la propriété à la campagne. [d'après Eric Mension-Rigau: *L'enfance au château. L'éducation familiale des élites françaises au XX^e siècle*, 318 pages, Rivages, Paris, 1990).

Au nombre de ces affaires figurent les vingt-cinq maisons de Haute Couture qui se sont installés dans les hôtels particuliers vendus par les héritiers des occupants des premières décennies du siècle.

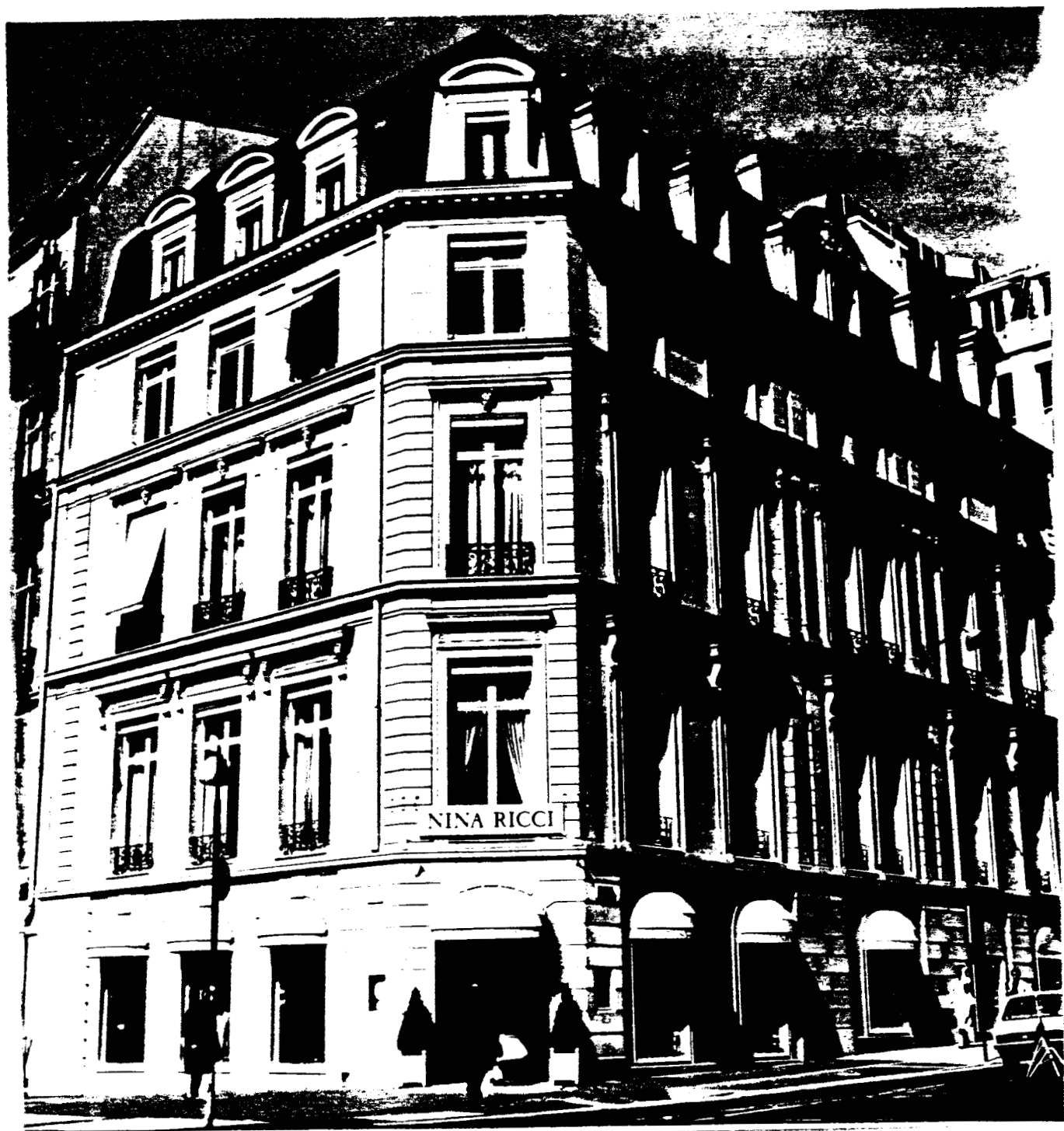


Or, le glissement de la population vers l'ouest n'a pas entraîné celui des commerces de luxe en particulier des Grands Couturiers (en 1952 le 8ème prédominait déjà). Ils sont demeurés dans le 8ème arrondissement et même s'y installent toujours par "héritage" du XIXème siècle à cause des commodités d'un centre-ville et la proximité de la Gare Saint-Lazare pour les travailleurs qui s'y rendent.

Que reste-t-il alors dans le 8ème arrondissement ? Les affaires.

Au début du XIXème siècle, la population du 8ème arrondissement se démarquait déjà de celle du 7ème. Le Faubourg Saint-Germain et la Plaine Monceau, bien que tous deux situés dans les Beaux Quartiers, formaient deux mondes à part. Les enfants fréquentant Sainte-Clotilde et le Champ-de-Mars n'étaient pas élevés dans la même optique que ceux de Saint Philippe-du-Roule et du Parc Monceau. On distinguait à l'allure générale et au maintien des uns et des autres de quelle rive de la Seine ils provenaient. En dépit d'usages communs, l'éducation donnée aux enfants différait: ceux de la Plaine Monceau étaient destinés aux affaires et préparés en conséquence. Ceux du Faubourg Saint-Germain, pour qui les carrières ancestrales traditionnelles étaient fermées puisqu'elles gravitaient essentiellement autour de la Monarchie, avaient un choix restreint: l'Eglise, l'Armée, l'exploitation de la propriété à la campagne. (d'après Eric Mension-Rigau: *L'enfance au château. L'éducation familiale des élites françaises au XX^e siècle*, 318 pages, Rivages, Paris, 1990).

Au nombre de ces affaires figurent les vingt-cinq maisons de Haute Couture qui se sont installées dans les hôtels particuliers vendus par les héritiers des occupants des premières décennies du siècle.



Notes.

1. Liste des Grands Couturiers parisiens (1990)

BALMAIN	44, rue François 1er - 75008	47.20.35.34
CARDIN	27, avenue de Marigny - 75008	42.66.92.25
CARVEN	6, rd-point des Champs-Élysées - 75008	43.59.17.52
CHANEL	31, rue Cambon - 75001	42.61.54.55 42.61.83.35
CHRISTIAN DIOR	30, avenue Montaigne - 75008	40.73.54.44
CHRISTIAN LACROIX	73, fg Saint-Honoré - 75008	42.65.79.08
COURREGES	40, rue François 1er - 75008	47.20.70.44
EMANUEL UNGARO	2, avenue Montaigne - 75008	47.23.61.94
GIVENCHY	3, avenue George V - 75008	47.23.91.36
GRES	17/19/21, faubourg Saint-Honoré - 75008	42.60.00.34
GUY LAROCHE	29, avenue Montaigne - 75008	47.23.78.72
HANAE MORI	17/19, avenue Montaigne - 75008	47.23.52.03
JEAN PATOU	7, rue saint Florentin - 75008	42.60.36.10 42.60.39.12
JEAN LOUIS SCHERRER	51, avenue Montaigne - 75008	43.59.55.39
LANVIN	22, faubourg Saint-Honoré - 75008	42.65.14.40
LECOANET HEMANT	5, rue Lamennais - 75008	42.25.24.24

LOUIS FERAUD	88, faubourg Saint-Honoré - 75008	47.42.18.12 42.65.27.29
NINA RICCI	39, avenue Montaigne - 75008	47.23.78.88
PACO RABANNE	7, rue du Cherche-Midi - 75006	42.22.87.80
PER SPOOK	18, avenue George V - 75008	47.23.00.19 42.81.48.11
PHILIPPE VENET	62, rue François 1er - 75008	42.25.33.63 42.25.55.22
SERGE LEPAGE	29, rue François 1er - 75008	47.20.51.25
TED LAPIDUS	35, rue François 1er - 75008	47.20.56.14 43.59.74.65
TORRENTE	26, rue Bayard - 75008	40.70.12.00
YVES SAINT-LAURENT	5, avenue Marceau - 75116	47.23.72.71

2 ■ PRIX DE VENTE MOYEN AU M2 DES APPARTEMENTS POUR PARIS (Valeur au 1/7/88)

Les fourchettes de prix indiqués ci-dessous ne correspondent pas nécessairement aux prix désirés et / ou annoncés mais aux prix des ventes effectivement réalisées. Ce sont des moyennes qui ne tiennent pas compte des exceptions. Attention : ces valeurs sont communiquées à titre indicatif. En effet, trop de facteurs peuvent influencer : emplacement et environnement, proximité ou éloignement des transports, commerces, écoles, etc... qualité de la construction, de l'entretien de l'immeuble et des travaux de copropriété à prévoir, étage, rapport nombre de pièces/ surface, orientation et ensoleillement, vue et vis-à-vis ; calme ou bruit, aménagement, équipement, décoration... Annexes : chambre de service, garage, etc... Seule une estimation sur place peut vous renseigner exactement.

Les demandes régressent un peu depuis le premier tour des présidentielles, mais il n'y a aucune commune mesure entre le climat actuel et celui de 1981 : les investisseurs conservent leur patrimoine immobilier. Après les hausses sensibles de ces derniers mois, les acquéreurs hésitent devant les prix pratiqués et il semble que le marché ait provisoirement atteint un point culminant.

Communes		Courant	Bon état bien construit	Très bon état Grand Standing
PARIS I	Tuileries - Opéra			24 000 à 27 000
PARIS I	Halles	7 000 à 11 000	11 000 à 14 500	14 500 à 19 000
PARIS II		7 000 à 11 000	11 000 à 14 500	14 500 à 19 500
PARIS III	Marais	9 000 à 10 500	11 000 à 15 000	15 000 à 20 000
PARIS III	Autres	7 000 à 9 000	9 000 à 12 000	12 000 à 15 000
PARIS IV	Place des Vosges			29 000 à 38 500
PARIS IV	Saint-Louis - Bords de Seine	13 500 à 18 500	18 500 à 26 500	26 500 à 38 500
PARIS IV	Marais	9 000 à 11 000	11 000 à 15 000	15 000 à 20 000
PARIS IV	Autres	8 000 à 11 000	11 000 à 13 000	13 000 à 18 000
PARIS V		9 500 à 12 500	12 500 à 17 000	17 000 à 23 000
PARIS VI	vue Luxembourg			27 500 à 39 000
PARIS VI	Autres	9 500 à 14 000	14 000 à 18 000	18 000 à 27 000
PARIS VII	vue Champ de Mars			34 500 à 40 000
PARIS VII	Autres	12 000 à 14 500	14 500 à 23 000	23 000 à 27 500
PARIS VIII	vue Monceau - Montaigne - Champs-Élysées			30 000 à 39 000
PARIS VIII	Maiesherbes - Courcelles		15 500 à 21 000	21 000 à 27 000
PARIS VIII	Autres	9 000 à 13 000	13 000 à 16 500	16 500 à 21 000
PARIS IX	Liège - Saint-Georges - Trinité	9 000 à 11 000	11 000 à 14 500	14 500 à 19 000
PARIS IX	Autres	7 000 à 9 000	9 000 à 11 000	11 000 à 15 000
PARIS X		7 000 à 10 000	10 000 à 12 500	12 500 à 16 000
PARIS XI		7 000 à 10 000	10 000 à 12 000	12 000 à 17 000
PARIS XII	Daumesnil - Porte Dorée - Nation	10 000 à 12 000	12 000 à 15 000	15 000 à 18 000
PARIS XII	Autres	6 500 à 9 000	9 000 à 11 000	11 000 à 14 000
PARIS XIII	Port Royal - Gobelins	9 000 à 11 000	11 000 à 16 000	16 000 à 19 000
PARIS XIII	Autres	6 000 à 8 500	8 500 à 9 500	9 500 à 13 500
PARIS XIV	vue Parc Montsouris		18 000 à 21 000	21 000 à 27 000
PARIS XIV	Montparnasse - Raspail	9 000 à 12 000	12 000 à 16 000	16 000 à 20 000
PARIS XIV	Autres	7 000 à 10 000	10 000 à 13 000	13 000 à 16 000
PARIS XV	Suffren - Pasteur - Mirabeau	10 000 à 13 000	13 000 à 16 000	16 000 à 22 000
PARIS XV	Autres	8 500 à 10 000	10 000 à 14 000	14 000 à 19 000
PARIS XVI	Muette - Foch - Georges Mandel - Etoile		19 000 à 25 000	25 000 à 39 000
PARIS XVI	Quartier Nord	12 000 à 14 000	14 000 à 19 000	19 000 à 25 000
PARIS XVI	Quartier Sud	10 000 à 11 000	11 000 à 14 000	15 000 à 20 000
PARIS XVII	vue Monceau - Wagram - Maiesherbes - Etoile			25 000 à 37 000
PARIS XVII	Quartier Sud	10 000 à 13 000	13 000 à 15 000	15 000 à 21 000
PARIS XVII	Quartier Nord	7 000 à 9 000	9 000 à 11 000	11 000 à 15 000
PARIS XVIII	Montmartre	9 000 à 11 000	11 000 à 13 000	13 000 à 20 000
PARIS XVIII	Quartier Ouest	6 000 à 8 000	8 000 à 11 000	11 000 à 13 500
PARIS XVIII	Quartier Est	5 500 à 7 500	7 500 à 8 500	8 500 à 10 000
PARIS XIX	vue Buttes Chaumont		13 000 à 15 000	15 000 à 20 000
PARIS XIX	Quartier Buttes Chaumont	6 000 à 8 000	8 000 à 12 000	12 000 à 15 000
PARIS XIX	Autres	5 500 à 7 000	7 000 à 9 000	9 000 à 11 000
PARIS XX	Cours Vincennes			
PARIS XX	Père Lachaise	9 000 à 10 000	10 000 à 13 000	13 000 à 15 000
PARIS XX	Autres	6 000 à 7 000	7 000 à 9 000	9 000 à 12 000

3. Le cours Notre-Dame-des-Oiseaux, plus communément appelé "*Les Oiseaux*", est tenu par les chanoinesses de Saint-Augustin. Il se trouve actuellement, depuis 1960, 12, rue Michel-Ange, dans le XVIème arrondissement. Auparavant, les chanoinesses étaient installées 12, rue Lincoln dans le VIIIème arrondissement où elles avaient repris un petit cours qui s'appelait "*Cours des Champs-Élysées*". En 1923, elles s'installèrent 62, rue de Ponthieu dans le VIIIème et y restèrent jusqu'en 1960. Elles eurent aussi, pendant quelques années, jusqu'en 1925, une petite antenne, le cours Saint-Germain, qui était installé rue Barbet-de-Jouy, dans le VIIème.

Le lycée d'enseignement privé Saint-Louis-de-Gonzague (sous contrat), autrefois rue de Madrid dans le VIIIème, se trouve aujourd'hui 12, rue Benjamin-Franklin, dans le XVIème arrondissement. Il est dirigé par les jésuites.

4. Le Jockey-Club se trouve actuellement 2, rue Rabelais dans le VIIIème arrondissement. Fondé en 1834 par la Société d'encouragement pour l'amélioration des chevaux de race en France, il s'installa d'abord 2, rue Helder (XVIIème arrondissement), se déplaça plusieurs fois ensuite avant de se fixer en 1863, rue Scribe (IXème arrondissement) et, en 1924, rue Rabelais. Admission : présentation par deux parrains au suffrage des membres permanents (environ 1.100). Le vote se fait avec des boules. Une boule noire, qui exprime un vote contraire, annule cinq votes favorables. Il faut donc recueillir 80 % des voix pour être élu. Le premier président du club fut un Anglais, lord Seymour.

Les autres cercles les plus "*selects*" sont : l'Automobile-Club de France, 6, place de la Concorde dans le VIIIème arrondissement, fondé en 1895 par le marquis de DION, le Baron de ZUYLEN de NYEVELT et M. Paul MEYAN : le Cercle de l'Union interalliée, 33, faubourg Saint-Honoré, dans le VIIIème arrondissement fondé en 1917 par le comte Marc de BEAUMONT et le Maréchal FOCH pour accueillir les officiers des armées alliées de passage à Paris. L'Association fut maintenue après la guerre pour créer entre les peuples des rapprochements nécessaires au maintien de la paix : le Nouveau Cercle de l'Union, 33, faubourg Saint-Honoré, né de la fusion du Nouveau Cercle et du Cercle de l'Union en 1983. Origines du Nouveau Cercle : 1853 fondation du Cercle agricole (surnommé "*La Pomme de terre*") ; 1916 fusion avec le Cercle de la rue Royale, prend le nom de Nouveau cercle de la rue Royale ; 1946 fusion avec l'union artistique. Siège successifs : hôtel de Nesles 2, rue de Beaune, puis hôtel 288, faubourg Saint-Honoré (construit spécialement sous le IIème Empire) ; 33, faubourg Saint-Honoré (à l'Interallié) depuis 1979. Origines du cercle de l'Union : fondé en 1828 à l'instigation du Prince de TALLEYRAND, pour grouper à Paris une élite française et étrangère. Les membres permanents font partie de la Société d'Histoire générale et d'Histoire diplomatique. Attribution d'un prix littéraire annuel. Dans tous ces cercles, l'admission se fait par parrainage, acceptation et vote.

CHAPITRE 2

L'ENCADREMENT PROFESSIONNEL : UNE SEULE ORGANISATION, LA CHAMBRE SYNDICALE

La Chambre Syndicale de la Couture, fondée en 1868, est devenue un syndicat professionnel régie par la loi de 1884, modifiée par celle du 23 février 1927. Aux termes de la loi française, les syndicats professionnels ont pour objet l'étude et la défense des intérêts économiques, industriels et commerciaux de leurs membres et jouissent de la personnalité civile. Ils ont le droit d'ester en justice, ils peuvent devant toutes les juridictions exercer tous les droits réservés à la partie civile relatifs aux faits portant un préjudice direct ou indirect à l'intérêt collectif de la profession qu'ils représentent.

Peuvent adhérer à la Chambre Syndicale de la Couture les entreprises ayant une activité de couture sur mesure, c'est-à-dire celles qui exécutent à la demande de la clientèle des vêtements sur mesure pour femmes comportant un ou plusieurs essayages.

La Chambre Syndicale compte parmi ses adhérents non seulement les Maisons de Couture Création (qui ont seules droit à l'appellation) mais également des maisons qui, bien que ne bénéficiant pas de cette appellation, ont néanmoins une activité de couture sur mesure.

Chaque demande d'adhésion doit être présentée sous les auspices et la responsabilité de deux membres du Comité.

Aux termes de ses statuts, la Chambre Syndicale a pour objet la protection des intérêts généraux des industries qu'elle représente et, dans le sens le plus large, la défense en toutes circonstances et en tous lieux des droits généraux et privés tant de ses adhérents que de la corporation.

La Chambre Syndicale est présidée par un Président élu pour un an et rééligible sans limite de temps (cette présidence est assurée par Mme GRES).

Elle est administrée par le Président Jacques MOUCLIER.

Deux organes collégiaux composés de membres de la profession assistent le Président:

- . Le Comité qui est élu par l'Assemblée Générale pour trois ans
- . Le Conseil de Direction qui est élu par le Comité parmi ses membres pour un an.

Les activités de la Chambre Syndicale sont les suivantes:

1°-Organisation des présentations de Collections:

a) Etablissement du Calendrier

Le Service de Presse procède chaque saison à l'établissement du calendrier des présentations des Collections Printemps-Eté et Automne-Hiver. Ce calendrier est communiqué à la Presse, aux Commissionnaires, aux Acheteurs français et étrangers et aux Conseillers Commerciaux.

b) Listes de Presse

Chaque saison, avant les Collections, un formulaire d'engagement ainsi qu'une réglementation sont adressés aux Directeurs responsables des journaux et revues, français et étrangers, accrédités auprès de la Chambre Syndicale de la Couture.

Le Directeur responsable doit retourner cet engagement à la Chambre Syndicale en donnant toutes précisions sur son journal : origine, périodicité, tirage, etc... et indiquer les journalistes et éventuellement les photographes qui assisteront aux présentations de Collections.

A partir de ces engagements, une liste de presse est établie comportant les noms des journalistes, leur adresse parisienne, le nom du journal qu'ils représentent et son origine.

Cette liste est adressée aux Couturiers afin qu'ils envoient des invitations aux journalistes pour leur assurer une bonne réception dans les Maisons de Couture.

c) Cartes de Presse

Le Service de Presse délivre ou renouvelle chaque saison, à chaque journaliste, la carte de Presse-Couture nécessaire pour l'entrée dans les Maisons de Couture.

2° - Actions promotionnelles au niveau des Média et rapports avec la Presse.

3° - Organisation de manifestations collectives en France et à l'Etranger.

La Chambre Syndicale organise périodiquement des présentations regroupant les modèles de plusieurs Maisons de Couture.

Un effort particulier est fait à l'étranger afin de promouvoir non seulement la Couture Française mais également toutes les activités qui en découlent (Prêt-à-Porter, accessoires, etc...) et auxquelles s'attache l'image de marque des Couturiers.



Jacques MOUCLIER.

ces manifestations, dont les manifestations de mode, sont partiellement financées par des aides des Pouvoirs Publics, le complément étant trouvé par la Chambre Syndicale sur ses ressources propres et dans le cadre des négociations qu'elle engage avec les organisateurs étrangers qui les accueillent.

4° - Questions sociales et administratives

La Chambre Syndicale a un rôle d'information et de conseil auprès de ses adhérents sur la législation et la réglementation en matière économique, fiscale et juridique.

Signataire d'une Convention Collective de la Couture Parisienne, elle engage périodiquement, avec les syndicats des salariés, des négociations sur le problème des salaires et des avantages sociaux.

5° - Rapport avec l'Administration et les Pouvoirs Publics

La Chambre Syndicale se fait le porte-parole de la profession face à l'Administration et aux Pouvoirs Publics.

6° - Défense des modèles et des marques

Les couturiers sont fréquemment victimes de contrefacteurs qui copient illégalement leurs modèles ou usurent leurs marques.

Ces pratiques causent un préjudice considérable à la profession.

La Chambre Syndicale, en liaison avec l'Union des Fabricants et l'Institut National de la Propriété Industrielle, s'efforce de lutter contre toutes les formes de contrefaçons, en France et à l'Etranger, en essayant de promouvoir une législation internationale protectrice, en mettant en place des structures favorisant la détection rapide des contrefaçons et en sensibilisant les Pouvoirs Publics à ces problèmes afin qu'ils appuient par des démarches diplomatiques les actions entreprises par la profession.

7° - Formation professionnelle et gestion des Ecoles de la Chambre Syndicale de la Couture

Ces écoles assurent la formation et le perfectionnement de la main d'œuvre de la Couture et accueillent, également, de nombreux élèves étrangers pour les familiariser avec les techniques et l'esprit de la Mode Française.

Les Couturiers ayant été amenés depuis quelques années à diversifier leurs activités en créant notamment des Collections de Prêt-à-Porter féminin et



Pierre BERGE

masculin et des accessoires, deux autres Chambres Syndicales se sont constituées à côté de la Chambre Syndicale de la Couture:

-une Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode, -une Chambre Syndicale de la Mode Masculine. La Présidente est Mme GRES, le Président Délégué Jacques MOUCLIER, le Président de la Chambre Syndicale du Prêt-à-Porter est Pierre BERGE et le Président de la Mode Masculine Pierre CARDIN.

En outre, en 1975, un autre organisme, "*l'Union Nationale Artisanale de la Couture et des Activités connexes*" qui regroupe les artisanes couturières installées dans les différents départements, est devenu membre correspondant de la Fédération. La création de la Fédération a répondu à la nécessité ressentie par les entreprises de la profession, du fait de la diversification de leurs activités, de disposer d'un Organisme Professionnel centralisateur, susceptible d'élaborer et d'appliquer une politique professionnelle d'ensemble cohérente, entre les Chambres Syndicales spécialisées dans les différentes disciplines.

Les activités de la Fédération des trois Chambres Syndicales citées plus haut sont les suivantes:

1°-Regroupement des présentations

L'un des premiers objectifs que s'est fixé la Fédération Française de la Couture, du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode, a été de regrouper les présentations du Prêt-à-Porter dans un lieu unique, afin de donner une image d'ensemble dans ce domaine des créations, des Couturiers et des Créateurs de Mode, et de faciliter le travail des journalistes français et étrangers qui couvrent ces Collections.

Ce fut chose faite dès 1976, puisque à cette date, la majorité des adhérents de la Fédération a présenté ses Collections de Prêt-à-Porter dans les salles du Palais des Congrès. Il en fut de même en 1977.

Durant les années suivantes, ces présentations groupées eurent successivement pour cadre:

49

*Nous tenons à exprimer
toute notre reconnaissance à
Monsieur Jack Lang, Ministre de la Culture,
qui a tenu à accueillir notre manifestation du Prêt-à-Porter
dans la Cour Carrée
et dans la Cour du Palais du Louvre.*

*Nous pourrons ainsi, cette année,
accueillir dans un cadre prestigieux,
tous nos amis journalistes et acheteurs
qui viennent du monde entier.*

- Le Forum des Halles,
- Le Palais de Chaillot et le Musée d'Art Moderne,
- La Porte de Versailles,
- La Porte Maillot et le Jardin d'Acclimatation.

A partir de 1982, la Fédération a pu disposer pour organiser ses présentations d'un lieu unique particulièrement prestigieux et situé au coeur de Paris, puisqu'elle a eu accès à la Cour Carrée et à la Cour Napoléon du Louvre, puis au Jardin des Tuileries et enfin à la Cour Carrée rénovée.

Désormais, ces présentations groupées qui ont pris l'appellation de "*Journées du Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode*", constituent un événement périodique.

Elles se déroulent en octobre et mars et attirent chaque saison plus de mille cinq cents journalistes français et étrangers et six cents acheteurs contribuant ainsi à confirmer le rôle de Paris comme plaque tournante de la Mode.

Cette politique de regroupement a également été appliquée en ce qui concerne la Mode Masculine, puisque depuis 1974 les adhérents de la Fédération participent au Salon International de l'Habillement Masculin au sein duquel leurs stands ont été regroupés pour préserver leur originalité et leur spécificité. Mais la Cour Carrée doit être libérée en 1992. Le nouveau temple de la mode sera situé place du Carrousel dans la prolongement de l'aménagement du Grand Louvre.

2°-Organisation des manifestations collectives à l'étranger

Les entreprises regroupées au sein de la Fédération réalisant plus de 60 % de leur chiffre d'affaires à l'exportation, l'un des objectifs prioritaires de la

Fédération est de concourir au maintien et au développement de la présence de la profession sur les marchés étrangers.

C'est la raison pour laquelle elle assure, chaque année, l'organisation de manifestations qui prennent la forme de défilés collectifs, regroupant des modèles de plusieurs Couturiers et Créateurs de Mode.

Consacrées soit à la Haute-Couture, soit au Prêt-à-Porter, ces actions collectives assurent non seulement la promotion des produits qui en sont l'objet, mais plus généralement celle de l'ensemble des produits commercialisés sous la griffe des Couturiers et Créateurs français, qui bénéficient des retombées promotionnelles importantes qu'entraînent ces actions collectives.

En outre, chaque année la Fédération réalise un film sur les Collections, qui est alternativement consacré aux Collections de Prêt-à-Porter et aux Collections de Haute-Couture.

Ce film, dont une quarantaine de copies sont réalisées, est diffusé par le canal du Ministère des Relations Extérieures auprès des Ambassades Françaises.

Souvent repris par des télévisions étrangères, ce film constitue un excellent outil de promotion qui touche un large public et ~~nous~~ permet d'affirmer la présence de la Mode Française sur de nombreux marchés.

3° - Participation à des manifestations culturelles et promotionnelles françaises

Les organisateurs de manifestations culturelles et promotionnelles souhaitent souvent associer les Grandes Griffes de la Mode Française à leurs opérations, car les noms des Couturiers et des Créateurs symbolisent aux yeux du public et en particulier du public international, la Qualité et la Créativité françaises et témoignent d'un heureux mariage entre l'Art et l'Industrie.

La Fédération s'efforce donc, lorsqu'elle est saisie d'une telle demande, de coordonner la participation de ses adhérents. C'est ainsi qu'elle a participé, à diverses reprises, au dîner annuel de la Chambre de Commerce de Paris, aux manifestations de Deauville à l'occasion du Grand Prix, au Jumping International, à des vernissages d'expositions, à des manifestations à l'Opéra etc...

4° - Actions promotionnelles au niveau des médias et rapports avec la Presse

La Fédération constitue l'interlocuteur des journalistes pour tous les problèmes

concernant la profession dans son ensemble.

Consciente de l'importance de la Presse qui contribue, par son travail d'information auprès des consommateurs, à la diffusion et à la renommée de la Mode Française, la Fédération s'efforce d'une part de faciliter le travail des journalistes, notamment par la politique de regroupement des présentations évoquées ci-dessus et par une politique d'accueil, puisque par exemple, un stand de presse a été mis à leur disposition lors des Journées des Tuileries et, d'autre part, de répondre le plus rapidement possible à leurs demandes de renseignements et d'informations.

La Fédération assure également la parution de publicités collectives dans différents magazines internationaux, soit de façon régulière, en ce qui concerne par exemple la Mode Masculine, soit de façon ponctuelle à l'occasion de promotions collectives.

La Fédération a toujours ressenti la nécessité de promouvoir une politique de communication efficace pour soutenir la stratégie qu'elle adopte afin de développer les activités de la Mode.

En effet, cette stratégie est basée sur la Création, le Prestige et l'Image de marque. Or, la Mode est un secteur où les produits doivent se renouveler à un rythme rapide.

La notoriété des marques et leur impact promotionnel ne sont donc pas acquis une fois pour toutes. Chaque collection constitue une remise en cause et implique une nouvelle conquête des Acheteurs, de la Presse et du Public.

Cet impératif et cette contrainte de renouvellement incessant, la Fédération et ses adhérents se sont efforcés d'en faire un élément de leur politique promotionnelle, en s'appliquant à créer le plus souvent possible un événement qui polarise l'attention du plus large public sur leurs secteurs.

L'opération des Oscars de la Mode réalisée en octobre 1985 a également été un élément de cette politique promotionnelle qui a eu des retombées très importantes puisque cette seule soirée a donné lieu à cinquante-neuf pages de magazines et vingt-quatre pages de quotidiens.

Elle a, en outre, été retransmise en direct à la télévision française dans le cadre d'une émission de deux heures, dont le taux maximum d'écoute a été supérieur à celui des Césars du Cinéma

Enfin, la vidéo de cette émission a été achetée par la télévision japonaise qui l'a retransmise en novembre dernier et sera, en outre, diffusée par le canal du Centre National de la Cinématographie dans un certain nombre d'entreprises françaises à l'étranger.

Mais comment devenir un "Grand Couturier" ?

Les entreprises désireuses de figurer sur la liste des Maisons de "Couture-Création" doivent faire acte de candidature chaque année dans les délais fixés par la commission réunie au cours du premier trimestre sur convocation de son Président.

Les actes de candidature doivent être adressés, par lettre recommandée avec avis de réception, à la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, 102, rue du Faubourg Saint-Honoré 75008 Paris. Ils doivent contenir une déclaration par laquelle la Maison atteste sur l'honneur :

- qu'elle est immatriculée à l'INSEE sous le numéro 4704 (code APE) ;
- que ses modèles originaux sont exclusivement créés par le Chef de la Maison ou ses modélistes permanents, à l'exclusion de toutes collaborations occasionnelles, qu'ils sont exécutés uniquement dans ses propres ateliers et que ceux-ci comprennent un minimum de vingt personnes employées à la production, à l'exclusion des travailleurs à domicile. Le personnel de production comprend les premières et secondes d'atelier, les premières et secondes mains, les apprenties ainsi que le personnel masculin occupant des emplois similaires qui figurent régulièrement sur les états du personnel de l'établissement ;
- qu'elle présente à Paris, chaque saison de Printemps-Eté et d'Automne-Hiver, aux dates fixées par la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, une collection d'au moins soixante-quinze modèles créés par elle et entièrement réalisée dans des matériaux de qualité équivalente à celle des tissus employés pour les répétitions destinées à la clientèle particulière ;
- que la collection est présentée sur trois mannequins vivants et que les présentations se font au minimum quarante-cinq fois par an à l'intérieur de la Maison de Couture, dans des lieux spécialement aménagés à cet effet et

distincts des lieux de vente au détail du Prêt-à-Porter (étant entendu qu'une des Collections doit faire l'objet de quinze présentations au moins) ;

- qu'elle déposera à la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, au plus tard à la veille de chaque présentation à la Presse, la liste des dates et heures de ces présentations à la clientèle ,
- que ces modèles reproduits par la Maison elle-même le sont aux mesures de la clientèle, à l'exclusion de tout travail en série, et que ces reproductions comportent en cours d'exécution un ou plusieurs essayages sur la cliente ou sur son mannequin ;
- que les dispositions de la Convention Collective Couture et les accords de salaires sont appliqués à ses salariés ;
- qu'elle s'engage à respecter ce présent règlement dont l'application pourra faire l'objet de contrôle de la part des enquêteurs désignés par la Commission et justifiant de leur qualité par la présentation d'une lettre du Ministère de l'Industrie. A cette occasion, toutes les justifications devront être produites par la Maison ;
- qu'elle s'engage en cas d'agrément :
 - à maintenir une activité conforme à la déclaration ci-dessus mentionnée,
 - à déposer les modèles créés au plus tard dans les quinze jours qui suivent la première présentation de la Collection,
 - à tenir un livre de référence permettant l'identification rapide des modèles de la Collection Couture Création.

Ces demandes de candidature ne pourront être examinées par la Commission que si elles comportent le chiffre d'affaires réalisé l'année précédente dans le seul secteur Couture.

Les actes de candidature doivent être accompagnés :

- d'une copie de l'immatriculation de l'entreprise au Registre du Commerce,
- d'une réponse complète à un questionnaire et certifiée exacte,
- d'un chèque établi au nom de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne et représentant la participation forfaitaire de chaque candidat aux frais d'examen (cette participation ne pouvant en aucun cas donner lieu à un remboursement).

La procédure d'examen par la Commission se déroule ainsi :

- * Au cours d'une réunion préparatoire, la Commission désigne une ou plusieurs personnes pour effectuer une enquête notamment dans les locaux professionnels des Maisons ayant fait régulièrement acte de candidature aux fins de recueillir, sur place, tous les éléments d'appréciation qui lui paraîtraient indispensables et en particulier de déterminer :
 - si elles justifient du processus de la création des modèles habituellement présentés par elles,
 - si les déclarations faites par elles dans leur acte de candidature et le questionnaire joint sont exactes.

Cette enquête pourra être effectuée pendant les 3 mois qui suivent l'ouverture des Collections.

- * Les enquêteurs présentent à la Commission un rapport motivé sur la suite à donner à toute nouvelle demande ou sur les demandes pour lesquelles une enquête lui paraîtrait nécessaire.
- * La Commission statue, au vote secret, à la majorité des voix des membres présents, le Président ne prenant pas part au vote.
- * Les décisions de la Commission sont constatées dans un procès-verbal signé par le Président de la séance et un des membres de la Commission.
- * La liste des Maisons agréées par la Commission est soumise à l'approbation du Ministre de l'Industrie.

Les effets de l'agrément s'étendent sur un an. Au cas où une entreprise bénéficiaire de l'appellation "*Couture-Création*" viendrait à ne plus satisfaire à l'une des conditions requises ou ferait l'objet de changements ou de modifications qui en transformeraient la nature, elle cesserait automatiquement de pouvoir prétendre à ce titre. Elle devra en avertir immédiatement le Ministère de l'Industrie par lettre recommandée.

Seules les entreprises agréées pourront faire usage de quelque manière que ce soit des qualifications "*Art et Création*" et notamment lesdites mentions sur les modèles et leurs répétitions sur papiers de commerce, factures, etc...entreprises

agréées ne pourront utiliser ces qualifications que pendant la durée de l'agrément sauf à obtenir son renouvellement.

Ces mentions pourront être suivies du numéro de visa de recensement attribué à l'entreprise en question.

En vertu de l'article 12, les membres de la Commission sont tenus au secret professionnel sous les peines prévues par l'article 878 du Code Pénal.

De plus, exceptionnellement, la Commission pourra, sur rapport motivé du Conseil de Direction de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne, agréer des entreprises nouvelles ne remplissant pas entièrement les obligations relatives à l'élaboration et à la présentation de modèles sous réserve que l'agrément soit prononcé à l'unanimité des Membres présents de la Commission.

Enfin, la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne tient la comptabilité des frais de fonctionnement de la Commission. Elle inscrit, en recettes, les sommes versées par les Maisons faisant acte de candidature et, en dépenses, notamment les frais de déplacements des Membres enquêteurs de la Commission.

Le respect, ou non de ce règlement entraîne l'incorporation ou la radiation de grands couturiers comme ANDRE COURREGES qui n'est plus inscrit sur la liste 1986 pour absence de collection, de même que JEAN PATOU.

Autres exclus : les Stylistes

Sous le Premier Empire, deux facteurs ont été à l'origine de la confection, deux facteurs qui se mêlent et s'opposent : les besoins de la Nation armée et l'élégance. Les manufactures militaires ont été créées dans des centres régionaux de la conscription tels : Besançon, Amiens, Romorantin. Et sous l'effet du Blocus continental, Napoléon a favorisé les industries de luxe françaises, par exemple les châles de cachemire de Monsieur TERNAU alors très en vogue.

De militaires, les manufactures deviennent civiles sous la Restauration et se lancent dans la confection pour hommes, puis pour femmes, s'adressant à une clientèle populaire sans le plus petit souci d'élégance véritable. Et leur illustre

ancêtre à tous est "*La Belle Jardinière*", créée en 1824.

Vers 1820, quelques fripiers audacieux commencèrent à acheter aux tailleurs leur "*laisser-pour-compte*", pour les vendre au Marché Saint-Jacques. La réussite fut rapide et les revendeurs firent mieux : ils créèrent leur propre maison de confection appelée "*La Belle Jardinière*" à cause de la proximité de la Halle aux Fleurs. Cette nouvelle industrie fut une concurrence d'autant plus forte aux tailleurs qu'elle bénéficia, à partir de 1830, d'une nouvelle invention : la machine à coudre. Mais en 1990, qui sont les héritiers de "*La Belle Jardinière*?"

les stylistes, À la différence des Créateurs qui signent leurs Collections personnelles^{ils}, restent dans l'ombre au privilège de la marque industrielle ou distributrice qu'ils conseillent. Le public les ignore.

1956 a été une année-clé pour toute la profession. Une mission française comprenant des représentants de la presse, de la publicité et des confectionneurs est invitée par le Gouvernement des Etats-Unis. Son but : se frotter à la machine du Prêt-à-Porter américain. Albert LEMPEREUR dirige l'expédition ; Alice CHAVANNE, Annie RIVEMALE de "*ELLE*" et des représentants de PUBLICIS l'accompagnent.

Si des missions de productivité successives amènent à prendre conscience du décalage qui existe entre la production américaine et la production française, les industriels confectionneurs français ne font pas tous preuve, tant s'en faut, d'esprit d'aventure à cette époque.

En 1948, Jean-Claude WEILL avait bien lancé le mot "*Prêt-à-Porter*", tiré du terme américain traduit littéralement "*Prêt-à-être porté*". Mais la mode immédiatement prête à porter implique des séries de produits finis sans retouche, ni transformation. Elle implique que toute la longue chaîne industrielle choisisse et fabrique, dix-huit mois durant, la bonne tendance de mode, pour la livrer au client sur une période courte : la saison en cours. Jamais jusque-là, une création impliquant une telle coordination n'avait paru possible.

La fragmentation de la filière textile est si complexe en effet - de la fibre (la laine de mouton, par exemple) au vêtement confectionné -, qu'elle doit passer, au niveau matière, par la filature, la teinture, le tissage, l'ennoblissement, l'impression ; puis, au niveau modèle par la coupe, l'assemblage, la finition ; le tout nécessitant une recherche esthétique, une mise au point pratique, un contrôle de valeur qui fonctionnent à chaque stade, mais avec un décalage de temps. Le produit vêtement est le seul objet de consommation qui demande

deux ans de mise au point, de la fibre jusqu'au lieu de vente-confection, et se renouvelle tous les six mois...avec une régularité de métronome.

Mais comment fabriquer un produit textile liant contraintes industrielles et porteur de qualité esthétique ? Comment concevoir une promotion efficace et faire circuler le message "style" à travers tous les stades de la filière : filateurs, tisseurs, confectionneurs, fabricants d'accessoires, se basant sur les mêmes tendances esthétiques, aux niveaux couleurs, matières et formes ?

Un précurseur de génie, Marcel BOUSSAC, fascine alors par sa perception du marché industriel textile, il est le seul à l'avoir mise en pratique entre les deux guerres.

A l'époque où André CITROEN illuminait la tour Eiffel pour appuyer le lancement de ses premières voitures de série, Marcel BOUSSAC pressent lui aussi que l'heure est au marché de masse et qu'il faut profiter d'un courant porteur. Il lance alors la *"Toile d'Avion"*. Faire adopter le tissu qui a enflammé l'imagination des admirateurs de GUYNEMER, c'est le rendre porteur des signes de modernité, d'envol, d'énergies nouvelles.

Le talent fulgurant de Marcel BOUSSAC, c'est d'avoir su reconvertir les stocks des ateliers de confection militaire devenus encombrants, donc dévalués, en produit mode et dans le vent : ils deviennent *"La Toile d'Avion"*.

Il est seul à y croire ! Comment ce tissu écru, qui ne porte pas son prix, peut-il remplacer les popelines blanches, immaculées ou rayées, des chemises d'hommes ? Il pressent pourtant, seul contre tous, que les trois millions de soldats démobilisés reviennent à la vie civile avec des désirs plus rationnels de confort et d'usage, et son talent est de leur fournir un produit adapté à la demande en puissance.

Il rachète à l'Etat Français, puis à l'Angleterre, tous les stocks devant faire des ailes d'avion, à des prix dérisoires...puisqu'ils paraissent périmés, inutiles. Il remet en marche tous ses ateliers de confection, en crée de nouveaux. Mais, parce qu'il invente un style très neuf, adaptant parfaitement un aspect tissu à celui des chemises à col et manchettes souples, il répond d'une façon fulgurante à la demande du marché. Enfin, il invente dans cette matière, un produit révolutionnaire : le pyjama, qui s'impose en quelques mois.

Par ailleurs, devant le goût timoré des points de vente, Marcel BOUSSAC

rachète une première chaîne de magasins dont l'enseigne était alors tout un programme : *"Le Pauvre Jacques"*...

Cela révèle à quel point la dénomination des magasins de confection au XIX^{ème} siècle - comme *"Pauvres Diabes"*, *"Bon Pasteur"*, - exprimait un certain passéisme, puisque la masse devait se contenter du neutre inusable. Ces nouveaux magasins rachetés par BOUSSAC, puis d'autres, seront rebaptisés *"A la Toile d'Avion"*.

Bientôt, des campagnes de promotion véhiculeront une image moderne et énergique, correspondant à une demande latente du public.

Mais, en 1954, on assiste à la contre-performance de Marcel BOUSSAC qui se laisse entraîner vers une inflation publicitaire - sans maîtrise de la qualité esthétique de son produit. Quand tout le marché va se réveiller, ce pionnier amorce son déclin. Il fait éclater alors une énorme campagne pour supporter le lancement d'une *"business-veste"* en fibranne, sur un programme de production excessif, annoncé avec l'assurance impériale du gagnant, on lui fait remarquer que le tissu n'est pas adapté, qu'il est trop mou... :

"Je ferai de la réclame sur les avantages du tissu mou", répond-il.

Pour que la révolution esthétique se mette en place valablement dans les entreprises des années 50, il fallait aussi, en parallèle, changer le positionnement de la distribution. Fabriquer mieux, mais sans l'accueil positif des circuits de distribution, attachés à leurs vieilles traditions, devenait une contre-performance.

Les quelques industriels en mission aux U.S.A. visitant New York, Washington, San Francisco, Los Angeles et Dallas découvrent avec stupeur non seulement un *"Prêt-à-Porter"* de qualité, mais surtout un *"merchandising"* efficace, soutenus par des relais promotion dans la presse, appuyés par la publicité et proposés aux consommateurs dans les vitrines des magasins. *"Macy's"*, *"Bloomingdale's"*, *"Neiman MARCUS"* leur ouvrent leurs portes. C'est le choc des premiers centres commerciaux hors ville, avec leurs blocs sans fenêtres et sans vitrines, temples de la consommation américaine. A cette époque, la grande distribution française commence à bouger : en 1952, les *"Galeries Lafayette"* engagent, les premières, un groupe de *"conseillères de mode"* chargées de conseiller le *"service achat"* pour faire évoluer, en douceur, les fabricants. Ces *"femmes du monde"* comme la Princesse de POLIGNAC et Chloé de

BRUNETON ont l'œil du beau et le déclic de son adaptation. Ces *"conseillères de mode"* deviendront des *"coordinatrices de mode"*.

L'évolution du terme a une signification profonde : elle indique non seulement qu'on accepte plus ou moins leurs conseils, mais qu'on réalise avec elles un vrai concept de coordination de tendances.

Deux fortes personnalités vont diriger ce service au *"Printemps"*, de 1956 à 1970: Jacqueline BESNARD et Dominique PECLERS. Parallèlement, Denise FAYOLLE avait posé les premiers jalons d'une expérience globale à *"Prisunic"* pour rendre esthétiquement valables tous les produits de cette chaîne populaire. En six ans, elle aura réussi la révolution du *"beau pas cher"* dans toute la catégorie *"Prisu"* de la chaîne.

Il fallait enfin que la mentalité du consommateur corresponde à ce changement. Après la notion universelle du *"sur-mesure"*, permettant la personnalisation dans un dialogue étroit entre couturière et cliente, on pouvait prévoir les réticences des futures acheteuses face à cette mode à porter immédiatement, sans retouches et faite dans des séries standard.

Ce fut toute l'intelligence et l'efficacité de la presse de promouvoir une nouvelle image de femme active, ingénieuse, séduisante dans des situations de vie contemporaine. La guerre avait joué un rôle bénéfique en véhiculant la notion de vêtement *"uniforme"*, bien coupé, où toutes les classes de la société se sont retrouvées dans cette mode rationnelle et confortable.

Habitées par cette notion de créativité liée aux contraintes industrielles, quelques pionnières appréhendent successivement les divers secteurs des organisations professionnelles, de l'industrie et de la distribution, pour mettre en pratique la stratégie *"création-promotion"* sans laquelle rien n'est possible.

Il faut agir vite et en profondeur pour pénétrer le tissu industriel de l'époque : la tâche est immense et les stades de la fabrication du produit vêtement fragmentée, sans réelle communication les uns avec les autres. Les industriels sont harcelés par une rotation impitoyable et saisonnière...donc en pleine insécurité. Pour eux, opérer un changement par innovation du style, c'est mettre en cause toutes les sécurités routinières de l'entreprise. Le système confection marche *"au rétroviseur"* en extrapolant vaille que vaille à partir des

produits qui ont fait leurs preuves.

Le travail consistait à entreprendre un véritable rodéo promotionnel pour visiter les entreprises à tous les stades de la filière, afin de s'intégrer au "timing" imparti à la création de la collection (deux ans à l'avance chez les filateurs, un an et demi chez les tisseurs, un an à l'avance chez les confectionneurs).

Le marathon des premières stylistes industrielles commence dès 1959. Or, jusqu'à cette époque, les tissus utilisés en confection industrielle étaient ternes, avec une connotation de neutralité le plus souvent grise, marine ou beige foncé, ou soudainement avec l'apport d'un ou plusieurs coloris criards. En face de cette situation, il s'agissait de "construire" un système d'évolution, facilement applicable, en abandonnant le principe d'une couleur adoptée au hasard. Présenter globalement une gamme de couleurs nécessitait :

- d'inclure, saison par saison, un nombre précis de couleurs renouvelées,
- de considérer les nouveaux coloris comme une promotion, la première saison,
- de coordonner les couleurs entre elles,
- de créer des harmonies à partir des coloris froids, des coloris chauds,
- de décliner les couleurs plus classiques ou plus subtiles suivant le style de l'entreprise.

Il faut être en quelque sorte ingénieur-conseil en créativité pour apprendre à présenter un système de mise en couleurs, répondant aux critères bien définis des tendances de la saison, en fonction des objectifs de telle ou telle entreprise.

Seuls des fabricants prestigieux comme MOREAU, LESUR, BIANCHINI travaillaient avec la Haute-Couture et faisaient preuve de volonté de recherche esthétique, mais en présentant des palettes superbes et énormes (treize cents variantes pour une seule qualité), sans s'obliger à une rotation par élimination, pour rentabiliser une collection. Leur prestige et la qualité de leur clientèle élitiste leur permettaient de financer des essais aussi coûteux que subtils sur plumes d'oiseau, poils de lynx, vison, bison et de garder des stocks ingérables.

Il a donc fallu faire réfléchir les industriels à des procédés de reproduction sur tissus permettant les séries, en limitant volontairement les couleurs, les harmonies et les graphismes. Il s'agissait aussi de définir des thèmes promotionnels dans telle ou telle tendance de mode, pour que les confectionneurs n'aient plus une vue anarchique des dessins, mais la vision des coordonnées possibles, jouant sur l'échelle des motifs, les dégradés, les degrés de figuratif ou de géométrique.

Par exemple, au moment où le "jean" fait son apparition en France, on a l'idée de faire évoluer un fabricant de tissu-coutils pour vêtement de travail vers le "jean", en lançant un nouvel esprit "jean" dérivé du style américain, mais retravaillé en "sportswear" d'été. La collection est baptisée "sun-jean" en adaptant les couleurs du soleil sur ce matériau. Il sera exporté avec succès vers les Etats-Unis, ce qui lui vaudra cette citation dans la presse : "les jeans à l'esprit français".

Dès le milieu des années 50, une pionnière comme Denise FAYOLLE, à Prisunic, a bousculé la chaîne et ses quatre cent soixante points de vente pour transformer en profondeur ces magasins "populaires", par l'apport du style. Il lui a fallu lutter, elle aussi, avec acharnement, contre la routine des fabricants fournisseurs de la chaîne de ces magasins.

De jeunes confectionneurs créateurs, dès 1962, manifestent une véritable mentalité d'aventure en créant des entreprises basées essentiellement sur un nouveau style.

"Nous voulions démocratiser le vêtement et le rendre accessible au plus grand nombre, avec un maximum de créativité"

annoncent Jean BOUSQUET, P.D.G. de CACHAREL puis Daniel HECHTER. Mais ces apprentis sorciers, devenus vite grands capitaines d'industrie, n'ont pas encore fait école en ce début des années 60.

Le climat cependant est créé. Depuis 1961, le Salon du Prêt-à-Porter est une vitrine pour tous les industriels français, où vingt exposants étrangers viennent se joindre au peloton des Français.

Dans un temps limité, deux fois par an consacré à l'élaboration de la collection, il s'agit de dialoguer sur :

- le plan de collection : créneau de marché - prix - calendrier - définition de style
- la recherche de formes donnant une ligne générale : rustique ou habillée...,
- l'application des matières adaptées à une silhouette structurée ou floue, épurée ou romantique...,
- une sélection générale équilibrée, avec le sens des proportions et des détails.

A Cholet, les frères JAUNET fabriquent et vendent pour le marché et vont se lancer dans le "sportswear" pour devenir NEWMAN et GASTON JAUNET.

JOUSSE, qui fabrique à l'époque des vêtements bas de gamme, commence à s'intéresser au style. A Niort, Jacques BOINOT "sent" qu'une évolution de la mode enfantine est en cours.

Les villes de Pau, Toulouse, Nîmes, Marseille ont chacune leur spécialité régionale et tiennent compte de ces tendances ; la Côte d'Azur est en pleine ascension, entraînée par les Collections de Gérard PIPART et la vogue du style sport méditerranéen, elle sera en particulier le tremplin du "sun-jean".

Lyon fabrique des robes bon genre... mais sent la nécessité d'évoluer... ce qui intéresse dans les environs une affaire comme CHANFRAY à Grandis... LAFONT à Lyon est intéressé, déjà !, par le "jean" couleur de soleil pour faire évoluer ses "bleus"... Villefranche-sur-Saône, fief des vêtements de travail, veut basculer vers le "sportswear". SOUWEINE à Grenoble va passer du style dame au style junior ; Dôle est fort intéressante car INOVAL est un confectionneur qui joue le style. Nancy avec LINGELOR, Gérardmer avec MENY évoluent aussi. Saint-Quentin est le fief de MARIE BONHEUR qui change lentement ; Lille se caractérise par son conservatisme de bon aloi ; Amiens fabrique des vêtements de chasse et de travail, mais P. POUILLOT attaque carrément le style avant même de devenir P.D.G. de "LEE COOPER"... en difficulté maintenant.

La région d'Orléans mérite une action particulière avec BALLETESTE, fournisseur privilégié de la centrale d'achat Monoprix, et VASKENE qui joue et gagne un marché jeune et dynamique.

A Paris, enfin, où les confectionneurs "TROIS HIRONDELLES" gardent un ton bon chic-bon genre, mais font encore un gros chiffre d'affaires, et ce périple s'achève chez CAROLINE ROHMER, dont les produits traditionnels font encore les beaux jours de la femme active ; les imperméables CYCLONE et les géants de l'époque : WEINBERG (six millions de chiffre d'affaires en 1962 - cent cinquante millions en 1982), WEILL (la plus ancienne entreprise de confection, créée en 1892, après "LA BELLE JARDINIERE"), Gérard PASQUIER, exclusif "jupe" depuis 1950, mais qui intègre parfaitement diversité et monoproduit, comme CACHAREL sait le faire dès 1962 pour son chemisier-liquette devenu terme générique. La palme du style industriel revient certainement à Léon CLIGMAN qui a su chez INDRECO lier concept esthétique et produit banal comme utilitaire : la blouse-tablier, en créant ses "shifts".

Cette rage de convaincre, donnant lieu à un véritable défi, et ce dialogue

permanent, s'appuyant sur un solide professionnalisme et une confiance réciproque, font progresser peu à peu une politique de création dans l'industrie textile.

Avec le recul du temps, on peut y voir une codification très généralisée et une réelle simplification des tendances. Mais il ne faut pas oublier qu'on est passé en cinq années - le temps de la guerre - de la notion d'inusable, de neutre, terne, voire de laid pour la confection de masse, à celle du beau-pas cher, donnant à toute une population la possibilité de s'habiller.

En 1965, alors, PROMOSTYL vient.

Une passion de créer, de communiquer, une conjoncture favorable et un travail acharné permettaient de gagner la bataille du style.

La période était faste puisqu'en 1965 :

- un train entier de soieries quitte Lyon chaque jour,
- 75.000 kilomètres de lainages sont fabriqués à Roubaix-Lille-Tourcoing en une année,
- 1.500.000.000 de mètres de tissus sont produits chaque année en France,
- 200.000.000 d'articles bonneterie sont livrés à la distribution,
- 100.000.000 de vêtements sont confectionnés par plus d'un million de salariés,
- une centaine de pays peuvent acheter nos produits,
- enfin, au sommet de la pyramide textile, les fibres artificielles, fabriquées par exemple par RHONE-POULENC, bénéficient d'une protection considérable : chaque pays gère, en effet, jusqu'en 1968, sa propre production.

Quel est l'avenir des stylistes ?

Les années 50-60 exigeaient une rationalisation de la fabrication industrielle du

vêtement, pour répondre à la forte demande d'une classe sociale en promotion et à la poussée d'un marché junior. La mise en place d'un système efficace de coordination de tendances a correspondu pleinement à la nécessité d'évolution par le style dans les entreprises et la conduite d'une nouvelle culture pour un public qui devait consommer vite et mieux.

Industriels et consommateurs se sont admirablement retrouvés dans cette coordination des tendances. Le message était clair, la valeur évidente pour tous.

Les tendances sont présentées sous la forme de métissages, de constructions libres, à faire soi-même, pour obtenir son propre "look".

Cette nouvelle approche nécessite une adaptation industrielle très pointue pour bien situer chaque marché entre trop et trop peu de diversifications. On parle moins d'une tendance claire, précise... mais de thèmes, à partir de style de vie. Une troisième étape commence au milieu des années 80.

L'industrie n'a plus à aller vers le marché pour le "guider" par des tendances, mais le public, toujours plus actif et exigeant, veut construire son propre "jeu" de mode, en rapport avec ses affinités profondes. C'est une nouvelle communication interactive.

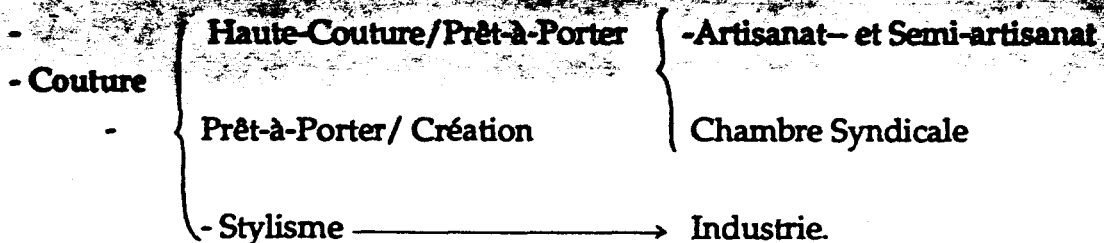
En résumé, le règlement de la Chambre Syndicale, depuis le 28 juillet 1947 (J.O.) est le suivant : pour entrer en Haute-Couture, le Créateur postulant doit respecter une espèce de règle des Trois Unités, à savoir, l'Unité de Lieu (créer, produire et vendre dans un hôtel particulier avec vingt employés au moins, sans faire appel à des travailleurs à domicile), l'Unité de Temps (présenter deux Collections par an sur mannequins vivants de soixante-quinze modèles au minimum) et l'Unité d'Action (réaliser des modèles uniquement "Haute-Couture" et à la main, en partie).

Le Prêt-à-Porter des Créateurs et des Couturiers n'est pas obligé de respecter la règle de l'Unité de Lieu (usines en province et à l'étranger), ni celle de l'Unité d'Action (une même entreprise peut produire pour plusieurs couturiers-créateurs et créateurs coupe au laser, piqures, finitions et boutonnieres à la machine), mais il est tenu de respecter la règle de l'Unité de Temps

(présentation des Collections dans la Cour Carrée du Louvre, deux fois par an, en octobre et en mars, sur mannequins vivants). Ils signent comme les Grands Couturiers, leurs modèles. Et les uns et les autres sont pris en charge, pour le reste, par la Chambre Syndicale.

Il en est tout autrement pour les stylistes. Ils créent, en province le plus souvent, pour une entreprise qui utilise leur talent mais non leur nom. Ils ne sont pas responsables et leurs modèles sont répétés à des milliers d'exemplaires. Il est arrivé qu'ils aient leur défilé "*maison*" : très longtemps ont survécu ceux du "*Bon Marché*" et ceux du "*Printemps*" pour "*Les Essentiels de la Mode*", mais de façon irrégulière.

En résumé, on a ceci :



Mais stylistes, créateurs et couturiers ont reçu le plus souvent la même formation et sont issus des mêmes écoles.

A - Les mêmes sources de formation publique et privée

La formation "*Haute-Couture*" demeure l'apanage de l'enseignement privé. Cependant, à l'Ecole Nationale des Arts Décoratifs¹, les études durent quatre années dont les deux premières ont un tronc commun de connaissances générales. Kristina BALABAN accueille depuis seize ans une vingtaine d'élèves par an dans la section "*Design vêtement*" ; on y entre après un concours où seulement 10 % des candidats sont reçus mais on y sort "*la tête bien faite*". La scolarité est gratuite.

L'Ecole Supérieure des Arts Appliqués DUPERRE² délivre le BTS de styliste de mode reconnu par l'Education Nationale. Vingt-six élèves environ, après sélection, suivent un programme pluridisciplinaire de trois ans, gratuit. Ici, sous la direction de Gabrielle MORITZ, se forment les cadres des industries textiles et de l'habillement sur le plan créatif et technique.

Le Lycée d'Enseignement Professionnel Octave FEUILLET³ prépare, en trois ans, une trentaine d'élèves à un CAP unique en France, le CAP Fleurs et Plumes. Dix-huit heures d'atelier sur trente-cinq heures d'enseignement au total. C'est en troisième année que les élèves choisissent leur spécialité, quitte à faire une quatrième année pour cumuler les deux techniques. Un stage de quinze jours en dernière année permet de donner aux élèves un aperçu de leur vie professionnelle et d'amorcer leur placement.

BRODERIE FANTAISIE

ANDERES

6, rue des Etats Généraux
02100 SAINT-QUENTIN
Tél : (23) 62 65 26

AUGUET

9, av. du Général Legrand-Girarde
02100 SAINT-QUENTIN
Tél : (23) 63 31 38

CLEMENT VINVILLE

20, rue de l'Industrie
02100 beaurevoir
Tél : (23) 63 43 01

JACQUEMART

B.P 513 EUROPE
02100 SAINT-QUENTIN
Tél : (23) 62 36 06

PREVOT

1, rue des faucons
02100 SAINT-QUENTIN
Tél : (23) 62 20 04

LESAGE Roger

14, rue de fontaine
59 QUIEVY
Tél : (27) 85 23 27

AFCHAIN

178, rte de St Quentin

59540 CAUDRY

Tél : (27) 85 25 31

BRACQ Pierre

169, rue Henri Barbusse
59540 CAUDRY
Tél : (27) 85 07 57

DRUBAY Fernand

rue du pont Fourneau
59 LE CATEAU
Tél : (27) 84 08 77

RICHARD Jean

86, bis rue Dartoris
92 LA GARENNE COLOMBES
Tél : (1) 242 17 48

ECUSSONS BRODES

J.C BRODERIES B.P 5

02110 BEAUREVOIR
Tél : (23) 63 43 60

MERESSE Raymond

Zone Industrielle
59540 CAUDRY
Tél : (27) 85 15 60

LEFEVRE J

105, rue Henri Barbusse
59540 CAUDRY
Tél : (27) 85 05 47

La disparition de la fleur au chapeau a fait fermer de nombreuses fabriques qui se sont transformées en maisons d'importation de fleurs japonaises ou "*made in Taiwan*". Toutefois, la maison TROUSSELIER fait encore travailler trente-cinq personnes très qualifiées. La maison LEMARIEE continue à fournir en fleurs et plumes la Cour d'Angleterre ainsi que NINA RICCI. Chez FEVRIER, on renouvelle des costumes de music-hall, dont le Lido, tous les quatre ans. Mieux

lotie, la broderie-main a encore de beaux jours devant elle. Là encore, les pays arabes sont friands de la production française. En Syrie ou en Arabie Saoudite, on raffole des cardigans en paillettes dont l'un, chef-d'œuvre de la maison Albert LESAGE⁴, ne coûte pas moins de 120.000 francs ! Le LEP de la rue Ganneron à Paris brode passionnément. Chaque élève a sa petite idée et les professeurs la respectent.

La broderie-main⁵ emploie 5 à 600 personnes ; 50 % du chiffre d'affaires (30 millions de francs) sont dirigés vers l'exportation. Elle travaille pour l'ameublement, le linge de maison, la Haute-Couture (LESAGE, VERMONT)... La Fédération des Dentelles, tulles, broderies, guipures et passementeries donne tous les renseignements demandés⁶.

En ce qui concerne le privé, notons le studio "BERGOT"⁷ que dirige Marie RUCKI et qui vit dans un ancien entrepôt pharmaceutique tout carrelé de blanc. Elle y fait évoluer ses quatre-vingts élèves sortant avec un dossier de travail en deux ans, en affirmant leur tempérament créatif au contact des réalités. Karl LAGERFELD soutient le studio où il y fait des conférences et choisit ses assistants.

Sous la houlette d'Annette GOLDSTEIN, ESMOD⁸ - GUERRE LA VIGNE est le plus important établissement privé sur le plan international. On y compte neuf cent cinquante élèves à Paris, cent cinquante à Nice et à Athènes, deux cents à Tokyo et trois cents à Bangkok en cours affiliés. Le stylisme et le modélisme concret s'y enseignent. 40 % d'étrangers de 50 pays dont une majorité de Coréens travaillent ensemble pendant trois ans. Quatre-vingts élèves étant obligés d'écouter mes cours sur l'Histoire de la Haute-Couture, soixante-quinze d'entre eux ont déclaré qu'ils étaient là pour apprendre un métier et non l'Histoire, et qu'appelés à monter leur propre affaire, ils feraient du stylisme et non de l'Art.

Fleuri DELAPORTE⁹ se concentre sur le dessin plutôt que sur le stylisme complet comme Jeoffrin BYRS (28, rue Paul Valéry - 75016 Paris) où la scolarité est de trois ans avec initiation aux nouvelles techniques pour deux cents élèves.

Les écoles de la Chambre Syndicale de la Couture Parisienne¹⁰ initient aux techniques fondamentales de la création et de la réalisation de vêtements, délivrent une attestation de scolarité. Les études durent deux ans pour cent

soixante élèves dont 50 % d'étrangers. Les couturiers viennent y recruter "les nouveaux" lors de la présentation, en juin, des modèles à l'Espace Cardin. La liste des anciens est prestigieuse: Yves SAINT-LAURENT, Jean-Louis SCHERRER, André COURREGES, Per SPOOK, LECOANET-HEMANT. Toutes ces écoles privées sont payantes et coûtent de 16 à 24 000 francs par an.

En résumé, une même appartenance au VIII^{ème} arrondissement, à la Chambre Syndicale et aux mêmes sources de formation caractérisent les vingt-cinq Grands Couturiers. A cela s'ajoute une même appartenance aux mêmes réseaux de communication: la Presse, la Télévision, la Publicité, les Relations Publiques.

B - Une appartenance aux mêmes réseau de communication

A l'origine, le support de la presse féminine

Au XVIII^{ème} siècle, les publications sont destinées aux femmes qui savent lire, donc aux aristocrates et aux bourgeoises. Le premier vrai périodique

hebdomadaire, "LE COURRIER DE LA NOUVEAUTE", paraît en 1758. En 1759-78, le "JOURNAL DES DAMES", mensuel rédigé par quatre personnes "nobles", est d'abord uniquement littéraire puis parle de mode à partir de 1774. Coût annuel : 15 livres (cher pour l'époque). Enfin, en 1785-89, le "CABINET DES MODES" publie des recettes, des pièces en vers et des échos de la Cour.

A la révolution de nombreuses publications conçues par des femmes paraissent (et disparaissent aussi vite). C'est en 1790, les "ANNALES DE L'EDUCATION DU SEXE" et en 1791, "LES EVENEMENTS DU JOUR".

Le FIGARO-MODES mensuel est servi gratuitement à tous les Abonnés du Journal le FIGARO.

(Prix du numéro : 2 francs : à l'Étranger : 2 fr. 50. — Abonnement : 22 fr. : Départements 24 fr. : Étranger : 28 fr.)

LE FIGARO

DIRECTEUR-GÉRANT : GASTON CALMETTE
JOURNAL INDÉPENDANT

Chroniqueurs :

EMILE OLLIVIER, VICTORIN SARDOL, JULES CLARETIE, EDMOND ROSTAND, de l'Académie française, MARCEL PRIVOST, MAURICE MÉTÉRIENSKY, A. CLAVEAU, GEORGES OJNET, JULES ROCHER, EMMANUEL ARÉNI, ALFRED CAPUS, MAURICE DONNAY, GASTON DESCHAMPS, ÉTIENNE GRONCIAUX, ARVEDE BARINE, FRANCIS CHEVASSU, SEVERINE, FRANCIS JAMMES, FÉMINA, HENRI BORDLAUX, PIERRE DE COUBERTIN, LE PASSANT, etc.

RÉDACTION QUOTIDIENNE :

Secrétaire de la Rédaction : J. CARDANE

Échos :

FRANCIS CHEVASSU. — C^{te} Robert de FLERS. — GASTON A. de CAILLAVET. — Théodore de GRAVE. — LOUIS DEPRET. — SORLAINE.

Chronique parlementaire :

PAS-PERDUS. — A. CLAVEAU. — Edmond MILLAUD. — Paul HEMERY.

Politique étrangère :

Georges VILLIERS.

Correspondances quotidiennes de toutes les grandes capitales : dépêches de la dernière heure de Londres, Saint-Petersbourg, Berlin, Vienne, Rome, Madrid, New-York.

Revue des journaux :

André BEAUNIER.

Fantaisies parisiennes :

JULES RENARD. — TRISTAN BERNARD. — Xavier LE ROUX. — PIERRE SOULAIN. — ROMAIN COOLUS. — G. de CAILLAVET. — FÉNEON.

Armée :

Le Commandant P.

Marine :

Le Commandant LOIR. — Marc LANDRY.

Colonies :

Paul HENRI.

Critique dramatique :

Emmanuel ARÉNI.

Le Monde et la Ville :

FERRARI.

Mondanités :

Comtesse ADA. — Comtesse de R.

Grand reportage :

JULES HURET. — EMILE BERR. — GEORGES BOURDON. — MAURICE LEUDET. — Arsène ALEXANDRE. — GRAND-CARTERET. — BENNETOT. — A. AVRIL. — G. DATENAY. — GEORGES GRISON. — L. BRÉSIL. — R. TURPAUD.

Soirée parisienne :

LE MONSIEUR DE L'ORCHESTRE : M. ZAMACOIS.

Mouvement littéraire :

Marcel BALLOT.

Petite chronique des Livres :

Th. GLASER.

Chronique scientifique :

Emile GAUTIER.

Courrier des Théâtres :

Serge BASSET.

Courrier des Cafés-Concerts :

DELILLA.

Chronique Financière :

Edmond THIERY.

Sports :

JACK. — GOUTTENOT DE TOURY. — BRUNEAU DE LABORIE. — ARMAND de CAILLAVET. — FRÉDÉRIC REICHEL. — PAUL MANOURY.

Service de publicité :

Arthur HEULHARD.

Dessins hebdomadaires :

CARAN D'ACHE. — CAPPIELLO. — SEX.

Le Figaro publie chaque samedi une page de musique.

Sa Salle des Dépêches, reconstituée sur de nouvelles bases, depuis la gérance actuelle, est le rendez-vous de tous les abonnés et amis du grand journal mondain, qui sont assurés d'y trouver tous les renseignements utiles, téléphone, télégraphe, etc....

Les Five o'clock du Figaro, offerts à ses abonnés, sont les rendez-vous les plus recherchés par l'originalité de leur programme et le choix distingué des célébrités artistiques qui composent ce programme.

ABONNEMENTS DU "FIGARO"

Paris, Seine et Seine-et-Oise : 60 francs par an avec la prime gratuite mensuelle du Figaro-Modes.

6 mois : 30 francs. — 3 mois : 15 francs.

Départements : 75 fr. par an avec la prime gratuite mensuelle du Figaro-Modes. — 6 mois : 37 fr. 50 — 3 mois : 18 fr. 75

On s'abonne dans tous les bureaux de poste de France et d'Algérie

Étranger (Union postale) : 86 fr. par an avec la prime gratuite mensuelle du Figaro-Modes.

6 mois : 43 fr. — 3 mois : 21 fr. 50

Les changements d'adresse se font sans supplément de prix. Il suffit d'envoyer une bande d'abonnement.

RÉDACTION ET ADMINISTRATION, PUBLICITÉ ET PETITES ANNONCES
à l'Hôtel du "Figaro", 26, rue Drouot, PARIS

Sous le Directoire, l'auditoire s'élargit, s'embourgeoise. C'est l'époque du *"JOURNAL DES DAMES ET DES MODES"* (trois mille six cent numéros) et des journaux bilingues, français-anglais, en particulier du *"PETIT COURRIER DES DAMES"* (*"FASHION AT IT FLIES"*). En 1829, *"LA MODE"* d'Emile de GIRARDIN, mondain et bien pensant, emploie Delphine GAY, Jules JANIN, Gérard de NERVAL et GAVARNI.

Les Révolutions de 1830 et 1848 suscitent une presse imaginée par des femmes. C'est en 1832-34, *"LA FEMME LIBRE"*, en 1831-37, le *"JOURNAL DES FEMMES"* (chrétien) et le *"JOURNAL DES DEMOISELLES"*, en 1836-38, la *"GAZETTE DES FEMMES"* (journal de mode, artistique, commerciale et judiciaire), en 1848, *"VOIX DES FEMMES"* (quotidien féminin). En 1848-49, un groupe d'ouvrières publie *"LA POLITIQUE DES FEMMES"* (utopique et déclamatoire). 1851 marque la fin des journaux féministes et la grande époque du *"CONSEILLER DES DAMES"* (romans, causeries, conseils ménagers, mode illustrée) ; enfin, en 1869, un clerc de notaire crée *"LE DROIT DES FEMMES"* qui s'indigne de la situation juridique de la femme. De septembre 1874 à janvier

1875, Stéphane MALLARME fait paraître une revue bimensuelle : *"LA DERNIERE MODE, GAZETTE DU MONDE ET DE LA FAMILLE"* sous différents pseudonymes.

LE DEBUT DES GRANDS TIRAGES

1879 : *"L'ECHO DE LA MODE"* est acheté par la famille de PENANSTER, il se veut journal pratique ; 1884 : ouverture d'un comptoir de vente de *"MARCHANDISES UTILES A LA MAISON"* - Grand bond de tirage dû à l'insertion d'un roman détachable : *"L'ECHO"* gagne plus de 100.000 lecteurs ; 1893 : *"L'ECHO"* passe de 175.000 à 210.000 exemplaires (en incluant un patron gratuit). Ce journal concerne des centaines de milliers de femmes de province qui accueillent tout ce qui est pratique, rationnel, économique, et non des bourgeoises oisives (en 1962, il tirait encore à plus d'un million d'exemplaires) ; 1897 : Marguerite DURAND fonde le quotidien *"LA FRONDE"* (200.000 ex. - guerre aux préjugés, lois arbitraires, etc... rubriques sérieuses et féminines, campagne contre le travail des orphelins dans les ouvroirs) et révèle de jeunes journalistes.

1900 : Les journaux de mode sont encore destinés à la bourgeoisie, avec, en 1901, *"LE MONITEUR DE LA MODE"*, en 1910 *"LA MODE ILLUSTRÉE"* qui

annonce quatre concours par mois avec des prix en espèces et le "PETIT ECHO", qui détient le record du bon marché (10 c. en 1910, alors que "LE MONITEUR" coûte 50 c. et 40 c. en 1930 contre 8 francs à "LA FEMME CHIC").

La société de loisirs se construit peu à peu. La presse féminine est un instrument parfait avec "NOS LOISIRS" (supplément du "PETIT PARISIEN"), "MINERVA", "JARDIN DES MODES", "FEMINA", "VOGUE", "LA FEMME CHIC".

Le courrier des lectrices apparaît dans "LA MODE" : sa rubrique "Entre lectrices" est l'ancêtre de tous les courriers-débats.

En 1932, "FEMMES D'AUJOURD'HUI" paraît en France et l'essor de l'industrie des cosmétiques correspond à la parution de "VOTRE BEAUTE". Le 3 mars 1937, "MARIE-CLAIRE" est créée par Jean PRUVOST (800.000 exemplaires). Il marque la démocratisation de la beauté avec, pour la première fois, un visage en couverture.

1939 : Apparition dans "MARIE-CLAIRE" de confidences sentimentales dans le courrier des "Points noirs". Déjà, en 1938, "CONFIDENCES" s'inspirant des magazines américains de "true stories", avait amené l'irruption des problèmes humains dans la presse. L'information cède la place à la communication. La formule est nouvelle : la femme n'est plus une poupée à habiller ou une mère de famille en quête de conseils pratiques ; les femmes sont seules (structures sociales éclatées) et on évoque leurs propres problèmes en les présentant comme ceux des autres.

En 1939, "CONFIDENCES" dépasse le million d'exemplaires (le plus lu sur la "ligne Maginot").

Dès 1939, on trouve les trois grandes sortes de presse féminine moderne : le magazine pratique, familial avec "FEMMES D'AUJOURD'HUI" et le "PETIT ECHO DE LA MODE" ; le magazine moderne avec "MARIE-CLAIRE" et "VOTRE BEAUTE" ; le magazine populaire avec "CONFIDENCES..."

En 1940, "CONFIDENCES" se saborde ; "MARIE-CLAIRE" paraît à Lyon jusqu'en juillet 44. "L'ECHO", devenu bimensuel puis mensuel, continue à paraître jusqu'en août 44 et sera autorisé à reparaître dès Noël de la même année.

Reparaissent dès août 1944 : "FEMMES D'AUJOURD'HUI" et "HEURES CLAIRES", puis en 1945 "ELLE", en 1946 "INTIMITE", en 1947 "NOUS DEUX".

En 1954, "L'ALBUM DE MARIE-CLAIRE" revient après dix années d'interruption (500.000 exemplaires) Tous les grands éléments de la presse féminine contemporaine sont alors présents. Il y aura évolution mais non révolution jusqu'à la presse que nous connaissons en 1990...

...où la presse de mode et de beauté, qui n'a plus besoin du support de la presse féminine, se présente ainsi

Le groupe CONDE-NAST lance "VOGUE" en 1921. Avec une diffusion en 1985 de 70.608 exemplaires, en légère progression par rapport à 1984, il est le premier.

Antérieur aux autres titres (excepté "L'OFFICIEL" qui lui est contemporain), il symbolise un certain "art de vivre".¹

Pour ce faire, Colombe PRINGLE, ancienne rédactrice-adjointe de "ELLE", vient de rejoindre "VOGUE" en tant que rédactrice-en-chef. Ce que Jean PONLATOWSKI, directeur-général-adjoint de CONDE-NAST pour la France, résume ainsi : "Il faut être dans la vie tout en restant dans le rêve". "VOGUE" réalise 51 % de sa diffusion à l'étranger. La lectrice type de "VOGUE" est présentée comme jeune, active et riche. Celle à qui s'adresse "FEMME" est, en plus intelligente. Si le groupe CONDE-NAST domine le marché de la presse de luxe, HACHETTE-FILIPACCHI, en lançant "FEMME" fin 1984, titre devenu mensuel en mars 1985, tend à s'imposer. Son marché publicitaire est moins restreint que celui de "VOGUE", plus Prêt-à-Porter de luxe et moins Haute-Couture.

Deux autres titres occupent également le secteur de la presse féminine haut de gamme. "L'OFFICIEL DE LA MODE ET DE LA COUTURE" créé en 1921. Il n'a entamé que depuis une dizaine d'année sa tentative d'internationalisation avec "YASMINE", édition arabe, et une édition chinoise à l'étude. Second titre : "HARPER'S BAZAAR", qui appartient aux Editions SYDS en France, de trimestriel tire à dix numéros par an. Son contenu est presque uniquement consacré à la mode et son électorat est essentiellement constitué par tous les professionnels de la mode et de la beauté.

"HARPER'S BAZAAR" est présent en Grande-Bretagne, en Hollande, Belgique, Allemagne, Italie, Espagne...

A cette presse commerciale, il faut ajouter les gratuits haut de gamme tels *"AIR-FRANCE MADAME"*, *"LES COULISSES DE LA MODE"*, destinés essentiellement à la clientèle étrangère et qui prennent une part importante du marché publicitaire des produits haut de gamme. Enfin, des titres moins institutionnels que les précédents tels que *"CITY MAGAZINE"* ou *"PASSIONS"*.

Incontestablement, *"VOGUE"* les domine tous. Cette revue fait partie d'un groupe américain qui appartient à 100 % à la famille NEWHOUSE et qui comprend outre CONDE-NAST, un des premiers réseaux de télévision par câble, la maison d'édition RAMDON HOUSE, un groupe de quotidiens et le *"NEW-YORKER"*. CONDE-NAST possède quatre filiales européennes : en Grande-Bretagne, en France, en Italie et en RFA et une filiale à 50 % en Australie. La première société fut fondée par M. CONDE-NAST aux Etats-Unis en 1908, qui racheta une revue américaine, *"VOGUE"* publiée dès 1892, puis *"HOUSE AND GARDEN"*.

Comme on l'a vu dans l'historique du Groupe CONDE-NAST, la société française fut fondée en 1921 pour publier une édition française de *"VOGUE"*. La nouvelle revue connut rapidement une grande notoriété et la société lança peu de temps après un nouveau magazine féminin, *"LE JARDIN DES MODES"*, qui fut également un succès. Ces deux publications étaient considérées par beaucoup comme les leaders des journaux féminins de mode. Vint la Seconde Guerre Mondiale et *"VOGUE"* cessa de paraître jusqu'en 1945, *"LE JARDIN DES MODES"* ne conservant qu'une activité restreinte.

En 1946, les Editions CONDE-NAST se retirèrent définitivement du *"JARDIN DES MODES"* qui devint ainsi une publication complètement indépendante du Groupe CONDE-NAST.

C'est à cette époque que les Editions CONDE-NAST transportèrent leur siège social place du Palais-Bourbon, dans un immeuble qui est la propriété de la société américaine.

Les multiples restrictions de la guerre et de l'après-guerre disparaissent une à une, les Français amélioraient progressivement leurs conditions d'existence et recherchaient tout ce qui pouvait embellir leur cadre de vie. En outre, la construction de logements prenait un essor important. Les conditions semblaient donc réunies pour lancer sur le marché un magazine de décoration, d'architecture, d'aménagement de la maison et c'est ainsi que naquit *"MAISON et JARDIN"*.

En 1961, les Editions CONDE-NAST rachetèrent une revue de mode masculine "ADAM", avec l'intention d'en faire une revue masculine d'un intérêt plus général. On pouvait fonder les plus grands espoirs sur cette publication qui représentait pour la publicité un support exceptionnel. Malheureusement, en raison du blocage des prix institué à cette époque, la revue ne put augmenter ses tarifs de publicité en fonction du tirage sans cesse croissant, ce qui compromit gravement son équilibre financier. Une licence pour l'exploitation du titre fut consentie à un autre éditeur en 1966 et le titre fut finalement revendu en 1970.

"VOGUE" et "MAISON & JARDIN" sont donc les principaux titres publiés par les Editions CONDE-NAST (France) avec une troisième publication récemment créée, "STRUCTURES DECORATIVES" consacrée à l'aménagement des bureaux et des collectivités. Il existe, en outre, des numéros hors série tels que "VOGUE BEAUTE", "VOGUE HOMMES" et les "GUIDES MAISON & JARDIN".

Les Editions CONDE-NAST font partie de la presse périodique par opposition à la presse quotidienne ou hebdomadaire : leurs publications sont mensuelles, "VOGUE" et "MAISON & JARDIN" paraissent en fait dix fois par an, ou trimestrielles, "STRUCTURES DECORATIVES".

Elles adhèrent au "Syndicat des Publications Périodiques Spécialisées" qui regroupe bon nombre de publications dites de "prestige" parmi lesquelles on peut citer "L'OFFICIEL DE LA COUTURE", "MARIE-CLAIRE", les publications du Groupe LOUCHEL ("FEMMES", "COLLECTIONS") etc...

Le Syndicat des Publications Périodiques Spécialisées se trouve lui-même regroupé dans une Fédération des Syndicats de Presse beaucoup plus vaste appelée "Fédération Nationale de la Presse d'Information Spécialisée" qui compte parmi ses membres, outre notre forme de presse, la presse médicale, sportive, automobile, technique, etc...

Enfin, la "Fédération Nationale de la Presse d'Information Spécialisée" fait partie de la "Fédération Nationale de la Presse Française" où l'on retrouve la plupart des quotidiens et des grands hebdomadaires. Comme tous les syndicats professionnels, le "Syndicat des Publications Périodiques Spécialisées" a pour but de prendre la défense de ses adhérents, de mettre à leur disposition toutes les informations touchant à la profession, de les représenter dans les discussions

avec les syndicats d'employés, cadres ou journalistes, ou dans les discussions avec les Pouvoirs Publics. Ainsi, le Syndicat eut pour mission de représenter ses adhérents au moment de l'établissement des conventions collectives.

Les Editions CONDE-NAST adhèrent à la Convention Collective de la Presse Périodique, véritable charte qui régit les rapports entre employeurs et employés. C'est en vertu de cette convention qu'est fixé un certain nombre de règles: ancienneté, droits aux congés payés, retraites complémentaires, conditions d'embauche et de licenciement, etc.

Dans certains cas, la convention reprend sans les modifier, les règles que les Pouvoirs Publics avaient expressément fixées; dans certains autres cas elle intervient pour préciser des points que le législateur avait volontairement laissés au libre arbitre des entreprises, ou pour améliorer les conditions minima imposées par le Code du Travail (congés supplémentaires, par exemple). La Convention Collective fixe ainsi les lignes principales du statut des trois catégories de collaborateurs: journalistes, cadres, employés.

Et au nombre de ces collaborateurs, des noms prestigieux: Edmonde CHARLES-ROUX, Marie-José LEPICARD que nous retrouverons ultérieurement.

Mais la Mode étant un fait de société, les magazines à caractère politique ont des rubriques importantes sur ce sujet comme "L'EXPRESS" avec "MADAME EXPRESS", "LE NOUVEL OBSERVATEUR", "LE FIGARO" avec "MADAME FIGARO", des quotidiens également comme "LE MONDE".

Car un journal aussi "sévère" et instructif que "LE MONDE" a eu une chronique de mode tenue par Nathalie MONT SERVAN pendant vingt-six ans, qui fait une large part à la Haute-Couture et qui s'adresse à la femme qui n'achète pas de magazine spécialisé dans la Mode. Depuis janvier 1987, elle écrit dans une revue belge.

D'origine russe, Nathalie est la fille de l'aide de camp du Grand-Duc Michel, frère de Nicolas II, qui demeure en France après la guerre. Elle est élevée par une nurse anglaise et

INFORMATIONS « SE »

MODE

Collections : un bilan

Fin des présentations de collection : vingt-trois ont été organisées en quatre jours, qu'en reste-t-il ? Les ourlets se promènent autour du genou ; les modèles du soir jouent en toute liberté avec de nombreux effets enroulés et fendus. La carrure reste surtaillée aux épaules avec des effets de plis aux emmanchures, la silhouette se terminant en tunique.

Christian Dior, Lanvin, Givenchy et Hanae Mori étirent le blouson en tailleur sur des jupes droites, en forme ou plissées. Les vestes courtes, spencers et boléros se distinguent par leur coupe nette et jeune chez Yves Saint-Laurent, Pierre Cardin, Nina Ricci et Guy Laroche, en ensembles à jupe ou pantalon, notamment en modèles inspirés du smoking pour le soir. Très diversifiées, les blouses se parent de volants, de volants d'effets à double boutonnage en tissus précieux chez Jean-Louis Scherrer, Emmanuel Ungaro, Chanel, Philippe Venet et Perspook, en belles impressions, broderies et dentelles.

Le pantalon est présent partout, surtout en style gardien ou gauchiste, coupé au mollet et assez large du bas. Les robes à taille fine sont décolletées et ornées de volants chez Louis Féraud, Givenchy et Yves Saint-Laurent.

dont les broderies soulignent un mouvement de drapé à la taille ou aux hanches des robes du soir.

Les chapeaux reviennent chez tous les couturiers, en formes simples mais seyantes, avec une préférence pour le style torero en paille noire sur des coiffures tressées, ondulées à la Rita Hayworth ou simplement ébouriffées. Les accessoires, mettant en vedette les gants blancs, les corselets drapés, les ceintures dorées et, pour le soir, les pendants d'oreilles en chandelier, ainsi que les sautoirs de perle.

Enfin, les jambes sont habillées de noir ou de blanc et les chaussures se distinguent par leurs petits talons bobines voisinant avec les escarpins et les sandales à talons hauts.

N. MONT-SERVAN



CHRISTIAN DIOR : une des silhouettes typiques du printemps, ce tailleur à blouson en laine prince-de-galles noir et blanc de Gaudini sur une blouse en crêpe de soie jaune de Bianchini-Férier, à écharpe assortie ornée de dentelle.

liste en débutant par un stage de trois mois à "TIME AND LIFE" puis à "FAIRCHILD", journaux quotidiens des industries textiles. Elle collabore à divers journaux

En 1961, elle épouse un diplomate corse Baron d'Empire, Pierre ORDIONI et en 1962 elle est chroniqueur de mode au journal "LE MONDE". Elle est de toutes les Collections et toutes les manifestations littéraires et artistiques et membre du jury "Le Dé d'Or". En plus, elle est l'auteur des "Secrets de la cuisine russe" avec Marie TROUBNOKOFF chez Bordas, du "Monde fascinant du Vin" et "Paris" dans la collection "Passion". Enfin, elle prépare un livre sur la mode.

A côté des revues, magazines et quotidiens existe, en France, l'une des meilleures presses professionnelles du monde. La création en revient à H. de LEGGE qui, en accord avec Pierre LAZAREFF, a décidé, dans les années 60, de fonder "GAP", revue mensuelle professionnelle, qui s'allia au journal "ELLE", au "JARDIN DES MODES" et à "20 ANS" pour rationaliser la circulation de l'information. Il s'agissait de sélectionner en commun des modèles correspondant à la cible différente et complémentaire des trois magazines. Il y avait six mois de décalage entre une parution dans "GAP" pour les magasins et celle de chaque magazine grand public.

L'impact fut énorme et permit de gommer le barrage entre producteurs et consommateurs en sécurisant les magasins assurés de voir enfin leurs achats promus dans la presse.

"DEPECHE MODE" est un journal professionnel très écouté et il est accompagné d'un magazine trimestriel destiné aux consommatrices sous le même titre. Ce qui, comme pour "GAP", a contribué à rationaliser le choix des professionnels (magasins) et, six mois plus tard, celui des consommateurs. "DEPECHE MODE" édite aussi un guide des défilés, vendu au grand public, six mois après la présentation des Collections à la Presse.

"LE JOURNAL DU TEXTILE" s'adresse aux industriels. "BOUTIQUE DE FRANCE" a une fonction d'information des magasins indépendants. "PEPLOS" et "CONFECTION 2 000" s'orientent plutôt vers le Prêt-à-Porter.

La télévision s'est contentée, vers les années 60, dans l'émission "Dim, Dam, Dom" de Daisy de GALARD, reprise l'été 88, de présenter des flashes sur les Collections. Antenne 2, grâce à Marie-José LEPICARD, a réalisé des reportages en direct la dernière semaine de juillet, conduits par des téléspectateurs invités des maisons de Haute-Couture, dans le cadre d' "Aujourd'hui, Madame" puis d' "Aujourd'hui, la vie" ..

Le sort m'a conduite ainsi chez Jean-Louis SCHERRER, le 22 juillet 1983.

En 1986, "*Aujourd'hui, la vie*" a consacré une rubrique aux couturiers (pas toujours les plus grands) le vendredi après-midi dans la "*Vie en forme*". Quelques mannequins passent le samedi soir à "*Champs-Élysées*" mais, hormis les deux semaines consacrées aux présentations à la presse internationale des Collections Haute-Couture, la télévision consacre peu de temps, par an, au phénomène. La raison en est peut-être le choix qu'elle a fait de montrer le côté "mode dans la rue" sur le petit écran, en insistant sur le Prêt-à-Porter au lieu de développer le côté "*création-œuvre d'art*" de la Haute-Couture. De toute façon, c'est priver cette dernière du regard du plus grand nombre.

La publicité est une autre façon de prolonger la mode. Les premières affiches du XIX^{ème} siècle concernent surtout les magasins à petits prix avec une connotation "*petit pauvre*" : au "*BON PASTEUR*" - "*AU PAUVRE DIABLE*" - pour les produits textiles confectionnés qui s'adressent à la classe populaire.

Dans les années 50, ce sont les tout nouveaux du Prêt-à-Porter qui utilisent la publicité : L'EMPEREUR, WEILL, BLIZZAND... Cette apparition de la publicité du Prêt-à-Porter correspond à un changement de société avec l'arrivée de la société de consommation. Jusqu'en 1914, il y avait un véritable fossé entre la classe possédante et la classe laborieuse, alors qu'aujourd'hui il y a une majorité de classe moyenne qui, si elle ne peut accéder au grand luxe, désire en avoir les succédanés.

La Haute-Couture ne se manifeste pas encore, considérée comme élitiste. Mais, "*JOURS DE FRANCE*" sécurise ses lectrices, cependant, en leur présentant les Collections dans un décor majestueux et en insistant sur le côté "*rêve*" de la création, avec un penchant pour les robes du soir. Or, ses lectrices ne sont plus, comme on le pense trop souvent, les bourgeoises des VII^{ème} et XVI^{ème} arrondissements mais vous, moi, n'importe qui dans le salon d'attente du dentiste, du médecin ou sous le casque du coiffeur. D'où la publicité, dans la même revue, pour une mode plus jeune et en mouvement.

Le coût de la publicité est élevé, très élevé, puisque le prix de l'espace était le suivant, en 1982, à Paris :

- l'utilisation de 825 abribus a coûté 227.700 francs par semaine,
- une campagne dans le métro pour 300 emplacements (2 semaines) a coûté.

- 430.000 francs,
- le côté gauche d'un autobus Paris et Ile-de-France pour une semaine - 2.500 autobus - a coûté 535.000 francs,
- dans la presse, une page intérieure en quadrichromie a valu entre 70.000 et 90.000 francs, dans "ELLE", "MARIE-CLAIRE", "MARIE-FRANCE" ou "MADAME-FIGARO" !
- à la télévision, un spot de 30 secondes sur la plage de vingt heures, avant les informations, est monté à 170.000 francs sur TF1

En ce qui concerne les grands couturiers, il s'agit le plus souvent de parfums au moment des fêtes de fin d'année parce que parfums et accessoires sont abordables pour le plus grand nombre.

Dans ce cas comme dans d'autres, les prolongements de la Haute-Couture, grâce aux différents moyens de communication, sont les mêmes pour la grande famille des vingt-cinq grands couturiers, prolongements qui se traduisent aussi par des films.

Le cinéma fait appel à la Haute-Couture de trois façons différentes. Il lui demande d'habiller l'artiste à la scène *"comme à la ville"*. Il peut vouloir des créations en rapport avec le scénario. Enfin, il en fait le thème du synopsis.

Habiller l'artiste *"à la scène comme à la ville"* c'est CHANEL pour Gloria SWANSON et CHERUIT pour Tania FEDOR. La liste n'est pas exhaustive. Le scénario a inspiré Marcel ROCHAS pour *"Falbalas"* de Jacques BECKER, GRES pour *"Les dames du bois de Boulogne"*, Maggy ROUFF pour *"Rêve d'amour"* et DIOR chez LELONG pour *"Paméla"*.

Enfin, le cinéma prend la (Haute) couture pour thème d'innombrables films comme l'écrit Yvonne DESLANDRES. Et c'est la filmographie de l'I.D.H.E.C. au Palais de Chaillot qui a fourni le plus de renseignements, grâce à une analyse réalisée en anglais dans l' *"American Film Institute Catalog"* de 1921 à 1930 (films muets) et de 1961 à 1970. Rien de tel en France ni ailleurs, ni pour d'autres périodes. A la rubrique *"Couturier, couture"*, sont résumés des films sur ce sujet. Lorsque le synopsis commence par un des ces mots, la couture est au premier plan. Lorsque ces mots sont en seconde ou troisième position, inutile de lire le résumé, le couturier ou la couture ne vient qu'au second plan..

La lecture des synopsis montre que le scénariste a été, dans tous les cas, séduit par le côté magique de la couture-création¹².

En résumé, si les vingt-cinq couturiers sont tributaires de tous les médias, ils le sont aussi d'une même convention collective.

C - Une appartenance à la même Convention Collective Régionale de la Couture parisienne du 10 juillet 1961.¹³

Ses dispositions sont applicables à toutes les entreprises s'intitulant, entre autres, Haute-Couture. La présente convention ne peut être la cause de restrictions aux avantages acquis lorsque ces avantages sont acquis antérieurement à la date de la signature de la présente convention. Par contre, les clauses de la présente remplaceront tous les contrats existant précédemment quand ils sont moins avantageux. Les articles 5 à 14 concernent les délégués du personnel. L'article 13 stipule que ces derniers peuvent se faire assister d'un représentant du syndicat avec leur chef d'établissement, qui doit laisser quinze heures payées par mois aux délégués afin d'exercer leurs fonctions (art. 14). Les articles 15 à 19 traitent des comités d'entreprise. Puis, on en vient au contrat de travail, à l'embauche et à la promotion.

Les employeurs sont tenus de notifier au Service Départemental de la Main-d'œuvre les places vacantes dans leur entreprise. Ils peuvent toujours procéder à l'embauchage direct sous réserve des dispositions légales en vigueur mais doivent aviser les services de la Main-d'œuvre avant qu'un embauchage soit considéré comme définitif.

Dans les entreprises dont la marche est sujette à des fluctuations, il est recommandé de faire appel aux salariés qui auraient été licenciés depuis moins de six mois pour manque de travail et qui n'auraient pas été embauchés dans une autre entreprise. Au point de vue physique, l'aptitude à l'emploi sera vérifiée à l'embauchage par le médecin du travail attaché à l'établissement et dans les conditions prévues par la législation en vigueur. Au point de vue professionnel, le contrôle de l'aptitude à l'emploi se fera, à l'embauchage, par des examens ou épreuves d'essais. Les chefs d'entreprise confirmeront chaque engagement par une lettre ou contrat d'engagement. Les articles 23 et 24 traitent de la période d'essai, des salaires et catégories professionnelles..

Les conditions de travail réglementent la durée du travail, des dérogations, du chômage partiel, des jours fériés, de congés personnels, des congés payés et de la maternité, les absences et modifications au contrat de travail.

La loi a fixé la durée hebdomadaire de travail à trente-neuf heures. La répartition en sera faite sur cinq journées, le second jour de repos étant accolé au dimanche. Les horaires ne comprendront jamais plus d'une heure et demie pour déjeuner. La journée normale ne commencera pas après 9 heures et ne finira pas après 18h30. Conformément à la loi, il ne sera retenu pour les retards que la valeur du temps réellement perdu.

Les dérogations concernent les heures supplémentaires dont le maintien est commandé par les besoins impérieux de l'industrie de la couture. Ces heures supplémentaires feront l'objet d'une demande d'autorisation auprès de l'Inspection du Travail et ne pourront être exigées sans qu'au préalable les délégués ou le personnel en aient connaissance, cela afin qu'ils puissent suggérer tout moyen d'éviter l'heure supplémentaire. Aucune heure supplémentaire, imprévue la veille, ne pourra être imposée au salarié.

Le second jour de repos précédant la présentation de chacune des quatre Collections - Haute-Couture : deux, Prêt-à-Porter : deux - sous réserve de l'autorisation de l'Inspection du Travail, il pourra être travaillé huit heures supplémentaires au tarif majoré de 50 % ; quand l'horaire de travail entraînera une présence tardive, les employeurs devront assurer la distribution gratuite d'une collation à partir de 19h30. Pendant la période des Collections, lorsque les maisons sont appelées à faire travailler le personnel le dimanche, elles devront : payer les heures supplémentaires au tarif majoré de 100 %, rembourser les frais de transport aller et retour domicile - lieu de travail, assurer la gratuité de la cantine ou verser une indemnité égale à une fois le SMIC horaire par repas. Une mère de famille, ayant un ou plusieurs enfants de moins de 10 ans vivant à la maison, ne pourra être soumise à cela.

Pour le chômage partiel, l'accord interprofessionnel du 21 février 1968 conclu entre le CNPF et les organisations syndicales de salariés est applicable aussi aux salariés de la Couture. Rien de spécifique.

Comme ailleurs, le chômage des jours fériés n'entraînera pas de diminution de salaires. Mais ce qui est original, c'est le 25 novembre, fête de la Sainte-Catherine, considéré comme jour chômé. Les heures de travail perdues dans ces conditions n'entraînent pas de réduction de salaire. La veille de Noël et du Jour de l'An, le personnel bénéficiera d'une réduction d'horaire d'une heure fixée, si possible, en fin de journée. Cette mesure n'entraînera pas de diminution de salaire. Le chômage des jours fériés légaux ne donnera pas lieu à récupération. Les rubriques congés exceptionnels pour événements de famille, congés payés et maternité n'ont rien de particulier jusqu'en 1982. Mais l'accord sur la durée et l'aménagement du temps de travail du 16 février 1982 reprend cela.

Pour les congés payés, il s'agit de deux jours et demi par mois de travail effectif. S'il y a douze mois de travail du 1er juin au 31 mai, le salarié bénéficie d'un droit à congés payés d'une durée égale à trente jours ouvrables. Les salariés présents dans l'entreprise lors de la signature du présent accord bénéficieront en plus d'une demi-journée par mois de travail à compter du 1er juin 1981. La durée des congés pouvant être pris en une seule fois ne peut excéder vingt-quatre jours ouvrables mais peut être fractionnée par l'employeur avec accord des employés et, sauf du 1er mai au 31 octobre, si elle est de six jours, il est accordé deux jours supplémentaires et un seul si elle est comprise entre trois et cinq jours.

Les jours de congés restant dus après la prise du congé principal ne pourront, sauf accord avec l'employeur, être pris durant les cinq semaines précédant la date de chacune des Collections. La semaine passe de quarante à trente-neuf heures, comme partout, sauf pour certains personnels d'encadrement avec lesquels des mesures appropriées seront recherchées au niveau des entreprises. Mais conformément aux dispositions de l'ordonnance du 16 janvier 1982, les entreprises pourront moduler la durée hebdomadaire du travail dans le cadre d'une programmation ; compte tenu du caractère saisonnier de la profession, les entreprises pourront faire varier de deux heures en plus ou en moins, l'horaire légal de trente-neuf heures, sous réserve que sur un an cette durée n'excède pas la durée légale.

Le contingent d'heures supplémentaires, après accord de l'Inspection du Travail, ne pourra excéder 100 heures par an.

Même si les circonstances l'exigent, le travail de nuit des femmes sera interdit entre 22h et 5h du matin. Toutefois, eu égard au caractère spécifique de certains services, les périodes de sept heures consécutives, durant lesquelles le travail de nuit des femmes est interdit, pourront être fixées entre 22h et 7h. Et ce, pour le personnel de cabine, le personnel des services de presse, le personnel des services informatiques et les étalagistes. Les femmes enceintes et les infirmes pourront demander à ne pas pratiquer le décatissage des tissus et les moins de dix-huit ans ne pourront être occupés entre 20h et 7h.

En ce début d'année 1990, après les avenants des 29 juillet 1988, 28 septembre 1988 et 12 janvier 1989, il résulte ceci :

La convention collective précitée s'applique uniquement dans les départements de la région parisienne : Paris, Hauts-de-Seine, Seine-Saint-Denis, Val-de-Marne, Val-d'Oise, Essonne, Yvelines. Ses dispositions sont valables pour toutes les entreprises de Couture-Création, Haute-Couture et Couture, tant à l'atelier qu'à domicile.

Jusque-là en effet, les conditions de travail à domicile qui n'intéressent que les maisons de Couture, de Couture-Création et du secteur Couture-Création des Grands Couturiers étaient vouées à l'arbitraire des chefs d'entreprise. Par exemple, de 1964 à 1977, une première main n'a gagné que l'équivalent du SMIC, n'a pas été déclarée continuellement, n'a jamais pu se faire payer ses heures supplémentaires. Le responsable lui apportait les modèles ou les séries en début de semaine, vers six heures du matin, repassait tous les jours en mentionnant ses consignes sur un cahier. Il s'agissait de Maisons du Sentier.

Depuis, les conditions de rémunération des travailleurs à domicile "*Couture*" sont les suivantes :

- les articles "*Couture*" n'étant pas fabriqués en série, les temps de façon seront fixés par accord entre le donneur d'ouvrage et le travailleur à domicile,
- le tableau des temps de façon devra être affiché chez le donneur d'ouvrage,
- les salaires fixés par la Convention Collective de la Couture Parisienne sont applicables aux travailleurs à domicile "*Couture*",
- les frais d'atelier afférents notamment au loyer, au chauffage et à l'éclairage du local ainsi que les frais accessoires sont fixés à 15 % du montant brut du travail livré (c'est-à-dire du montant total des prix de façon), fils et fournitures à la charge du donneur d'ouvrage.

- en cas d'exécution d'heures supplémentaires, le pourcentage correspondant aux frais d'atelier porte sur le tarif normal, à l'exclusion de toute majoration appliquée au titre des heures supplémentaires,
- si les délais fixés par le donneur d'ouvrage pour la remise du travail imposent au travailleur à domicile de prolonger son activité au-delà de 8 heures par jour ouvrable, le salaire horaire habituellement perçu doit être majoré dans les conditions fixées par les articles L 721-16 et R 721-8 du Code du Travail.

Il est tenu compte, pour déterminer si un travailleur à domicile a droit au paiement d'heures supplémentaires, des temps d'exécution fixés par modèle et, le cas échéant, des concours auxquels le travailleur à domicile a recours et qu'il doit déclarer à son employeur.

Sont considérés comme jours ouvrables, les jours de la semaine autres que les dimanches et les jours de fêtes légales.

Le droit au paiement d'heures supplémentaires s'effectue sur une base journalière.

Lorsque le donneur d'ouvrage remet un travail à livrer dans des délais tels que celui-ci ne peut être terminé qu'en travaillant le dimanche ou un jour de fête légale, le travailleur à domicile bénéficiera d'une majoration de 50 % pour le travail effectué le jour de repos hebdomadaire ou le jour de fête légale.

Cette majoration sera distincte et se cumulera avec celle des heures supplémentaires effectuées les jours ouvrables.

Le donneur d'ouvrage s'acquitte de ses obligations en matière de congés payés à l'égard du travailleur à domicile par le paiement d'une allocation égale à 10 % de la rémunération brute (frais d'atelier exclus).

Le donneur d'ouvrage s'acquitte de ses obligations en matière d'indemnisation des jours fériés et de la Sainte-Catherine à l'égard des travailleurs à domicile par le paiement effectué en même temps que celui de la rémunération, d'une allocation égale à 2,80 % de la rémunération mensuelle brute (frais d'atelier exclus).

Les travailleurs à domicile bénéficient d'un remboursement de leurs frais de transport sous la forme d'une allocation égale à 50 % du montant du remboursement dont bénéficierait un salarié en atelier employé à temps complet et effectuant le même trajet.

Cette allocation ne sera versée que pour les mois au cours desquels des travaux auront été exécutés et livrés.

Les travailleurs à domicile bénéficient sur justification, à l'occasion de certains événements familiaux d'une autorisation exceptionnelle d'absence de :

- 5 jours pour le décès du conjoint ou d'un enfant,
- 2 jours pour le décès du père ou de la mère du salarié ou de son conjoint,
- 4 jours pour le mariage du salarié, portés à 5 jours après 6 mois d'ancienneté,
- 1 jour pour le mariage d'un enfant,
- 1 jour pour le décès d'un frère ou d'une sœur du salarié,
- 1 jour pour le décès d'un grand-parent du salarié ou de son conjoint,
- 1 jour pour le décès d'un beau-frère ou d'une belle-sœur du salarié.

Le montant de l'indemnisation journalière pour ces congés exceptionnels sera égal à 1/30 de la rémunération mensuelle brute moyenne (frais d'atelier exclus) calculé sur la base des 12 derniers mois précédant la survenance de l'événement donnant lieu à indemnisation.

Sauf en cas de faute grave, le travailleur à domicile licencié ayant au moins deux ans d'ancienneté dans l'entreprise aura droit à une indemnité de licenciement calculée comme suit :

- s'il compte moins de 10 ans d'ancienneté, 1/10 de mois par année d'ancienneté,
- à partir de 10 ans d'ancienneté, 1/10 de mois par année d'ancienneté, plus 1/15 de mois par année d'ancienneté au-delà des 10 ans.

Cette indemnité sera calculée sur la base du 1/12 de la rémunération brute des 12 derniers mois précédant le licenciement.

En cas d'incapacité de travail pour maladie ou accident, à l'exclusion des cures thermales, les travailleurs à domicile employés par un seul donneur d'ouvrage sur la base de la durée légale du travail et justifiant au moment de l'arrêt de travail soit de plus de 2 années d'ancienneté dans l'entreprise, soit de plus de

6 mois d'ancienneté dans l'entreprise s'ils ont au moins 4 ans d'ancienneté continue dans la profession, seront indemnisés dans les conditions ci-après.

La durée totale d'absence ouvrant droit à l'indemnisation ne pourra pas dépasser au cours de la période de 12 mois consécutifs :

- 1 mois et demi après 2 ans d'ancienneté dans l'entreprise ou plus de 6 mois d'ancienneté dans l'entreprise et 4 ans d'ancienneté continue dans la profession,
- 2 mois après 5 ans d'ancienneté dans l'entreprise,
- 2 mois et demi après 10 ans d'ancienneté dans l'entreprise.

L'arrêt de travail pour maladie ou accident devra être dûment constaté par certificat médical et, le cas échéant, contre-visite de l'employeur.

L'ouvrier à domicile devra justifier qu'il est pris en charge par la Sécurité Sociale pour bénéficier de l'indemnisation.

L'indemnité sera versée après un délai de 8 jours d'arrêt de travail qui jouera à chaque indisponibilité.

Toutefois, cette période de franchise sera supprimée en cas d'hospitalisation à condition que cette hospitalisation intervienne dans les 3 jours suivant le début de l'arrêt de travail et qu'elle ait une durée supérieure à 7 jours y compris le jour de l'hospitalisation.

Elle complétera les indemnités journalières de la Sécurité Sociale et, le cas échéant, toutes indemnités complémentaires perçues notamment au titre de tout régime de prévoyance ainsi que les indemnités versées par les responsables de l'accident ou de leur assurance. Lorsque ces indemnités sont réduites, par exemple du fait d'une hospitalisation, elles sont réputées être servies intégralement.

En cas d'accident causé par un tiers, les paiements ne seront faits par l'employeur qu'à titre d'avance et à la condition que l'intéressé ait engagé lui-même les poursuites nécessaires.

L'indemnisation pour accident de travail, s'effectuera dans les conditions prévues pour la maladie mais il n'y aura pas de période de franchise. L'indemnité à verser sera calculée sur la base de 1/30 de la rémunération mensuelle brute moyenne (frais d'atelier exclus) calculé sur la base des 12 derniers mois précédant l'arrêt de travail pour chaque jour, ouvrable ou non, d'arrêt de travail.

Une indemnité de départ en retraite sera allouée à partir de 60 ans:

- à tout travailleur à domicile ayant au moins deux ans d'ancienneté dans l'entreprise et qui quittera volontairement son emploi pour bénéficier effectivement de sa retraite,
- à tout travailleur à domicile pouvant bénéficier d'une retraite à taux plein et ayant au moins deux ans d'ancienneté dans l'entreprise qui sera mis à la retraite par l'employeur.

Les intérimaires bénéficient d'avantages identiques mais ni l'Agence MODULOR, ni l'Agence ATOUT SERVICE n'ont voulu répondre à mon enquête.¹⁴

Pour les travailleurs dans les ateliers, des mesures d'hygiène et de sécurité, surtout sur la protection contre l'incendie, la mise en place d'un réfectoire clair, bien aéré et chauffé, l'existence d'un cubage d'air d'au moins 7 m³ dans les ateliers, 10 en boutique sont recommandés. DIOR dispose d'ateliers conformes, clairs, bien aérés et, malgré la cherté des locaux, la Haute-Couture installe confortablement ses artisans à l'encontre de la légende qui traîne dans

le grand public. Les articles 44 et 45 relatent les dispositions concernant l'indemnisation en cas de maladie ou d'accident, les primes d'ancienneté, l'article 47 traite des différends collectifs et des conciliations.

Le règlement de la Chambre Syndicale stipule que chaque vêtement doit être réalisé dans l'atelier de la Maison. Le travail à domicile n'existe pas sauf pour quelques brodeuses d'Albert LESAGE et quelques dentellières "main".

Les conditions de formation professionnelle concernent l'apprentissage avec la préparation d'un CAP en trois ans (cas d'une ouvrière de DIOR qui nantie d'un CAP, travaille au "flou" tout en préparant un BP et la formation continue). Mensualisées, les ouvrières reçoivent heures supplémentaires et primes de Collections. Il leur est interdit "*les corvées*" : balayage de l'atelier, ramassage des épingles et décatissage des tissus au-dessous de dix-huit ans, contrairement aux arpètes du début du siècle qui, elles, servaient de bonnes à tout faire à leurs compagnes ! Et, comme toutes les autres, les apprenties sont tenues au secret professionnel.

L'accord du 14 juin 1985 traite de la formation.

La formation professionnelle permet d'opérer une synergie entre les besoins économiques et les aspirations individuelles.

1) Nature des actions de formation et ordre des priorités :

si elles varient d'une entreprise à l'autre, il est possible néanmoins de considérer comme prioritaires :

- les actions de perfectionnement des connaissances visant à accroître les connaissances techniques nécessaires au bon exercice des fonctions exercées,
- les actions d'adaptation aux techniques nouvelles utilisables dans le domaine de la production ou du tertiaire,
- les actions d'adaptation de comportements reposant sur le développement des techniques de communication et de relations humaines,
- les actions de conversion préparant les salariés à une mutation à l'intérieur ou à l'extérieur de l'entreprise.

Les entreprises doivent veiller à assurer les mêmes chances d'accès à la formation de tous les salariés ; le personnel d'encadrement peut recevoir une formation supplémentaire destinée à lui permettre de mettre en œuvre la formation des personnes dont il a la responsabilité.

2) Reconnaissance des qualifications acquises du fait d'action de formation :

Les parties signataires s'engagent à ce que le contenu des formations aboutissant à des diplômes de la profession soit en accord avec les besoins et les méthodes de l'entreprise.

Les chefs d'entreprise devront faire appel au personnel ayant suivi une formation continue avant de faire appel à l'extérieur et recruter également les diplômés de la formation continue et ceux d'une première formation.

Des moyens sont reconnus aux délégués syndicaux et aux membres du comité d'entreprise. D'autres mesures sont prises quant aux conditions d'accueil et d'insertion des jeunes du point de vue de l'insertion professionnelle. La durée et les conditions d'application de l'accord sont enfin stipulées et signées par :

- la Chambre Syndicale de la Couture artisanale,
- la Chambre Syndicale de la Couture parisienne,
- le Syndicat de la Couture et des Tailleurs pour dames CGT,
- le Syndicat des Industries du Textile, du Cuir et de l'Habillement CFTC,
- la Fédération Force Ouvrière des Cuirs et Peaux du Vêtement et des activités connexes,
- le Syndicat National du Personnel d'encadrement des Industries de l'Habillement CGC.

La Chambre Syndicale de la Couture parisienne a non seulement signé cette convention collective mais encore elle mène la lutte contre les contrefaçons.

D - Une même lutte contre les contrefaçons

Elle concerne les dessins et modèles d'une part, les marques d'autre part. En ce qui concerne les dessins et modèles, la législation et la protection en France sont les suivantes :

On peut tout d'abord donner une définition du dessin ou modèle par rapport au brevet. Dans le dessin ou le modèle, on retient la notion de FORME et lorsqu'il s'agit de brevet, on ne retient que la notion de FONCTION.

La réalisation esthétique d'une œuvre justifie sa protection indépendamment du procédé de fabrication.

Les créations des métiers de l'habillement et de la mode dépendent du domaine des arts appliqués à l'industrie.

Le dessin ou le modèle traduit en fait les conceptions artistiques, technologiques et même sociales d'une époque. Le statut juridique les concernant est particulier du fait même que les dessins et modèles se situent au carrefour de l'art et de l'industrie. C'est pourquoi, la protection est cumulative relevant des textes de loi suivants :

* Loi du 14 juillet 1909 avec dépôt obligatoire :

Cette loi protège tous les dessins, formes plastiques ou objets industriels présentant un caractère de nouveautés. La loi de 1909, contrairement à celle sur le droit d'auteur, protège également des créations de personnes morales.

* Loi du 12 mars 1952 sans aucune formalité de dépôt :

Cette loi a marqué un très grand pas en avant dans la répression de la contrefaçon en France. Elle a vu le jour pour répondre aux besoins des industries saisonnières de l'habillement et de la parure, notamment en réglementant l'exercice des saisies et en aggravant fortement les sanctions en matière de contrefaçon. Il faut préciser que cette loi s'applique à l'industrie de l'habillement et notamment, ainsi qu'il est précisé en son article 2, à la couture, fourrure, lingerie, mode, chaussure, ganterie, maroquinerie, fabrication de tissus, aux nouveautés ou tissus spéciaux, à la Haute-Couture ainsi que toutes productions des paruriers et des bottiers ; les tissus d'ameublement doivent également être compris, d'autant que cette liste, d'après les travaux préparatoires de la loi en question, n'est aucunement limitative.

Il faut expliquer ici l'emploi du qualificatif "*saisonnière*". A l'origine, le législateur avait cru utile de faire cette distinction voulant ainsi préciser qu'il s'agissait d'une profession dont le but était de se renouveler constamment au stade de la création. Or, les Cours d'Appel ont considéré que certaines créations ne tombent jamais dans le domaine public dans la mesure où elles continuent de répondre au goût et aux besoins de la clientèle. La Cour de Cassation a elle-même jugé que la Création bénéficie d'une durée de protection quasiment illimitée. C'est donc à juste titre que le Législateur n'a pas voulu fixer de délai de prescription permettant ainsi au propriétaire de l'œuvre de poursuivre la contrefaçon de ses ouvrages dans les limites imposées par la législation antérieure.

En outre, il est important de noter les points de jurisprudence suivants :

“LA CONTREFAÇON S’APPRECIE D’APRES LES RESSEMBLANCES ET NON D’APRES LES DIFFERENCES”

De ce principe admis par les Tribunaux, il ressort que l’inspiration est libre à condition qu’elle ne soit pas un acte d’indélicatesse ou de spoliation déguisée. C’est ainsi qu’il peut y avoir contrefaçon, au sens pénal du terme, sans qu’il y ait reproduction totale de la création. La contrefaçon partielle ou quasi servile étant réprimée au même titre que la contrefaçon totale dite servile.

* Loi du 11 juillet 1957 sur la propriété littéraire et artistique pour la protection des œuvres d’arts appliqués :

Le système législatif français actuel est caractérisé par le cumul de cette loi avec celle du 14 juillet 1909. Le régime de la loi de 1957 n’exige aucun dépôt. Celui qui l’invoque doit uniquement faire la preuve de sa création par tous moyens. C’est pourquoi on reste fermement attaché au principe du système du cumul qui favorise le créateur sans l’obliger à un dépôt préalable. La possibilité du cumul dispense le créateur de déterminer le régime légal qui doit s’appliquer à sa création.

Au moment où est discuté le projet de réforme de la loi de 1909, projet qui tend à obliger le créateur au dépôt de son œuvre, on a fermement marqué une position en faveur de la protection cumulative contrairement à l’avis émis par l’Institut National de la Propriété Industrielle. Il ne saurait, en effet, être question, pour le secteur de l’habillement comme pour tous les autres métiers d’art et de création, d’être soumis à l’obligation de dépôt des modèles. Ayant la possibilité de donner date certaine aux créations par tous moyens, l’expérience à maintes fois prouvé que le système en vigueur répondait parfaitement aux besoins de ce secteur d’activités.

Comment pourrait-on imaginer, au sein de cette profession, d’être contraint de déposer toutes les créations des adhérents ? N’oublions pas que quatre Collections sont présentées dans l’année, deux pour la Couture en janvier et en juillet, deux pour le Prêt-à-Porter des Couturiers et des Créateurs de Mode en mars et en octobre, ce qui représente environ trois cent cinquante modèles par maison auxquels devraient s’ajouter les créations d’accessoires aussi nombreuses que variées et dont la protection n’est pas négligeable.

Le caractère inflexible de cette position est donc motivé de façon évidente. Le net recul en France des affaires de contrefaçon de modèles peut s'expliquer par l'évolution de la profession. C'est ainsi que la multiplicité des créations aussi bien que sa variété n'a plus donné le temps au contrefacteur de poursuivre sa "*coupable industrie*" ; elle l'a, au contraire, totalement désarmé. Cependant, l'on doit à tout moment rester vigilant et certains cas de contrefaçon de modèles sont toujours soumis par les adhérents. Une réaction immédiate s'ensuit fatalement sous la forme de procédure suivante : "*saisie-contrefaçon*" sur simple réquisition en vertu de la loi du 12 mars 1952. Ce type d'opération est toujours effectué par les Services de Police Judiciaire.

Il donne, en effet, l'avantage de saisir toute reproduction servile ou quasi servile lorsque l'on a exposé et mis en vente ou simplement lorsque l'on a la certitude qu'elle est mise en vente chez le fabricant sans même y être exposée à la condition, bien évidemment, que soient présentés au moment de la saisie les photos ou croquis des modèles argués de contrefaçon.

A l' Etranger

La protection des dessins et modèles hors des frontières n'est aucunement satisfaisante. Au stade de la protection des dessins et modèles ayant fait l'objet d'un dépôt, on peut rapidement évoquer le seul instrument international existant à ce jour et qui ne fonctionne que dans la mesure où les créateurs ont déposé leurs modèles auprès de l'O.M.P.I. (Organisation Mondiale de la Propriété Intellectuelle) à Genève. Les pays signataires de l'Arrangement de La Haye en date du 1er juin 1928 et dans lesquels s'étendent les effets du dépôt international sont actuellement les suivants : Allemagne Fédérale, Belgique, Egypte, Espagne, France, Indonésie, Liechtenstein, Luxembourg, Maroc, Monaco, Pays-Bas, R.D.A., Saint-Siège, Suisse, Surinam, Tunisie, Viet-Nam.

La position de ce pays à l'égard de l'Arrangement de La Haye est à l'examen. Dans la pratique, l'on n'a pas recours à ce dépôt international. Un seul des adhérents est en effet déposant à Genève.

Comme on l'a dit plus haut, les formalités de dépôt sont souvent trop contraignantes, indépendamment des frais qu'elles engendrent et, dans le cas d'un dépôt O.M.P.I., l'on n'est pas assuré de la coopération totale des autorités judiciaires des pays signataires.

Dès que l'on sort du territoire français, le phénomène de la contrefaçon s'amplifie, on peut même dire qu'il s'industrialise. La protection internationale est pratiquement inexistante et, dans tous les cas, dans la mesure où elle existe par le biais du dépôt à l'O.M.P.I., elle est souvent inopérante.

En dehors de l'Arrangement de La Haye évoqué plus haut, il faut citer la Convention d'Union de Paris, dont la signature remonte au 20 mars 1883 et qui a pour objet la protection de la propriété industrielle et donc des dessins et modèles.

Cette Convention a été révisée maintes et maintes fois, en dernier lieu à Genève en février 1980. Quatre-vingt-neuf pays y adhèrent actuellement et on doit malheureusement noter que les derniers travaux de révision effectués à Genève ont été dans l'ensemble bien décevants, n'ayant permis d'aboutir à aucune solution favorable pour une meilleure protection.

Dans le délicat domaine de la contrefaçon, il faut essentiellement se référer à des cas précis. L'expérience a prouvé que seules des actions concertées étaient susceptibles de porter tous leurs fruits. C'est ainsi que seule la ténacité des responsables de l'Union des Fabricants pour la Protection de la Propriété Industrielle et Artistique (association reconnue d'utilité publique) ainsi que la coopération entre les différents créateurs concernés ont permis, en juin 1980, d'entreprendre une action de très grande envergure sur le territoire italien.

Pour une fois, les Italiens se sont montrés particulièrement coopératifs pour une action de ce type puisque l'on a obtenu le concours total de la Guardia des Finances qui a procédé à la saisie du stock d'une usine de contrefaçons établie sur quatre étages.

Au cours de cette saisie, plus de huit mille cinq cents sacs à main ont été placés sous scellés ainsi que des milliers de ceintures, de portefeuilles et quatre mille mètres de toile à sacs et à bagages imprimés ainsi que des moules et poinçons pour la reproduction des sigles et monogrammes.

Ce stock considérable a été mis sous séquestre et il n'a pas fallu moins de huit semi-remorques pour le transporter sans oublier de dire que toute cette marchandise faisait l'objet d'exportations à destination de nombreux pays d'Amérique Latine, d'Afrique Noire, du Moyen-Orient et même de la France.

On est persuadé que la lutte contre les contrefaçons n'est valable que dans les cas d'action collective bien conduite. Cet exemple en étant la preuve éclatante.

Enfin, il faut noter que le "cerveau" du gang des faussaires italiens a été condamné à dix-neuf mois de prison ferme, condamnation assortie d'un versement important de dommages et intérêts mais aussi, et surtout, de la destruction de tous les stocks saisis et de la publication du jugement dans tous les journaux italiens.

En Europe, l'Italie constitue un danger dans le domaine de la contrefaçon car les Italiens, dans l'ensemble, copient bien les modèles dans des qualités souvent très bonnes. Ce type de contrefaçon est souvent plus redoutable car il est plus difficile à déterminer et le préjudice qui en découle est considérable. On ne parlera pas ici de tous les autres pays d'Europe ou du Monde car la protection des dessins et modèles y est inexistante ou se fait dans des conditions telles que l'on ne peut s'y plier.

Pour les marques de fabrique et de commerce, la législation et la protection en France sont les suivantes :

- le droit sur les marques en France repose sur la loi du 31 décembre 1964 quelque peu modifiée par celle du 25 juin 1965. Cette loi est complétée par décret en date du 27 juillet 1965. Quelques retouches ont été de nouveau apportées à ce texte en 1975, 1976 et 1978.

Définition juridique de la marque : *"Signe distinctif qui sert à identifier les produits ou les services proposés aux consommateurs"*.

Ce qu'il faut avant tout retenir ici, c'est le rôle économique de la marque qui, ainsi qu'on le verra plus loin, est essentiel. En droit français, il est intéressant de noter que la marque n'a pas toujours pour objet de garantir une qualité particulière du produit.

En fait, c'est l'aspect socio-économique de la marque qui doit être pris en considération. L'engouement du consommateur pour la marque - et particulièrement pour la marque dite notoire - n'est plus à démontrer car le phénomène est considérable.

On se s'attardera pas ici sur les cas de contrefaçons de marques en France. Ils existent, c'est certain, et revêtent différentes formes dont la plus courante sur notre territoire est celle de l'usurpation verbale difficile à prouver mais qui,

bien entendu, est préjudiciable au titulaire des droits sur la marque. Dans tous les autres cas d'atteintes à la marque, les poursuites en France sont exercées de façon assez satisfaisante soit par voie civile, soit par voie pénale.

Mettant en péril nos exportations, la contrefaçon de marques fait peser une menace sur l'économie française.

La contrefaçon de marques dans ce secteur s'est industrialisée, constituant ainsi une activité parallèle qui, chaque année, va en s'aggravant. Les marques sont soit copiées intégralement, soit tronquées mais il faut aussi noter que les sigles et monogrammes font l'objet d'utilisations frauduleuses les plus diverses.

En regard de ce préjudice, le manque à gagner pour notre pays peut, au bas mot, être estimé annuellement à deux milliards de francs (représentant ainsi vingt mille emplois non créés). La contrefaçon de marques nuit à la vie de l'entreprise, celle-ci subit non seulement un manque à gagner mais elle engage, d'autre part, un gros budget pour les formalités de dépôt, pour la surveillance et la défense de ses marques dans le monde entier.

En outre, la qualité souvent plus que médiocre des produits sur lesquels sont apposées frauduleusement les marques ternit la réputation du créateur et compromet l'introduction de ses produits sur certains marchés internationaux.

Le consommateur, dans la mesure où il est de bonne foi, est lui-même victime de ces agissements.

Quant à la situation à l'étranger elle est la suivante : aucun instrument international valable n'étant en vigueur, l'on va, à l'aide de cas bien précis, tenter d'illustrer la situation.

En Corée du Sud, en novembre 1977, l'on a, à l'aide de documents photographiques, été informé de l'ouverture en plein centre de Séoul de plusieurs boutiques à l'enseigne des couturiers parisiens. Les produits exposés en vitrine et destinés à la clientèle étaient des chaussures, sacs à main, foulards et autres qui tous reproduisaient frauduleusement la marque des couturiers concernés. A l'époque, le Conseiller Commercial, alerté sur place, a tenté des démarches auprès des autorités locales et l'on a ainsi pu intervenir à différentes reprises auprès de celles-ci.

Le Ministère de l'Industrie et du Commerce coréen, auquel l'on avait fait parvenir une protestation d'ensemble, n'a pas jugé bon, dans un premier temps, d'en tenir compte. Dans un deuxième temps, lors du passage à Paris de l'Ambassadeur de l'époque, l'on avait remis un dossier complet dans lequel l'on insistait pour que ces agissements cessent immédiatement.

L'affaire a traîné en longueur jusqu'au moment où le nouvel Ambassadeur de France nommé à Séoul a demandé, avant son départ pour la Corée, à rencontrer le Ministre de l'Industrie et du Commerce. Ayant parfaitement compris combien le préjudice subi par les couturiers parisiens était important, il a, dès sa prise de fonction, fait toutes les démarches souhaitables auprès des autorités coréennes. Les démarches en question ont abouti à la fermeture des boutiques. On ne peut pas dire pour autant que le trafic ait cessé sur le territoire coréen car on sait fort bien que des usines clandestines existent toujours dans la ville de Séoul. Ce qu'il faut retenir dans le cas de l'affaire coréenne c'est que tous les adhérents avaient soit déjà leurs marques enregistrées, soit déposées en vue de l'enregistrement et, qu'en conséquence, elles devaient bénéficier d'une protection. Malheureusement, il faut bien préciser que l'enregistrement des marques effectué dans plusieurs classes de produits est essentiel mais pas suffisant pour garantir une protection totale. On est, en effet, soumis à l'obligation d'usage de la marque dans le délai soit de trois ans, soit de cinq ans suivant les législations locales. Or, si ces délais paraissent raisonnables, ils ne le sont vraiment que dans des pays où existent des conditions économiques normales, à savoir où il est possible d'importer des produits français ce qui bien souvent n'est pas le cas. La Corée étant un exemple typique.

Aujourd'hui, après bien des négociations entre l'Institut National de la Propriété Industrielle français et son homologue coréen, une demande officielle a été formulée par ce dernier qui a émis le souhait d'être en possession d'une liste des marques notoires françaises.

Bien évidemment, ces marques notoires ne bénéficieront d'une protection particulière que dans la mesure où elles auront fait l'objet d'un dépôt en Corée.

Il faut retenir de tout cela que si l'on est parvenu à la longue à un résultat satisfaisant et en tout cas à un assainissement de la situation, c'est uniquement grâce aux efforts conjugués des uns et des autres, particulièrement de l'I.N.P.I. joints à ceux de l'Union des Fabricants¹⁵

Par ailleurs, l'aide considérable qui a été apportée par M. FOLLIN, Ambassadeur de France à Séoul, a été déterminante et l'on doit ici rendre un hommage à son action continue.



Au Japon, les Japonais éprouvent, on le sait, un attrait particulier pour les produits de luxe étrangers particulièrement français. C'est ainsi que bon nombre de sociétés françaises, et même européennes, ont pu s'assurer au Japon une position commerciale non négligeable grâce d'une part à leur notoriété et, d'autre part, au prestige attaché à la qualité de leurs produits. La législation japonaise en matière de marques présente bien des lacunes, raison pour laquelle les atteintes portées aux noms les plus prestigieux sont courantes, les Japonais n'hésitant pas à copier les modèles et les marques. Les procédures, dans ce pays, sont extrêmement longues et coûteuses. C'est pourquoi il a semblé nécessaire de regrouper un certain nombre d'entreprises au sein d'une association de défense.

Finalement, l'Union des Fabricants, de par ses structures, s'est trouvée à même d'organiser l'implantation d'un bureau local qui a pour tâche d'exprimer la mission d'intérêt général qui est celle de l'association.

Bon nombre de firmes se sont assurées les services du bureau dont l'action se situe sur plusieurs plans et notamment sur celui de la détection des contrefaçons locales.

Il faut remarquer que les Japonais se trouvent eux-mêmes confrontés maintenant à des cas de contrefaçons. Leurs marques étant aussi "pillées" que les marques françaises, d'où une modification d'attitude certaine de leur part.

Quant au Mexique, assurément les Mexicains n'ont pas un comportement conforme aux usages du Commerce International. En effet, il faut citer à titre d'exemple le cas d'une société mexicaine CANNON MILLS qui, voici 20 ans, a usurpé un certain nombre de marques françaises qu'elle n'utilise d'ailleurs pas ou peu bloquant ainsi le dépôt de bon nombre de couturiers.

Evidemment, le Mexique n'est pas signataire des accords internationaux qui protègent marques et modèles mais quand même le serait-il, on peut imaginer qu'il n'en tiendrait pas compte.

Un exemple est d'ailleurs significatif de ce comportement : un adhérent essaie de faire trois enregistrements de sa marque et de son monogramme ; or, il apprend simultanément l'usage de son sigle par une société locale. Ayant des difficultés à prouver l'utilisation de sa marque au Mexique, cet adhérent décide de signer un contrat de licence avec une société ayant différentes représentations dans des zones franches mexicaines. La société contactée refuse finalement, après deux ans, de donner suite au projet de contrat. L'adhérent ne peut donc prouver l'usage de sa marque. Bien qu'un jugement du Tribunal de Première Instance suivi d'une décision de la Cour d'Appel ait donné raison à cet adhérent, celui-ci apprend que le "*PATENT OFFICE*" mexicain considère sa marque comme déchue.

Des exemples de cette nature sont "*légion*" et l'on a - à différentes reprises, - saisi l'Ambassadeur de France à Mexico de ces différents cas ainsi que le Ministère du Commerce Extérieur. Malheureusement, la situation reste inchangée.

Au Brésil, voilà une dizaine d'année, on a été amené à engager des procédures en opposition ou en radiation de marques, chaque fois que des marques françaises étaient usurpées par des sociétés brésiliennes.

Dans la plupart des cas, on a, à l'époque, obtenu satisfaction. Après, il faut le préciser, avoir engagé des frais importants pour faire appel constamment aux services d'un avocat sur place.

Il faut remarquer ici que l'usage de la marque pose un grave problème dans ce pays où très peu de produits peuvent être importés, notamment les produits de luxe français. Lorsqu'ils le sont, ils sont soumis à de tels droits de douane qu'ils restent invendables sur le marché local.

Ceci étant, plusieurs adhérents ont enregistré leurs marques en précisant toutefois que certaines de celles-ci sont en suspens depuis quinze ans devant l'Administration brésilienne.

Ceux des adhérents qui ont une activité commerciale locale, par l'entremise d'un licencié brésilien, sont obligés de réinvestir sur place étant donné l'impossibilité d'exporter des cruzeiros, autant dire que le marché est pratiquement fermé.

En 1977-1978, la situation dans ce pays s'est dégradée à la suite d'un nouveau changement d'orientation de l'Institut de la Propriété Industrielle brésilien, ce dernier permettant à des contrefacteurs locaux de déposer des marques de renommée internationale et d'attaquer ensuite en déchéance les sociétés françaises qui ont créé ces marques dans le seul but de leur interdire le marché brésilien. Il est, en effet, facile pour les raisons énoncées plus haut, de reprocher à une marque française son manque de représentativité pour défaut d'exploitation - ou défaut de licence avec un agent local - puisque cette licence est pratiquement impossible à obtenir et que les importations sont inexistantes.

La seule arme dont on dispose vraiment est celle de la campagne de presse ainsi qu'on l'a fait récemment lors de la visite en France du Président de la République brésilienne, toutes les démarches officielles au plus haut niveau étant restées infructueuses.

Le Brésil semble éprouver un mépris total de la Convention d'Union de Paris dont il est signataire. Il n'est qu'un seul cas où la Cour Suprême a appliqué le dispositif de l'article 6 bis qui a joué en faveur d'une cristallerie française de renommée internationale.

A Taiwan, aucune relation diplomatique n'existant entre la France et Taiwan, la situation ici se présente de façon encore plus complexe.

On doit se contenter de certains appuis locaux qui, jusqu'à présent, n'ont pas apporté de solutions favorables. Les autorités locales, lorsqu'elles sont bien disposées, acceptent à l'occasion de faire pratiquer une saisie des modèles revêtus frauduleusement de marques françaises. Cela n'empêche aucunement l'activité délictueuse des contrefacteurs de se poursuivre alors que l'industrie de la contrefaçon est gigantesque dans ce pays qui, en outre, exporte des produits dans le monde entier, plus particulièrement à destination du Golfe Persique.

En dernier lieu, les autorités locales, pour se décharger de bon nombre de dossiers qui leur étaient soumis, ont décidé de créer une "*Commission*" dont le fonctionnement relève de la plus haute fantaisie.

Or, Taiwan ayant manifesté sa volonté de participer au Commerce International, on souhaiterait voir s'établir un accord précis qui permettrait alors de mettre fin aux actes systématiques de "*pillage*" des marques françaises. On est, pour ce faire, en relation par le biais de l'Union des fabricants, avec le

Ministre des Affaires Economiques de Taiwan qui aurait, paraît-il, manifesté le désir d'améliorer la protection dans son pays des titulaires de marques françaises.

Compte tenu d'une situation que l'on vient de décrire à l'aide d'exemples bien particuliers, l'on doit ici dire quelques mots du projet de "*Code des Contrefaçons*".

Les premiers travaux relatifs à ce code ont commencé voici trois ans à la suite d'une démarche d'un ancien Ambassadeur américain auprès du G.A.T.T. (General Agreement on Tariff and Trade). Un groupe de travail a été constitué réunissant plusieurs responsables des fédérations françaises les plus touchées par le phénomène de la contrefaçon. Ce code international prévoit une coopération étroite entre les services de douane ou de police de certains pays et les fabricants titulaires des marques.

La dernière version de l'Accord a été approuvée par la Commission de la C.E.E. en juillet 1979 mais, malheureusement, aucune ratification n'est encore intervenue au niveau des pays concernés (pays de la C.E.E., Etats-Unis et peut-être Japon et Canada).

Il ne faut pas se leurrer sur la portée de cet accord dont les mesures d'application, très générales, seront laissées à l'appréciation des législateurs et gouvernements nationaux.

En outre, combien de pays accepteront d'être signataires de ce code ? Certainement pas Taiwan pour des raisons évidentes. De plus, ce code ne sera efficace que dans le cas d'exportations des marchandises revêtues de marques frauduleuses car dans tous les cas d'exploitation locale, aucune application ne sera possible et l'on se trouvera toujours confronté aux législations aberrantes de certains pays. Le point capital de ce code réside dans le fait que l'on a d'abord sensibilisé les Pouvoirs Publics sur une situation alarmante et qu'ensuite on a insisté pour inclure dans ce projet une clause, à laquelle on tient beaucoup, imposant des sanctions économiques à l'égard des contrefacteurs par la destruction de toutes les marchandises saisies

Dans tous les cas, il faut émettre le vœu de voir au plus tôt intervenir la ratification par la France de ce code après quoi une action diplomatique devrait être entreprise pour l'obtention de la ratification du texte par nos principaux partenaires commerciaux.

En résumé, la contrefaçon de marque est un acte de piraterie internationale contre laquelle on essaie de réagir vigoureusement sans beaucoup de résultats. C'est pourquoi, plusieurs suggestions doivent être émises ici :

Dans le cas de réunions de Commissions Mixtes au moment de la signature d'accords commerciaux, il est indispensable de prévoir une clause particulière de protection de la propriété industrielle assortie éventuellement de menaces, "voilées" ou non, selon les circonstances et selon les échanges commerciaux qui existent entre notre pays et ses partenaires.

Un meilleur appui de la part des postes d'expansion économique. En effet, certains Conseillers Commerciaux ne sont pas assez sensibilisés à ces questions, connaissant mal ou ignorant un secteur de l'économie française pourtant non négligeable de par le chiffre de ses exportations.

Obtenir de certaines administrations locales, grâce à des démarches diplomatiques, que les marques françaises ne soient pas soumises à déchéance dans des pays où aucune exploitation de la marque n'est possible, par le seul fait que les conditions économiques ne sont pas normales et qu'elles interdisent en tous cas l'importation de nos produits.

Cependant grâce aux médias, même dans les pays où aucune exploitation de nos marques n'est possible, on connaît le métier de mannequin (étymologie flamande : petit personnage).

E - Les mêmes sources de recrutement des mannequins

La profession, pour le grand public, se résume à quelques silhouettes trop tôt disparues : PRALINE, Marie-Hélène ARNAUD ou héroïnes de contes de fées comme BETTINA ou encore vedettes du star-system comme Inès de la FRESSANGE. Il n'en est rien. Cette profession est, en France, encore méconnue, tant des Pouvoirs Publics que des utilisateurs sans parler de Monsieur Tout le Monde

Depuis plus de vingt ans, les mannequins participent à l'essor de la publicité, au prestige de la mode française, sont l'image de la "*consommation*" permettant ainsi le développement commercial important des utilisateurs qui font appel à leurs services. Or, il existe un vide juridique total et absolu entre ces salariés et leurs employeurs dont pâtissent les mannequins venus de l'étranger, ignorant notre législation.

Cela explique que les agences de mannequins pratiquent depuis plus de vingt ans du "*prêt de main -d'œuvre*" illégal de par les articles L.124.1 et L.125.3 du Code du Travail, de surcroît en dehors de presque tout contrôle¹⁶

Ces sociétés emploient et fournissent aux utilisateurs une main-d'œuvre en grande partie étrangère, américaine et scandinave. La raison invoquée appartient au domaine physique : elles sont grandes et longilignes. Soit ! Mais surtout elles parlent peu ou mal le français, ignorent la législation du travail de notre pays. Comment peuvent-elles, en conséquence, découvrir ce qu'elles "*rapportent*" à leur agence ?

Ces mannequins n'ont souvent ni autorisation de travail ni carte de séjour. Or, l'immigration en France devant être limitée, la question de savoir ce qui devait être fait pour "*les mannequins étrangers*" faisant des carrières internationales et de courts séjours en France a été posée en 1982 par Jacques TOUBON. Ce dossier est toujours à l'étude. Mais dans le même temps et depuis, les mannequins étrangers, non ressortissants de la C.E.E., sont toujours en situation irrégulière, ne sont pas immatriculés à la Sécurité Sociale, ne reçoivent pas de fiches de salaire, ce qui est une perte pour l'Etat : les cotisations ne sont pas réglées, de très nombreuses prestations sont elles, payées "*cash*" donc sans T.V.A. et sans déclaration de salaire pour les étrangers, pas de retenue à la source et pas de contrôle possible !

Sans fiches de salaire, les mannequins, en cas de maladie, ne peuvent faire valoir leurs droits ni auprès de la Sécurité Sociale, ni aux Assedic... Toutefois, les charges salariales leur sont bien retirées.

Si le mannequin étranger est seul à Paris, l'agence s'occupe de lui sous-louer un appartement mais sans preuve écrite. Les loyers s'élèvent de 1.500 à 4.500 francs par mois pour avoir le droit de dormir sur un matelas par terre avec deux ou trois autres mannequins qui paieront chacun le même prix pour le

même "studio", lequel studio appartient à l'agence qui en fait passer le loyer et les charges dans ses frais mais omet de déclarer ce qu'ils lui rapportent. Il est également retenu au mannequin les impôts locaux, le téléphone, l'eau, le gaz, l'électricité, toujours sur les salaires qui diminuent à vue d'œil.

Autres sources occultes de revenus : toutes les fournitures professionnelles au mannequin, retenues sur le salaire, plus une taxe de 10 à 15 % si le mannequin est très jeune. Or, ces sommes détournées sont en fait volées à l'Etat et diminuent d'autant le salaire. Quelle que soit la nationalité du mannequin il est retenu 33,33 % sur ses royalties ! Car l'utilisation de l'image peut avoir lieu six à douze mois après la prestation. Or, il est bien rare de trouver un responsable d'agence qui reverse les sommes dues et calculées au plus juste.

Quant au contrat de travail, eh bien, il n'en existe pas. Même dans les agences "sérieuses" qui remplissent simplement une feuille de présence appelée "voucher" qui ne mentionne pas le salaire, rarement les horaires exacts, encore plus rarement l'utilisateur.

En 1985, pour la première fois, un accord sur les salaires minima bruts syndicaux pour 1986 a été signé par le Syndicat des Mannequins Professionnels Associés à F.O. avec les représentants du Syndicat des Agences de Mannequins.

Quant aux mannequins indépendants, ils sont de plus en plus nombreux à percevoir le S.M.I.C. horaire...

Chaque couturier a ses mannequins-"cabine" qu'il conserve quelques mois, exception faite pour Inès de la FRESSANGE chez CHANEL qui lui a signé un contrat de dix ans parce qu'elle est en fin de carrière. Ceux du Prêt-à-Porter pour la Cour Carrée du Louvre sont payés en liquide, ponctuellement, par le couturier ou l'agence, toujours sans preuve écrite, avec les retenues exigées.

Formés dans des écoles privées où l'on paie des sommes fabuleuses, les mannequins sont "placés" par l'école dans des conditions inqualifiables ou remis à des agences dont on a pu étudier les pratiques. Pour combattre ces abus, Servane CHERONAT a ouvert "le Syndicat des Mannequins"¹⁷ en 1986, et proposé à Monsieur SEGUIN une réglementation possible des agences de mannequins.

Or, le mannequin vivant est une invention de Charles-Frédéric WORTH qui eut l'idée de présenter sur sa femme les robes de sa création. Il est intéressant, dès maintenant, de prendre connaissance des mannequins d'autrefois qu'étaient les poupées. Vivantes images de la dernière mode, elles ne demeuraient pas à Paris mais allaient se perdre au fond de la province, s'exiler à l'étranger, messagères fidèles, ambassadrices des modes.

Le voyage de poupées de mode le plus reculé dans le temps est celui que firent les envoyées d'Isabeau de Bavière à Isabelle de France, Reine d'Angleterre, depuis son mariage avec Richard II, en 1377. Isabeau avait en effet commandé à Robert VARENNES, brodeur et valet de chambre du Roi, des *"poupées et moïnages d'Ycelles pour la Reine d'Angleterre"*.

Les poupées passèrent la Manche et allèrent montrer à la Cour d'Isabelle comment s'habillaient les élégantes de Paris. Vers 1496, on exila de France une autre poupée - mannequin destinée à Isabelle-la-Catholique d'Espagne. Deux lignes extraites de la correspondance d'Henri IV en disent long sur le rôle des poupées-modèles:

"FRONTENAC me dit que vous (Marie de MEDICIS) désirez avoir quelques modèles de la façon que l'on s'habille en France. Je vous envoie des poupines."

Quelques décennies plus tard, même démarche de la part de Madame de SEVIGNE pour Madame de GRIGNAN. Cette dernière veut-elle se coiffer comme on fait à la ville ?

"Je ferai coiffer une poupée pour vous l'envoyer"
écrit Madame de SEVIGNE.

Au XVIIIème siècle, ce sont les poupées de France qui partout lancent la mode des Lumières. Les témoignages ne manquent pas : c'est SAVARY qui parle de "ces belles poupées qu'on envoie toutes coiffées et richement habillées dans les Cours étrangères pour y porter les modes françaises des habits".

C'est le Président des BROSSES qui écrit :

"On leur envoie (à Bologne) de grandes poupées vêtues de pied en cap, à la dernière mode, et elles ne portent point de babioles qu'elles ne les fassent venir de Paris".

Les premiers journaux de mode ne supplantèrent pas les poupées aussi vite qu'on pouvait le penser car elles étaient bien plus jolies à regarder. Même à Philadelphie où *"une poupée de la mode"* témoigne de celle que l'on portait à la Cour de Louis XVI. Peu à peu, la poupée-mannequin devient la poupée-modèle que peuvent habiller les petites filles désireuses d'apprendre à coudre, telle *"La poupée-Bleuette"* de la *"Semaine de Suzette"* qui s'est éteinte dans les années 60 alors que naissait *"Barbie"* symbole de la femme-consommation quand *"Bleuette"* était l'image de la femme-production.

En résumé, les vingt-cinq maisons de couture demandent, obtiennent et conservent le label *"Haute-Couture"* en se soumettant au règlement de la Chambre Syndicale. En retour, cette dernière organise les présentations des Collections, les tournées à l'étranger et la défense des griffes. Quelques couturiers, comme VALENTINO, n'ont que le statut de *"participants"* ; en sont exclus tous les Stylistes et les Grands Couturiers qui, pour une raison ou pour une autre, ne répondent plus aux exigences du règlement, tels COURREGES et Jean PATOU. D'autres ont quitté puis réintégré la Chambre Syndicale comme GRES et LEPAGE. Cette mobilité statutaire s'oppose à la permanence géographique des vingt-cinq maisons qui, en dépit de tout, se maintiennent dans les Beaux-Quartiers (les VIIIème, XVIème, 1er et VIème arrondissements).

Si l'histoire des *"Beaux-Quartiers"* explique cette localisation, l'histoire du costume explique l'origine et l'évolution de la Haute-Couture.

- NOTES

1 - Ecole Supérieure Nationale des Arts Décoratifs, 31, rue d'Ulm 75005 Paris (43.29.86.79)

2 - Ecole Supérieure des Arts Appliqués DUPERRÉ, 11, rue du Petit-Thouars 75003 Paris (42.78.59.09)

3 - Lycée d'Enseignement Professionnel, 9, rue Octave Feuillet 75016 Paris (45.20.41.47)

4 - Maison Albert LESAGE, rue de la Grange Battelière 75009 Paris (48.70.41.47)

5 - LEP, 8, rue Victor-Hugo 17300 Rochefort sur Mer (16 46.99.06.68)

Option broderie machine :

LEP Chaptal, Chemin des Justices 29191 Quimper (98.95.37.00)

Option broderie machine (broderie d'art) :

LEP Mixte, 21, rue Ganneron 75018 Paris (42.93.62.18)

Broderie d'art :

LEP, 4, rue Montagne-Sainte-Gemme 77530 Vaux-le-Pénil (60.68.24.64)

Option broderie d'art :

LEP, 2, rue de la Constituante 78500 Sartrouville

6 - Fédération des Dentelles, tulles, broderies, guipures et passementeries 7, rue Louis-le-Grand 75002 Paris (42.61.56.29)

7 - Studio BERGOT 29, rue des Petites Ecuries 75010 PARIS (42.46.15.55)

8 - ESMOD 16, boulevard Montmartre 75009 PARIS (42.46.98.48)

9 - Fleuri DELAPORTE 1 bis, impasse de l'Astrolabe 75015 Paris (45.67.09.80)

10 ECOLES DE LA CHAMBRE SYNDICALE DE LA COUTURE PARISIENNE
Formation Professionnelle Continue

45, rue Saint-Roch - 75001 Paris



YVES SAINT LAURENT *Collection Haute Couture Automne-Hiver 1989-1990*

11- La preuve : le tirage considérable des journaux comme "*Point de Vue, Images du Monde*", hebdomadaire qui tire actuellement à 452.000 exemplaires, ou "*L'Eventail*", revue bimensuelle dont le premier numéro de l'édition française a paru en décembre 1985, mais dont l'édition belge existe depuis un siècle déjà. C'est une revue luxueuse, au prix élevé (50 francs), qui n'est diffusée que dans les kiosques des beaux quartiers. Elle tire à 20.000 exemplaires. On peut songer aussi au succès de l'émission télévisée de Frédéric MITTERRAND.

12 - Films muets (1921-1930)

- 1921 - Life's dark Funny
- 1922 - Modern love
- 1923 - Salomon in society
- 1924 - Bluff (zucker & Laskey)
- 1925 - The dressmaker from Paris (Z & L.)
- 1925 - Salome of the tenaments
- 1925 - The trouble with wives
- 1928 - So is love (Harry Cohn)
- 1930 - On your back (W. Fox)

Films parlants (1961 - 1970)

- 1961 - The five day laver (Ph. de Broca)
- 1962 - Daniella by night (Thévenet)
- 1962 - Don't knock the twist (KATZMAN)
- 1962 - Le Amiche (G. ADDESSI)
- 1963 - The wrong arm of the love
- 1965 - Blood and black lace
- 1966 - The topless story
- 1967 - Scarf of mist, thigh of satin
- 1969 - Valley of the dolls
- 1969 - A place for lovers (Carlo Ponti)
- 1970 - Threesome (Branton Chase Production)
- 1970 - A fairy tale for adults
- 1970 - Promise at dawn (Jules DASSIN)

13- "La Convention Collective de la Couture Parisienne" est en vente au prix de 24 francs aux journaux officiels, 26, rue Desaix 75015 Paris (45.78.61.39)

14- Les agences d'interimaires de la Couture sont :

- Atout Service 35, bd Magenta 75010 Paris (42.00.42.00)

- Modulor 170 rue de Javel 75015 Paris (45.33.95.00)

L'une et l'autre ont refusé de me recevoir, de répondre au téléphone et de renvoyer un questionnaire dûment rempli par la poste!

15 - Institut National de la Propriété Industrielle Division des Marques

32, rue des trois Fontanets 92016 Nanterre cedex (47.78.16.82)

INPI, 26 bis rue de Léningrad 75800 Paris cedex 08 (42.93.21.20)

16 Agences de Mannequins :

			Tél :
COSA NOSTRA	53, rue de Ponthieu	75008	42.25.24.62
DELPHINE	150, bd Haussmann	75008	45.62.06.30
FAM	13, rue Washington	75008	45.62.58.35
PARIS PLANNING	137, fg St-Honoré	75008	Femme 43.59.63.63 Homme 45.63.17.46
ELITE	123, Champs-Élysées	75008	47.23.75.58 47.23.38.48
GLAMOUR	40, rue François-1er	75008	Femme 47.23.89.26 Homme 47.23.70.19
MODEL AGENCY	3bis, Villa Wagram	75008	47.55.91.00
KATY'S MODELS	22, rue Caumartin	75008	47.42.51.79
STEPHANE LANSON	120, Champs-Élysées	75008	42.25.61.60
PERFORMANCES MODELS	34, rue Poncelet	75017	47.64.18.09
UNIVERSAL	80, rue Rambuteau	75001	42.96.15.67

▲▲▲

MEN MODELS	35, rue Washington	75008	45.63.08.23
ZEN	217,fg St-Honoré	75008	42.25.49.49

17- Syndicat des Mannequins - 95, rue de Prony, 75017 Paris
Secrétaire: Servane CHERONAT

18- Une Convention Collective a été signée en juillet 1990
pour protéger la profession de mannequin.

SECTION II

L'HISTOIRE

CHAPITRE 1

Du vêtement à la Haute-Couture.

INTRODUCTION

On peut dire que là où le vêtement apparaît commence la socialisation. Il peut être même un objet culturel, le nu étant, pour LEVI-STRAUSS, l'anticulturel. De là, le rattachement de la Haute-Couture et de la Couture-Création au Ministère de la Culture dès 1981.

Pour atteindre cette consécration, il a fallu des millénaires d'immobilisme dû à l'influence méditerranéenne relayée par l'influence judéo-chrétienne dès l'Empire Romain.

Jusque là, longue ou courte, avec ou sans manches, cousue ou drapée, la tunique est invariablement la même pour tous, hommes ou femmes, sauf à l'Age du Bronze et en Crète.

Jusqu'au XIV^{ème} siècle, le vêtement est prisonnier de la tradition malgré l'apparition de "*fantaisies*". L'étudier, c'est faire l'Histoire du Costume. La mode au sens strict ne voit guère le jour avant 1350, date qui s'impose du fait d'un type d'habillement radicalement nouveau, nettement différencié selon les sexes. A la même robe longue et flottante portée depuis des siècles par les deux sexes, se sont substitués un pourpoint et des chausses pour l'homme, une robe longue ajustée et décolletée pour la femme. A partir du XIV^{ème} siècle, on peut faire l'histoire de la mode car le phénomène varie dans le temps et dans l'espace. La mode se fait "*politique*" ; l'emporte toujours celle du pays vainqueur : la Bourgogne jusqu'à la victoire de Louis XI, l'Italie et la Cour des VALOIS qui ont épousé des MEDICIS au XVI^{ème} siècle ; l'Espagne del "*Siglo de Oro*", puis la France au XVII^{ème} siècle. Au XVIII^{ème} siècle, la France encore, mais celle des Lumières. A ce stade, la mode consacre non plus la victoire militaire, mais celle de l'Esprit. Après la parenthèse de la Révolution et de l'Empire, inspirée, la première de l'anglomanie et le second de l'Antiquité, la mode consacre non plus la victoire de l'Esprit mais celle de l'argent et s'exprime dans la Haute-Couture.

La mode, dans la première partie du XIX^{ème} siècle, s'exprime dans la confection naissante. Pour s'en démarquer, la Haute Société réclame autre chose. Ce plus, elle le trouve dans le sur-mesure sophistiqué que lui propose Charles-Frédéric WORTH. Or, vers 1960, on assistera au même mouvement "*répulsion-recherche*" pour une partie de la population française qui, refusant la confection industrielle, exprimera le besoin du prêt-à-porter.

A - Des origines à 1350 : prélude à la mode

Le vêtement est drapé ou cousu. Seul le vêtement cousu, de par sa variété, engendrera la mode.

Le vêtement préhistorique est cousu (aiguilles en os) composé de peaux de bête façon pelisse. Les tissus apparaissent au Néolithique.

Nous connaissons mieux le costume féminin porté en Mésopotamie et en Egypte grâce aux nombreuses représentations qui en ont été faites dans les tombes. Il s'agit de vêtements drapés : une tunique fixée aux épaules par des bretelles de formes diverses. Vers 1500 av. J-C., les deux sexes adoptent un vêtement de lin finement plissé, plusieurs fois entouré autour du corps.

Dans le pays situé entre le Tigre et l'Euphrate, le costume appartient au type drapé, mais à partir de châles de laine aux couleurs bariolées, bordés de franges. On sait qu'à Ur, en Chaldée, existait déjà une organisation quasi-industrielle de la fabrication des vêtements.

C'est aussi dans cette région que naît, à une période impossible à fixer, la tunique à manches, tissée d'une seule pièce en forme de croix, en ménageant au milieu une ouverture pour le passage de la tête, puis pliée et cousue sur les côtés. On a retrouvé cette robe-chemise dans de nombreuses sépultures coptes des premiers siècles de notre ère. Elle subsiste encore sous forme de blouse, de chemise, portée au pourtour oriental de la Méditerranée.

Les vêtements flottants et drapés sont ceux des régions chaudes. Et pourtant les Crétoises, vers 1500 av. J-C. portent des vêtements cousus : corsage largement décolleté, à manches aux coudes très ajustés, dont les coutures sont soulignées par des galons et des jupes cloches garnies de volants ou de broderies. Un tel agencement suppose l'intervention d'un tailleur. Avec l'invasion grecque arrive l'invasion du vêtement drapé, la pièce de base est le peplos¹, sorte de châle de laine. Un premier repli, de longueur variable, était formé sur le côté avant d'attacher, sur les deux épaules, le sommet du pli à des emplacements formant des emmanchures souples ; une ceinture (ou deux) permettait de multiplier les effets de bourrelets dits "*kolpos*". L'autre vêtement typique des femmes était le chiton, nom du lin dans lequel il était fabriqué. C'est un très grand rectangle, de la hauteur du corps, fermé en cylindre par une couture latérale. Finement plissé verticalement, il peut former des sortes de manches fixées sur les épaules par

des boutons ou de petites agrafes. Nous les connaissons bien, ces vêtements, grâce aux représentations des artistes grecs à partir du VI^{ème} siècle car aucun exemple n'a été conservé. Ces costumes ne sont pas blancs, mais souvent des tons naturels de la laine, blanc, brun, noir, teints de pourpre, brodés d'or. Les décorations du tissu sont les signes extérieurs de richesse car les formes et les matériaux sont les mêmes pour tous.

Le costume des Romaines est la stola², tunique à larges manches. Là non plus, pas de différence de coupe entre les vêtements du peuple et ceux des classes dirigeantes mais, comme chez les Grecs, le changement se situe au niveau des matériaux et des ornements. La masse de la population s'habille en fonction des ressources locales. La simplicité de la coupe n'exige pas l'existence d'un artisanat spécialisé.

Les habits gaulois, décrits dans *"Les Commentaires de la Guerre des Gaules"* dérivent des vêtements des Celtes et appartiennent au type coupé et cousu. Les femmes adoptent très vite les tuniques romaines qu'elles parent de décoration extravagantes. Telles sont les déesses-mères du nouveau panthéon.

La progression de la religion chrétienne n'apporte aucun changement de forme mais s'efforce de lutter contre le luxe et la décoration des costumes pour lesquels Grecs mais surtout Romains et Chinois avaient tracé *"la route de la Soie"* à travers les steppes de l'Asie Centrale, avec rencontre des uns et des autres au Pamir. A la fois sous l'influence des Chrétiens et en conséquence de la misère économique qui suit la fin de Rome, sous le choc des invasions, le vêtement s'appauvrit. On sait que les femmes chrétiennes prennent l'habitude de se voiler d'un pan de leur manteau, ou d'une écharpe, habitude qui existait dans le monde antique - témoins les statues de Tanagra - mais qui prend un caractère quasi obligatoire selon les instructions de Saint Paul, demandant aux femmes d'avoir la tête couverte dans les cérémonies du culte. C'est au hasard des découvertes archéologiques que l'on rencontre tel ou tel aspect du costume des premiers siècles de notre ère. Les habits féminins changent peu jusqu'à l'époque carolingienne. Les illustrations des manuscrits nous montrent deux robes superposées, la première à manches étroites, la seconde à manches larges. Les chevelures sont cachées par un voile. Un manteau ou une cape drapée sont posés sur les épaules. Seules les épouses des grands personnages peuvent faire appel aux vêtements et aux bijoux d'importation qui, transitant à travers la Méditerranée et l'Italie, apportent dans les provinces occidentales de l'ancien

empire le reflet des splendeurs de Byzance. La preuve en est dans la découverte, en 1957, de la tombe, à Saint-Denis de la reine ARNEGONDE. Un examen a permis de constater que la défunte portait une chemise de laine, une robe de soie bleue et un manteau de soie rouge ouvert sur le devant et dont les larges manches étaient brodées de rosaces d'or sur les parements. Ces vêtements venaient de Byzance puisque'ils étaient en soie. Cette découverte suggère la possibilité de commerce d'habits confectionnés. Il existe d'autres exemples prouvant que ces transferts étaient possibles: les vêtements de couronnement d'Henri II, conservés à Bamberg et le manteau de Roger II, à Vienne. A part les costumes des grands, les habits sont des objets de première nécessité coûteux, que l'on porte jusqu'à la plus extrême usure.

A l'époque romaine, puis sous l'influence musulmane, les étoffes de soie pénètrent en Europe en plus grand nombre; les statues-colonnes de Chartres (1145-1150) montrent des femmes ayant adopté des robes ajustées au corps par une coupe savante, dont les manches trainantes, parfois renouées, sont ornées de broderies tandis qu'une ceinture à double entrelacs les applique sur le torse. Aucune différence entre les vêtements d'hiver et d'été: on superpose les robes les unes par dessus les autres l'hiver, on en supprime une ou deux l'été.

Puis, au XIII^{ème} siècle, la silhouette décrite dans "*Le Roman de la Rose*" donne l'effet suivant:

*"Elle marche joliettement
Sur ses élégantes bottines
... Et si sa robe traîne à terre
Sur le pavé, que par derrière
Elle la lève, ou par devant..."*

Au temps de Saint Louis, les hommes et les femmes portent la même robe longue, sans aucun ornement, dont les manches sont larges à l'emmanchure et resserrées sur les avant-bras par des boutons ou une couture refaite chaque matin et défaite chaque soir. On superpose à cette "*cotte*³" des "*surcots*⁴" de formes diverses. La coupe en est savante comme nous le prouvent les

110

pièces retrouvées en Espagne dans les tombes de Las Huelgas. Les jeunes filles portent leurs cheveux flottants sous un "chapiou" ou couronne de fleurs; les femmes mariées sont coiffées d'un couvre-chef de lingerie, les cheveux enveloppés d'une guimpe de linon blanc qui cache les oreilles, sur laquelle on épingle "un touret⁵".

Jusqu'au milieu du XIV^{ème} siècle donc, le vêtement n'exprime que la catégorie sociale de celui qui le porte. Il n'est pas non plus l'expression d'un choix ou d'un goût personnel. Il en est tout autrement pour les quatre siècles suivants où le costume fait appel à la mode.

B - Apparition de la mode

Le costume masculin se démarque du costume féminin. La mode se fait politique. L'emporte et s'impose celle du "pays" vainqueur. Vers 1340, un costume féminin se fait jour qui met en valeur le corps. En même temps, une





Musée Condé, Chantilly: Heures d'Etienne Chevalier (1445), costumes masculins.

notion nouvelle apparaît : celle de la mode. A la renaissance de l'Antiquité correspond une pensée qui proclame la qualité particulière de l'Homme. Une classe sociale, capable d'assumer cette transformation, se distingue : la riche bourgeoisie des villes italiennes et flamandes, les cours de l'Europe Occidentale. Si elle est une catastrophe pour les petites gens, la Guerre de Cent Ans multiplie les possibilités d'échanges. Les hauts dignitaires vont de Cour en Cour, les marchands vendent les draps de Flandre, les soieries italiennes et espagnoles. Ces marchands transportent aussi des fourrures dont le commerce connaît, à la fin du XIV^{ème} siècle, un développement spectaculaire, lié au refroidissement de la Terre. Il est possible que ce refroidissement ait eu une influence sur l'habillement. On a plus chaud dans un vêtement ajusté que dans une robe flottante, plus chaud encore en lui superposant une houppelande fourrée. Si ces robes ont, malgré cela, un décolleté échancré, c'est que les femmes préfèrent la coquetterie au confort. Les enluminures du XV^{ème} siècle montrent que la robe longue, toujours en vogue, est taillée près du corps et largement décolletée. Une ceinture haut placée augmente la proportion de la houppelande ou de la robe⁶ de dessus. Des volants montés aux poignets - les lombardes cachent les mains à demi. Le surcot survit : il est porté par les gisants sur leurs tombeaux. Les cheveux ramenés en petits chignons sur les tempes, sont recouverts d'une coiffe de lingerie flottante, la huve⁷, ou d'un bourrelet recouvert de velours, de brocart. La rencontre de ces deux éléments donnera le hennin ou coiffure en oreilles d'âne, vers 1428.

Enguerrand de MONSTRELET (1390-1453) note que :

"Les femmes mirent sur leurs têtes bourrelets à manière de bonnet rond qui s'amenuisait par-dessus, de la hauteur de demi-aune ou de trois quartiers de long, tels y avait et déliez couvre-chefs par-dessus, pendant par derrière jusques à terre".

Telles sont également "les dames assistant à un tournoi" de René d'Anjou.

Les Princes distribuent à leurs proches des cadeaux de tissus ou de vêtements exécutés à leurs frais. Louis XI fait acheter deux fois du velours pour offrir des robes à ses belles-sœurs. Mais c'est un marché très limité : celui des gens riches ! Alors, l'artisan emploie les mêmes patrons pour fournir en habits les classes populaires ; mais dans des tissus plus simples. Cela explique que les œuvres d'art de l'époque montrent des paysannes et des artisanes vêtues comme les élégantes mais dans des matériaux plus rustiques. Nuance qui distingue, de nos jours, la Haute-Couture du Prêt-à-Porter !

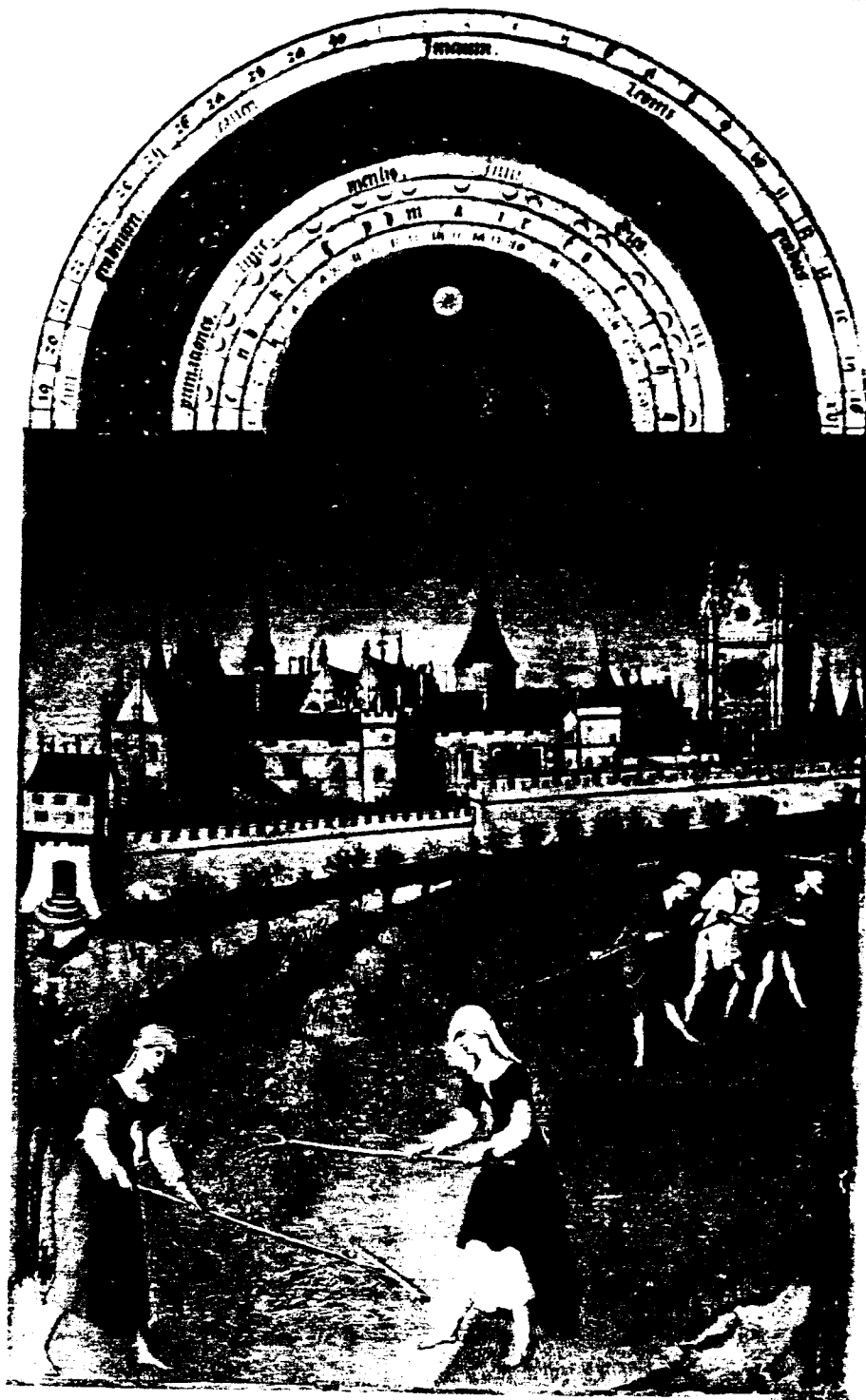
Grâce à la Renaissance italienne, les modes de cette péninsule s'imposent à tout le continent européen par l'entremise des artistes. Deux nouveautés se font jour: le corps baleiné⁸ et "*les crevés*"⁹. Le port de l'armature a été adopté sans hésitation par les femmes parce qu'elle permet de dissimuler leurs imperfections. Les hommes acceptent bien l'image de cette femme fragile, toujours prête à s'évanouir.

Les modes se répandent en liaison avec une période de prestige politique, et en suivant le développement des ressources économiques du pays considéré. La durée du rayonnement de la mode italienne est courte ; elle est suivie, on l'a vu, par l'épanouissement de la mode espagnole qui impose "*le vertugadin*"¹⁰ ou jupon renforcé par des cercles de jonc vert ou "*verdugo*". Ce détail destiné à élargir la jupe subsistera en Europe Centrale jusqu'au XVII^{ème} siècle, CHARLES-QUINT et son frère étant empereurs. MONTAIGNE (1533-1592) dans ses "*Essais*" ironise sur la silhouette espagnole en ces termes :

"Pour faire un corpe bien espagnolé, quelle géhenne les femmes ne souffrent-elles pas, guindées et sanglées avec de grosses coches sur les costes".

Autour du cou, la robe se termine par la fraise¹¹ de dentelle. Cette dernière, originaire de Venise, se répand en France au XVII^{ème} siècle par la venue de dentellières vénitiennes à Alençon, sur l'injonction de COLBERT, pour produire français. Mais que ce soit au XVI^{ème} ou au XVII^{ème} siècle, les femmes du peuple sont habillées comme le seront les sœurs de Saint-Vincent-de-Paul jusqu'en 1965.

Les personnages des comédies de Molière sont presque tous vêtus à la mode Louis XIII qui consiste, pour les femmes, en une chemise à manches arrêtées au coude, largement décolletée, sur laquelle on fixe le corps à baleine, recouvert d'une étoffe de couleur. Le devant de ce corps apparaît dans l'ouverture de la robe recouvert d'une "*pièce d'estomac*" brodée. Sur ce corps, la femme passe une ou plusieurs jupes superposées dont la dernière est en harmonie avec la robe ouverte sur le devant. Les manches, de même tissu que la robe, découvrent des ballons rembourrés ornés de crevés. C'est la première fois, depuis l'Antiquité, que la femme découvre ses avant-bras. Cette mode se maintient jusqu'au milieu du XVII^{ème} siècle. Et dans "*La Galerie du Palais*" (acte IV scène 13), Pierre CORNEILLE fait l'inventaire de tous les accessoires qui, vers 1631-1632, agrémentent cette tenue :



Musée Condé, Chantilly: "Très riches heures du Duc de Berry" Juin, costumes féminins.

*"J'ay de bellissime dentelle
Des points coupés qui sont fort beaux,
De beaux estuits, de beaux ciseaux
De la neige, des plus nouvelles ;
J'ay des cravates des plus belles,
Un manchon, un bel éventail,
Des pendants d'oreilles d'émail,
Une coiffe de crapaudaille."*

Comme MOLIERE, dans "Tartuffe" (acte III, scène 3), qui s'esclaffe sur le travail de la dentelle :

*"Mon Dieu, que de ce point, l'ouvrage est merveilleux !
On travaille aujourd'hui d'un air miraculeux.
Jamais, en toute chose, on n'a su si bien faire."*

Eh bien, cette dentelle fera, en 1665, l'objet de la création de manufactures royales, mettant la France au premier rang des pays producteurs.

Vers la fin du XVII^{ème} siècle, la silhouette devient alors plus étroite avec l'ampleur de la jupe rejetée en arrière. Puis, apparaissent les robes à la WATTEAU, que le peintre n'a pas inventées mais qu'il a représentées sur ses tableaux comme les toilettes de ses contemporaines, "volantes" ou "battantes", dont l'ampleur part des omoplates et non plus de la taille -Enseigne de GERSAINT -.

Depuis le règne de Louis XIV, la France donne le ton à toute l'Europe. Politiquement, elle a pris le pas sur l'Espagne ; du point de vue de la mode, elle impose la sienne. Et cela se poursuit au Siècle des Lumières : les patrons des robes dites "à la française¹²" sont même dessinés dans "L'Encyclopédie" (1750-1765). Elles se composent d'une jupe et d'un manteau de robe, de même tissu, avec un décor d'agréments sur les pourtours. Ce qui la distingue de la robe "volante" dont elle est issue, c'est l'armature qui soutient la robe d'une part, et le décor des manches de l'autre. L'armature est "à paniers¹³" dont le succès est tel qu'il faut multiplier le nombre des expéditions de pêche à la baleine pour répondre à la demande. La manche au coude se termine par des volants de dentelle appelés "engageantes¹⁴" et la pièce d'estomac s'orne de rubans et de fleurs artificielles. Marie-Antoinette lance une mode beaucoup plus lourde, telle qu'elle apparaît sur les tableaux de Madame VIGEE-LEBRUN.

Tout d'abord, la coiffure est lourde. Coiffeurs et marchandes de modes sont alors les personnages les plus importants du commerce du costume. Les femmes qui se sont introduites dans le métier sous le nom de "*marchandes de modes*" fabriquent coiffures, garnitures de robes et chapeaux. De ces modes naîtra "*la modiste*".

Mais c'est en Angleterre que l'on prend l'habitude de sortir "*chapeauté*" car c'est l'Angleterre, désormais, qui va donner le ton. La robe à l'anglaise¹⁵, adoptée vers 1776, a son corsage baleiné, appliqué sur le dos. Pour en faire ressortir la ligne, on renforce la croupe et à la place des paniers, on porte une nouvelle armature appelée "*un cul*".

Madame de GENLIS (1746-1830) définit ainsi l'anglomanie "*Les femmes ne portaient plus que des robes à l'anglaise, des popelines, des moires, des toiles de linon d'Angleterre.*" - (Dictionnaire critique et raisonné des étiquettes de la Cour et des usages du monde - 1818).

La découverte des ruines de Pompéi, les conseils hygiénistes de Jean-Jacques ROUSSEAU tendent à remettre à la mode des robes plus simples, robes chemises de mousseline blanche retenues sous les seins par un ruban. Cette mode prend peu, mais s'épanouit sous le Directoire en réaction au choc de la Terreur. Les femmes se promènent en robe transparente et fendue sur des maillots de soie, avec des perruques bouclées et des réticules qui remplacent les poches. Mais cette mode disparaît avec le Premier Empire. Sa Majesté la reine Hortense, belle-fille et belle-sœur de Napoléon I^{er}, nous a laissé le témoignage suivant :

"Le Premier Consul, pour faire vivre les manufactures de Lyon et nous affranchir d'un tribut payé à l'Angleterre, nous défendait de porter de la mousseline et jetait au feu tout ce qui lui paraissait de fabrication anglaise mais les schalls¹⁶ de cachemire, malgré les fréquentes menaces de les brûler, survécurent à la proscription." (1816-1833 : Mémoires publiées par le Prince Napoléon).

Avec les châles, les mantelets, les capes remplacent le manteau qu'interdisent l'ampleur extravagante de la crinoline¹⁷ et l'oisiveté dans laquelle le dix-neuvième siècle entend maintenir les femmes. Il ne s'agit que de passer, en voiture, d'un salon à un autre salon. Quant aux femmes qui mènent une vie active, qu'elles se débrouillent, la mode n'est pas faite pour elles !

L'ampleur paralysante des jupes des dames d'honneur de l'impératrice Eugénie sur les tableaux de WINTERHALTER, est complétée par un nouvel accessoire de toilette, le corset¹⁸. Abandonné sous le Directoire et l'Empire, c'est seulement vers 1815-1820 qu'il revient. Les jupes s'élargissent et pour amincir la taille, afin de suggérer l'idée de la fragilité de l'être féminin, on recommence à fabriquer des corsets dont la forme est modelée sur celle du buste. Il se porte sur la chemise et fait partie de la lingerie. *"La Rabouilleuse"* d'Honoré de BALZAC en est le témoin

"...portant une robe à corset en grenadine une étoffe de soie, alors de mode, à manches dites à gigot, et terminées aux poignets par des bracelets superbes." (1822).

Depuis l'abolition des corporations par la loi LE CHAPELIER (1791), la fabrication des robes est l'apanage des femmes et la broderie fine, d'une recherche extrême, est très prisée: mouchoirs, guimpes, cols, bonnets, écharpes du linon le plus fin, seront ornés de guirlandes et bouquets où se mélangent tous les points connus et bordés de réseaux de fils tirés appelés *"jours"* : *"Madame de RENAL venait de prendre des bas à jours"* souligne STENDHAL dans *"Le Rouge et le Noir"* (1829-1830).

La vogue de ces broderies est le moyen d'occuper les femmes chez elles ou de suggérer qu'elles y restent car le travail des ouvrières à domicile était fort mal payé ; le prix de vente de ces pièces adorables est abordable, concurrencé qu'il est par le travail des orphelinats où les jeunes filles, nourries par charité, s'acquittent ainsi des frais de leur entretien. Plus tard, nanties du Certificat de fin d'Etudes Primaires à onze ans, elles pénètrent dès le lendemain de leurs résultats à *"l'ouvrage"*, où elles apprennent le tailleur, le flou ou la lingerie. Trois ans après, devenues de véritables fées, elles produisent des pièces uniques, vendues bon marché aux *"bienfaitrices"* qui les visitent et qui sont membres de la haute société bien-pensante. A quelque temps de là, ces artistes seront placées comme *"lingères"* chez ces dames où, mieux considérées que les domestiques mais moins bien que les gouvernantes des enfants, elles enrichiront le trousseau de ces grandes dames en brodant à demeure, dans les Hôtels Particuliers du Faubourg Saint-Germain, draps, nappes, mouchoirs, bonnets, etc...

Mais comment en est-on arrivé là ?

Depuis la Renaissance, l'année est découpée en deux tranches (été : de cinq heures du matin à sept heures du soir, hiver : de six heures du matin à six heures du soir) selon l'ordonnance de 1567 relative d'abord aux ouvriers du bâtiment. Une interruption de deux heures est accordée pour le repas principal. On obtient donc douze heures pour l'été et dix heures pour l'hiver. Mais les gantiers, gainiers et cartiers de Paris peuvent commencer à quatre heures du matin pour terminer à neuf heures du soir. RICHELIEU, dans son testament politique trouve que les manouvriers n'en font jamais assez et il écrit ceci: *"Il faut les comparer aux mulets qui, étant accoutumés à la charge, se gâtent par un long repos plus que par le travail."* Un peu plus tard, en réglementant le travail COLBERT accorde quelque repos aux manouvriers en ces termes: *"Ils seront tenus, les jours de fêtes et dimanches, être de retour au plus tard à neuf heures du soir, sans pouvoir coucher hors du logis (de l'artisan) sans sa permission."*

Ces jours de fêtes chômés sont dénoncés par tous comme un manque à gagner. LA FONTAINE déclare:

*"... On nous ruine en fêtes ; l'un fait tort à l'autre
et Monsieur le Curé de quelque nouveau saint charge toujours son prône."*
- Le Savetier et le Financier

La bourgeoisie au pouvoir n'aime pas l'oisiveté. Napoléon rétablit le calendrier grégorien mais n'impose le repos du dimanche qu'aux administrations publiques. En mai 1807, OSTERODE déclare : *"Plus les peuples travaillent, moins il y aura de vices."* Après la Restauration, l'éclairage au gaz (qui permet le travail de nuit) et la machine à vapeur (qui fournit la force motrice sans arrêt), amènent l'allongement de la journée de travail de l'ouvrier. Témoin de cela, VILLERME dans *"Le tableau physique et moral des ouvriers employés dans les manufactures de coton, de laine et de soie"*, écrit :

"A Mulhouse, à Dornach ils ne fournissent jamais moins de treize heures et demie de travail par jour. A Thann, à Wesserling la journée est aussi longue. A Bitschwiller, village rempli de filatures et de tissages mécaniques, la journée serait toujours de seize heures car elle commence à cinq heures du matin et le soir finit à neuf. Dans les filatures d'indiennes, le travail soigné ne peut se faire que pendant le jour. Voilà pourquoi, sans doute, il n'a lieu que depuis six heures du matin jusqu'à six heures du soir en été ."

Ces douze heures nous les trouvons légalement adoptées en 1848, mais considérées comme un minimum dès 1851. Quant à la loi de 1841 limitant la

durée du travail des enfants, elle n'est pas appliquée. Le travail à domicile, lui, dans le textile et la mode, échappe à tout contrôle.

Mais revenons aux conditions de travail en abordant les structures dudit travail.

C - Les structures du travail

a) Les corporations jusqu'à la loi LE CHAPELIER

Un document exceptionnel nous renseigne sur la fabrication des vêtements, c'est "*Le Livre des Métiers*" recueilli entre 1261 et 1268 sur l'ordre d'Etienne BOILEAU, garde de la Prévôté de Paris, de la bouche des jurés et prud'hommes de chaque catégorie. Pour le costume, nous rencontrons les tailleurs de robe, couturiers, chaussiers, braliers de fil, bonnetiers et autres ouvriers en tricot. Les couturiers et couturières ne sont que les ouvriers couseurs travaillant avec les tailleurs. Les couturières n'obtiendront qu'en 1675 l'autorisation d'établir un métier juré, les tailleurs s'y étant toujours opposé. Ce Livre des Métiers restera en application jusqu'en 1776, date de son abolition par TURGOT.

Les femmes pratiquent peu ces métiers, sauf pour les besognes secondaires. Elles peuvent être cependant brodeuses de chapeaux, chapelières en paon, chapelières de fleurs, obligées de travailler jour et nuit, même le dimanche pour respecter la fraîcheur des fleurs. Les lingères sont aussi des femmes. En somme, spécialisées dans les accessoires.

Pour l'exécution des vêtements, il y a les tailleurs dont le nom dérive du mot "*taille*" qui désigne alors la coupe et les coutures. Il sont, jusqu'au XVIII^{ème} siècle, régis à Paris par des statuts de 1660. Ils ont d'abord vêtu les deux sexes et conservent, à cette époque, le privilège exclusif des habits d'hommes, des traînes de Cour et des corps à baleines de femmes, spécialité exercée par les tailleurs pour femmes ou tailleurs de corps de femmes et d'enfants. Pour en obtenir la maîtrise, il faut trois ans d'apprentissage et trois ans de compagnonnage. Il est interdit de recevoir plus de dix maîtres par an et au XVIII^{ème} siècle, leur nombre se maintient à deux cents. Chaque maître ne peut avoir plus d'un apprenti et de six compagnons. Tout le personnel est logé et nourri. Le salaire est de quatre livres par mois pour les meilleurs ouvriers, trois pour les autres et dix sous par jour pour les employés à la journée. Les tailleurs

travaillent avec les étoffes qu'on leur apporte. Ils les coupent en utilisant des patrons qu'ils mettent à la taille voulue en déplaçant une bande de papier sur laquelle sont cochées les mesures du client. En 1671, BOULAY avait publié: "*Le Tailleur sincère*" consacré à la coupe.

A la fin du XVIII^{ème} siècle: "*L'Art du Tailleur*" par GARSULT fait le point des connaissances techniques du moment.

Les couturières, après n'avoir été que des exécutantes des tailleurs et des lingères chargées de faire les coutures, recoivent en 1675 l'autorisation de faire les vêtements de femmes sauf les corps à baleines et les traînes, ceux des enfants et des garçonnets jusqu'à huit ans. Elles ne peuvent réaliser que les garnitures faites dans la même étoffe que la robe. En 1782, elles obtiennent le droit de réaliser, comme les tailleurs, les corps, corsets et paniers baleinés, les robes de chambre pour hommes et les dominos pour le bal. L'apprentissage durait trois ans, suivis de deux années de service avant d'atteindre la maîtrise. A la fin du XVIII^{ème} siècle, elles sont mille sept cents maîtresses dans Paris. Saint-Louis était leur patron, Saint-Gervais, leur église.

Les lingères font et vendent chemises, caleçons, rabats, layettes, trousseaux complets et dentelles. Elles font quatre ans d'apprentissage et deux ans de service. En 1725, les six cent-cinquante neuf maîtresses-lingères de Paris ont leur bureau de corporation au Cloître Sainte-Opportune.

Les marchandes de mode façonnent et garnissent les chapeaux, bonnets, fichus, mantelets, mantilles. Elles font aussi les manchettes, les ceintures et surtout les garnitures lorsqu'elles sont réalisées dans d'autres étoffes que celles de la robe. En 1776, elles sont associées à la corporation des plumassières et des fleuristes.

Les brodeurs-chasubliers brodent à l'aiguille, en fil d'or, d'argent, soie, chenille, les ornements d'église et les vêtements. Ils pratiquent "*la broderie en couleur*" et à cette fin possèdent plusieurs techniques : la broderie au passé, réversible ; le passé épargné, ne couvrant que l'endroit du tissu ; la broderie en nuances, utilisant des fils de couleurs dégradés ; en couchure, faite de brins d'or cousus ensemble ; en guipure, brins d'or posés ensemble sur un bourrage ; la broderie chaînette, réalisée avec une aiguille ; la broderie en rapport, préparée sur taffetas, découpée, cousue sur les vêtements. Le décor est brodé à la forme et les pièces brodées à l'avance sont vendues par les marchands de draps de soie qui

les font choisir à leurs clients sur des carnets d'échantillons.

La broderie blanche n'est pas réglementée et tout le monde peut en faire pour orner manchettes, engageantes, bonnets, tours de gorge et fichus.

Les dentellières, nous l'avons déjà vu, doivent l'implantation en France de leur métier à une ordonnance de 1665. Les dentelles à l'aiguille sont en réalité des broderies faites sur des fils lancés en suivant un dessin sur papier destiné à disparaître lors de l'achèvement du travail. Les dentelles aux fuseaux sont obtenues en entrecroisant autour d'épingles plantées sur un coussin appelé "*carreau*" des fils enroulés sur des fuseaux qui suivent le dessin choisi.

Les principaux types français sont, au XVIII^{ème} siècle, la Valenciennaise, à dessins plats et à mailles carrées ; la dentelle du Puy, à motifs géométriques ; la dentelle de Chantilly, en fil noir ou blanc à larges losanges. Les dentellières travaillent chez elles pour des manufactures ; à Valenciennes, afin que le fil reste humide, elles vivent dans des caves.

Les bonnetiers fabriquent et vendent les bonnets, gants, bas, chaussons, camisoles, caleçons faits au métier ou aux aiguilles, en soie, laine, fil, coton, etc...

Le tricot aux aiguilles est pratiqué depuis longtemps. Les premiers bas faits au métier l'ont été en 1656, à la manufacture du Château de Madrid, sur un instrument inventé en 1509 par l'Anglais William LEE. En 1751, Jean BERTHELIN, "*maire*" de Troyes, a implanté des métiers à bas dans sa ville, donnant le coup d'envoi à un type d'industrie qui existe encore de nos jours.

Les pelletiers-fourreurs coupent et confectionnent les vêtements en fourrure : mantelets, manchons, doublures et garnitures. Les pelages les plus souvent employés sont le castor, l'écureuil, le lapin, le putois, l'agneau. Les peaux les plus précieuses viennent de Russie depuis le Moyen Age et du Canada d'où elles arrivent, jusqu'en 1759, par la Compagnie des Indes Occidentales et ensuite par des marchands britanniques. Les chapeliers apprêtent les laines, poils de castor, de lièvre, de lapin pour en faire des chapeaux. Le feutre est obtenu en effet par foulage de poils ou de brins de laine. Les feutres se présentent toujours en cônes que l'on façonne à la chaleur humide, sur des types en bois. Il en est de même pour la paille, l'été. Le métier est difficile. La maîtrise s'obtient après

cinq ans d'apprentissage et quatre ans de compagnonnage. Les journées sont longues, de cinq heures du matin à sept heures du soir avec un arrêt de deux heures en tout pour les repas.

Les cordonniers font et vendent les bottes, bottines et souliers neufs. Les réparations sont confiées aux savetiers. Les formiers fabriquent les formes et les embauchoirs. Les talonniers fournissent les talons de bois. Les maîtres cordonniers parisiens ont été d'abord apprentis pendant quatre ans, compagnons pendant trois ans, avant de produire en tant que chef-d'œuvre "*cinq pièces d'ouvrage*".

b) Des corporations aux métiers

A la veille de la Révolution, revus pour la plupart sous Louis XIV, les statuts des communautés de métiers parisiens font mention des professions suivantes :

En ce qui concerne la préparation des matières premières, la soie est tissée dans les Manufactures de Draps d'Or, d'Argent et de Soie qui font les draps d'or, d'argent et de soie, les velours unis, ciselés ou façonnés, les taffetas, moires, etc...

Or, depuis le XVIII^{ème} siècle ceux qui pratiquent un métier de mode sont de plus en plus considérés comme de sublimes artistes tels LEFEVRE, coiffeur de DIDEROT, LEONARD, coiffeur de Madame de GENLIS. Les marchands de modes qui ont remplacé les merciers font fortune et jouissent d'une gloire immense : BEAULARD est chanté comme un poète, Rose BERTIN, "*Ministre des Modes*" de Marie-Antoinette, est célébrée en vers par DELILLE.

Sous l'Empire, LEROY consacre le tailleur lui-même comme artiste. Madame RAIMBAUD, la célèbre couturière, est appelée, par les gazettes, "*le Michel-Ange de la mode*".

Sous la Monarchie de Juillet, Maurice BEAUVAIS passe pour "*le Lamartine des Modistes*", tandis que brillent de nouveaux noms de couturières : VIGNON, PALMYRE, VICTORINE et couturiers : STAULE, BLAIN, CHEVREUIL. Lorsque WORTH commence à faire parler de lui, sa célébrité, puis celle des grandes maisons, sa condescendance envers les clientes, son luxe et son raffinement, ses manières d'artiste, ses factures stupéfiantes ne désignent pas un virage historique, ils prolongent un processus d'élévation sociale datant déjà d'un siècle.

NOTES

¹ **PEPLOS** - Vêtement des femmes grecques ; large rectangle d'étoffe replié dans sa partie supérieure, enveloppant le torse et agrafé sur les deux épaules, le côté droit restant ouvert, et les bords de l'étoffe tombant en drapé souple de ce côté. Comme tous les vêtements grecs, il ne prenait de forme que selon la manière dont on le drapait. Les Lacédémoniennes avaient primitivement porté un modèle plus simple, sans repli drapé. Le mot *Peplum* souvent employé, n'est que la transposition latine de *peplos* pour désigner ce même vêtement porté à Rome sous le nom de *Palla*.

² **STOLA** - Vêtement caractéristique de la femme romaine comme la toge était celui du citoyen romain. Long et ample, il se portait sur la chemise et était fixé au corps par deux ceintures, l'une sous les seins, l'autre sur les hanches. L'ornement distinctif en était l'*instituta*, panneau cousu sous la ceinture et traînant à terre de manière à couvrir les pieds par derrière.

³ **COTTE** - Tunique à manches, commune aux deux sexes, portée dans toutes les classes, entre la chemise et le surcot, à partir du XIII^e siècle. Au XVI^e siècle, elle demeure la robe de dessous des femmes tandis que les hommes l'ont abandonnée depuis l'apparition du costume court. Au XVII^e siècle, toujours robe de dessous, elle se différencie en *corps* qui habille le haut de corps et *cotte* qui habille le bas du corps et devient la *jupe* ; à partir de cette époque, le terme n'est plus utilisé que par les paysannes et les femmes du peuple.

⁴ **SURCOT** - Comme son nom l'indique, vêtement long porté sur la cotte, substitué au biau au XIII^e siècle. Il pouvait être sans manches, à demi-manches ou à manches longues très ajustées. Celui des hommes était de longueur variable, souvent fendu jusqu'à l'enfourchure, pour chevaucher ; celui des femmes était à jupe très longue et ample, surtout au XIV^e siècle. **SURCOT OUVERT** ou **PARE** - Surcot de femme, à la fin du XIV^e et au XV^e siècle, ouvert sous les bras, de l'aisselle aux hanches, souvent bordé d'hermine ; il se rétrécit au point de n'être plus devant qu'une bande étroite laissant voir la cotte et la ceinture généralement orfèvrée.

⁵ **TOURET** - Coiffure de femme. A l'origine, c'était un voile (XIII^e siècle - XV^e siècle) qui couvrait le front comme certaines coiffures de religieuses ; la disposition dut s'en modifier car, au XVI^e siècle, ce n'est plus que le bord de la coiffure et en particulier la partie ornée et orfèvrée des coiffures de femmes. Ce fut aussi une coiffure de deuil à la Cour de France et de Bourgogne : voile en deux parties dont l'une couvrait le haut du visage et l'autre, relevée en mentonnière, masquait le menton, devenant au XIV^e et XV^e siècle la *barbette*. Le *touret de nez*, porté en hiver, était une bande de toile attachée aux oreillettes du chaperon et couvrant le nez et même les yeux, puisqu'on le munissait d'une "vistre de cristallin". C'était à la fois l'origine du *cache-nez* et celle du *loup*.

HENNIN - Terme injurieux à l'adresse des hautes coiffures à cornes, considéré par erreur comme le nom de ces coiffures et de la haute coiffure en cône.

⁶ **ROBE** - A l'origine, ensemble des meubles et effets appartenant à une personne ; puis totalité de ses vêtements. Au XIV^e siècle, c'est l'ensemble des vêtements taillés dans une même étoffe. La robe se composait de trois à six *garnements* : cotte, surcot et housse ou cloche, plus le surcot ouvert, la garnache et, pour la robe royale, le *mantel à parer*. A partir du XV^e siècle, le mot ne désigne plus que le vêtement de dessus, long ou court, pour les

hommes, long pour les femmes. Dans la suite, il ne s'applique plus qu'au vêtement de dessus des femmes porté sur la cotte, au XVI^{ème} siècle ; sur le corps et la jupe au XVII^{ème} siècle ; sur le corps et la jupe au XVIII^{ème} siècle. Il prend ensuite l'acception connue aujourd'hui : vêtement de dessus de l'habillement féminin ; toutefois, dans le dernier tiers du XIX^{ème} siècle, il reprend le sens du XVIII^{ème} siècle désignant seulement la partie du vêtement des femmes qui couvre le buste et le dos, laissant la jupe visible.

⁷ HUVE - Coiffure de femme de la fin du XIV^{ème} siècle et du début du XV^{ème} siècle. Sorte de cornette évasée en auvent soutenue de chaque côté de la tête par de longues épingles, et dont les pans retombent sur le cou. Il est possible que le terme ait d'abord désigné le voile lui-même, puis se soit appliqué à la manière dont il était disposé.

⁸ CORPS dit CORPS PIQUE ou CORPS à BALEINE - Au XVI^{ème} siècle, sous l'influence des modes espagnoles, les femmes portèrent une sorte de camisole piquée et munie d'un *buste* ou *busc* de bois verni qui en assurait la rigidité. Au XVII^{ème} et au XVIII^{ème} siècle, l'usage de corps se maintint sous la forme d'un corsage de dessous baleiné retenu aux épaules par des épaulettes et étroitement lacé. Il disparut progressivement dans les dernières années du XVIII^{ème} siècle où un *corset* (corsage légèrement baleiné) le remplaça sous les robes plus souples, puis, à la fin du siècle, les modes à l'antique le supprimèrent totalement.

⁹ CREVES - Détail typique d'une mode empruntée à l'Allemagne à la fin du XV^{ème} siècle, les crevés sont de petites ouvertures faites dans l'étoffe par lesquelles on laissait voir la doublure, de couleur et souvent d'étoffe différentes. On faisait des crevés (dits aussi CHIQUETADES) sur les vêtements, les chaussures et les gants. Les très petits crevés étaient des *mouchetures*. Au XVII^{ème} siècle les crevés furent moins employés mais remplacés par de longues taillades bordées qui jouaient le même rôle. Sous la Restauration et à l'époque romantique, les modes à réminiscences historiques ressuscitèrent les crevés, en particulier dans les manches des robes de femmes.

¹⁰ VERTUGADE ou VERTUGADIN - Mode espagnole de la fin du XV^{ème} siècle introduite en France au XVI^{ème} siècle. Jupon de grosse toile tendue sur de gros fils de fer qui soutenait les jupes (*vertugadin en entonnoir*). Sous Charles IX, il fut remplacé par un gros bourrelet placé à la taille et qui soutenait les fronces du haut de la jupe, laquelle tombait ensuite en gros plis jusqu'au sol. Ce fut le *vertugadin français*. A la fin du XVI^{ème} siècle, l'adjonction d'un plateau circulaire rigide caractérise le *vertugadin* dit *tambour*.

¹¹ FRAISE - Accessoire du costume masculin et féminin à la fin du XVI^{ème} et au XVII^{ème} siècle : collerette plissée et empesée, portée dans tous les pays de l'Europe occidentale et de forme et de volume très différents selon les pays et les périodes. La fraise était dite en Espagne *gran gola* ; elle fut portée pendant une grande partie du XVII^{ème} siècle, beaucoup plus tard qu'en France, et subsista encore sous la forme réduite de la *golilla* jusqu'aux premières années du XVIII^{ème} siècle.

FRAISE à la CONFUSION - Dernière forme de la fraise en France, à l'époque de Henri IV ; fraise non empesée, tombant en plusieurs rangs sur les épaules.

¹² ROBE à la FRANCAISE - Au milieu du XVIII^{ème} siècle, la robe volante fit place à une robe faite d'un corsage ajusté, ouvrant devant sur une *pièce*

d'estomac en triangle et généralement richement ornée ; dans le dos, deux grands plis doubles partaient du milieu de l'encolure et tombaient librement pour s'épanouir au sol. D'abord universellement portée, elle demeura en usage comme robe de cérémonie jusqu'à la Révolution, même lorsque d'autres modes plus allégées se répandirent.

13 PANIERS - Succédant aux CRIARDES, les paniers étaient des jupes de dessous tendues sur des cercles de métal ; d'abord ronds, en *coupole* ou en *guéridon*, ils apparurent vers 1718-1720 et, sous des formes différentes, restèrent en usage jusqu'à la Révolution. Les paniers ovales étaient dits *à coudes*. Le cercle du haut s'appelait *traquenard*. Les paniers *à bourrelets* avaient en bas un gros bourrelet pour évaser la jupe. Les paniers dits *anglais* avaient huit cercles. Vers le milieu du siècle, le panier d'une seule pièce fut remplacé par deux paniers, un sur chaque hanche. En 1750, on ne voyait plus que des demi-paniers dits *jansénistes* qui furent conservés pour les cérémonies de la Cour lorsque furent créées les *considérations*, paniers légers soutenant les robes sans nombreux jupons.

14 ENGAGEANTES - Manchettes de dentelles à deux ou trois volants en forme, terminant les manches des robes de femmes, sous Louis XIV, encore portées au XVIIIème siècle avec les robes à la *française*.

15 ROBE À L'ANGLAISE - Vers 1778-1785. Robe sans corps baleiné et sans paniers, caractérisée par une longue pointe baleinée descendant au milieu du dos jusqu'au dessous de la taille ; elle ferme devant sur un gilet ; les côtés de la jupe s'ouvrent sur un jupon généralement de même étoffe.

16 CHALE - Grand carré ou rectangle de lainage ou de tout autre tissu, dit d'abord SHAWL ou SCHALL, parce que la mode en était venue d'Angleterre, en 1790. La vogue des châles fut considérable pendant tout le XIXème siècle. Les plus beaux furent les cachemires de l'Inde dont on fit des imitations en France et en Angleterre, sans arriver à les égaler. Il y eut aussi des châles de soie, de percale, de mousseline, de réseau, etc... qu'on baptisa souvent de noms tirés du théâtre comme le *châle Esméralda* ou le *châle Maranâ* (1836).

17 CRINOLINE - A l'origine, tissu de fil et de crin créé pour les cols d'officiers et employé ensuite pour les cols civils de l'époque romantique, puis pour des *sous-jupes* de femmes, destinées à soutenir, à partir de 1842, les jupes qui allaient en s'élargissant. Ces sous-jupes, en *crinolaine* ou en *crinoline*, furent, vers 1850, remplacées par des jupons nombreux et empesés, puis baleinés. Ceux-ci furent eux-mêmes, vers 1856, supplantés par les *cages* métalliques, plus légères, qui allèrent en s'assouplissant jusqu'en 1867, où elles disparurent, faisant place à quelques cercles baleinés dans le bas des jupes. Le terme *crinoline* est resté attaché à la forme gonflée des robes de cette époque, même lorsque le tissu à l'origine du nom ne fut plus employé.

18 CORSET - Au Moyen Age, sorte de surcot long ou court avec ou sans manches, porté par les hommes, du milieu du XIIème siècle au milieu du XVème siècle - Robe de femme, de formes diverses, portée sur la cotte, du XIVème au XVIème siècle, lacée devant et fourrée pour l'hiver.

Chapitre 2 :

Charles-Frédéric WORTH,

père de la Haute-Couture (1850-1870)

A - L'avant WORTH

Les productions françaises proposées au monde entier à l'Exposition de Londres de 1851 sont des soieries de Lyon et des impressions de Mulhouse. Le couturier GAGELIN prenait des commandes de manteaux et mantelets mais la coupe anglaise est toujours en honneur car la Grande-Bretagne est un pays où l'art du tailleur est sérieusement cultivé.

Et c'est pourtant la Fabrique de Lyon qui offre à Eugénie, à l'occasion de son mariage, trente-neuf robes magnifiques exposées en pièces au Palais Saint-Pierre.

A l'Exposition de 1855 à Paris, GAGELIN, couturier en vogue, n'y figure pas car "*non-producteur*". Par contre, la grande révélation de cette manifestation, c'est la machine à coudre de Barthélémy THIMONNIER dont l'emploi va donner naissance à la couture-confection.

La confection industrielle précède en effet l'apparition de la Haute-Couture. Dès les années 1820, en France, à l'imitation de l'Angleterre, une production de vêtements neufs, en grande série et bon marché, se met en place et connaît un véritable essor après 1840 avant même d'entrer dans l'âge de la mécanisation rendue possible par la machine à partir de 1860. Or, selon VEBLEN et BOURDIEU, la confection seule ne pouvait être l'expression de la mode. Pour "*la classe de loisirs*" et au nom de "*la distinction*", il fallait trouver une expression plus sophistiquée. Charles-Frédéric WORTH a su prendre le créneau de ce qu'on nommera plus tard "*La Haute-Couture*". L'aventure de ce personnage se confond avec celle d'Eugénie de MONTIJO dont il réussit à satisfaire son goût

pour VELASQUEZ en transformant les robes des Infantes en robes

à crinoline. En cela il n'en est pas le créateur mais comme l'écrit

Jean COCTEAU l'adaptateur. Il s'est servi de la forme ample obtenue



Musée National de Château de Compiègne, Franz-Xavier Winterhalter:

"L'Impératrice Eugénie et ses dames d'honneur".

par le port de ladite crinoline pour créer une ligne fantaisiste impraticque, outrée même, mais très féminine ne convenant qu'à une classe de luxe et à une vie de fêtes. C'est en cela seulement qu'il est responsable de l'élargissement de la toilette féminine entre 1850 et 1860 et c'est en cela que constitue sa "*révolution*". Or, voici comment se présente la Maison WORTH, 7, rue de la Paix.

B - Le Père de la Haute Couture

Le personnel, vingt employés, est trié sur le volet. Pour les ateliers, on a choisi les meilleures couturières. Les vendeuses sont sélectionnées en fonction de leur taille élevée; elles sont, pour moitié, d'origine anglaise car WORTH est persuadé que leurs bonnes manières vont influencer le personnel français. Le décor intérieur reflète une atmosphère de luxe et d'opulence: piliers dorés, guirlandes de staff, miroirs biseautés aux cadres somptueux, lustres de cristal qui lancent des reflets éclatants sur les tentures de satin moiré, fauteuil Louis XV, sofas moëlleux.

Des annonces publicitaires dans la presse ont appris au public que WORTH et BOBERG ont ouvert une maison de grande classe pour "*robes, manteaux, soieries et nouveautés*", mais hormis l'ordre royal de la Reine de Suède, il n'y a aucun afflux de commandes. Les prix sont maintenus à un niveau modeste car même les clientes qui ont suivi WORTH à sa nouvelle adresse l'abandonneront si on leur demande de payer aussi cher que chez GAGELIN d'où sort Charles-Frédéric. Quelques années plus tard, la rue de la Paix se transforme sous son impulsion. D'autres commerçants, désireux de profiter du succès de WORTH, se sont installés dans tous les immeubles libres et, ce qui était une rue paisible et résidentielle, s'est métamorphosé en une voie commerciale animée. Devant le numéro 7, où le nom de WORTH brille en lettres d'or sur le fronton de l'entrée, attend une file de voitures avec des laquais en livrée. Le porche donnant sur la cour intérieure porte également le monogramme doré de WORTH que l'on retrouve incorporé aux motifs en fer forgé, à chaque palier.



Charles-Frédéric Worth (Bruno du Reselle, "La mode" p. 53, Paris, Imprimerie Nationale
1898I, 412 pages).

Tous les étages de l'immeuble sont consacrés à la Haute-Couture et partout où se posent les regards ce ne sont que des tapisseries d'Aubusson, panneaux de damas, or moulu et marbres resplendissants sous la lumière des lustres de cristal.

Au premier étage, chaque pièce est réservée à une gamme particulière de tissus ou de couleurs; l'une ne présente que des soies noires ou blanches, la suivante contient toutes les nuances de vert et de bleu, une autre le rose et le corail...

Une atmosphère reposante règne dans le salon où les dernières créations de Charles-Frédéric sont exposées comme des oeuvres d'art. A côté, des mannequins vivants défilent devant les clientes, dans des toilettes magnifiques. Si une cliente désire voir quelle allure elle aura dans l'une de ces robes de bal, il lui suffit d'entrer dans un salon entièrement tapissé de miroirs, dont l'éclairage tamisé reproduit celui qu'elle connaîtra le soir. Une autre invention du couturier.



A. R. Rivoli et A. J. V. V. V.

Lith. Bouteiller 28 r. d'Orléans 17 Paris

ER: Manière d'utiliser les jupons nouvellement mis à la mode.

D'abord, il y eut le « polisson », puis la tournure, puis le jupon empesé qui, en se multipliant, devint « crinoline » ou jupon-ballon à armature d'acier. Ses exagérations déchaînèrent le rire et les railleries des hommes, humoristes ou non. Daumier illustra une série d'utilisations fantaisistes de cet encombrant accessoire.

Le personnel, vingt employés, est trié sur le volet. Pour les ateliers, on a choisi les meilleures couturières. Les vendeuses sont sélectionnées en fonction de leur taille élevée, elles sont, pour moitié, d'origine anglaise car WORTH est persuadé que leurs bonnes manières vont influencer le personnel français. Le décor intérieur reflète une atmosphère de luxe et d'opulence : piliers dorés, guirlandes de staff, miroirs biseautés aux cadres somptueux, lustres de cristal qui lancent des reflets éclatants sur les tentures de satin moiré, fauteuils Louis XV, sofas moelleux.

Des annonces publicitaires dans la presse ont appris au public que WORTH et BOBERG ont ouvert une maison de grande classe pour *"robes, manteaux, soieries et nouveautés"*, mais hormis l'ordre royal de la Reine de Suède, il n'y a aucun afflux de commandes. Les prix sont maintenus à un niveau modeste car même les clientes qui ont suivi WORTH à sa nouvelle adresse l'abandonneront si on leur demande de payer aussi cher que chez GAGELIN d'où sort Charles-Frédéric. Quelques années plus tard, la rue de la Paix se transforme sous son impulsion. D'autres commerçants, désireux de profiter du succès de WORTH, se sont installés dans tous les immeubles libres et, ce qui était une rue paisible et résidentielle, s'est métamorphosée en une voie commerciale animée. Devant le numéro 7, où le nom de WORTH brille en lettres d'or sur le fronton de l'entrée, attend une file de voitures avec des laquais en livrée. Le porche donnant sur la cour intérieure porte également le monogramme doré de WORTH que l'on retrouve incorporé aux motifs en fer forgé, à chaque palier.

Tous les étages de l'immeuble sont consacrés à la Haute-Couture et partout où se posent les regards ce ne sont que des tapisseries d'Aubusson, panneaux de damas, or moulu et marbre resplendissants sous la lumière des lustres de cristal.

Au premier étage, chaque pièce est réservée à une gamme particulière de tissus ou de couleurs ; l'une ne présente que des soies noires ou blanches, la suivante contient toutes les nuances de vert et de bleu, une autre le rose et le corail... Une atmosphère reposante règne dans le salon où les dernières créations de Charles-Frédéric sont exposées comme des œuvres d'art. A côté, des mannequins vivants défilent devant les clientes, dans des toilettes magnifiques. Si une cliente désire voir quelle allure elle aura dans l'une de ces robes de bal, il lui suffit d'entrer dans un salon entièrement tapissé de miroirs, dont l'éclairage tamisé reproduit celui qu'elle connaîtra le soir. Une autre invention du couturier.

Vers la fin de sa vie, tout l'immeuble de la rue de la Paix est consacré au commerce et il emménage à Suresnes. Il emploie alors mille personnes. La guerre de 70 ne gêne en rien ses affaires. Les Françaises commencent à lui commander des toilettes pour les fêtes de la victoire ! Car les clientes le craignent et le vénèrent tout à la fois. Il est vrai qu'il le leur rend bien : il a reçu l'une d'elles à six heures du matin et lui a fait une toilette spéciale pour le soir-même. Considéré comme un artiste, il porte un béret de velours et une robe ample à la REMBRANDT pour travailler.

Le nom de WORTH a concrétisé - et symbolise encore aujourd'hui - l'apparition de la *"couture"* dénommée aussi *"Haute-Couture"*. En fait, l'évolution normale du costume et le climat général aux environs de 1850 contenaient déjà toutes les conditions nécessaires à cette création; il y avait un créneau à prendre et WORTH l'a pris.

A l'art de la coupe, bien perfectionné depuis un quart de siècle, WORTH a ajouté la création de *"modèles"* dont il a organisé la diffusion à la fois mondiale et commerciale, la mise en valeur de ces modèles étant soutenue par les métiers de la Mode.

Cette apparition de la couture a été stimulée par la formation, à Paris, de la confection pour femmes concrétisée par *"La Belle Jardinière"* de PARRISSOT et par la maison de pelleterie bon mar-ché de Victor REVILLON (1839).

Couture et confection répondaient alors à des clientèles différentes.

La société française, en effet, restait encore divisée en catégories nettement tranchées par le genre de vie, les manières et le degré de considération sociale : autant d'inégalités traduites dans l'habillement. La mode de Paris pénétrant peu à peu jusqu'au fond de la province rendait uniforme dans toute la France le costume des classes supérieures : aristocratie, bourgeoisie des affaires, professions libérales et administratives. Les autres classes, paysanne et ouvrière, revêtaient la blouse bleue, même à Paris où les ouvriers la portaient avec la casquette, symbole, depuis la Révolution de Février, du monde du travail.

Au moment où s'affrontent *"classes laborieuses"* et *"catégories patronales"*, cette lutte des classes s'exprime par l'affrontement Couture-Confection : pour se démarquer de *"la base"* cliente de la confection standardisée, la bourgeoisie

aspire à la couture-création, sur mesure.

C - Influence de la couture sur l'industrie textile

Bien des industries françaises vivent de la couture à partir de 1850, c'est-à-dire grâce à la Cour des Tuileries habillée par WORTH. Favorisée par le luxe de cette Cour et par l'apparition de la couture parisienne, la soierie lyonnaise, entre autres, trouve une large clientèle tandis qu'à l'extérieur, elle profite du marché anglais ouvert par le libre-échange de COBBEN. Après la Guerre de Sécession, les Etats-Unis deviennent d'importants clients de Lyon où le nombre des métiers atteint, vers 1860, presque dix mille groupés dans les ateliers des Canuts de la Croix-Rousse, de Saint-Georges ou de Saint-Irénée. A côté des tissus français à la Jacquart, on y fabrique une quantité considérable de tissus unis adorés de l'Impératrice. Alors, toutes les femmes qui en ont les moyens portent des taffetas luisants et bruissants, des failles épaisses, des satins lourds, des moires et des velours. On crée chaque jour des variétés nouvelles, résultats de recherches obstinées. La mode WORTH qui exige des mètres et des mètres de chaque tissu est pour beaucoup dans cette expansion. A côté des industries textiles sont venues les découvertes de la chimie qui ont rapporté aux colorants de nouvelles et importantes améliorations : découverte de la fuschine par le lyonnais VERGUIN, en 1856, et celle de l'indigo synthétique, plus tard, en 1876.

En résumé, de 1850 à 1870, sous l'impulsion de la Cour, apparaît la couture, se perfectionnent les techniques déjà existantes et s'impose dans le monde entier la mode parisienne.

Mais pourquoi Paris ? Pourquoi pas Londres, Berlin ou Vienne ? 143

La période victorienne est une ère de prospérité sans précédent. Sauf l'expédition de Crimée (1854-1855), l'Angleterre fera l'économie de la guerre. Quand Victoria monte sur le trône en 1837, son pays devance la France d'un quart de siècle.

On ne le dira jamais assez: Victoria a eu deux périodes dans sa vie. De 1837 à 1861, elle a vécu ce que vivent les reines: des fêtes, des bals, des réceptions. De là, une demande confortable de toilettes. Le portrait qu'en a fait Winterhalter le laisse deviner. A partir du décès de son mari, elle se réfugie dans le deuil, en raison de l'attachement qu'elle lui portait et en fonction d'un caractère bien particulier.

Assez bornée, têtue même et peu encline à la culture, mais digne et vertueuse, la reine mérita le respect et l'affection de son peuple et la considération attentive de ses ministres. Elle sauva l'institution monarchique en Angleterre par son prestige international, par ses innombrables relations avec les cours et les gouvernements de son époque. Quoi qu'il arriva, elle sut rester le conseiller, toujours écouté, de son gouvernement. En 1897, au "*Jubilé de Diamant*", c'est le triomphe à Londres. Paris en prend ombrage. A cette époque, la cordialité est loin de régner entre les deux capitales. On est au lendemain de Fachoda et en pleine guerre des Boërs où l'attitude de la France vis-à-vis du Président Krüger est insupportable aux Anglais.

Chacune des deux capitales nie absolument l'influence de l'autre; chacune se veut le centre mondial de la mode. Si en 1866, l'historien anglais du costume, James Laver, reconnaît l'importance de l'influence française sur la mode, son compatriote Cunnington, en un gros volume, démontre que tout est toujours venu de Londres. Qui plus est, en 1903, l'éditorialiste de "*L'Illustration*" décrit ainsi l'enterrement de Victoria: "... une mascarade telle qu'on n'en voit plus chez les peuples civilisés."

Toutefois, cette querelle a des aspects divers. Lors du couronnement d'Edouard VII, c'est bien la maison WORTH qui reçoit l'essentiel des commandes. POIRET, qui travaillait alors chez ce grand couturier, raconte: "...La maison s'emplit de velours cramoisi. On ne parlait plus que de crimson; M. Jean Worth me montre avec fierté une notice reçue de la Cour d'Angleterre indiquant l'étiquette."

Cependant, cette attitude favorable à la couture française n'est guère courante à Londres où l'épouse du Premier Ministre britannique, Mr Asquith, fut accusée de favoriser le commerce étranger puisqu'elle s'habillait à Paris! Résultat: elle s'habilla à Londres, ses amies à Paris.

En fait, l'époque victorienne a été une époque de grand moralisme officiel qui supportait mal la franfreluche. Dans cette atmosphère compassée, les Anglais ont inventé le costume tailleur dont l'origine n'est contestée par personne. En cela, ils agissaient peut-être inconsciemment dans le sens d'un mouvement qui allait prendre de plus en plus d'importance, celui de l'émancipation de la femme. Déjà, en 1852, Mrs Amelia J. Bloomer¹ avait inventé, dans l'état de New York, un costume pour femme qui tendait à se rapprocher de celui de l'homme, dont le pantalon bouffant porte toujours le nom de sa créatrice. Et, vers 1870, les tailleurs anglais mettent au point un ensemble composé d'une jupe longue biaisée et d'une veste ajustée, boutonnée jusqu'au cou. Le vêtement anglo-saxon va de pair avec les mouvements de suffragettes.

Or, à Berlin, en 1837, Valentin MANHEIMER, originaire du Mecklembourg, gagne une somme importante à une loterie et vient s'installer dans la capitale prussienne. Il y crée une fabrique de manteaux qui fonctionne sur les mêmes bases que les ateliers de WORTH, quelques décennies plus tard. Mais il s'agit là plus d'une fabrique de confection de luxe que d'une véritable maison de Haute Couture, maisons de Haute Couture qui n'apparaîtront à Berlin que plus tard avec la prospérité qu'apporteront et l'unité et la victoire de 1871. Cependant, malgré l'unification, certaines élégantes de "Länder" comme la

Bavière continueront à s'habiller dans leur capitale et non pas à Berlin.

L'Autriche, amputée de son Empire, ne devient une république qu'en 1917; mais si Vienne en demeure la capitale, c'est une ville énorme pour un tout petit pays. Les palais du Ring se transforment en ministères, banques et ambassades. L'aristocratie autrichienne n'a pas fui, comme la nôtre l'a fait en 1789; non, elle a su s'adapter en se mettant au travail. Mais ses revenus ayant diminué d'une façon considérable, elle n'a plus été *"cliente"* de la Haute Couture qui l'avait habillée jusqu'en 1917, et les autres pays de l'Empire, libérés du joug autrichien, ont oeuvré pour une couture-création nationale de 1919 à 1939. Cependant, Vienne est un centre artistique très actif: du *"Wiener Weskate"* va sortir *"Le Modern Style"* dont l'influence sera considérable. Toutefois, pour le vêtement, Vienne copie Paris et ne survivra pas, pour le luxe, au démantèlement de l'Empire.

A Paris, la Cour du Second Empire regroupe des bonapartistes, des aristocrates de l'Ancien Régime, de récents anoblis (pairs de Charles X) et de très riches bourgeois. Cette Cour est si hétéroclite qu'il est impensable que le pouvoir de la mode appartienne à une caste dominante. La valorisation du couturier tient au besoin que l'on avait d'un homme d'aucun parti. Et le grand couturier, en devenant l'initiateur des modes, apparaît comme le grand organisateur de l'univers féminin.

Une ère nouvelle s'était ouverte avec le Second Empire. La machine à coudre, mise au point par Singer, fut primée en 1855 à l'Exposition Universelle de Paris. D'abord retenue par le Gouvernement Français pour les uniformes de l'armée, la machine, malgré des résistances, finira par s'introduire dans toute la confection pour les femmes de condition moyenne. Car pour se démarquer de ces dernières, les dames de la *"high life"* désiraient *"garder le tout-main"* unique et dispendieux, que vantent tous les manuels du savoir-vivre, en s'ingéniant à lutter contre le temps qui vient corrompre

l'univers doré des belles apparences.

On ne pouvait se résoudre à admettre qu'un jour il n'y aurait plus de femme comme Madame Menier (les chocolats) pour faire inscrire sur leur contrat de mariage l'achat d'une robe par jour!

Car avec les progrès généraux du capitalisme sous Napoléon III, l'industrie textile fait un bond considérable. Avec les progrès du machinisme et de l'industrie chimique, l'ensemble du marché du vêtement s'accroît: en 1884, il y aura quatre-vingt mille ouvriers dans deux mille trois cents maisons. Mais c'est WORTH qui recueille tous les suffrages. Sous la plume de Zola, il est: *"l'illustre Worth"*. Pour Mallarmé, c'est *"l'ordonnateur de la fête sublime et quotidienne de Paris, de Vienne, de Londres ou de Petersbourg."* Dans le Journal des Goncourt (chap. II-1, 1872) *"Paris est toujours le Paris de l'Empire parce que, malgré les changements de régime, la porte de Worth est assiégée comme aux beaux jours du Second Empire."* C'est que, République ou pas, la bourgeoisie assure la continuité d'une certaine société.

Le Second Empire, pour s'affirmer, a besoin des réunions, des réconciliations. Il a besoin de la vie de Cour pour conforter à tout moment son prestige, s'offrir le *"look"* qui lui fera bonne figure au milieu des Cours légitimes.

La démarche de WORTH est imitée à un point tel qu'en 1900, on trouve des maisons de couture installées et prospères dans les quatre grandes capitales de l'Europe de l'époque: Berlin, Londres, Paris et Vienne. Berlin attire déjà les acheteurs américains, cependant qu'il n'arrive pas à concurrencer Paris.

La Cour du Second Empire, elle, regroupe des bonapartistes, des inconditionnels de l'Ancien Régime, des légitimistes et des orléanistes. Quatre "partis", une Société ! Cette Cour est si hétéroclite qu'il est impensable que le pouvoir de mode appartienne à une caste dominante. La valorisation du couturier tient au besoin que l'on avait d'un homme d'aucun parti mais susceptible de produire une unique défaillance. Et le grand couturier, en devenant l'initiateur des modes, apparaît comme le grand organisateur de l'univers féminin. Il habite Paris, aux portes des Tuileries, et il est par tous imité, à Berlin, à Vienne et même à Londres dont il est issu.

On ne le dira jamais assez : VICTORIA a eu deux périodes dans sa vie. De 1837 à 1861, elle a vécu ce que vivent les Reines : des fêtes, des bals, des réceptions. De là, une demande confortable de toilettes. Le portrait qu'en a fait WINTERHALTER le laisse deviner. A partir du décès de son mari, elle se réfugie dans le deuil, en raison de l'attachement qu'elle lui portait et en fonction d'un caractère bien particulier.

Assez bornée, têtue même et peu encline à la Culture, mais digne et vertueuse, la Reine mérita le respect et l'affection de son peuple et la considération attentive de ses ministres. Elle sauva l'institution monarchique en Angleterre par son prestige international, par ses innombrables relations avec les Cours et les Gouvernements de son époque. Quoi qu'il arriva, elle sut rester le conseiller, toujours écouté, de son gouvernement. En 1897, au "*Jubilé de Diamant*", c'est le triomphe à Londres. Paris en prend ombrage. A cette époque, la cordialité est loin de régner entre les deux capitales. On est au lendemain de Fachoda et en pleine guerre des Boërs où l'attitude de la France vis-à-vis du Président KRÜGER est insupportable aux Anglais.

Chacune des deux capitales nie absolument l'influence de l'autre ; chacune se

veut le centre mondial de la mode. Si en 1966 l'historien anglais du costume, James LAVER, reconnaît l'importance de l'influence française sur la mode, son compatriote CUNNINGTON, en un gros volume, démontre que tout est toujours venu de Londres. Qui plus est, en 1903, l'éditorialiste de "*L'ILLUSTRATION*" décrit ainsi l'enterrement de VICTORIA : "...une mascarade telle qu'on n'en voit plus chez les peuples civilisés."

Toutefois, cette querelle a des aspects divers. Lors du couronnement d'EDOUARD VII, c'est la maison WORTH qui reçoit l'essentiel des commandes. POIRET, qui travaillait alors chez ce grand couturier, raconte : "...La maison s'emplit de velours cramoisi. On ne parlait plus que de Crinson ; Mr Jean WORTH me montre avec fierté une notice reçue de la Cour d'Angleterre indiquant l'étiquette."

Cependant, cette attitude favorable à la couture française n'est guère courante à Londres où l'épouse du premier britannique, Mr ASQUITH, fut accusée de favoriser le commerce étranger parce qu'elle s'habillait à Paris ! Résultat : elle s'habilla à Londres, ses amies à Paris.

En fait, l'époque victorienne a été une époque de grand moralisme officiel qui supportait mal la franfreluche. Dans cette atmosphère compassée, les Anglais ont inventé le costume tailleur dont l'origine n'est contestée par personne. En cela, ils agissaient peut-être inconsciemment dans le sens d'un mouvement qui allait prendre de plus en plus d'importance, l'émancipation de la femme. Déjà, en 1852, Mrs AMELIA J. BLOOMER avait inventé, dans l'état de New-York, un costume pour femme qui tendait à se rapprocher de celui de l'homme, dont le pantalon bouffant porte toujours le nom de sa créatrice². Et, vers 1870, les tailleurs anglais mettent au point un ensemble composé d'une jupe longue biaisée et d'une veste ajustée, boutonnée jusqu'au cou. Le vêtement anglo-saxon va de pair avec les mouvements des suffragettes.

Pas en France où, depuis 1890, s'installe "*la Belle Epoque*" avec pour emblème la femme-objet. La couture française, dès lors qu'elle la prenait pour modèle, insistait beaucoup plus sur cet aspect de la féminité. En fait l'antagonisme Londres-Paris s'est transformé en complémentarité : les Françaises commandaient souvent leurs tailleurs à Londres alors que les Anglaises, selon CUNNINGTON, "*choisissaient leurs vêtements de jour chez les tailleurs anglais et leurs vêtements du soir pas toujours à Paris.*". Quoi qu'il en soit, il s'agit d'une querelle de famille car, de part et d'autre de la Manche, elle n'intéresse qu'une

petite fraction de privilégiés qui vivent totalement en dehors de la dure réalité sociale de leur époque. Rappelons-nous *"L'ATELIER DE MARIE-CLAIRE"*. La mode couture est bel et bien une mode de classe, d'une bourgeoisie riche et déjà internationale.

En résumé, le contexte du Second Empire conjugué au talent de WORTH et renforcé par la présence de tout un artisanat de luxe (y compris la soierie lyonnaise) explique la naissance de la Haute-Couture à Paris.

Mais qui et comment travaille-t-on dans la *"Mode-Couture"* pour mériter un tel prestige ?

E - Evolution des conditions de travail

Quand WORTH débarque en France, les conditions de travail sont celles mises en place sous la Révolution par la loi LE CHAPELIER du 23 Septembre 1791. Plus de jours fériés qui causaient tant de préjudice aux *"amis du commerce et de l'industrie"*. Avec le calendrier grégorien rétabli par Napoléon, le repos dominical n'est imposé qu'aux administrations publiques. Et si Louis XVIII restaure l'usage ancien du repos dominical par la loi du 18 novembre 1814, les industriels voient d'un mauvais œil l'arrêt hebdomadaire des machines. En effet, l'éclairage au gaz (qui permet le travail de nuit) et la machine à vapeur (qui fournit la force motrice sans arrêt) amènent l'allongement de la journée de travail de l'ouvrier. De nombreux témoignages existent dès cette période qui débute sous la Restauration :

"Peu contents de réduire leurs ouvriers en esclavage en les faisant travailler dans les ateliers malsains où l'air externe est exclu depuis cinq heures du matin jusqu'à dix heures du soir dans la belle saison, et en hiver depuis six heures du matin jusqu'à neuf heures du soir, ces pauvres gens sont obligés de travailler une partie du dimanche". Et l'assistance à la messe, alors ? A vrai dire, les autorités spirituelles du catholicisme ne sont guère écoutées. La bourgeoisie, encore voltairienne, ne leur accorde aucun crédit, surtout dans le domaine des *"affaires"* et les républicains, eux aussi anticléricaux, les accusent, quand elles prennent la défense du pauvre monde, d'arrière-pensées apostoliques.

Si l'on considère les maigres revenus des pauvres bougres décrits plus haut, il paraît normal, naturel que leurs enfants travaillent aussi, pour quelques sous, à la mine et dans les filatures en raison de leur petite taille. Or, la loi de 1841 a limité la durée du travail des enfants dans les manufactures, usines, ateliers. L'âge d'admission a été fixé à huit ans pour une journée de huit heures coupée

d'un repas. C'est un premier résultat auquel la combativité ouvrière n'est pas étrangère. En 1840, les compagnons parisiens s'étaient, en effet, réunis en masse dans la Plaine Saint-Denis pour réclamer la réduction de la journée de travail à dix heures. Le 2 mars 1848, Louis BLANC légalise ce désir mais la loi est abrogée en juillet par l'Assemblée Nationale. En septembre, nouvelle abrogation malgré l'intervention du socialiste Pierre LEROUX par six cent-seize voix contre cinquante-sept. La durée du travail journalier est alors fixée à douze heures pour l'ensemble du territoire. Ces douze heures ne sont d'ailleurs qu'un minimum, le gouvernement, dès 1851, dispensant la majorité des entreprises de les appliquer. Quant à la loi du 22 mars 1841 sur la main-d'œuvre enfantine, elle n'a jamais été respectée : les enfants travaillent toujours de douze à treize heures par jour. 150

Les ateliers de couture sont encore le bain pour les cousettes. L'une d'elles se voit remettre sept largeurs de taffetas moiré à bouillonner pour une ceinture large. Le secret consiste à piquer de façon régulière en un temps record. La contremaîtresse décourage les bavardages. Les vendeuses ont un rôle "supérieur" et descendre à l'atelier est indigne d'elles. Le plus souvent, elles se font monter les toilettes sur cintre à condition que la "petite main" n'ait aucun contact avec la clientèle. Quand tinte la cloche du déjeuner, toutes les jeunes femmes s'installent autour des longues tables du réfectoire et mangent la nourriture qu'elles ont apportée. Certaines font réchauffer sur le fourneau de la soupe ou du café. Durée du repas : vingt minutes. Les absences de quelques minutes sont à peine tolérées. Entre cinq et six heures, nouvel arrêt, mais moins long. En cas de maladie, la cousette n'est pas payée.

Après 1855, ce sont les modistes et les couturières qui ont bénéficié le plus du progrès de la richesse "...ayant fait leur éducation à Paris, un beau jour elles partent à Vienne, à Berlin, à Saint-Petersbourg." (Le Siècle, 23 juillet 1855). Londres surtout demande à Paris des légions de jeunes ouvrières qui gagnent d'avril à juillet de quoi vivre toute l'année. Mais les femmes sont toujours moins payées que les hommes et ont beaucoup de mal à entrer dans les associations. Les Canuts qui travaillent chez eux, en ménage, abandonnent la profession car ils gagnent 1,30 F pour douze heures de travail, à deux. Les femmes se mettent au métier à vapeur et les plus vigoureuses d'entre elles, pour quatorze heures de travail, gagnent autant qu'un ouvrier.

Quarante mille jeunes filles employées dans le textile de la Drôme, de

l'Ardèche, du Vaucluse et de la Haute Loire, vivent dans de véritables manufactures-internats surveillées par des religieuses. En 1865, *"LE JOURNAL DES DEMOISELLES"* note que *"l'ouvrière se lève entre quatre et cinq heures du matin et qu'après un frugal déjeuner de pain et de lait coupé, elle s'en va dans les ténèbres par la boue et la neige et le verglas gagner son atelier... L'ouvrière lyonnaise, elle, n'est pas assise, elle est suspendue sur une courroie, ses pieds meuvent les courroies, sa main lance la navette et cela sans repos...et pour un salaire qui suffit à peine aux besoins du jour... Parmi les jeunes filles qui manient l'aiguille, il y a une échelle de gain qui de 5 francs décroît jusqu'à 5 centimes par jour. Il faut prendre une moyenne de 2 francs par jour pour une journée de treize heures... et encore faut-il défalquer de cette somme le fil ou la soie que l'ouvrière emploie."*

C'est dans le textile qu'éclatent donc les signes les plus violents de mécontentement en raison du machinisme, du libre-échange franco-anglais en 1860, du chômage à Manchester, en 1862, chômage dû à la Guerre de Sécession et dont le contre-coup se fait ressentir en France. En 1864, est votée la loi sur les coalitions mais les réunions demeurent soumises à l'autorisation préalable. Sous le Second Empire, les bastions de misère ouvrière sont solides, dans le textile, à Lyon, en Normandie, en Vendée, dans le Nord. En 1870, à Lyon, deux ouvrières ovalistes sur trois souffrent de maladie de poitrine ; à Elbeuf, la journée de quatorze heures est courante. Le profit industriel quadruple pendant la même période tandis que le salaire ouvrier progresse à peine de 45 %.

En conclusion, les conditions de travail dans la couture, si pénibles soient-elles (témoins : *"Mimi"* dans *"La Bohème"* de PUCCINI et les cousettes de l'atelier de *"Louise"* de CHARPENTIER), sont incomparablement meilleures que celles des ouvriers(es) du textile, mais en aval, beaucoup moins bonnes que celles des *"demoiselles de magasin"*.

Notes du Chapitre 2

¹ Les premières vacances, invention du XVI^{ème} siècle, ont une origine judiciaire : ce sont les vacances du Parlement, prises par les parlementaires pour aller surveiller leurs domaines à la campagne. Jusqu'au XIX^{ème} siècle, les écoles vaquent en deux sortes d'occasion : les fêtes religieuses, qui émaillent l'année (les jours fériés) et les travaux des champs qui entraînent des absences si nombreuses que les classes primaires ferment pendant un temps. Fixées par la réglementation napoléonienne, confirmées en 1842, les vacances d'été sont, tout au long du XIX^{ème} siècle, de six semaines et se situent entre les alentours de l'Assomption et le début du mois d'octobre. Elles permettent ainsi de libérer les jeunes gens à l'époque des vendanges, de la récolte des fruits et de la chasse.

Le 4 janvier 1894, un arrêté précise qu'aux six semaines peuvent s'ajouter deux supplémentaires, dans les écoles où sont organisés des "cours de

vacances". La prolongation est d'abord accordée comme une récompense, à titre exceptionnel, au personnel "qui aura contribué au fonctionnement des cours réguliers d'adultes et d'adolescents", puis aux instituteurs "qui s'occupaient d'œuvres post-scolaires". Jusqu'en 1900, un arrêté reconduit ces dispositions. Ainsi se crée un usage : la durée normale des vacances passe à huit semaines du 1er août au 1er octobre. Le 20 juillet 1912, un arrêté porte à dix semaines la durée des vacances d'été dans l'enseignement secondaire (14 juillet - 1er octobre). En 1935, cette mesure est étendue au primaire. Ainsi, peu à peu, sous la Troisième République, les vacances, en même temps qu'elle s'allongent, se dissocient de l'Eglise et des contraintes rurales, et se mettent à exister sans autre raison que de donner des loisirs aux élèves et aux professeurs.

Les autres vacances : au XIX^{ème} siècle, il n'y a pas pour Noël de vacances scolaires ; seules les journées du 25 décembre et du 1er janvier sont fériées. On voit apparaître, en revanche, les vacances de Pâques. Dans la première moitié du XIX^{ème} siècle, les classes vaquent pour raison de fête religieuse les jeudi, vendredi et samedi saints. En novembre 1859, ce congé se laïcise : on accorde aux élèves des lycées une semaine entière de vacances (semaine qui suit le dimanche de Pâques). La Troisième République octroie aux élèves de l'enseignement primaire le même congé de Pâques qu'à ceux du secondaire. Le 9 mars 1886, le lundi de Pâques et le lundi de Pentecôte sont déclarés jours fériés légaux. Le congé de Pâques évolue, peu à peu, en vacances de fin de trimestre : le 1er août 1892, on décide de faire déborder les congés sur la semaine qui précède Pâques. La sortie a lieu le mercredi à midi. On s'achemine vers les deux semaines de vacances que nous avons aujourd'hui et qui seront fixées par l'arrêté du 18 février 1925.

Le congé de Noël se modèle alors sur celui de Pâques. L'arrêté du 1er août 1892 prévoit huit jours de congé extraordinaire à répartir en début d'année par le recteur, sur avis du conseil académique. Si l'on fixe ces huit jours de congés mobiles entre les deux journées fériées du 25 décembre et du 1er août, on obtient de vraies petites vacances. C'est ce qu'entérine l'arrêté du 18 février 1925. Les huit jours de congés mobiles sont ramenés à deux et des vacances sont fixées pour Noël, du 23 décembre au 3 janvier. C'est donc de 1925 que date le découpage de l'année scolaire en trois trimestres.

Cf. P. BONDOIS, "La question des vacances universitaires dans les collèges parisiens au XVIII^{ème} siècle" in *Annales historiques de la Révolution française*, 1925, p. 67.

² BLOOMER - Pantalon pour femme, inventé en Amérique par Mrs BLOOMER, au milieu du XIX^{ème} siècle et présenté par elle sans succès en France et en Angleterre. Le nom, qui était oublié, reparut vers 1945 et s'appliqua, pour les petites filles, à de petites culottes bouffantes faites dans le même tissu que les robes qu'elles accompagnaient.

Chapitre 3 :

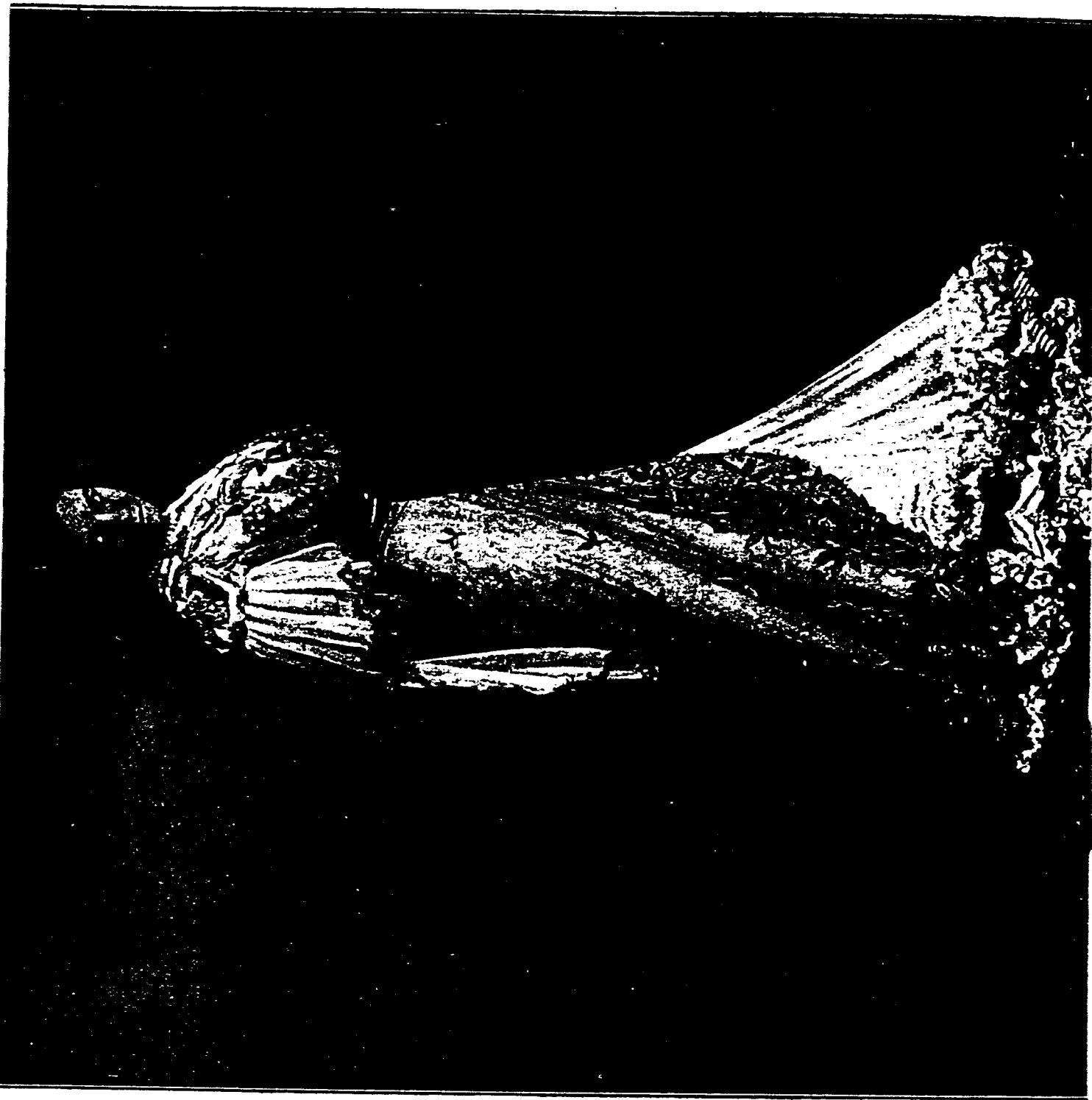
La révolution POIRET (1870-1914)

A - l'Avant- POIRET

Jacques DOUCET est né au coeur du Paris élégant le 19 février 1853, au 21 rue de la Paix, où ses grands-parents avaient transporté depuis 1840 leur commerce de lingerie. On pense que vers 1869, ses parents cèdent la chemiserie pour hommes et se consacrent à la lingerie pour dames à laquelle est adjoint, vers 1875, un rayon de confection de robes. A la mort de son père, en 1898, l'établissement a déjà pris l'envergure d'une maison de Haute-Couture.

Quand DOUCET entre en lice, les fêtes de l'Elysée n'ont pas la splendeur de la vie de Cour. Le Conseil Municipal de Paris, pour compenser la perte économique et la diminution de prestige que provoque le changement des dirigeants, essaie de créer une nouvelle animation mais les bals de l'Hôtel de Ville de Paris sont boudés par les gens du monde. Les milieux officiels n'arrivent pas à récupérer le sceptre de l'élégance qu'avaient détenu le château des Tuileries et ses habitués.

Cependant de 1870 à 1914, la haute société, une des plus riches de notre histoire, va créer pour elle-même, et ses divertissements et ses parures. Là se côtoient la vieille noblesse d'avant 1789, légitimiste et orléaniste, qui n'a rien perdu de ses fastes grâce à son patrimoine immobilier, la noblesse impériale qui n'a pas épuisé la richesse de ses dotations, la haute bourgeoisie d'affaires que la prospérité industrielle et commerciale du siècle n'a cessé de favoriser: ayant misé sur le machinisme, elle est gagnante. Le demi-monde copie le vrai et le théâtre croque aisément ce que monde et demi-monde lui prodiguent, comme "*La Vie Parisienne*" d'OFFENBACH où les mondains offrent un spectacle identique à leurs domestiques. Telle est cette société favorisée qui ne bouge pratiquement pas de Sedan et la Revanche et qui ne communique avec ses strates inférieures que par ses serviteurs et ses fournisseurs. Les femmes de ce milieu sont exemptes du combat pour la vie; elles inventent des obligations pour pallier l'absence de nécessité. A chacune de ces obligations correspondent des tenues et ornements intangibles. Le génie du Couturier consiste à les lui fournir ponctuellement.



Brossons une fois pour toutes le tableau des obligations mondaines qui ne s'effacera qu'après la Première Guerre Mondiale. L'année est réglée selon une sorte de cérémonial. Pendant l'hiver s'établit l'usage des "*jours*" où, à date fixe, à heure fixe, toute femme du monde attend des visiteurs chez elle, autour d'un goûter. Tous les écrivains, témoins de leur temps, en parlent, de Stéphane MALLARME à Marcel PROUST, de Marthe BIBESCO à COLETTE.

Entre son "*jour*" et celui de ses amies, on patine (cf. "*Gigi*" de COLETTE). Le Carnaval et ses fêtes occupent février. Mars est réservé au Carême et à ses réunions religieuses (Journal de l'Abbé MUNIER) En avril a lieu le concours hippique. Mai est le mois des bals. "*Le Grand Prix*", à Auteuil en juin, est le couronnement de la saison, selon Raoul DUFY. Etre vue à Paris au-delà de cette date est de mauvais ton. Juillet disperse la bonne société et la regroupe aussitôt soit dans les villes d'Eaux, soit dans les châteaux de famille qu'on entretient à grands frais pour quelques semaines par an, comme la propriété de Viry-Châtillon d'Edmée RENAUDIN ("*Edmée au bout de la table*"). On commence à s'aventurer vers les bords de mer, grâce au chemin de fer naissant comme le prouvent les tableaux de BOUDIN, en août essentiellement où la seconde semaine du mois est appelée "*La Grande Semaine*" à Deauville. Septembre ramène à leurs chasses les grands propriétaires et si l'on n'en possède pas, on se fait inviter au Marais chez Boni de CASTELLANE, à Voisins chez le comte de FELS, à Mamtenou chez le duc de NOAILLES, à Ferrières chez les ROTHSCHILD et à Dampierre chez le duc de LUYNES. Octobre est la rentrée théâtrale, novembre le mois des chasses à courre et l'année s'achève et recommence par Noël et la Saint-Sylvestre, ponctuée par ce que la Princesse BIBESCO appelle : "*L'équinoxes des couturières*" !

Il faut ajouter à ce calendrier permanent dont chacune des phases exige robes, manteaux, chapeaux et accessoires, les imprévus que constituent baptêmes, communions, mariages, enterrements religieux pour lesquels il faut d'autres robes, d'autres manteaux, d'autres chapeaux et encore d'autres accessoires. On réalise quelle mine inépuisable offre aux couturiers ce genre de vie !

Si la crinoline a disparu avec le Second Empire, elle est remplacée, à l'initiative de WORTH, par la tournure¹ qui donne une silhouette de plus en plus droite. Le corset exerce, à cet effet, une véritable tyrannie comme l'écrit COLETTE :



Photo Renninger

MODÈLE DRECOLL

M^{me} BORDO

N° 28. Février 1905

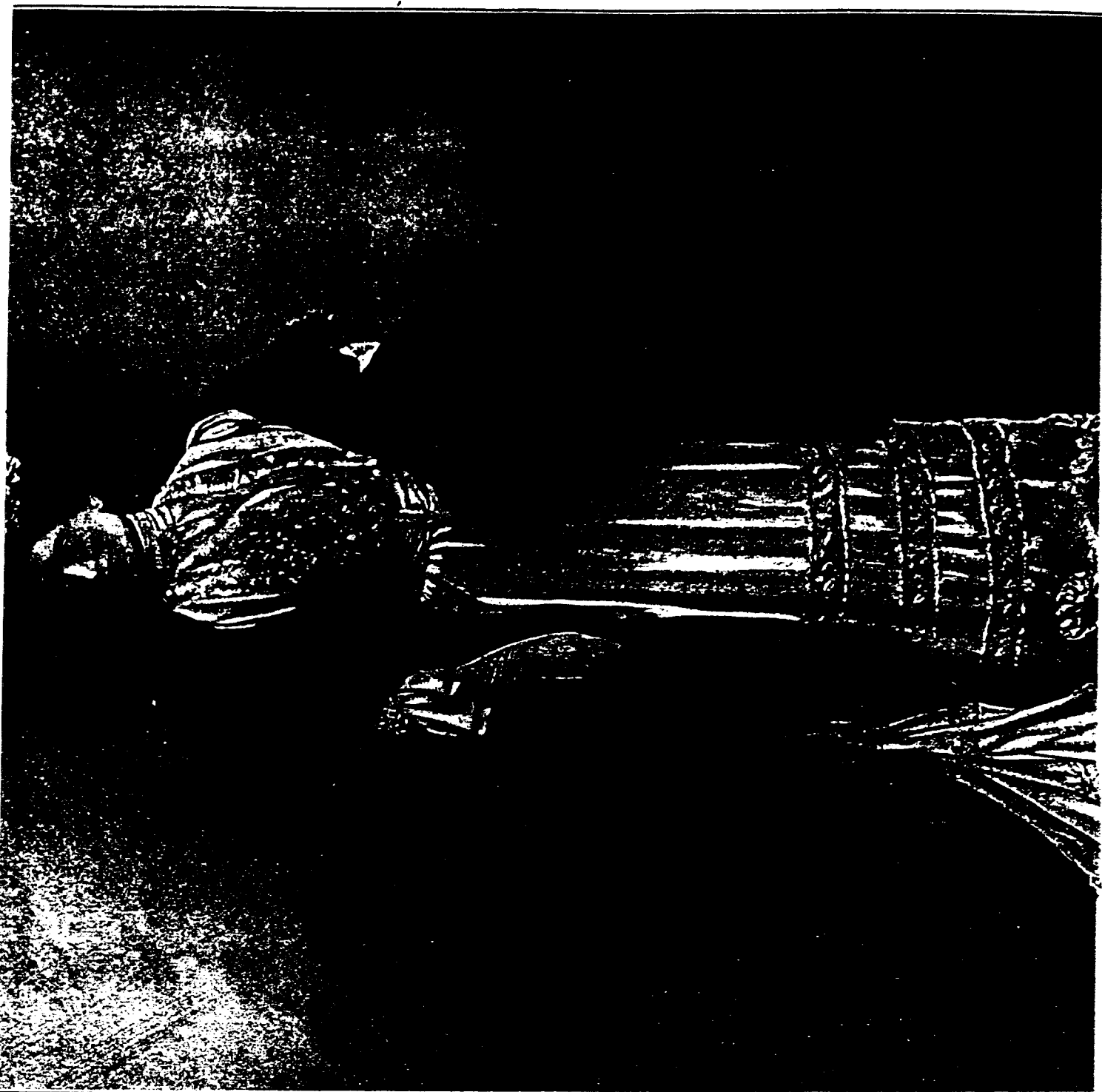
"...Par ces temps de grands corsets qui soulevaient la gorge vers le haut, abattaient la croupe, creusaient le ventre, (une certaine actrice) inflexible beauté bastionnée n'acceptait pas de rôle "assis". Gainée d'un corset qui commençait sous l'aisselle et finissait près des genoux, deux ressorts de fer plats dans le dos, deux autres au long des hanches, une "tirette" d'entrejambes maintenant l'édifice dont le laçage en outre exigeait un lacet de six mètres, elle restait debout, entr'acte compris, de huit heures trente à minuit."

Par dessus cela, on porte des tissus vaporeux, des mousselines, des voiles. DOUCET est incomparable dans le travail de ces étoffes-là. L'utilisation qu'il fait des couleurs tendres, des pastels les plus suaves fait son succès. En même temps, des événements aussi disparates que la lecture de LOTI ou de MARDRUS, la venue à Paris des Ballets Russes, le succès d'Iso-dora DUNCAN et de son accoutrement, l'attention portée aux incidents de Chine vont permettre à un homme comme Paul POIRET, "apprenti" chez DOUCET puis chez WORTH, de modifier les apparences des Parisiennes.

CHANEL

1905

N. 35



En 1904, POIRET s'installe à son compte rue Auber. Le second arrondissement attire la couture. Le frère de Nicole GROULT, célèbre couturière aussi, est déjà l'auteur d'une rénovation importante : la suppression du jupon "*froufroulant*". Influencé par le pillage du Palais d'Été à Pékin, ses premières robes orientales sont encore regardées comme des curiosités. Le manteau façon Orient, réalisé chez WORTH l'année précédente, a été un insuccès notoire. Dans son ouvrage "*En habillant l'époque*" (p. 57/58), POIRET mentionne sa déconvenue. La princesse BARIATINSKY à qui ce manteau était destiné ne put s'empêcher de crier : "*Ah ! quelle horreur ! Chez nous quand il y a des manants qui courent après les traîneaux et qui sont ennuyeux, on leur fait couper la tête et on les met dans des sacs pareils à ça...*" Qu'importe un échec quand il est suivi d'un succès ! Ce succès, POIRET le doit à son instinct. L'Orientalisme correspond en fait au besoin profond des femmes de se libérer de tout carcan. Et la mode POIRET, sous l'influence de l'Orientalisme, des Ballets Russes et d'Isadora DUNCAN, se caractérise par un retour à la souplesse naturelle du corps grâce à la suppression du corset tant décrié par les hygiénistes. Cette libération du corps, cette souplesse répondant au désir de la femme de n'être plus un objet car déjà les mouvements de suffragettes font leur apparition. Mais l'artiste a-t-il à peine libéré le buste qu'il entrave les chevilles, passant de l'influence grecque à l'influence persane (1912). La ligne reste souple mais se termine au-dessous des genoux en pantalon de harem ce qui scandalise, entre autres, les Anglais. De là, toute l'ambiguïté de la création, jusqu'à nos jours. D'une part, la libération de la femme s'exprime par une mode de plus en plus masculine : tailleur, jupe-culotte, pantalon, short. D'autre part, la conservation de sa féminité se traduit par un flou séduisant, ambiguïté admirablement résolue par Paul POIRET dans le pantalon de harem qui se transforme en jupe très entravée aux chevilles.

L'audace dans la création s'accompagne de l'audace dans l'installation. Finie la rue Auber. Dans une première étape, notre couturier s'installe rue Pasquier, puis décide d'établir sa maison dans un quartier en plein développement : le Faubourg Saint-Honoré. Il rachète un hôtel particulier rue d'Antin (avenue Franklin-Roosevelt), prophétisant que "*la poussée vers l'Ouest est irrésistible*" et annonçant "*le Triangle d'Or*" décrit au début de ce texte. Là, il donne des fêtes époustouflantes comme "*La mille deuxième nuit*", pas toujours appréciées cependant, comme en témoigne Liane de POUGY :

"Je ne veux pas m'étendre sur le désordre et la chienlit de cette soirée. On se mit à table à dix heures passées pour dîner. Tout était mauvais, mal préparé, infâme. Aussi bien les



Peiret et son épouse, du peintre Eduardo Benito, p. III "La Mode" de Brube
du Reselle ^{imp}, Paris Nationale, 1981, 412 pages.

152 vins que le reste. Les convives étaient ivres de bruit, de cris, de gestes. L'obscénité remplaça vite l'inconvenance. Ce fut ignoble et assourdissant."

Auteur d'une ligne nouvelle, d'une géographie parisienne nouvelle, POIRET est à l'origine d'une troisième révolution: celle de la couleur. *"Les femmes croient se distinguer et se reconnaître dans la gamme des beige et des gris."* Or, pour lui, c'est renier la vie. A son intention, Raoul DUFY peint des étoffes hautement colorées. Notre couturier fréquente *"Les Fauves"*. Tout ce mouvement qui avait entraîné le théâtre et son costume avec BAKST, la peinture, la littérature vers un retour au naturel, à une lutte contre l'hypocrisie du XIX^{ème} siècle.

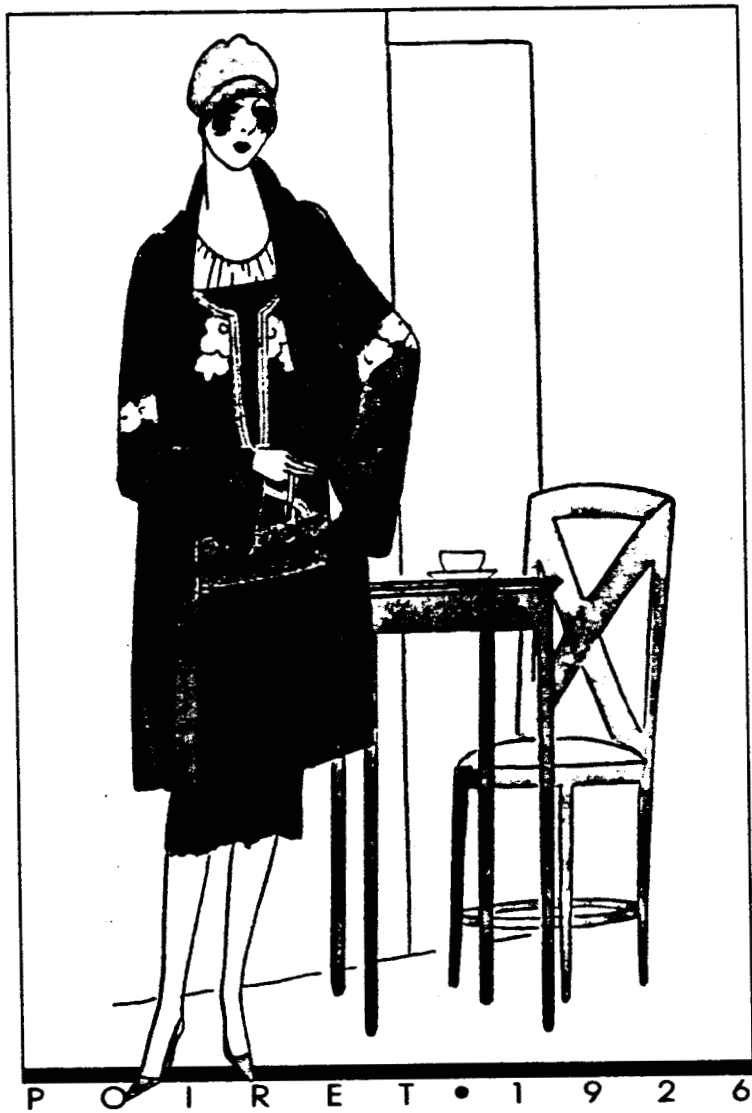
Or, tout le dynamisme et la vitalité de la mode POIRET seront bloqués par le premier conflit mondial, la crise de 1929 et la guerre de 1939-1945. Après quarante années de troubles de toutes sortes, l'explosion de la couture des années 1910-1912 portera ses fruits. Mais quelle renommée, dès alors, comme l'écrit BANINE, dans *"Jours Caucasiens"*: (A. Bakou), *"elle portait des robes de POIRET."*

153 Le rôle international de la couture parisienne se dévoile aussi dans l'anecdote suivante racontée par Dominique BONA: (Gabriele d'ANNUNZIO) *dînait à des tables couvertes de pétales de roses, à la lueur des torches, devant des esclaves de MICHEL-ANGE dont les plâtres étaient habillés de robes de chambre dessinées par Paul POIRET.*²"

C - Dans le sillage de Paul POIRET

Madame PAQUIN, la première, eut l'idée d'envoyer aux Courses des mannequins qui présentaient la même robe et fut la première également à ouvrir des succursales à l'étranger: à Londres, Buenos-Aires, Madrid.

"Les soeurs CALLOT", dirigées par Madame GERBER ont introduit les lamés. Jeanne LANVIN, pour habiller sa fille grandissante



employa des matériaux fort luxueux: brocards, tissus d'or et d'argent, incrustations, broderies. Mais déjà la silhouette n'était plus telle que POIRET l'avait dessinée.

a) De 1870 à 1885:

Les misères du temps (guerre de 1870 et Commune) rendent moins larges les robes, partant une économie de tissu. C'est ainsi que succédant aux robes princesses³, la robe rejetée en arrière se relève en pouf sur une tournure demi-cage baleinée et dont le volume se transforme jusqu'en 1885. Presque en même temps reparaissent "*les Polonaises*" de style Louis XVI. Ce style répondait au goût de somptuosité hérité du Second Empire mais convenait de moins en moins à la vie plus simple d'une société républicaine: plus de Cour, moins de galas et peu de réceptions princières. Et dès 1871, apparaissent des toilettes spécialisées pour des activités nouvelles comme le tourisme, mot nouveau de l'anglais "*tour*"; eh bien! pour faire du tourisme, grâce à l'essor des chemins de fer, on lance une jupe en tartan corsage-chemisette, chapeau ou casquette, bas écossais! Cette tenue ne s'impose pas et l'on voit naître de 1870 à 1885 quantités de quolifichets: fichus, berthes, ceintures à pans noués bas sur les reins. Les noeuds de ces ceintures tiennent lieu de poufs surtout après 1875 lorsque la tournure diminue au point de rendre la silhouette étriquée.

Mais mes doubles jupes, les plis et les volants n'ont pas disparu et donnent à ces robes "*demi-princesse*" un aspect entravé, si bien qu'au lieu de s'allonger, la toilette, vers 1885, retrouve "*le pouf*"⁵ plus volumineux que jamais.

b) De 1885 à 1914:

La jupe plissée la remplace et avec elle "*le costume façon tailleur*" sous l'influence de l'Angleterre. Mais la grande mode est le châle en cachemire porté en carré, en pointe, en péplum ou en écharpe, selon les circonstances. En 1885, apparaît le manteau tel que nous le connaissons aujourd'hui. Et vers 1891, les robes se simplifient nettement avec, toutefois, la persis-



Le Courrier français, 1898

195

HERMANN-PAUL

L'Automobile

En 1891, Panhard et Levassor ont monté sur un châssis un moteur Daimler : l'automobile est lancée. Les pionniers, le marquis de Dion, Bollée, Renault, Mors... font des courses le banc d'essai de leurs modèles. 21 km/heure de moyenne en 1894, 40 en 1898, 60 en 1900 (et 100 en 1903). La panoplie du petit automobiliste comporte la casquette, les grosses lunettes et la peau de bique ; mais, avant de créer leurs prochains modèles, les carrossiers prendront les mesures des vastes chapeaux de la Belle Otero.

tance de manches volumineuses qui font disparaître le manteau et inventer "le collet" ou petite cape, seul vêtement que l'on puisse porter sur ces manches démesurées.

En dépit de ces exagérations, la mode sport s'impose avec l'automobile: le tailleur se dissimule sous un cache-poussière, la tête se coiffe d'un chapeau doté d'un voile géant destiné à protéger le visage des excès de vitesse. Et d'ailleurs on adapte la carrosserie au volume du chapeau! Toutefois, la jupe reste longue et le boa, encombrant. Le début du XX^{ème} siècle voit l'adoption du costume tailleur pour la ville. La jupe est plus courte. L'ensemble, assez sobre le jour, se charge de colifichets, broderies, dentelles, application de fleurs le soir. Le manteau devient fourrure en raison des importations de pelleteries comme la taupe, la loutre d'Hudson et le castor de Sibérie.

c) L'évolution des conditions de travail de 1870 à 1914.

Dans le programme électoral du parti ouvrier, réuni en Congrès au Havre en 1880, on trouve ceci: *"Repos d'un jour par semaine ou interdiction légale de faire travailler plus de six jours sur sept. Réduction légale de la journée de travail à huit heures pour les adultes. Interdiction du travail des enfants dans les ateliers privés au-dessous de quatorze ans; et, de quatorze à dix-huit ans, réduction de la journée de travail à six heures."*

En 1884, le Commentaire du programme du Parti Ouvrier Jules GUESDES écrit avec Paul LAFARGUE: *"La journée légale de huit heures permettra aux ouvriers de hausser leurs salaires..."*

En 1888, le Congrès National des Syndicats Ouvriers de France, tenu à Bordeaux, prend la résolution suivante: Le 10 février 1889, tous les syndicats enverront à la préfecture du département, ou à la mairie des communes, une délégation chargée de réclamer la limitation, à huit heures, de la journée de travail. A Paris, les délégués se rendent au Ministère de l'Intérieur, à la Chambre des Députés et à l'Hôtel de Ville: ils ne trouvent évidemment personne pour les recevoir. Cette même an-

née 1889, au mois de juillet, le Congrès Socialiste International de Paris prescrit d'organiser, dans chaque pays, une manifestation dont le but premier est la réduction à huit heures de la journée de travail. Le 1^{er} mai 1890 est retenu comme date, à l'imitation des Américains. Ce jour-là, aucun incident grave ne se produit, malgré quelques charges de cavalerie. Heureusement, le retour au repos dominical avait trouvé un défenseur: PROUDHON qui, en 1839, avait invoqué des motifs profanes pour le retour à la tradition *"de l'utilité de la célébration du dimanche"*. De nombreux évêques le demandent aussi. En 1876, le mouvement créé par le banquier suisse Alexandre LOMBARD en 1851, aboutit à la *"Fédération internationale pour l'observation du dimanche"*.

La France républicaine se tient sur une position réactionnaire et ses industries obtiennent par la loi du 4 juillet 1880, l'abrogation de la loi de 1814! A l'occasion de l'Exposition Universelle de 1889, les abolitionnistes veulent tenir un Congrès à Paris. Mais le gouvernement français, animé d'anticléricalisme à bon marché, exige qu'on l'appelle: *"Le Congrès pour le repos hebdomadaire"*. Et c'est à la suite de cette importante réunion qu'est fondée en France la *Ligue populaire pour le repos du dimanche* qui multiplie les brochures et les tournées de conférences.

L'abrogation des douze heures et le repos dominical sont liés à tel point qu'Albert de MUN lutte à la fois pour l'une et pour l'autre. Il reçoit en cela l'appui de Léon XIII qui, dans l'encyclique *"Rerum Novarum"* (15 mai 1891), reprend la question du repos dominical et du rôle des autorités dans la limitation de la durée du travail.

En 1892 enfin, le 5 novembre, après quatre années de navette entre le Palais Bourbon et le Luxembourg, la loi accordant le repos hebdomadaire à toutes les femmes et aux jeunes gens de moins de dix-huit ans employés dans les usines, manufactures et mines est votée. Mais le choix du jour de repos n'est pas fixé.

Or, en 1893, 57% des ouvriers jouissent régulièrement du repos hebdomadaire:

- 17,5% ont une journée de repos irrégulière
- 27,5% travaillent toute la semaine.

Ce n'est que la loi du 13 juillet 1903 qui interdit de faire travailler plus de six jours de suite l'ouvrier et l'employé et qui leur donne un jour de repos fixé au dimanche. Tollé dans le petit commerce! N'est-ce pas dans les pâtisseries que les employés n'avaient droit, en 1892, qu'à un seul jour de congé par mois! Et le fleuriste qui emploie "*Véronique*" (opérette de MESSAGER) en 1898, fait preuve d'une bien grande générosité quand il déclare fermer boutique pour "*aller à Romainville... pousser l'escarpolette*".

159 Jean-Baptiste CLEMENT, auteur du "*Temps des Cerises*", compose une chanson en faveur des huit heures:

*"Debout! Debout! pour la conquête
De nos trois huit, en attendant
Le grand matin resplendissant
D'émancipation complète!"*

Le 30 mars 1900, l'Assemblée Nationale vote la journée de dix heures pour tous (avec des paliers successifs allant jusqu'au 1^{er} janvier 1904). Mais l'idée des "*trois huit*" fait son chemin. En 1902, tout le personnel ouvrier des ateliers des Postes obtient la journée de huit heures; l'année suivante, les arsenaux de la Marine l'accordent à leur tour. Le 1^{er} mai 1906, une grande banderolle est plaquée au fronton de la Bourse du Travail à Paris. Elle porte ces mots: "*A partir du 1^{er} mai 1906, les travailleurs ne feront plus que huit heures.*" CLEMENTEAU fait procéder, dès le petit matin, à des arrestations de militants. Il y a 800 arrestations et de nombreux blessés. Et en 1914, il y a encore un million de personnes astreintes à travailler douze heures, dans les ateliers de couture spécialement où le jour et l'heure de la livraison commandent tout... comme maintenant.



JEANNE LANVIN.

D. Cette époque est celle de JEANNE LANVIN.

Après la guerre de 1870 et la Commune, on retrouve les Lanvin habitant le faubourg Vaugirard. Dans le quotidien laborieux où l'avenir promet peu, Jeanne, l'aînée qu'on appelle Jenny, revient un jour éblouie d'une visite faite avec son grand-père Firmin à Juliette DROUET. Elle a offert une chaînette et des baisers à l'enfant dont l'imagination reste frappée par l'élégance de l'ancienne actrice. Là, peut-être, Jeanne commence-t-elle à rêver. Rêver, une faculté qui va la faire participer à la réussite des grands entrepreneurs de la Belle Epoque.

Mais pour l'instant, les rêves ne nourrissent pas. Et, à treize ans, la fillette doit rapporter de l'argent. Elle entre comme arpète dans la maison BONNI, modiste, où elle gagne 25 francs par mois. A cette époque, elles ont la vie dure, les petites apprenties logées à l'atelier même. Levées à l'aube, Jenny passe la journée à trotter pour livrer, réassortir. Le soir, elle range et balaie l'atelier avec les autres pour se coucher vers minuit.

Jenny se montre infatigable aussi bien dans les corvées du soir que dans ses courses de trottin le jour. Cartons au bras, elle court à toutes jambes derrière l'omnibus. Les passagers de la ligne qui la remarquent l'appellent "la petite omnibus". Ce n'est pas pour rattraper la voiture qu'elle court ainsi, mais pour s'aider de sa vitesse. De cette façon, elle économise quelques sous afin de gâter ses petits frères en chocolat et surtout remplir sa tirelire jusqu'à obtenir un premier louis d'or.

En 1883, la famille LANVIN habite La Garenne et Jenny entre chez Mme FELIX, 15, rue du Faubourg Saint-Honoré, précisément là où Jeanne LANVIN bâtira son empire et achètera plus tard l'immeuble au coin de la rue Boissy-d'Anglas. Mme Felix trouve Jenny si douée qu'elle lui apprend le métier des chapeaux. A seize^{ans}, brûlant les étapes de la hiérarchie des ateliers, elle obtient la situation enviée de première garnisseuse à 100 francs par mois. Afin d'accroître encore ses ressources, elle confectionne des chapeaux de poupées pour les magasins de jouets.

En saison de villégiature des riches clients, il n'y a plus de travail à Paris. Cette année-là, Jenny n'hésite pas à aller en Espagne. Elle sait, par une acheteuse, qu'il y a là-bas du travail. La patronne de l'atelier de Madrid qui l'a engagée lui fait apporter dentelles et colifichets parisiens - les clientes espagnoles en raffolent - mais elle refuse de payer les droits de douane. Bref, Jenny se retrouve vêtue d'une robe à crinoline dissimulant ces frivolités pour passer la frontière. Dur séjour, le choléra sévit, son contrat est déchiré; elle est bouclée trois mois dans l'atelier, ses lettres sont confisquées.

En 1884, pourtant, elle repart en Espagne. L'argent manque toujours chez Lanvin où les naissances se sont succédées: neuf frères et une petite soeur, Marie-Louise de santé fragile. Jenny est devenue la seconde mère de la famille. Mais cet été-là, à Barcelone, elle trouve en Mme Valentin une bonne patronne qui la paie 200 francs par mois et deviendra une amie.

En 1885, à 18 ans, la petite Jenny est devenue l'adulte Jeanne LANVIN. C'est une jeune fille qui a pris de l'assurance et conscience de ses ambitions. Elle possède suffisamment l'art des modistes pour s'installer à son compte avec une amie au sixième étage sous les toits dans une chambre de bonne, rue du Marché Saint-Honoré. Elle n'a alors qu'une cliente qui la recommande à ses amies, un louis d'or et un crédit des fournisseurs qui l'encouragent. Au bout de trois mois, Jeanne trouve un local plus confortable rue Saint-Honoré, puis un autre rue des Mathurins. Elle travaille et livre elle-même avec un triporteur ses délicieuses créations qui enchantent d'autant plus les femmes qu'elles ne sont pas trop chères.

Enfin, en 1889, à 22 ans, elle occupe rue Boissy-d'Anglas un local plus vaste à l'entresol et pour vivre, une chambre au quatrième étage du même immeuble.

Si la crinoline a disparu vers 1889, les châteaux battent tous les records d'envergure (1,87 m). Anecdotes et caricatures circulent sur la gêne qu'ils occasionnent aux spectateurs des théâtres parisiens. Les modistes vivent leur

grande époque. Les plus célèbres sont Caroline REBOUX (rue de la Paix), LEWIS (rue Royale) et Juliette RICHARD (rue Taitbout). Une marée d'immenses chapeaux défile à l'Exposition Universelle.

Jeanne LANVIN fonde sa petite entreprise. Le chiffre d'affaires de l'année 1890, 13 711,75 francs passe en 1891 à 17 504,60 francs! Son frère Gabriel note avec soin qu'elle réalise un bénéfice net de 3 145,80 francs auquel il faut enlever l'impayé d'une "cocotte".

Tous les soirs, aidée de son jeune frère Adolphe, encore en culottes courtes, Jeanne monte la caisse dans sa chambre. Adolphe, qui dirigera un jour les succursales LANVIN de Deauville et de Cannes, car Jeanne LANVIN commence à faire fortune.

Sa clientèle s'étend. Pour comprendre les goûts de ces femmes, Jeanne va les regarder évoluer aux courses, lieu de parade des élégantes, des grandes hétaires, des femmes du monde et du demi-monde.

Accompagnée de Marie-Louise, elle se rend à Longchamp, non dans les tribunes mais à la pelouse afin d'étudier les toilettes. Outre le travail, sa curiosité et ses rêves l'entraînent aussi à la sortie des théâtres et son esprit romantique se nourrit de romans.

Vers 1895, l'habillement de luxe connaît une formidable expansion. Cela favorise l'ascension de Jeanne LANVIN qui a maintenant une riche et élégante clientèle.

A cette époque, aucune femme, même de la plus petite bourgeoisie, n'oserait sortir sans chapeau. Le commerce des chapeaux est une activité très rentable. Paris en a alors la suprématie. Et, dès 1901, Jeanne LANVIN figure dans l'Annuaire de la Mode, grande référence des modistes publié par Chantel, au 16 rue Boissy-d'Anglas. Puis, Jeanne LANVIN -qui habille sa fille Marie-Blanche depuis 1902 et les enfants de ses clientes avec des matériaux fort luxueux: brocards, tissus d'or et d'argent, incrustations, broderies - crée un rayon de costumes d'enfants.

43 Sur sa lancée en 1909, elle invente ses premiers modèles pour jeunes filles. Elle devient couturier, adhérant au

Syndicat de la Couture, avec les grands de l'époque WORTH, POIRET, DOUCET, PAQUIN etc. Nadar photographie ses collections sur ses premiers mannequins. Ces photos paraissent dans le mensuel de luxe *"Les modes"*.

Le rayon chapeaux garde cependant une très grande importance et l'exportation du commerce de luxe est d'ailleurs considérée comme effort de guerre de 1914 à 1918.

La formation:

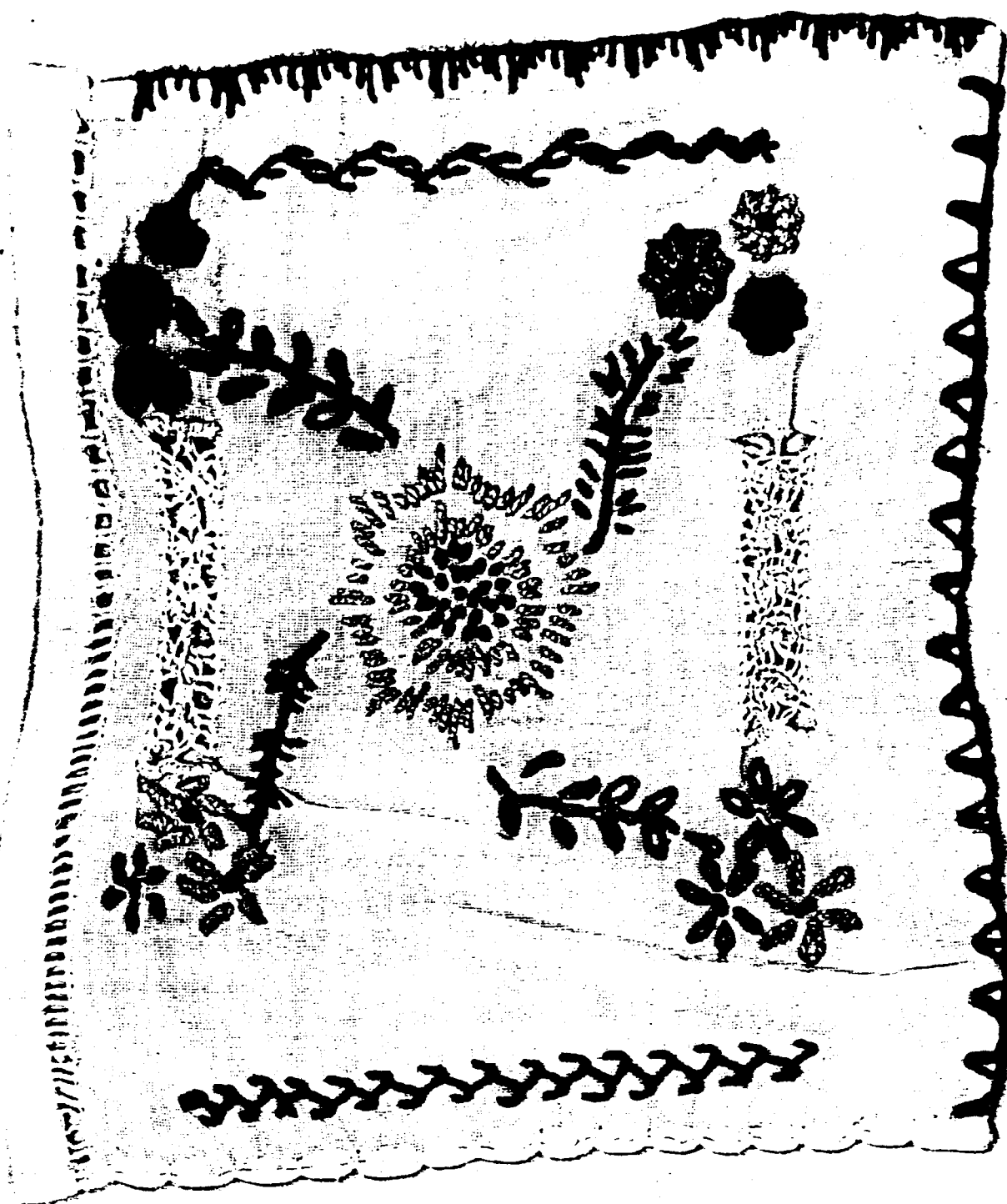
Mais d'où provient la main-d'oeuvre des maisons de couture en de hors des orphelinats ? WORTH fait venir ses employés d'Angleterre, nous l'avons vu. Et les autres ? Eh bien, la couture reste une discipline de base de l'enseignement des filles jusqu'à la Seconde Guerre Mondiale. En témoigne la place que tient la couture dans les manuels d'instruction à l'usage des jeunes filles. Ainsi dans cet ouvrage rédigé en 1894, conformément au programme officiel de 1885, par une directrice d'école primaire et une inspectrice, et qui était diffusé auprès de toutes les institutrices dans toutes les écoles primaires, intitulé: *"Travaux manuels et économie domestique à l'usage des jeunes filles. Notions très simples sur l'hygiène, l'habitation, les soins du ménage, le blanchissage, le raccomodage et la confection des vêtements, la culture d'un jardin et la basse-cour"*. Ce qui concerne les travaux de couture et les travaux d'agrément (broderie, crochet) occupe les deux tiers de l'ouvrage (G. Scheffer et S. Amis, 1894). Vers 1910, on lit dans l'avant-propos d'un cours de travail manuel (consacré exclusivement à la couture) l'avertissement suivant: *"Chez les jeunes filles surtout, cet enseignement est le complément indispensable de leurs études."* (Madame Lhomme, 1910).



159 De plus, la concurrence gâche, comme on dit, le métier. Dans les orphelinats, des jeunes filles, nourries par charité, s'acquittent ainsi des frais de leur entretien. Plus tard, nanties du Certificat de fin d'Etudes Primaires à onze ans, elles pénétrèrent dès le lendemain de leurs résultats à "l'ouvroir" où elles apprennent le tailleur, le flou ou la lingerie. Trois ans après, devenues de véritables fées, elles produisent des pièces uniques, vendues bon marché à deux "bienfaitrices" qui les visitent et qui sont membres de la haute société bien-pensante. A quelque temps de là, ces artistes émérites seront placées comme "lingères" chez ces dames où, mieux considérées que les domestiques mais moins bien que les gouvernantes des enfants, elles enrichiront le trousseau de grandes dames en brodant à demeure, dans les hôtels particuliers du Faubourg Saint-Germain, draps, nappes, mouchoirs, bonnets, etc.

60 Mais d'où provient la main-d'oeuvre des maisons de couture en dehors des orphelinats ? WORTH fait venir ses employés d'Angleterre, nous l'avons vu. Et les autres ? Eh bien, la couture reste une discipline de base de l'enseignement des filles jusqu'à la Seconde Guerre Mondiale. En témoigne la place que tient la couture dans les manuels d'instruction à l'usage des jeunes filles. Ainsi dans cet ouvrage rédigé en 1894, conformément au programme officiel de 1885, par une directrice d'école primaire et une inspectrice et qui était diffusé auprès de toutes les institutrices dans toutes les écoles primaires, intitulé: *"Travaux manuels et économie domestique à l'usage des jeunes filles. Notions très simples sur l'hygiène, l'habitation, les soins du ménage, le blanchissage, le raccommodage et la confection des vêtements, la culture d'un jardin et la basse-cour."* Ce qui concerne les travaux de couture et les travaux d'agrément (broderie, crochet) occupe les deux tiers de l'ouvrage (G. SCHEFFER et S. AMIS, 1894). Vers 1910, on lit dans l'avant-propos d'un cours de travail manuel (consacré exclusivement à la couture) l'avertissement suivant: *"Chez les jeunes filles surtout, cet enseignement est le complément indispensable de leurs études."* Madame LHOMME, 1910.

Pièce de couture, lycée Fénélon, Paris VIème, 1949, 4^{ème} -



160 En résumé, toutes les filles apprennent à coudre. Après les soeurs, les institutrices laïques prennent le relais. En effet, dès la première année d'école, l'institutrice apprenait à ourler, surjeter, repriser, festonner, border une bouttonnière, faire une bride, crocheter un châle ou une dentelle pour une garniture.

Pendant les séances de tracail manuel, les petites filles chantent. Plus grandes, pour se préparer à l'épreuve de couture du Certificat d'Etudes, on faisait *"la pièce"*, morceau de toile sur lequel était effectué, bout à bout, un échantillonnage des principaux points de couture. De 1948 à 1952, au Lycée Fénelon, chaque élève avait un cahier de couture où elle collait les pièces de tissu sur lesquelles elle s'était exercée. Jusqu'en seconde, la couture était obligatoire, à raison de deux heures par semaine et l'une des élèves, à tour de rôle, faisait la lecture pour obliger les autres à travailler en silence, comme dans *"la Chambre de Goethe"* de Frédéric HEBRARD. Cette incursion dans l'après-Seconde Guerre Mondiale a pour but de montrer que les choses n'avaient pas tellement changé depuis la fin du XIX^{ème} siècle.

Mais le *"nec plus ultra"* de l'apprentissage de la couture est *"la marquette"*, carré de canevas où les petites filles brodent au point de croix -le point de marque- l'alphabet de A à Z et les chiffres de 1 à 9 avec le 0 au bout. A la fin, chaque fille brode son nom, son prénom, son âge et l'année de la réalisation de l'ouvrage. La marquette délimite l'essentiel de l'usage qu'auront désormais à faire les filles des lettres et des chiffres dès leur sortie d'école. Comme si tout l'apprentissage scolaire était entièrement transmis non à l'encre et à la plume mais avec du fil et une aiguille, ainsi le disait déjà CHRYSALDE au XVII^{ème} siècle:

161 *"Et leurs livres, un dé, du fil et des aiguilles
Dont elles travaillaient au trousseau de lauers filles."
(MOLIERE, Les Femmes Savantes, Acte II - Scène VIII)*

Car il y a chiffres et chiffres. Les premiers sont des mono-

grammes constitués par des initiales brodées s'effaçant sous une végétation d'entrelacs.

Mais les chiffres, au sens strict, servent à apparier et à numéroter les draps, chaque paire étant composée de son drap de dessous et de son drap de dessus. Il s'agit aussi de les comptabiliser en raison de la très grande valeur marchande de la toile. C'est après leur sortie d'école, après leur première communion que les filles sont "*mises à leur trousseau*". Cela veut dire qu'elles savent marquer ou broder, selon leur condition. En lingerie, effectuée blanc sur blanc, la broderie est un raffinement ornemental qui témoigne d'une condition sociale où l'on a des loisirs. On brode sur le tissu de fil (le lin) et non sur la toile de chanvre raide et lourde.

En résumé, toutes les filles qui sont allées jusqu'au Certificat d'Etudes savent coudre, marquer et souvent broder. Puis, elles vont faire un stage chez la couturière du village qui, recevant les revues, magazines, de mode de la capitale, leur apprend à habiller toute la famille, ou presque. Que ces filles aient besoin de travailler, eh bien, elles ont de l'or dans les doigts et les couturiers de la ville n'ont que l'embarras du choix. Voilà toute la différence avec notre époque où l'orientation est faite en fin de cinquième (de plus en plus rare) ou en fin de troisième et où l'on n'apprend qu'une technique de la couture comme on l'a vu avec les Lycées d'Enseignement Professionnel et les Ecoles privées de couture.

Notes du chapitre 3

¹ **TOURNURE** - Sorte de demi-cage baleinée selon des formes qui varièrent avec les modes en cours, et qui, placée sous la jupe, après la disparition de la crinoline, soutenait sur les reins l'ampleur du dos de la jupe et servait de support au *pouff* plus ou moins volumineux. Vers la fin du siècle, la tournure était réduite à un petit coussinet attaché à la taille et disparut définitivement vers 1899 avec la mode des jupes plates aux hanches.

² "LES YEUX NOIRS" p. 309, Dominique BONA, Editions Jean-Claude LATTES, Paris 1989, (370 pages).

³ **ROBE PRINCESSE** - Apparue vers 1865, sa caractéristique est d'être d'une seule pièce devant, toute l'ampleur étant ramassée derrière sur la cage dont la forme s'est allongée en arrière. La vogue de cette robe ira grandissant lorsque, la crinoline tombée, les robes seront absolument droites devant, l'ampleur générale diminuant selon la mode.

⁴ **ROBE à la POLONAISE** - Une des premières robes assouplies du dernier tiers du XVIIIème siècle. Ses caractéristiques sont : s'attacher au haut du corps baleiné, s'évaser pour découvrir un gilet ajusté, avoir des manches *en sabot*, terminées par des *petits bonshommes*, et former sur la jupe de dessous trois pans drapés relevés par des coulisses. Ses variantes n'altéreront pas ces caractères.

⁵ **POUFF ou PUFF** - Après la chute de la crinoline, en 1867 et jusque vers 1890, le pouff était un volumineux drapé formé par la jupe sur un support appelé *tournure*, placé sous les jupons.

Chapitre 4:

De 1918 à 1940

- La première ère CHANEL

L'évolution de la mode-couture de la première guerre mondiale à la seconde, simplification et émancipation.

A La simplification est causée par les hostilités.

Il y a deux phases dans l'évolution de la guerre. Jusqu'à la fin de 1915 tout le monde est persuadé que le conflit sera de courte durée. La vie change peu. A partir de 1916, on s'aperçoit que la guerre moderne est faite de souffrances et de morts, morts innombrables qui obligent à retirer les hommes des usines, des bureaux, des services pour les envoyer au front.. Les vides qu'ils laissent sont comblés par les femmes. Les femmes, pour la première fois, portent l'uniforme. En même temps, elles compensent cet effacement par un retour à l'extravagance dès qu'elles le peuvent. Une scène d'IRIBE, peinte sur la Côte d'Azur, en 1917, irrite par son exubérance mondaine, alors que c'est Verdun...l'année de Verdun.

En effet, les mondanités ne sont pas entamées par la guerre, elles se transforment, voilà tout. *"Sachant que les couturiers avaient été contraints de fermer leurs maisons, MISIA les persuada de faire don de leurs voitures de livraisons qu'elle transforme rapidement en ambulances... A la tête du convoi roulait la Mercédès de MISIA conduite par le dessinateur Paul IRIBE. avec , à ses côtés, Jean COCTEAU arborant un élégant uniforme d'infirmier conçu pour lui par Paul POIRET..."*

Mais la pénurie des textiles et les exigences de la vie professionnelle raccourcissent les jupes qui se portent à mi-mollet. La taille est à sa place, le corsage est simple, les manches longues. Les toques remplacent de plus en plus les chapeaux. En 1916, les jupes remontent encore un peu. Le vêtement devient très strict pour travailler, très *"sexy"* pour le soir, signe que l'on s'installe dans la guerre. La jupe, très froncée à la taille, rappelle un peu celle de 1860. Les décolletés sont accentués, les manches courtes et évasées. Les textiles légers et transparents servent à faire oublier la tragédie de l'Histoire. 1917 n'apporte aucun changement. L'année 1918 voit s'accroître le nombre des femmes en uniforme. Le jour, le port d'une jaquette longue tend à féminiser le tailleur. Le soir, le tango et le charleston demandent, pour être dansés, des formes libérées. La robe est large, plus courte, retenue aux épaules par des rubans. Dès 1918, la révolution ne réside plus dans la mode-couture mais dans la pénétration de cette dernière dans les strates inférieures de la population. En effet, la simplification des formes créées par les couturiers en permet l'imitation. La

preuve ? La photographie de la délégation américaine à Versailles en 1918 et celle d'une famille ouvrière de la même année, à la promenade du dimanche. Eh bien, les tenues féminines sont très voisines : mêmes jupes à mi-mollet, mêmes vestes paletots, mêmes chemisiers blancs à col ouvert en V. Première descente de "*la mode-couture*" dans la rue.

B L'émancipation caractérise l'entre-deux guerres :

L'immédiate après-guerre voit la réouverture de certaines maisons qui avaient fermé pendant le premier conflit et parallèlement la création d'entreprises nouvelles. Au nombre de ces dernières, on l'a vu, figurent les établissements Maggy ROUFF, au 136 Avenue des Champs-Élysées, Jean PATOU en 1919, Edouard MOLYNEUX au 14 rue Royale, Lucien LELONG en 1919 chez qui travailleront Christian DIOR et Hubert de GIVENCHY. Toujours en 1919, Gabrielle CHANEL ouvre sa propre maison au 31 Avenue Matignon. La première, elle façonne un textile bon marché : le jersey et, la première encore, elle réalise une tenue pour la femme qui travaille : le fameux tailleur qui porte son nom. Elle ferme entre 1939 et 1954, puis reprend la direction de sa propre maison jusqu'en 1971. Autre innovateur : Jacques HEIM qui invente une collection pour jeunes "*HEIM jeunes filles*" dont la fermeture date de 1969.

La marche vers l'Ouest prévue par Paul POIRET est irrésistible et le centre de la mode-couture se situe entre le Faubourg Saint-Honoré et les Champs-Élysées. L'installation du siège de la Chambre Syndicale entre place Vauban et l'hôtel Bristol consacre cette mutation.

L'Après-Guerre est une époque de grand défoulement. Dans toutes les strates de la société les choses ont bien changé. En l'absence des hommes retenus au front les femmes ont appris, bon gré, mal gré, à se débrouiller toutes seules que ce soit au fin fond du pays Bigouden ou chez la comtesse de PANGE née de BROGLIE ; elle devient économiquement indépendante. A son retour, l'homme trouve à ses côtés une femme émancipée qui ne peut plus être ni son sujet, ni son objet. C'est alors que tous les courants d'émancipation de la jeunesse, d'émancipation sexuelle, d'émancipation féminine vont s'entrecroiser pour inspirer les modes nouvelles. Et comme le renouveau est davantage le fait des jeunes que des anciens, le modèle de toutes les élégances c'est la jeune fille ou la très jeune femme. Le roman de Victor MARGUERITTE "*la garçonne*" illustre tout cela

Mais pour ressembler à un garçon, il faut effacer les formes féminines. A cette fin, dès 1920 et pour dix ans, le costume des femmes est délibérément court, dégagé; les cheveux coupés à la façon des hommes, les bras et les jambes dénudés. En effet, cette mode est due à une poussée des mouvements émancipateurs qui, grâce aux sports, avait commencé avant la guerre et, en raison de l'absence des hommes, de 1914 à 1918, s'était poursuivie pendant le premier conflit mondial.

Mais surtout la voiture, dans les années 20, dicte la Haute-Couture féminine. *"L'automobile va changer la femme. Avant même la conquête de la voiture, la femme avait commencé à changer. Elle était prête à se mettre au volant. Abandonnés les jupons, les corsets, les grands chapeaux et les ombrelles, finis les chignons savants et fragiles. L'époque n'est plus au falbalas, à la passivité."* Elle est au pratique, elle est au

mouvement. Les couturiers l'ont compris : CHANEL, PATOU, MOLYNEUX, PAQUIN rivalisent dans la recherche du pratique et du simple. Ce sont des femmes actives qu'on va désormais habiller. Avec des couleurs *"sport"* c'est-à-dire neutres, des beiges, des gris, des noirs. Et de nouvelles étoffes, solides, infroissables : le tweed, le kasha, le jersey

Cette mode nouvelle s'adapte à tout : aux changements de température, à une journée bien remplie. Elle est faite aussi bien pour la rue que pour la réception. On porte les fameux petits tailleurs CHANEL. On ne craint pas d'associer jupe et veste et même, suprême nouveauté, le fin chemisier à col ouvert se cache désormais sous le pull-over.

Tout a raccourci. Les cheveux, d'abord, qu'on coiffe d'une petite cloche bien enfoncée : les jupes et les robes qui dégagent le mollet. La ligne simple, sévère : robes tombant droites des épaules jusqu'à l'ourlet, coupées par une ceinture en bas des hanches, jupe-enveloppe à plis souples. Aux hommes, on a emprunté le pardessus avec de vraies poches, l'imperméable et parfois même le pantalon. Ce qui provoque bien des chuchotements et des récriminations.

Devant ces vêtements parfaitement adaptés à la voiture, le monde traditionnel s'indigne. N'empêche ! Parce qu'ils ne craignent ni la poussière, ni la pluie et parce qu'ils supportent le nettoyage, le pardessus et l'imperméable l'emportent. Comme l'emporte la cloche, si bien adaptée aux coiffures courtes. Et même le serre-tête d'aviateur, qui transforme les élégantes en adeptes de l'archange GUYNEMER.

On aime toujours les bas de soie. Mais pas pour la voiture : là on gaine ses jambes de bas de fil, moins fragiles. On adore les talons hauts, mais la conductrice les abandonne : le pied doit reposer bien à plat sur les pédales. Signe des temps, les modèles des grands couturiers portent des noms qui symbolisent l'émancipation féminine : "Cigarette", "Train Bleu", "Torpedo".

De 1930 à 1939 la silhouette se raccourcit, sous l'influence de la mode tennis, le décolleté dorsal s'accroît à l'image de celui du maillot de bain, le short fait son apparition pour accompagner la bicyclette et le pyjama de plage se répand très vite. La semaine de quarante heures, en libérant le week-end, libère la femme qui inaugure la jupe culotte sur le tandem de l'été 36 (tandem qu'illustre la première scène de "Fric-Frac"). Le pantalon masculin s'introduit peu à peu comme tenue de golf. Les sports influencent les créateurs de mode. Ces derniers, malgré la crise, se multiplient. En 1932, c'est Nina RICCI, en 1933, Robert PIGUET. En 1935, Madame GRES ouvre sa maison Faubourg Saint-Honoré, puis en 1941, au 1 de la rue de la Paix. Sa formation de sculpteur lui permet de triompher dans les drapés. 1937 est l'année de l'ouverture de la maison DESSES qui fermera en 1960 et celle de Cristobal BALENCIAGA qui durera jusqu'en 1968. De toute évidence, la crise n'atteint guère la création et jusqu'au printemps 1940, les couturiers continueront de présenter leurs modèles.

C. Gabrielle CHANEL est l'incarnation de ce double phénomène

Gabrielle CHANEL naît à Saumur le 19 août 1883. Ses parents sont de condition modeste et elle sera élevée dans un orphelinat où elle apprend à coudre et, en particulier, à fabriquer des chapeaux. L'industrie est prospère parce qu'une femme convenable ne saurait "sortir en cheveux".



Après bien des vicissitudes, elle monte à Paris où elle se fait employer comme modiste. Quelques années plus tard, avec l'aide d'un ami, elle ouvre simultanément une boutique de mode à Paris et une autre à Deauville. Dès 1916, elle installe une maison de couture à Biarritz. Avec sa première collection elle lance le jersey, en raison de la pénurie des tissus. En 1921, création du premier parfum Chanel, le fameux "N° 5". Aujourd'hui, le "N° 5" continue sa prestigieuse carrière. Et CHANEL devient chef d'entreprise avec la création de la Société des Parfums Chanel (1924). Quatre ans plus tard, elle s'installe rue Cambon dans un décor d'avant-garde pour l'époque, unissant pureté et unité de style, salon beige et miroirs à profusion. La même année, elle lance le tweed, spécialement tissé pour elle en Ecosse. Puis elle installe un rayon accessoires dans sa maison de couture: les bonnets et écharpes CHANEL connaissent alors une grande vogue. En 1930, Coco signe un contrat avec Samuel Goldwyn pour habiller les stars sous contrat avec la "United Artists". L'année suivante marque l'entrée officielle de la couturière dans le monde du cinéma. Elle crée en effet les robes portées par Gloria Swanson dans *"Ce soir ou jamais"*, création qui sera suivie de beaucoup d'autres. Puis, aidée du comte Etienne de Beaumont et du duc Fulco de Verdura elle ajoute à ses accessoires, déjà nombreux, la fabrication de bijoux fantaisie. A la veille de la Seconde Guerre Mondiale, CHANEL est à l'apogée de sa renommée. Elle emploie près de quatre mille ouvrières et vend un total annuel de 28 000 modèles en Europe, au Moyen-Orient et en Amérique. Puis elle ferme sa maison de couture. Seule restera ouverte pendant l'Occupation, la boutique où parfums et accessoires continueront à être vendus.

De 1954, l'année de son retour, au 10 janvier 1971, date de sa mort, Mademoiselle CHANEL fait prospérer sa maison en lançant le fameux petit tailleur de tweed à galon qui s'impose aux femmes du monde entier parce que sobre, classique et sans âge.

D Mais d'autres "grands" illustrent aussi l'Entre-Deux Guerres

D'abord, de 1921 à 1929: Jeanne LANVIN est à son zénith.

Bien que le marché européen soit à peu près fermé et que les Etats-Unis aient élevé leurs droits de douane à un niveau presque prohibitif, la couture surmonte allègrement la crise. Tant pis s'il est difficile d'exporter, les clientes étrangères font le voyage à Paris.

Lucie LANVIN, nièce de Jeanne, se souvient que la maison compte à cette époque vingt ateliers dont deux de broderie, un pour une lingerie admirable. Ce sont de grands ateliers de trente, quarante ouvrières. LANVIN emploie huit cents personnes sans compter les services de vente et la comptabilité. Quinze mannequins présentent trois cents modèles par collection. Les clientes achètent de trente à quarante toilettes à la fois.

En deux ans, de 1925 à 1927, Jeanne LANVIN a constitué son "empire". Au début de 1927, elle fonde Jeanne LANVIN Société Anonyme, exploitant trois fonds de commerce: Couture-Lingerie-Mode; FOURRURES LANVIN; Tailleurs-Chemisiéristes.

Avec le lancement d'"ARPEGE", Jeanne LANVIN constitue LANVIN PARFUMS, société filiale de JEANNE LANVIN. Mais, en octobre 1929, le Krach de la bourse de Wall Street sonne le glas de la prospérité. Alors Jeanne LANVIN travaille à la promotion de sa griffe en participant aux grandes expositions internationales: Exposition de Bruxelles (1933), défilé du gala de la première traversée du Normandie Paris-New York (1935, plus tard l'Exposition de San Francisco (1939), Exposition de New York (1939).

Autre "Grand" de la Couture, Madeleine VIONNET, considérée comme la couturière type qui "crée le luxe avec ses ciseaux", elle coupe ses modèles sur un

LES ANNÉES FOLLES



Une élégante en 1915,
gravure de Drian pour
la Gazette du Bon
Ton

La première guerre mondiale a provoqué un bouleversement de la société française. Dans le domaine des habitudes vestimentaires, les changements furent particulièrement spectaculaires. Les combattants revenus au foyer étaient à la fois chargés de gloire et intimement marqués par leurs années d'épreuve. Les femmes n'avaient pas toutes travaillé, mais toutes avaient, de gré ou de force, fait l'expérience de l'indépendance ; beaucoup y avaient pris le goût de la liberté, une liberté que leur costume va exprimer.

Le raccourcissement des jupes en 1915, événement pourtant extraordinaire, avait passé presque inaperçu, tant il semblait accordé aux circonstances. Les costumes furent austères, par convenance : coloris ternes, emploi du tissu jersey, style vaguement militaire : les odalisques d'avant guerre ont totalement disparu.

Tailleurs de Paquin,
Lauvin Dœillet, gra-
vure de la Gazette du
Bon Ton 1915



Dans le Paris de l'après-guerre, les rescapés sont d'accord pour oublier le cauchemar. Une liberté nouvelle s'est introduite dans les usages sociaux : une jeune fille sort seule, désormais, et fréquente sans escorte les bars à la mode pour danser au son des jazz-band américains dont on découvre le charme. Le « Bœuf sur le toit » sera le plus célèbre, fréquenté par les personnages les plus en vue, comme Jean Cocteau. Les ballets de Serge de Diaghilew sont toujours en vogue, mais ils ne font plus scandale ; le chorégraphe demande des décors à Picasso et à Fernand Léger, des costumes à Chanel qui lui a prêté de l'argent et assurera plus tard les frais de ses funérailles.

L'année 1925 sera, avec l'exposition des Arts Décoratifs à Paris, l'occasion de connaître les tendances nouvelles qui se manifestent dans tous les domaines, avec cette conséquence remarquable pour la mode que l'opposition des arts majeurs et mineurs a disparu. Des peintres aussi notoires que Raoul Dufy et Sonia Delaunay dessinent des tissus et des modèles de broderie ; une des péniches que Paul Poiret, dont ce fut le dernier feu d'artifice, installa sur la Seine était tendue de toiles peintes de Dufy montrant ses robes.

La Garçonne

Deux livres permettent de comprendre l'ambiance de ces années où tout a changé : « La fin de Chéri » de Colette décrit cruellement l'impossibilité pour un jeune homme gâté d'accepter la disparition du monde où il avait grandi heureux. « La Garçonne » de Paul-Victor Marguerite raconte, en 1922, les multiples et

22
189

mannequin de bois articulé, d'un mètre de haut, posé sur une sellette. Elle rêvait d'être sculpteur et "sculpte" ses robes en biais, dont chaque découpe suit le mouvement du corps.

"Je taille sur une poupée, explique-t-elle : ce fut le premier des mannequins. Celui de la seule couturière dont l'histoire ait retenu le nom : Mlle BERTIN qui faisait circuler chaque année une poupée, vêtue selon sa nouvelle mode".

Etre d'instinct, elle suit ses propres idées, mais en 1925, l'année de l'exposition des Arts Décoratifs, quand elle s'installe avenue Montaigne, LALIQUE, le maître verrier de son époque, décore ses salons en gris Trianon, bleu et blanc. Les meubles et les guéridons présentent déjà des angles arrondis, comme les portes formant des arcs. Des poufs ovales, plus bas que les fauteuils, sont destinés aux vendeuses qui conseillent les clientes, en position de déférence (*"La chair de la Robe"* de Madeleine CHAPSAL - 1989).

MAINBOCHER (MAIN ROUSSEAU BOCHER) représente les Etats-unis dans le foisonnement des couturiers des années 20. Il sert comme brancardier au front et s'installe à Paris pour étudier le chant, augmentant ses revenus de croquis de mode pour les revues américaines, avant de diriger l'édition française de VOGUE. Il s'installe en 1929, Avenue Montaigne. Ses créations, d'une distinction originale et discrète, lui attirent une clientèle cosmopolite. Ses corselets, ses cardigans du soir pailletés, ses carrures et ses robes du soir de crêpe noir à effets transformables séduisent Madame Wallis SIMPSON qui lui commande sa robe de mariée *"Bleu Wallis"* et son trousseau lors de son mariage avec le Roi EDOUARD VIII qui abdique pour elle, en 1936.

Il retourne à New York en 1939 et crée les tenues des auxiliaires de U.S. Navy et de la Croix Rouge. Il est mort en 1982.

Météore dans le ciel parisien, Elsa SCHIAPARELLI réveille par son sens des couleurs fortes et des détails baroques la mode sage des années de crise. Romaine, pétillante et pleine d'esprit, elle a des yeux noirs et une grande bouche rieuse. C'est l'anti-CHANEL. En 1928, SCHIAP lance le pull-over habillé : en soie noire avec un nœud blanc incorporé. Elle sort beaucoup et les rédactrices de mode, comme les acheteuses professionnelles, grimpent les six étages de son atelier de la rue de la Paix ou travaillent quelques réfugiées arméniennes. Des stricts tailleurs noirs et des robes à carrure exagérée deviennent, avec d'extravagants chapeaux, la coqueluche de Paris.

Elle taille des jupes-culottes de tweed pour le golf, une combinaison pour l'aviatrice Amelia EARHART qu'elle lance à New York. Son deux pièces pour le soir devient un uniforme, la veste s'ouvrant sur une robe asymétrique. Elle invente même une demi-jupe détachable et de couleur vive en contraste pour maitresse de maison en panne de domestique.

En 1935, elle s'installe somptueusement dans les salons de Madame CHERUIT, 21, Place Vendôme, tout en continuant de soutenir ses amis de l'avant-garde artistique. Salvador DALI lui dessine des imprimés surréalistes géants. Le joaillier Jean SCHLUMBERGER des boutons extraordinaires et des bijoux. Enfin, Christian BERARD signe le flacon de son parfum "SHOCKING" : un buste de mannequin barré d'un mètre de couturière, du nom de rose fuchsia violent et dur qui est son symbole.

Dans son superbe album "VINGT CINQ ANS D'ELEGANCE A PARIS" (1925-1950), Marcel ROCHAS fixe : "Pour la Mode un point fragile de son histoire" les peintres, dessinateurs et écrivains qui étaient ses amis en évoquent les détails. COLETTE, des souvenirs, Pierre MAC ORLAN, Montparnasse... Parmi les créations de ROCHAS, la longue robe du soir en velours noir, aux épaules élargies de piqué blanc reste en mémoire, transposition des costumes de danseuses de Bali à l'Exposition Coloniale de 1931. On lui doit aussi la guêpière en 1942 et le merveilleux parfum "FEMME" au flacon habillé de dentelle noire.

Irlandais, descendant de huguenots français, Edward MOLYNEUX s'installe rue Royale après avoir été blessé trois fois pendant la guerre et perdu un oeil. Ancien styliste de LUCILE, il en prend le contre-pied, apportant à la mode une réserve britannique de bon aloi. Dans un décor gris, il complète ses modèles de chapeaux, de fourrures, de lingerie et de parfums, dont un "Numéro 5". IL habille avec le même bonheur la belle princesse Marina de GRECE à l'occasion de son mariage avec le Duc de KENT que la pétillante comédienne Gertrude LAWRENCE, partenaire de Noël COWARD. Son tailleur à veste blanche ajustée sur jupe plissée marine, breton de paille porté vers l'avant et gants blancs, a fait le tour du monde comme ses robes du soir, souvent ornées de plumes d'autruche ou de fourrure. A Londres pendant la deuxième guerre mondiale, il préside "*The Incorporated Society of London Fashion Designers*". De retour à Paris, sa vue baissante l'oblige à fermer sa maison. MOLYNEUX se remet alors à la peinture, puis relance une affaire de prêt-à-porter. Il meurt en 1974.

AUGUSTABERNARD, dont la griffe accole nom et prénom, s'est spécialisée dans les robes plissées habillées qui mettent les bijoux en valeur. Provençale,

122 montée à Paris, elle exerce de 1919 à 1934, 3, faubourg Saint-Honoré. MAGGY ROUFF, Madame BESANCON DE WAGNER est la fille de la modéliste de DRECOLL, couturier belge ayant d'abord pignon sur la rue à Vienne. Elle est surtout connue pour ses robes noires drapées à l'araignée et son style typiquement parisien à l'opposé de celui de CHANEL.

Si les Soeurs CALLOT appartiennent d'abord au temps des frou-frous, leur influence se fait sentir sur deux générations. Elles sont trois: Maris CALLOT GERBER, Marthe CALLOT BERTRAND et Regina CALLOT CHANTRELLE montent une affaire de chemisiers et de lingerie à partir de dentelles et rubans anciens en 1895. Madame GERBER est modéliste avec un sens merveilleux des couleurs et des étoffes, adaptant aux parisiennes des robes de style aux évocations persanes, chinoises ou florentines en broderie et dentelles, voire en tissages d'or ou d'argent. On lui doit aussi la mode des ceintures en colliers de chien, d'après les modèles d'HERMES, aux ornements différents pour chaque race à la mode, qu'elle déniche dans les ateliers du célèbre sellier au début des années 30. Avec "JEANNE LANVIN", deux autres maisons sont parvenues jusqu'à nous, ce sont JEAN PATOU et NINA RICCI.

1) JEAN PATOU: les origines, la création

1919: JEAN PATOU, dans les salons de son hôtel particulier de la rue Saint-Florentin, présente la première collection de Haute-Couture qui porte son nom. C'est le succès immédiat qui devient rapidement international et qui décide aussitôt JEAN PATOU à ouvrir un bureau à New York. Les années qui suivent alignent triomphe sur triomphe: en 1925, le séducteur né qu'est Jean PATOU, va tout naturellement vers les parfums; de cette rencontre naissent trois senteurs: "AMOUR AMOUR", "QUE SAIS-JE?", "ADIEU SAGESSE". Dès lors, le tourbillon des créations de Jean PATOU ne s'arrêtera plus; 1929: "LE SIEN" et "MOMENT SUPREME"; 1930: "COCKTAIL DRY", "COCKTAIL SWEET", "COCKTAIL BITTER", "SWEET" et surtout "JOY", le parfum le plus précieux du monde, fait d'essences très rares de rose et de jasmin; 1935: à l'occasion



JEAN PATOU.

de la première traversée transatlantique du célèbre paquebot NORMANDY (1927) il crée le premier produit solaire: "*Huile de CHALDEE*". Jean PATOU sait magnifiquement s'adapter à son époque. Il invente le sportswear, élabore des vêtements de jersey, souples et agréables à porter, dessine des costumes de bain, habille Suzanne LENGLEN, la star féminine du tennis. Petit neveu de Jean PATOU, Jean de MUY n'est pas qu'un héritier: il est aussi un homme de son temps. Pour lui, le développement nécessaire de Jean PATOU va de pair avec l'excellence de produits Haute-Couture et Parfumerie.

Dès 1980, il lance une nouvelle ligne de parfums masculins "*PATOU pour Homme*".

En 1982, il s'assure le contrôle total de toute la distribution et de toutes les créations JEAN PATOU à travers le monde en ouvrant des filiales à Panama, Hong Kong, Milan, Londres, Genève...

En 1984, il décide de rééditer d'anciens parfums, plus de douze sélectionnés parmi les créations depuis 1925.

Cette même année voit la parution d'un grand livre sur Jean PATOU auquel il apporte ses connaissances tant de l'homme que de l'histoire de la Haute-Couture et de la Parfumerie françaises. Soixante-dix ans après sa création, le jeune Président de Jean PATOU résume

l'avenir en deux phrases :

- respect du passé, dans ce qu'il a de meilleur
- réponses aux besoins d'aujourd'hui dans ce qu'ils ont de nécessaire.

1984 est l'année de la réédition de douze parfums parmi les plus prestigieux des créations JEAN PATOU. Les notes d'origine ont été exactement reproduites et présentées dans des flacons inspirés des originaux de Louis SUE. D'un tirage limité, ces rééditions constituent pour les amateurs des fragrances rares et de formes insolites l'occasion de respirer aujourd'hui les senteurs d'une époque placée sous le signe de la séduction, où Jean PATOU entrait dans la légende, de son vivant.

Les stylistes qui succèdent à Jean PATOU, rue Saint Florentin, inventent sans contrainte des collections originales et étonnantes qui conservent à la griffe son aura de prestige et de créativité.

Jusqu'en 1987, la Haute-Couture, créée par Christian LACROIX, un modéliste de trente ans , et présentée deux fois par an, a suscité à chaque fois le même enthousiasme et assure à la mode Jean PATOU , un succès sans cesse croissant. Depuis "JEAN PATOU" ne présente plus de collections et vit de ses parfums. Mais il est toujours sur la liste de nos Grands Couturiers.

2) NINA RICCI

D'origine italienne, Nina Ricci est née à Turin le 14 janvier 1883.

Toute jeune, elle étonne les siens en créant de minuscules chapeaux parés d'accessoires miniatures. Elle commence bientôt un apprentissage de couturière et s'installe à Paris à l'âge de dix-huit ans. Sa carrière de modéliste démarre aussitôt et dès 1910 son exceptionnel talent "d'arc" tecté de la robe'est reconnu de tous. En 1932 elle s'associe avec son fils Robert Ricci et ouvre sa propre



NINA RICCI

Maison de Haute-Couture dans un appartement situé au numéro 20, de la rue des Capucines. Le succès est rapide et sept années plus tard, la plus jeune maison de l'avant-guerre occupe un ensemble de onze étages répartis sur trois immeubles. Les ateliers comptent quatre cent cinquante ouvrières et vingt cinq vendeuses assurent l'accueil de la clientèle.

Madame Nina RICCI développe en effet une conception de la mode tout à fait originale et définit un "*style RICCI*" fait de féminité, de distinction et de charme qui marquera désormais l'esprit de tout ce qui portera la griffe NINA RICCI.

E Evolution des conditions de travail de 1918 à 1936.

Le plus grand changement survenu au vingtième siècle est la fin du travail irrégulier. Les lundis et les mardis de " *paresse*" ne sont plus tolérés par les employeurs. Un certain Denis POULOT dit qu'en 1870, un bon ouvrier qui fait 300 jours par an est très rare ; l'ouvrier moyen travaille entre 200 et 225 jours par an. Au XXème siècle ce laxisme tend à disparaître. Un mécanicien anglais note qu'en 1904, les ouvriers français ont tendance, à se distraire en évitant autant que possible, la dépense, contrairement aux ouvriers anglais à qui les fêtes légales coûtent cher . En effet, Outre-Manche, les loisirs des week-end existent déjà, auxquels s'ajoutent ces fameuses fêtes chômées....

A ce moment-là , la question de la semaine anglaise commence à passionner l'opinion. Après le loi de 1850 qui interdit l'emploi des femmes et des jeunes le samedi après 14 heures, le "*week-end*" commence à se répandre dans la mesure où il est tellement simple de n'employer , ce jour-là, ni femmes, ni hommes. Une autre loi "*The Bank Holiday Act 1871*" institue quatre jours de congé dont trois "*Boxing day*" (lendemain de Noël) Easter Monday (lundi de Pâques) et Whit Monday (Lundi de Pentecôte) étaient en fait respectés. De plus, l'après-midi du samedi est chômé en Angleterre depuis 1876. En France, on le rencontre dès le XIXème siècle, dans le textile et les industries connexes. A Roanne il est dû à un industriel philanthrope qui l'a introduit dans ses usines dès 1879.

En 1906, note Fénelon CIBON il y a 25 à 30 000 ouvrières de la mode. La journée de travail est de 10 heures (9h - 20h). Elles sont nourries à midi par la patronne. En général, les très jeunes vendeuses font aussi office de mannequins. Les loyers étant fort chers, les cousettes travaillent dans des locaux exigus et chôment l'été ("*l'Atelier de MARIE-CLAIRE*" - 1920).

Or, le 11 juin 1917, une loi organise pour les femmes le repos du samedi, dans le vêtement parce qu'elles ont été obligées d'abandonner la couture raffinée pour piquer les lourdes étoffes des militaires. Car c'est grâce à la Première Guerre Mondiale qu'est obtenue sans combat, la journée de huit heures. Déposée le 8 avril 1918 sur le bureau de la Chambre, le projet est adopté le 17 et le 23 par le Sénat. La loi est promulguée le même jour. En 1963, les ouvrières de chez LANVIN ont quinze jours de congés payés soit 4 % d'augmentation.

Journée de huit heures, congé le samedi après-midi et le dimanche : il faut attendre juin 1936 pour que les conditions de travail s'améliorent encore.

Au lendemain des élections, les masses populaires ont le sentiment qu'elles ont gagné. Des grèves éclatent un peu partout, des usines sont occupées. Et la joie règne dans ces usines. Les comités de grève transforment l'attente en une grande fête populaire improvisée. Cette fête exprime un besoin naturel de détente, d'autant plus profond chez les ouvriers de 36 qu'ils ignorent encore les vacances. Aucune résistance chez les patrons : leurs bureaux sont vides. Mieux encore, c'est du patronat que vient l'initiative de négociation avec les ouvriers. Dès le 5 juin, Monsieur LAMBERT-RIBOT, délégué général du Comité des Forges, fait demander à Léon BLUM, par deux intermédiaires, prendre l'initiative d'une rencontre : elle a lieu le 7 juin et aboutit dans la nuit, à la signature par les délégations des patrons et de la CGT, de ce que l'on appelle *"Les Accords Matignon"* où figure la réduction de la semaine de travail à quarante heures, sans diminution des salaires.

L'esprit de juin 36 est avant tout une volonté de libération. C'est ce que marque bien une caricature d'un ouvrier tendant au patron, qu'il rencontre au bord de la mer, une main narquoise : *"Tiens, quel plaisir vous ici..."* Pas d'agressivité chez l'ouvrier ; de la gouaille, de la moquerie, une forme d'esprit à la fois parisienne et populaire. Le Front Populaire est aussi la découverte, par les ouvriers, de la vie au grand air et de la campagne.. Et Léon BLUM le rappelle avec émotion : *"Je ne suis pas sorti souvent de mon cabinet ministériel pendant la durée de mon ministère ; mais, chaque fois que j'en suis sorti, que j'ai traversé la grande banlieue parisienne et que j'ai vu les routes couvertes de théories de "tacots", de motos, de tandems avec des couples d'ouvriers vêtus de pull-overs assortis et qui montraient que l'idée de loisir réveillait chez eux une espèce de coquetterie naturelle et simple, j'avais le sentiment d'avoir, malgré tout, apporté une embellie, une éclaircie dans des vies difficiles, obscures. On ne les avait pas seulement arrachées au cabaret ; on leur*

avait pas seulement donné plus de facilité pour la vie de famille ; mais on leur avait ouvert une perspective d'avenir, on avait créé chez eux un espoir." (Léon BLUM. Intervention du 11 Mars 1942 devant la cour de Riom : "L'Histoire jugera"). Cela dit , retenons les quarante heures chantées par MIREILLE :

*"Lorsque midi résonne,
Samedi, Samedi,
Au bureau plus personne
Fermé jusqu'à lundi
On a mis sur la porte
Avis, Avis,
Aux raseurs de toutes sortes
Fermé jusqu'à Lundi."*

Et Léo LAGRANGE, Ministre des Loisirs, fait construire deux cent cinquante trois stades la seule année 36 . Il crée le "Brevet Sportif" et veut déjà démocratiser le tennis....



Chapitre 5 :

De 1940 à nos jours

La haute-Couture française en 1939, se remet à peine de la crise de 1929. Il devient nécessaire pour réduire les droits de douane exorbitants (100%) qui frappent l'exportation des modèles aux Etats-Unis de ne leur vendre que des toiles patrons. Cela contraint les couturiers à abandonner, en partie, l'exécution des vêtements sur mesure.

La mode 1938-1939 a un faste parfaitement étranger aux difficultés du temps. SCHIAPARELLI émigre aux U.S.A, CHANEL, Madeleine VIONNET et MAINBOCHER ferment leur porte. Les collections ne présentent que des modèles utilitaires : combinaisons destinées à descendre dans les abris, robes d'intérieur douillettes pour parer le manque voir l'absence de chauffage. Quand survient en juin 40 l'invasion allemande, la moitié de la production nationale est réquisitionnée. Les Allemands entendent déplacer la Haute-Couture à Berlin puis à Vienne. Et c'est Lucien LELONG, Président de la Chambre Syndicale et Daniel GORIN, son secrétaire qui arrivent à obtenir de l'occupant une dérogation quant à la restriction des fournitures textiles : 60 % des fournitures textiles consommées par mois en 1938 sont accordées. Cela concernent quatre-vingt cinq maisons que les Allemands font tomber à soixante, avec des collections de soixante-quinze modèles seulement ce qui sauvent 97 % de la main-d'oeuvre. La clientèle est formée essentiellement des épouses et amies des occupants. La Française, quant à elle , doit fournir 15 points de la carte textile pour se fournir librement.

Contre la sinistrose qui sévit partout, l'exubérance de la mode est une réaction de survie. Les chapeaux sont extravagants et les robes du soir somptueuses : la Haute-Couture organise à Lyon en 1942, à l'intention des clientes de la France "bleue" mais aussi des Portugaises, des Espagnoles et des Suisses, une présentation collective des créations des maisons de couture encore en activité.

Les couturiers emploient rayonne et fibranne et l'abondance des ornements ne cache pas la misère des matériaux. La silhouette est naturelle tant le système de minceur se répand . Entre 1940 et 1944 la pénurie aidant, les jupes raccourcissent jusqu'au genou. La taille est à sa place, sanglée dans de larges ceintures formant corselet. Les manteaux sont des redingotes très cintrées ou des pardessus assez vastes pour être remplis de tricotés superposés. Ces tricotés sont le produit de tricotés précédents détricotés, retricotés, de laine de matelas filée et tissée, teinte et reteinte. Les fourrures précieuses n'étant plus importées,

on utilise le mouton, le lapin, la taupe, la chèvre, la fouine et le renard des campagnes. La bicyclette est le moyen de transport le plus employé. Alors, pour l'utiliser, la femme revêt une jupe-culotte ou une jupe portée sur un bloomer. Le pantalon fait une apparition sous forme du pantalon du mari prisonnier, retailé pour madame.

La mode s'impose par le chapeau. Il est inadmissible à l'époque de "*sortir en cheveux*", comme aux premiers temps de notre ère, par modestie. D'énormes, les chapeaux deviennent minuscules en 1940-1941. Les matériaux originaux sont représentés par le chapeau de papier d'Albouy et la toque de copeaux de bois d'Aguès (1941). Le turban renait, la résille et la voilette se maintiennent, la toque tout en hauteur s'accompagne de fleurs, de fruits, de rubans. BALANCIAGA lance le plateau monté sur turban. Les boutons de nacre et corozo sont remplacés par des boutons de céramique émaillée, comme avant-guerre chez SCHIAPARELLI et Jacques HEIM. Le cuir, ayant disparu du marché a fait place à la tapisserie pour les sacs en bandoulières. Le raphia, le tissu, le crin, la paille s'appuient sur des semelles de bois ou de liège, parfois articulées.

Cette exposition présentée au Musée des Arts décoratifs en Avril 1945 circule à travers le monde et s'arrête à Washington où elle honore un musée.

En effet, les matériaux nobles se font rares et l'on utilise le nylon des parachutes pour tailler chemises, chemises de nuit et chemisiers. Le nylon qui révolutionne la fabrication des bas, des maillots de bain à l'exigüité bien connue. Ce sont les "*bikinis*" de chez REARD qui portent le nom d'un atoll du Pacifique où les Américains ont fait exploser leurs bombes après Hiroshima. Mais ces ersatz ont un effet dissuasif sur la femme élégante qui rêve à un retour à la tradition du textile et de la coupe.

Il est évident qu'après six ans de guerre le monde a quelque peu perdu le goût de la grande mode. Daniel GORIN décide avec Paul CALDAGUES de créer une manifestation de prestige destinée à frapper l'opinion et à prouver au Monde que Paris, malgré la guerre, est resté le grand centre de la couture. Grâce à COCTEAU, Christian BERARD, DIGNIMONT, DOUKING, TOUCHAGUES, WAKHEWITCH, BEUAREPAIRE, il monte le Théâtre de la mode. Les premières présentations ont lieu en 1945 au Musée des Arts Décoratifs avec des modèles de tous les grands couturiers de l'époque : Jacques FATH, BALENCIAGA, GIVENCHY, BALMAIN, LELONG. Le succès de cette

manifestation est prodigieuse : on vient de partout pour y assister. Et les Américains reprennent l'habitude de venir à Paris. Le Théâtre de la Mode était constitué par une exposition des poupées à demi-grandeur humaine en treillage habillées par les couturiers et présentées dans des décors signés par les artistes ci-dessus. Cette exposition voyage aux Etats-Unis où elle se trouve encore renouant avec la tradition historique de présenter la mode parisienne sur des poupées.

Le succès encouragea la Chambre Syndicale de la couture à monter un spectacle sur des marionnettes de Jacques CHENAIS, habillées par la Haute-Couture. Daniel GORIN et Paul CALDAGUES décident de transformer ce spectacle en théâtre itinérant, remodelé sans cesse en fonction des modes nouvelles. Abritées au Centre de Documentation du Costume, ces marionnettes seront à nouveau présentées au public en MAI 1990 au Musée des Arts de la Mode.

Quelques jeunes maisons réalisent en partie ce rêve : Jacques FATH fondée en 1937 et Pierre BALMAIN en 1945... Un créneau est à prendre : DIOR le saisit, en compagnie de Marcel BOUSSAC. Et c'est la collection "NEW LOOK" du 12 février 1947, 30, avenue Montaigne. Empruntons à son auteur l'explication de la création et de l'explosion de joie qui m'a suivie : *"Nous sortions d'une époque de guerre, d'uniformes, de femmes soldats aux carrures de boxeurs. Je dessinais des femmes-fleurs, épaules douces, bustes épanouis, tailles fines comme lianes et jupes larges comme corolle"*. Christian DIOR et moi.

C'est Marcel ROCHAS qui, en 1943, invente le bustier, puis en 1945 la guêpière. Mais la profusion de tissus qu'engendre le "New Look" soulève en Grande - Bretagne une indignation générale : leurs restrictions ont duré plus longtemps que les nôtres. Les américains, quant à eux, en raffolent. Invité à Dallas, dès la fin de l'année 1947, Christian DIOR reçoit un oscar de la Mode qui lui est décerné par Neiman MARCUS. Mais Los Angeles et Chicago l'agressent et DIOR dans sa succursale de New-York est bien obligé de diffuser une collection plus "sportive". Bettina ne quitte guère la maison FATH, Cecil BEATON son appareil photo et la femme élégante *"sa guêpière et ses longs jupons"*. Si longs et si évasés que la seconde collection DIOR (1947-1948) ne reçoit pas le succès escompté. C'est l'explosion du "star system" avec Suzy DELAIR, Maria MONTES, Kataharine HEPBURN, et Rita HAYWORTH qui s'habillent chez Jacques FATH. Michèle MORGAN se vêt chez Jean DESSES, Joséphine BAKER

et Hélène PERDRIERE achètent chez Jacques GRIFFE. Plus la mode féminine est sophistiquée, plus la mode masculine devient décontractée : adoption du blouson militaire "USA" et après Jean COCTEAU , au cours d'une soirée à l'Opéra de Paris, du duffel coat, des marins américains. Les beaux textiles reviennent et la production des velours failles, moires, satins redonne à Lyon son éclat d'antan. Le "New Look", née de la réaction contre la guerre, gouverne peu ou prou le monde des élégantes jusqu'aux années 60 où les enfants du baby-boom deviendront des consommateurs exigeant leur propre mode.

Après six ans de guerre, le monde a perdu le goût de la grande mode et Paris s'est trouvé très isolé. Alors pour relancer cette production de luxe Daniel GORIN et Paul CALDAGUES décident de créer une manifestation de prestige. Avec la collaboration d'artistes connus comme : COCTEAU, Christian BERA D, DOUKNY, TOUCHAGUES, WAKHEVITCH, BEAUREPAIRE, ils montent le théâtre de la mode.. Les premières présentations ont lieu en 1945 au Musée des Arts Décoratifs, avec des modèles de Jacques FATH, BALENCIAGA, GWENDY, BALMAIN, LELONG. La mode est alors aux jupes très amples et courtes. Le succès en est prestigieux. Les Américains reprennent l'habitude de venir à PARIS.

L'exposition du théâtre de la Mode consiste aussi en une collection de poupées mannequins en treillage habillées par les couturiers , présentées dans des décors signés par les artistes. Cette exposition parcourt les USA où elle se trouve encore aujourd'hui

Conséquence de la guerre, la tenue favorite demeure le tailleur, si proche des tenues militaires. Il est vrai que les restrictions en matière de textile durent jusqu'en 1946. L'explosion du retour des tissus a permis le New Look. La robe s'allonge. La jupe, large, serrée à la taille est surmontée d'un corsage souple aux manches longues et larges. Le soir, la jupe aux chevilles est encore plus ajustée à la taille d'où le lancement d'une nouvelle forme de corset, la guêpière, laquelle permet aussi le port du bustier. De là, un renouveau d'intensité du commerce des "dessus et des dessous".

Ce rallongement s'explique par le retour à l'opulence et à la féminité. Et puis, à peine sorti du conflit, on n'a pas encore le temps de se créer une mode originale : on en revient aux formes d'antan. Un créneau était à prendre : DIOR l'a pris. Et cela a été "La Collection NEW LOOK du 12 février 1947".

B Les années 50

Avec les années 50 commence une autre mode, plus proche de la réalité de l'époque. La Haute-Couture s'enrichit de nouvelles griffes. Celles d'Antonio CANOVAS DEL CASTILLO, d'abord. Venu d'Espagne, il travaille chez FIGUET, PAQUIN, CHANEL. Il part pour New-York où il entre chez Elisabeth ARDEN. De retour à Paris il s'associe en 1950 avec LANVIN dont le nouveau directeur n'est autre que Daniel GORIN, vice-président de la Chambre Syndicale. En 1963 il fonde sa propre maison qui disparaîtra en 1969.

Hubert de GIVENCHY, né à Beauvais, entre successivement chez Jacques FATH, Robert FIGUET et SCHIAPARELLI. En 1951, il déménage pour l'avenue Georges V et en 1960 crée un département de prêt-à-porter.

Pierre CARDIN, né à Venise, abandonne des études d'architecture pour s'employer chez PAQUIN avec CASTILLO où il réalise les costumes du film de COCTEAU *"La Belle et la Bête"* d'après les dessins de Christian BERARD. Grâce à COCTEAU et à BERARD il fait la connaissance de DIOR qui le prend dans son équipe et il contribue à la création du *"New Look"* en 1947. En 1952, il crée sa propre maison au 118, Faubourg Saint-Honoré. Son succès est foudroyant. Il est le premier à utiliser sa griffe pour de multiples produits : vêtements masculins, parfums, bas, cravates, lingerie, chocolats, restaurant et salle d'exposition.

Ils ont pris la relève des couturiers disparus

Jean PATOU, Marcel ROCHAS, Robert FIGUET, Lucien LELONG, Jacques FATH, Christian DIOR, ...Une seule femme : Jeanne LANVIN. Plusieurs femmes couturières ont vingt cinq ans de métier : Madeleine de RAUCH, Georgette RAYNAL, Madeleine VRAMANT. D'autres sont à la retraite : Maggy ROUFF, Madeleine VIONNET, Germaine LECOMTE, Elsa SCHIAPARELLI, Lucile MAUGUIN.

Cette prodigieuse vitalité de la Haute-Couture parisienne transmet son essor au textile français. Les tisseurs rivalisent de recherche et de création pour emporter le marché de tel ou tel couturier. Le fait d'avoir été retenu par un de ces créateurs lui assure la vente de sa production dans le monde entier. La filature, le tissage, la teinturerie et l'impression françaises connaissent pendant ces

185 années un développement considérable. A l'accroissement du marché intérieur s'ajoute celui de l'exportation.

Les acheteurs et les journalistes ont pris l'habitude de venir deux fois par an à Paris, du monde entier pour assister aux collections. Assister aux collections est un titre de noblesse car les personnes admises sont hyper-sélectionnées. En effet, la copie devient de plus en plus fréquente et il faut lutter contre elle. Une législation spéciale est mise en place ainsi qu'une législation protégeant les mots "Haute-Couture".

Mais que peut-on copier, mis à part le New Look ? En effet, jusque dans les années 60, pas ou peu d'innovations. Le raccourcissement s'accroît jusqu'en 1953 et atteint le tiers supérieur du mollet. DIOR crée, en 1954, la ligne H. On retrouve, en moins étroit, la ligne des années 20 avec une taille plus basse et moins accentuée. La jupe devient étroite et les épaules s'élargissent. Toujours en 1954, un créateur essaie de lancer la robe-sac, ce qui est un fiasco complet. Des stocks considérables d'inventures se retrouvent à tous les stades de la production et de la consommation.

L'image de marque de Jeanne LANVIN est si puissante auprès d'une clientèle privée et commerciale que la maison franchit le cap d'une double succession: celle de Jeanne LANVIN et celle de Marie-Blanche de POLIGNAC.

En 1947, sous la direction artistique de Marie-Blanche de POLIGNAC, LANVIN lance des robes du soir courtes mais recouvertes d'une jupe de mousseline transparente descendant beaucoup plus bas que le genou. Ce rallongement est popularisé par le New Look de DIOR en février qui, lui, sort une collection complètement rallongée. On pourrait peut-être voir dans les jupes longues et larges de ce révolutionnaire la réminiscence d'un goût de jeunesse proche de l'esprit de LANVIN. Dans son livre: *Je suis Couturier*, Christian DIOR évoque LANVIN en ces termes: "Quant au nom de LANVIN il était lié pour moi au souvenir de jeunes filles en robes de style avec lesquelles j'avais dansé

185 mes premiers fox-trot, charleston et shimmy; dans les bals, elles étaient toujours les mieux habillées."

années un développement considérable. A l'accroissement du marché intérieur s'ajoute celui de l'exportation.

Les acheteurs et les journalistes ont repris l'habitude de venir deux fois par an à Paris, du monde entier pour assister aux collections. Assister aux collections est un titre de noblesse car les personnes admises sont hyper-sélectionnées. En effet, la copie devient de plus en plus fréquente et il faut lutter contre elle. Une législation spéciale est mise en place ainsi qu'une législation protégeant les mots "*Haute-Couture*".

Mais que peut-on copier, mis à part le New Look ? En effet, jusque dans les années soixante, pas ou peu d'innovations. Le raccourcissement s'accroît jusqu'en 1953 et atteint le tiers supérieur du mollet. DIOR crée, en 1954 la ligne H. On retrouve, en moins étroit, la ligne des années 20 avec une taille plus basse et moins accentuée. L'année suivante la ligne Y modifie complètement la silhouette. La jupe devient étroite et les épaules s'élargissent. Toujours en 1954, un créateur essaie de lancer la robe-sac ce qui est un fiasco complet. Des stocks considérables d'inventures se retrouvent à tous les stades de la production et de la consommation. En 1956, Coco CHANEL, lance son fameux tailleur de tweed, à galon, porté avec des chaînes dorées, qui s'impose aux femmes du monde entier parce que sobre, classique et sans âge. Jacqueline KENNEDY, la Grande Duchesse du Luxembourg, arborent le petit CHANEL en toutes circonstances.

L'image de marque de Jeanne LANVIN est si puissante auprès d'une clientèle privée et commerciale que la maison franchit le cap d'une double succession : celle de Jeanne LANVIN et celle de Marie-Blanche de POLIGNAC.

En 1947, sous la direction artistique de Marie-Blanche de POLIGNAC, LANVIN lance des robes du soir courtes mais recouvertes d'une jupe de mousseline transparente descendant beaucoup plus bas que le genou. Ce rallongement est popularisé par le New-Look de DIOR en février qui, lui sort une collection complètement rallongée. On pourrait peut-être voir dans les jupes longues et larges de ce révolutionnaire la réminiscence d'un goût de jeunesse proche de l'esprit de LANVIN. Dans son livre : "*Je suis Couturier*" Christian DIOR évoque LANVIN en ces termes : "*Quant au nom de LANVIN il était lié pour moi au souvenir des jeunes filles en robes de style avec lesquelles j'avais dansé mes premiers fox-trot, charleston, et shimmy ; dans les bals elles étaient toujours les mieux habillées*".

Bien que les campagnes de publicité ne soient pas encore instaurées on remarque dans *"VOGUE"* des pages publicitaires des parfums dessinés par Guillaume GILLET. Pendant ce temps-là aux Etats-Unis, M. CURNANT inaugure une politique commerciale efficace. Son ami Bop HOPE parle d'ARPEGE dans ses émissions de télévision.

Grâce au succès d' *"ARPEGE"* les parfums LANVIN accèdent à la publicité télévisée avec ce slogan de CURNANT : *"Promess her anything but give her ARPEGE"* qui a un grand impact sur les Américaines. A tel point qu'un jour une lettre des Etats-Unis adressée à *"ARPEGE Paris"* arrive à destination, Faubourg Saint Honoré. Ce succès demeure le meilleur souvenir d'Yves LANVIN : Il a entraîné et soutenu le développement de LANVIN aux Etats-Unis".

En 1948, *"Cent ans d'élégance française"* s'intitule la manifestation présentée par Jean GAUMONT, mais Jeanne meurt le 14 février, Yves LANVIN qui dirige depuis longtemps LANVIN PARFUMS S.A. prend la tête des différentes sociétés LANVIN. Et Lucie LANVIN, sa femme, devient Président Directeur Général de JEANNE LANVIN COUTURE.

En 1963, LANVIN et CASTILLO se séparent. Jules-François CRAHAY quitte *"NINA RICCI"* où il vient de faire un triomphe, pour la direction artistique de LANVIN COUTURE.

Bernard LANVIN rentre d'un séjour aux Etats-Unis où il a assimilé les méthodes de travail américaines au siège de LANVIN INC, à New-York et en voyageant à travers tout le pays. Sous son impulsion les sociétés LANVIN vont évoluer dans l'esprit de *"management"* américain. Il devient Directeur Général de LANVIN Parfums S.A. et administrateur de Jeanne LANVIN S.A. qui est restructuré cette année-là.

Dans les années suivantes c'est le lancement de la première ligne de parfum pour hommes avec *"Monsieur LANVIN"* et de *"Vétiver LANVIN"*. Suivi de la collection de bloomers présentée par Maryll LANVIN qui fait sensation. Peu à peu la griffe LANVIN s'étend dans le monde entier.

La réédition de la BOULE NOIRE d' *"ARPEGE"* pour son cinquantenaire concrétise cela. A cette occasion, les plus belles robes 1925 brodées et conservées au musée LANVIN sont le clou de la présentation Haute-Couture



ANDRE COURREGES.

Cette référence au passé est une des dernières de l'histoire de la Haute-Couture.

Car le baby-boom de l'après-guerre engendre une clientèle nouvelle et jeune vingt ans après. Soit 1/5 de la population française. Cette clientèle dispose de moyens financiers supérieurs assurés par les parents et voit sa scolarité prolongée jusqu'à seize ans. "Les jeunes", comme on commence à les appeler, sont considérés comme une catégorie à part, avec laquelle il va falloir compter. D'adultes, les créations se font "*teen-agers*".

En même temps, les femmes qui ont obtenu le droit de vote du premier gouvernement de DE GAULLE commencent à revendiquer leur émancipation sur le plan social comme sur le plan sexuel. Elles vont adopter le pantalon à toutes les heures du jour et surtout "*le jean*" afin de ne pas se démarquer des "*jeunes*". Les médias s'en emparent largement et la mode cesse d'apparaître comme le domaine inaccessible des privilégiés de la fortune. Or, la Haute-Couture, prisonnière de son image de marque, ne peut prendre en charge la masse de cette clientèle potentielle, appartenant à tous les milieux. Mais on voit, en 1958, une vedette aussi populaire que Brigitte BARDOT porter, pour son mariage avec Jacques CHARRIER, une robe en vichy rouge et blanc signée Jacques ESTEREL, qui en vendra des millions d'exemplaires en prêt-à-porter dans le monde entier. La Haute-Couture perd le privilège d'être la source unique de création des modes féminines; le nombre des maisons de Haute-Couture tombe à 21 (25 aujourd'hui). Mais c'est l'un des privilèges qui lance la troisième révolution après WORTH et POIRET: il s'agit de COURREGES.

C La bombe COURREGES

André COURREGES a voulu créer la mode de la femme d'action, égale à l'homme et naturelle parce que sans trucage vestimentaire.

Dans cette collection devenue historique du printemps 1965, une coupe structurée, sans pinces, d'un extrême raffinement, donnait aux robes sans manches arrêtées une main au-dessus du genou, une



LA "Bombe" Courrèges.

silhouette insolite. De courtes chaussettes blanches sous de petites bottes à bout carré, des gants blancs courts, des lunettes de plastique façon lapon complétaient l'image d'une jeune sportive. Des pantalons pour toutes les heures du jour étaient présentés en même temps. Cette mode créée à l'image d'une jeunesse conquérante, vingt ans après le baby-boom, présentée dans un style de spectacle jamais employé auparavant mais copié et recopié jusqu'à présent, connut un succès immédiat, car elle venait à son heure.

En 1981, à Los Angeles une compétition internationale sur la vision la plus futuriste de l'an 2000 en créant une combinaison brillante à l'image de la cité du soleil. Les difficultés qu'il rencontre actuellement dues au retard de règlement de ses clients japonais l'ont fait exclure de la famille de la Haute-Couture parce qu'il n'a pas pu présenter, deux fois de suite, des collections. Ces difficultés, espérons-le, trouveront des solutions.

D Deux noms illustrent cette époque

a) Pierre BALMAIN, d'abord

A 7 ans, il décide qu'il sera couturier; c'est en Savoie, en effet, terre de rudes montagnards, qu'avait vu le jour le 18 mai 1914 Pierre BALMAIN. Ce couturier de haute tradition n'était pas né "dans le sérail", bien que ses ancêtres aient été des merciers en gros dont les activités, au siècle dernier, couvraient toute la Savoie.

Parce que sa mère était une jeune femme élégante et qui s'habillait bien, il a voulu, dès 7 ans, être couturier. Les soeurs de sa mère tenaient une boutique de mode. Il habillait des poupées. Mais lorsque , ayant obtenu le baccalauréat de sciences expérimentales, il annonça qu'il voulait aller à Paris, pour faire de la couture, sa mère se récria. Elle ne lui avait pas donné une solide éducation de jeune bourgeois de province pour qu'il fût dans les fanfreluches.

C'était selon Pierre BALMAIN, *"une sorte de matrone romaine. Elle m'a élevé avec plus de rigueur que ne l'aurait fait mon père, mort quand j'avais 7 ans."*

Il choisit le biais de l'Ecole des Beaux-Arts et des études d'architecture pour *"monter à Paris"*. Il ne passa jamais ses diplômes. A 20 ans, il entra comme modéliste chez MOLYNEUX, alors en pleine gloire, huit jours avant le mariage du siècle : celui de Marina de GRECE avec le Duc de KENT. Tout le Gotha avait commandé des toilettes somptueuses chez le *"Captain"*. Il resta cinq ans rue Royale avant de passer chez Lucien LELONG. C'était en 1939. Il participa donc à la dernière collection présentée quelques jours avant la déclaration de la guerre.

Pour l'une de ses collections haute-couture, dans les années 60 il avait lancé l'expression *"JOLIE MADAME"* qui devint d'ailleurs le nom de son plus célèbre parfum. Il tentait vainement depuis de s'en débarrasser, estimant qu'elle ne reflétait plus son image, mais celle d'un moment de sa mode. Il avait évolué depuis et pouvait même être considéré comme l'un des créateurs les plus jeunes par certaines de ses audaces. Ses derniers man-teaux d'astrakan swakara, par exemple, *"c'étaient des paletots de demi-saison incrustés de jours Venise. Ils avaient obtenu un énorme succès avant d'être copiés un peu partout."*

Autant que sa franchise un peu brutale, ses boutades étaient célèbres. Au cours d'une émission télévisée qui le mettait face à face (pour parler élégance et création) avec son voisin, le couturier André COURREGES, il s'était écrié en voyant arriver celui-ci en salopette rose et blanche : "Tiens, la SHELL a changé la tenue de ses pompistes".

Sa devise était : *"De la rigueur, toujours de la rigueur"*. *"La classe d'un créateur s'affirme au départ, disait-il et elle demeure. On descend parfois, on ne monte jamais"*. Il fut et demeure un des tout premiers.

Christian DIOR est né à Granville en 1905. Fils d'un industriel, diplômé de l'Ecole Libre des Sciences Politiques, il s'oriente vers la diplomatie quand la crise de 1929 provoque la ruine de sa famille. Il monte alors une galerie de tableaux où il expose les oeuvres de Max Jacob, d'Eugène Bernan et de Christian Bérard. Il devient ensuite dessinateur pour les maisons AGNES et SCHIAPARELLI, puis modéliste chez PIGUET. En 1945, il est engagé par Lucien LELONG et, en 1947, soutenu financièrement par Marcel Bous-sac, il fonde sa propre maison 30, avenue Montaigne à Paris. Par réaction contre la mode que les restrictions avaient imposée pendant la guerre, il lance, comme nous l'avons vu, le "New Look" dont le succès est immense. Pendant dix-neuf ans, l'allure générale de la femme s'est accompagnée chez lui d'accessoires raffinés et de broderies superbes, créations que permettait à DIOR le support d'un énorme capital financier.

En 1948, il fonde une succursale à New York et en 1953 une autre à Caracas. Il meurt en Italie, à Montecatini, le 23 octobre 1957.

E Le Musée de la Mode

Pour laisser à jamais un souvenir de leurs créations, les grands couturiers, sous la houlette de Jack LANG, contribuent aux expositions du Musée des Arts et la Mode, inauguré le 27 Janvier 1986 au Pavillon de Marsan, dans les deux derniers étages de cet édifice avec l'aide d'Edmonde CHARLES-ROUX, le travail d'Yvonne DESLANDRES et Madame GAST. Le Musée National de la Mode est situé dans le Pavillon de Marsan, selon la décision du Ministre de la Culture, en Mars 1982, JACK LANG. "Notre inspiration, explique Daniel JANICOT, délégué général de l'Union Centrale des Arts Décoratifs, vient du "Metropolitan Museum of Art" et du "Fashion Institute of Technology", tous deux de New York. Daniel Kohane, architecte en chef des bâtiments civils et palais nationaux, est responsable de la construction des neufs niveaux du musée, Jacques GRANGE de la décoration intérieure où les pierres de l'Ile de France s'appuient sur les sols, d'escaliers gris et blancs, les parties métalliques étant brun rouille. La partie supérieure est seule achevée. Ce musée unique au monde par sa qualité devait loger l'Institut Universitaire du Costume³

A coté des expositions, un laboratoire d'entretien scientifique des vêtements travaille sur des bases similaires à celles des ateliers de restauration de tableaux du Louvre que le grand public a pu connaître grâce aux émissions télévisées de Madeleine HOURS. Une typologie de classement est créée pour l'identification des costumes..

Pour l'inauguration du Musée, Edmonde CHARLES-ROUX, écrivain et commissaire, pour l'heure, des *"Moments de Mode"* a eu l'heureuse initiative de faire appel au metteur en scène Alfredo ARIAS qui a mis en mouvement des robes historiques allant de la fin du XVIIème siècle à 1940.

Complètement réaménagé, le pavillon comprend neuf étages. Selon une conception nouvelle, déjà appliquée au Musée New-Yorkais GUGGENHEIM et au musée des Beaux-Arts d'Orléans., la visite s'opère de haut en bas. Un ascenseur élève le visiteur au sommet de l'édifice où sont exposés des costumes et accessoires du XVIIème siècle d'où il descendra par degrés au XIXè puis au XXè siècle.

Le conservateur Yvonne DESLANDRES, était la meilleure spécialiste française de l'histoire du costume. Fille d'un conservateur de la Bibliothèque de l'Arsenal, chartiste, elle appartient à une vieille famille française du faubourg Saint-Germain. Nommée *"déléguée générale de l'UFAC (Union Française des Arts et du Costume)"* en 1948, Yvonne DESLANDRES a cherché, conservé, étudié les vêtements. Depuis, elle a rassemblé la plus surprenante collection de costumes aujourd'hui réunie. Longtemps elle a été *"le juif errant de la Mode"* voyageant avec ses malles de cave en grenier tout à tour aux archives de Paubas, à l'Hotel de Lauzun ou dans un local sous l'Ecole Supérieure des Industries du Vêtement, plus tard dans les combles du Musée Nissim de Camondo. Enfin, elle a trouvé refuge au Musée des Arts Décoratifs avec ses neuf mille tenues, ses trente-deux mille accessoires, des chaussures, des chapeaux, couvrant trois siècles d'Histoire.

Elle a assisté à toutes les présentations de Haute-Couture, a scruté le détail, l'imprimé, la couleur dont elle a cherché à garder la trace. Elle a évoqué ceux venus lui demander conseil *"les trois grands"* de la Haute-Couture Française : WORTH, POIRET, COURREGES et a pu terminer, d'ailleurs, un bel album sur Paul POIRET avant de s'éteindre le 14 Décembre 1986.

En conclusion la Haute-Couture Française est née il y a cent trente ans, s'est développée et diversifiée malgré les drames de l'histoire : premier conflit

mondial, crise de 1929, seconde guerre mondiale, a conquis la monde entier avec une géographie différente de la clientèle, car aux riches américaines et européennes ont succédé les japonnaises et les Epouses de Emirs du Golfe.

Le vêtement est devenu costume quand il s'est mis à se transformer dans l'espace, demeurant inchangé dans le temps, comme la "coutume" dont il a la même étymologie. Le costume est devenu mode quand il a varié et dans l'espace et dans le temps. La société bourgeoise qui a pris le pouvoir en 1789 a engendré un système de mode tout à fait particulier et unique dans l'histoire qui s'est concrétisé dans le phénomène "Haute-Couture". La Bourgeoisie entend se démarquer très vite de la classe populaire sur laquelle elle s'est appuyée et boude la mode confection. Elle veut imiter la classe noble et cherche un habillement coûteux qui soit inaccessible aux autres et c'est la couture-crédation, autrement dit "la Haute-Couture". Elle s'implante à Paris, dans le VIIIème arrondissement pour des raisons historiques et s'y maintient malgré la concurrence d'autres villes et d'autres types de création : celles de l'Italie en particulier.

Notes du chapitre 5

En octobre 1944, le mois où les sociétés de bienfaisance représentées par l'Entraide française demandèrent à la Chambre Syndicale de la Couture parisienne d'imaginer une manifestation qui récolterait de l'argent à leur profit, il semblait qu'un retour à la normale fût possible. C'est la première semaine d'octobre que les grandes maisons de couture organisèrent leur traditionnelle présentation de mode de la saison. Selon les termes du communiqué de la Chambre Syndicale, *"préparées au milieu de difficultés matérielles incroyables, ces collections nouvelles qui comportent un nombre réduit de modèles sont le résultat d'un immense effort collectif et traduisent la volonté de la Couture parisienne d'ouvrir la voie à une reprise rapide de l'économie nationale"*. Le 11 octobre, "LE FIGARO" donnait un calendrier de trente-cinq collections...

Cependant, l'arrivée de l'automne, avec ses jours plus courts et l'approche de l'hiver, firent brusquement comprendre aux Français qu'ils n'en avaient pas fini avec les privations. *"Blocage des tissus, les rayons de marchandises sont dégarnis ; rien à vendre malgré points ou bons"*, avertissaient les journaux. *"Les fabricants ne fabriquent plus. Ceux qui ont des tissus attendent la dévaluation pour les mettre en circulation - à moins qu'on ne les y oblige..."* (L'Aube, 19-20 novembre 1944). Paris.

L'automne et l'hiver qui suivirent la libération de Paris - les mois au cours desquels fut conçu et élaboré le Théâtre de la Mode - furent de bien des façons les plus durs de toute la guerre : le froid fut terrible et le rationnement cruel. Aux premiers jours de décembre 1944, la pénurie vestimentaire était toujours dramatique. Ne pourrait-on pas, demandait au gouvernement "L'AUBE" du 2 décembre, réintroduire les produits de base qui permettraient d'avoir de nouveau les bas, les chaussettes et les mouchoirs dont on avait tant besoin ? Une bonne nouvelle survint alors des

traditionnels fournisseurs anglais de laines coloniales : de grandes quantités de cette matière précieuse étaient promises à la France. *"Voici quatre ans qu'aucun Français ne peut acheter du linge neuf"*, protestait *"LE FIGARO"* du 6 décembre, prophétisant que, bientôt, les Français seraient nus. Une autre bonne nouvelle arriva pour Noël : on allait avoir du fil à coudre ! Deux tickets de rationnement pouvaient s'échanger contre 2 grammes de soie, ou 6 grammes d'une autre matière. Pourtant, comme l'annonçaient sans ambages les journaux, il allait falloir vivre cet hiver *"sans charbon, sans bois, sans gaz, sans électricité, sans chaussures et sans vêtements"* (*LE FIGARO*, 30 décembre).

"Qui l'eût cru ? Ce sixième hiver de guerre, dans la capitale libérée, est le plus dur de tous pour les Parisiens : ni charbon, ni bois, avec un froid exceptionnel et des tourmentes de neige." Bloquée chez elle, COLETTE écrivait : *"Je brûle ce qui me reste et vis sous les couvertures, avec une boule."*

Nous disposons aussi du témoignage de Simone de BEAUVOIR qui, avec Jean-Paul SARTRE, observait que *"matériellement la situation avait empiré depuis l'année passée"*. Quand il commença à faire vraiment froid, SARTRE s'emmitoufla dans une vieille canadienne qui perdait ses poils, tandis que Simone de BEAUVOIR rachetait à un camarade de captivité de SARTRE un manteau en peau de lapin : hormis un tailleur qu'elle gardait pour les grandes occasions, il ne lui restait que de très vieux vêtements, et elle continuait à porter des souliers à semelles de bois. La crise, constataient-ils, affectait même la production littéraire et artistique.

Il y avait tout de même des élans d'optimisme. Le 21 janvier, on annonça que de grandes quantités de coton étaient en route du Tchad et que les moulins anglais s'engageaient à accroître leur aide. Avant la fin du mois, des tickets furent validés pour 6 grammes de fil à coudre.

La presse de mode, de son côté, connaissait un début de renouveau. Au début de 1945, avec un numéro 276, daté de janvier-février, *"L'OFFICIEL DE LA COUTURE"* reparut. Le numéro 275 datait d'août 1944, avant la Libération ; *"L'OFFICIEL"*, en effet, n'avait pas interrompu sa publication pendant les mois suivant le débarquement allié en Normandie. Maintenant que la guerre était repoussée en territoire ennemi, il y était à peine fait allusion : les lecteurs allaient devoir attendre juillet-août 1945 pour y trouver la moindre référence aux difficultés matérielles. Comme le proclamait l'éditorial d'octobre, il fallait garder le sourire dans les moments difficiles. Pour plus de détails, on devait se tourner vers les comptes-rendus américains des activités de la mode française. Dans son premier article sur les styles parisiens depuis la défaite de la France, la revue américaine *"VOGUE"* observait, le 15 octobre 1944 : *"Alors que les vêtements confectionnés pendant l'occupation allemande étaient conçus par les divers couturiers dans un esprit délibérément fantasque et exagéré, afin de narguer les Allemands, Paris se sent à nouveau engagé dans la guerre, maintenant. Naguère, toute économie de matière ou de travail profitait exclusivement aux Allemands. Tout a changé désormais ..."* Dans un message à *"VOGUE"*, le 15 novembre 1944, Lucien LELONG, en tant que président de l'Association des industriels de la mode, décrivit les restrictions que les créations subissaient (quarante modèles par collection au lieu de cent cinquante ; la moitié seulement des modèles en tissu contenant 30 % de laine ; une limitation très stricte de la quantité d'étoffe allouée pour chaque robe, tailleur ou manteau). Le numéro de *"VOGUE"* daté du 15 janvier 1945 présentait la Parisienne bien habillée, avec une bicyclette, expliquant : *"Lorsqu'on va dîner chez des amis à Paris, on y va en métro ou à bicyclette, et l'on apporte habituellement une partie du repas..."*

Au début de mars 1945, tandis que les costumes, les mannequins et les décors du Théâtre de la Mode recevaient la dernière touche fébrile dans les divers studios et ateliers dispersés dans Paris, le général de GAULLE vint présenter à

l'Assemblée consultative le compte-rendu de ses six premiers mois au pouvoir. " Le brouillard se déchire à peine", déclara-t-il franchement. En effet la guerre se poursuivait. Quand le Théâtre de la Mode ouvrit ses portes en mars 1945, six armées alliées continuaient d'avancer jusqu'au cœur de l'Allemagne ; il en résulta la libération des prisonniers de guerre et des jeunes Français qui travaillaient dans les usines allemandes. En avril, ce fut le tour des déportés, et la France découvrit les profondeurs de l'enfer des camps de concentration, révélation qui allait rouvrir des blessures à peine cicatrisées, ravivant l'ardeur des poursuites contre les citoyens accusés de collaboration avec l'ennemi. La guerre signifiait aussi, pour l'industrie vestimentaire, la fourniture de deux millions et demi d'uniformes... (L'AUORE).

Le jour même de l'inauguration du Théâtre de la Mode, Paul LEAUTAUD nota dans son journal une expérience personnelle déplaisante. Il avait rendez-vous avec la couturière d'une dame amie et apportait avec lui un coupon d'étoffe que lui avait offert Florence GOULD, riche héritière américaine (ce n'était pas la bonne qualité d'avant-guerre, mais un mélange de laine et de coton). La couturière ne pouvant rien pour lui, il alla trouver un tailleur de la rue de Grenelle, qui lui avait déjà confectionné le manteau qu'il portait, désormais *"usé jusqu'à la corde et plein de trous d'usure"*. Pouvait-on faire un manteau du cadeau de Madame GOULD ? Le tailleur fit observer que le coupon n'était pas tout ; il fallait aussi de la toile, des boutons, de la doublure... LEAUTAUD avait-il tout cela aussi ? Non, bien sûr. Combien lui en coûterait-il, travail et fournitures compris ? Quatre mille francs. LEAUTAUD rempaqueta son tissu et remercia. Il avait déjà bien assez de mal à acheter de quoi se nourrir. Il ferait mettre des pièces à son vieux manteau, même si la couleur n'était pas parfaitement assortie.

Nous savons aujourd'hui une chose que les organisateurs du Théâtre de la Mode ne pouvaient pas savoir lorsqu'ils fixèrent leurs dates : leur exposition, - qui devait initialement s'achever à Paris le 6 mai - allait en fin de compte être prolongée au-delà de la fin de la guerre en Europe.

