

Titre : Exposition internationale de Saint Louis (U.S.A) 1904. Section française. Rapport du
Groupe 61 [Accessoires du vêtement]

Auteur : Exposition universelle. 1904. Saint Louis

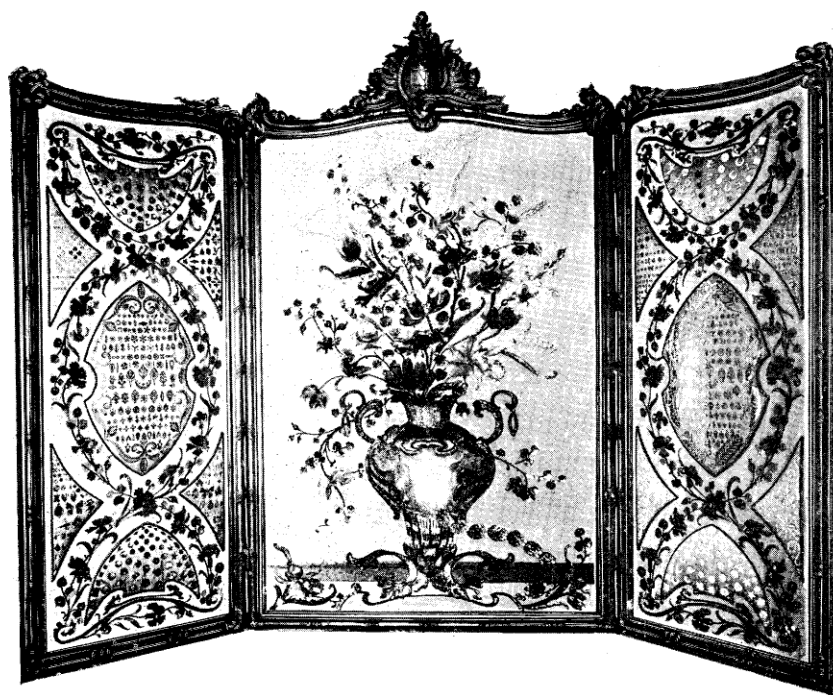
Mots-clés : Exposition internationale (1904 ; Saint Louis, Mo.)Vêtements*Accessoires*1900-1945

Description : 200 p. ; 29 cm

Adresse : Paris : Comité français des expositions à l'étranger, 1905

Cote de l'exemplaire : 8 XAE 615-2

URL permanente : <http://cnum.cnam.fr/redir?8XAE615.2>



Paravent entièrement brodé de paillettes, nacre, gélatine et métal, formé par 300 nuances environ et représentant 8.000 heures de travail.

8° Lar 615-2

MINISTÈRE DU COMMERCE, DE L'INDUSTRIE
DES POSTES ET TÉLÉGRAPHES



EXPOSITION INTERNATIONALE

DE

SAINT-LOUIS U.S.A.

1904



SECTION FRANÇAISE



RAPPORT
DU
GROUPE 61



EUGÈNE MERMILLIOD

RAPPORTEUR

PRÉSIDENT DE LA CHAMBRE SYNDICALE DES FABRICANTS

DE CHAPELLERIE POUR DAMES

SECRÉTAIRE DE L'ALLIANCE SYNDICALE DU COMMERCE ET DE L'INDUSTRIE



PARIS

COMITÉ FRANÇAIS DES EXPOSITIONS À L'ÉTRANGER

Bourse de Commerce, rue du Louvre

1905

M. VERMOT, ÉDITEUR

AVANT-PROPOS

E Comité d'installation du Groupe 61, dans sa séance du 13 avril 1904, a bien voulu me désigner à l'unanimité au choix de M. le Délégué de la République française pour remplir les fonctions de rapporteur. M. le Délégué de la République française m'ayant fait le grand honneur de ratifier ce choix en me nommant Rapporteur du jury, je viens m'acquitter, aujourd'hui, de la mission qui m'a été confiée.

Le Groupe 61, à l'Exposition de Saint-Louis, comprenait 10 Classes représentant les diverses industries qui produisent les accessoires du vêtement.

La grande variété de ces industries, leur importance, leurs progrès incessants, dus au double aiguillon de la concurrence et de la mode, demanderaient un travail de plusieurs années à qui voudrait entrer dans les détails de leur fonctionnement.

La plus grande difficulté de ma tâche, au moment où je vais l'aborder, m'apparaît dans le choix des éléments que j'ai réunis pour me préparer à l'accomplir. La lecture des rapports antérieurs, véritables monuments d'érudition et de compétence industrielle qui consacrent le souvenir des Expositions de 1889 et de 1900 à Paris, de 1893 à Chicago, de 1901 à Glasgow, pour ne parler que des plus

récents, m'inspire une grande défiance de mes forces et une grande crainte de répéter, avec beaucoup moins de compétence et de talent, ce que mes illustres devanciers ont dit avant moi.

Je m'attacherai donc à éviter, autant qu'il me sera possible, une comparaison qui tournerait trop à mon désavantage. Une seule ambition me guide : celle de répondre à la confiance que mes collègues ont mise en moi, en exposant, simplement et clairement, l'effort réalisé à l'Exposition de St-Louis par les industries françaises du Groupe 61.

Je montrerai l'œuvre des Comités d'admission et d'installation ; je suivrai la marche de leurs travaux ; j'enregistrerai leurs succès dans le recrutement des exposants et dans l'organisation du Groupe.

Je décrirai le cadre imposant que l'Administration américaine avait préparé pour recevoir les objets exposés ; je dirai la belle ordonnance de notre Groupe, l'harmonie de sa décoration, la variété et l'imprévu du coup d'œil qu'il offrait au visiteur.

Je saluerai, enfin, les lauréats de ce concours pacifique où toutes les nations étaient venues se disputer les récompenses et où la France, et particulièrement notre Groupe, a fait une si riche moisson.

L'étude des travaux du Jury des récompenses m'amènera à montrer en face de la France les pays étrangers, ses rivaux, qui n'avaient pas tous fait, tant s'en faut, les mêmes efforts qu'elle-même, mais dont les produits méritent toujours notre attention.

J'attacherai une importance spéciale aux Expositions des Etats-Unis, et je parlerai aussi des choses si intéressantes et si nouvelles pour les Français qu'il m'a été donné d'y voir à côté de l'Exposition. J'ai eu, en effet, la bonne fortune de pouvoir visiter de nombreux établissements industriels et commerciaux pendant les six semaines que j'ai passées aux Etats-Unis. J'espère que le récit très simple de ce que j'ai vu formera un des chapitres les plus attrayants de ce rapport, qui est dédié aux hommes d'affaires. Ce sera une leçon de choses, valant surtout par son exactitude, et dont chacun pourra tirer pour son édification personnelle les conclusions que son expérience lui dictera.

Bien téméraire serait celui qui voudrait, en effet, établir un parallèle entre les affaires de France et d'Amérique et entre les hommes qui les dirigent dans ces deux pays. Ce serait tenter de comparer des choses qui n'ont pas de commune mesure et des hommes qui n'ont ni les mêmes hérédités, ni le même tempérament, ni la même éducation, ni la même mentalité.

La distance qui nous sépare de ce grand peuple est plus grande que ne pourraient le faire supposer les quelques tours d'hélice qui suffisent maintenant à nous mettre en contact avec lui. Nous pouvons l'approcher, nous ne le pénétrons pas. Sa force d'absorption est si grande que les éléments Européens qui s'incorporent à lui, chaque jour, par l'émigration, se dissolvent pour ainsi dire en touchant son sol.

Tous nos compatriotes qui ont fait le voyage de Saint-Louis n'ont-ils pas été frappés, comme je l'ai été moi-même, de ne plus trouver aucun vestige de l'occupation française dans cette Louisiane dont l'Exposition commémorait la cession par la France aux Etats-Unis d'Amérique? Je me suis laissé dire qu'au bout de deux générations les fils d'Allemands émigrés aux Etats-Unis ne connaissent même plus la langue de leur pays natal. L'activité dévorante de ce peuple entraîne dans son tourbillon tout ce qui est à sa portée. C'est le gigantesque creuset où viennent se fondre et s'amalgamer les énergies de l'Ancien et du Nouveau-Monde pour former le métal dur, froid et brillant qu'est le caractère américain.

L'étude de l'âme américaine n'est pas de mon ressort et je m'en félicite, car ceux qui l'ont tentée dans la littérature française contemporaine, se sont fait dans la société américaine, et particulièrement dans la société féminine, de beaucoup la plus cultivée, d'implacables ennemis. Quand je parle du caractère américain, j'entends surtout sa volonté agissante et son aptitude aux affaires; c'est sur ces manifestations qu'il convient de le juger.

L'Exposition de Saint-Louis est une de ces grandioses manifestations où s'affirment les principales qualités de ce peuple et aussi, faut-il le dire, quelques-uns de ses défauts. Au premier rang de ces qualités brillent une admirable audace dans la conception de l'œuvre à accomplir et une persévérance opiniâtre dans son exécution.

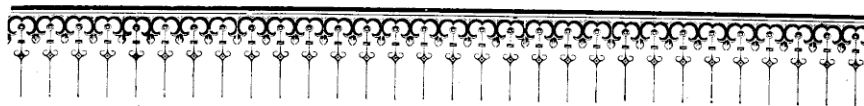
Il faut noter, ici, que la décentralisation qui est la base politique du gouvernement américain, imprime à cette Exposition un caractère particulier. Ce n'est pas une Exposition nationale, bien que tous les Etats aient souscrit des subventions importantes: c'est avant tout l'Exposition de l'Etat de Missouri et plus spécialement celle de la ville de Saint-Louis, qui veut disputer à Chicago le sceptre de la souveraineté commerciale sur l'Ouest et le Sud américains. Cette distinction est nécessaire à établir pour expliquer l'abstention et l'indifférence non exempte d'hostilité de la majorité des Etats de l'Est et de leurs industries.

Le succès de l'Exposition de Saint-Louis n'en a pas été moins éclatant, car les ressources de ce pays sont telles, que le luxe déployé dans leurs stands par les maisons Américaines participant à l'Exposition compensait largement dans toutes les branches de l'industrie les abstentions qui, dans tout autre pays, n'auraient pu passer inaperçues.



PREMIÈRE PARTIE

COMITÉ D'ADMISSION & D'INSTALLATION



PREMIÈRE PARTIE

COMITÉ D'ADMISSION

 L'EXPOSITION devait ouvrir ses portes le 1^{er} mai 1903, date commémorative du centenaire de la cession de la Louisiane. L'ampleur des conceptions architecturales, les difficultés inhérentes au sol et au climat obligèrent les organisateurs à en différer d'une année l'inauguration. Ce délai fut très profitable à la participation française. Nos industriels, en effet, qui venaient de faire un effort considérable, et auxquels le Comité français des Expositions à l'Etranger faisait un nouvel appel, accueillirent avec une sorte de soulagement le délai d'une année qui allait leur permettre de reprendre haleine, et de se préparer à la lutte pacifique à laquelle ils étaient conviés.

Le 18 février 1903, une décision ministérielle nommait les membres du Comité d'admission.

Le 5 mars 1903, ce Comité prenait séance à la Bourse de Commerce sous la présidence de M. Emile DUPONT, président de la Section française, pour élire son bureau. Avant l'ouverture du scrutin pour cette élection, une motion préjudicielle fut déposée pour obtenir la nomination de cinq vice-présidents et de cinq secrétaires. L'importance et la variété des industries représentées dans le Groupe 61 exigeaient, en effet, ce nombre de postes afin de pouvoir donner satisfaction à toutes ces industries dans la composition du bureau. Cette motion ayant été agréée par le président et ses assesseurs, la

liste suivante, arrêtée d'un commun accord entre les membres du Comité, fut mise aux voix et élue au premier tour de scrutin :

<i>Président.</i>	M. Emile DEHESDIN, lingerie.
<i>Vice-Présidents</i>	MM. ANGLADE, boutons.
—	CHABANNE, cheveux.
—	CHARLES jeune, modes.
—	MAUCHAUFFÉE, bonneterie.
—	Jérôme SCHORESTÈNE, chapellerie.
<i>Secrétaires</i>	MM. BLEUM, lingerie.
—	CHEVREAU, tissus élastiques.
—	MERMILLIOD, chapellerie.
—	PICARD, corsets.
—	VILLEMINOT, bonneterie.
<i>Trésorier.</i>	M. VIMONT, lingerie.

C'est également dans cette première séance que M. le président de la Section française, ayant sollicité le concours du Groupe pour la constitution du capital de garantie de l'Exposition, trente-cinq parts de mille francs furent immédiatement souscrites par les membres présents.

La première réunion du Comité d'admission eut lieu le 18 mars 1903, au siège de l'Association des tissus et matières textiles où le Groupe élut domicile pour toute la durée de ses travaux.

Le bureau entra en fonctions dans cette séance qui fut marquée par plusieurs décisions importantes.

Tout d'abord le Comité décide d'appuyer très chaleureusement les démarches faites par plusieurs fabricants de gants et de chaussures pour exposer dans le Groupe 61. Ces deux industries avaient été classées, en effet, à Saint-Louis dans le Groupe 60 (Cuir et peaux), tandis que dans toutes les Expositions antérieures elles dépendaient des accessoires du vêtement où il semble bien que la logique doive les ranger définitivement. Disons de suite que cette protestation fut vaine, car l'administration de la Section française avait dû accepter la classification officielle de l'administration américaine, mais elle témoigne du moins de la mutuelle sympathie qui unit les fabricants de chaussures et de gants à leurs confrères des accessoires du vêtement.

Désireux de remplir au plus vite sa mission, qui était de recruter des exposants, le comité élabora une circulaire, qui fut adressée par

les secrétaires à tous les industriels susceptibles de prendre part à l'Exposition de Saint-Louis. Pour augmenter l'efficacité de cette circulaire, il fut décidé qu'elle serait corroborée par des démarches que les membres du Comité feraient dans leurs relations personnelles. Il ne faudrait pas oublier, en effet, que l'œuvre des Comités d'admission était assez ardue et qu'au moment où ils ont inauguré leurs travaux, le recrutement des exposants offrait de sérieuses difficultés.

Comme je l'ai dit plus haut, les industriels étaient à peine remis de l'effort fait par eux en 1900 ; depuis cette époque, beaucoup d'entre eux avaient été à Glasgow et à Hanoï et ne demandaient qu'à se reposer sur leurs lauriers. La situation de notre Groupe était peut-être plus défavorable que beaucoup d'autres, car parmi les quinze industries qui le composent, trois ou quatre à peine exportent régulièrement aux États-Unis, et encore ces quelques privilégiés voient-ils leurs affaires diminuer sans cesse sur ce marché. Pour la grande majorité des exposants il n'y avait qu'un intérêt commercial très secondaire et il était permis de se demander si l'unique souci de défendre le pavillon français serait assez puissant pour entraîner un nombre suffisant d'exposants à la suite des membres du Comité qui avaient pris, dès le début, l'engagement d'exposer.

M. le président DERESDIN comprit de suite, avec sa grande expérience des hommes, dont il nous donna tant de preuves au cours de ces travaux, que pour arriver à un brillant résultat il fallait faire appel à toutes les initiatives, diviser la besogne pour créer des responsabilités.

Prenant en main la classification officielle du Groupe 61 il fit décider que des sous-commissions correspondant aux classes comprises dans ce Groupe, s'occuperaient chacune séparément de leurs exposants. Ce fut une excellente idée, féconde en résultats, car, par la force même des choses et le jeu des tempéraments, il s'établit une sorte d'émulation entre ces sous-commissions dont les présidents eurent à cœur de réunir le plus grand nombre d'exposants et de couvrir la plus grande surface.

Voici quelle fut la composition de ces sous-commissions, par classes :

Classe 383. — CHAPELLERIE

MM. J. SCHORESTÈNE, *président*; MERMILLIOD, *secrétaire*.

Membres : MM. DELION, LANGENHAGEN (Octave de), Emile et Lucien LIAUD, PEYRACHE, Jacques SCHORESTÈNE.

Classe 384. — MODE-CHEVEUX

MM. CHARLES jeune, CHABANNE, *présidents*; MERMILLIOD, *secrétaire*.

Membres: MM. BROSSARD, CHANDELET, DENIS, MYRTIL-MAYER, TAFFONNEAU, HENRY.

Classe 385. — LINGERIE

MM. Emile DEHESDIN, *président*; L. BLUM, *secrétaire*.

Membres: MM. G. DEHESDIN, LUCET, VIMONT, LEONARD.

Classe 386. — BONNETERIE

MM. MAUCHAUFFER, *président*; VILLEMINOT, *secrétaire*.

Membres: MM. BLAIS-MOUSERON, BRUN, SAVOURE, VERDIER.

Classe 387. — CORSETS

MM. Emile DEHESDIN, *président*; Hubert PICARD, *secrétaire*.

Membres: MM. LIBRON, LEPRINCE, AD. LEVY.

Classe 388. — TISSUS ÉLASTIQUES

MM. Emile DEHESDIN, *président*; CHEVREAU, *secrétaire*.

Membre, M. MOUILBAU.

Classe 389. — CANNES ET PARAPLUIES

MM. Emile DEHESDIN, *président*; CHEVREAU, *secrétaire*.

Membres: MM. BIPON, FALCIMAIGNE, TRIQUET.

Classe 390. — BOUTON

MM. ANGLADE, *président*; VILLEMINOT, *secrétaire*.

Membres: M. MARCHAND-HEBERT.

Classe 391. — BOUCLES

MM. ANGLADE, *président*; VILLEMINOT, *secrétaire*.

Classe 392. — ÉVENTAILS

MM. Emile DEHESDIN, *président*; VILLEMINOT, *secrétaire*.

Membre: M. DUVELLEROY.

Comme on le voit, dès cette première réunion, le Comité avait assuré, sous l'intelligente impulsion de son président, le développement parallèle de tous les efforts pour le recrutement des exposants.

Chaque président de Classe n'avait plus, désormais, qu'à rechercher, avec l'aide de ses collègues, qui étaient en même temps des confrères, le plus grand nombre d'adhérents. M. le président DEHESDIN leur laissait la plus grande liberté, demandant seulement à être avisé des réunions des Classes auxquelles il se faisait un devoir d'assister pour se tenir au courant de tout ce qui se passait dans son Groupe.

Cette méthode de travail eut un autre excellent résultat : celui de débarrasser le Comité de tous les détails de recrutement et de lui permettre de s'occuper des grandes lignes de l'entreprise et de préparer de très bonne heure l'œuvre du Comité d'installation.

Le choix de l'architecte fut une des premières préoccupations, mais aussi une des plus courtes. M. de MONTARNAL, architecte de la Section française à l'Exposition de Saint-Louis, connu déjà de la plus grande partie des membres du Comité qui l'avaient vu à l'œuvre à Bruxelles, à Paris, à Glasgow, à Hanoï, fut désigné sans compétition comme architecte du Groupe. Le 25 mars 1903, il assistait à une réunion du Comité convoquée spécialement pour l'entendre sur les prévisions d'emplacement pour le groupe, que la direction de la Section française désirait déjà connaître. D'un premier échange de vues basé sur l'examen des précédents emplacements occupés dans les Expositions de Chicago et de Paris 1900, on tomba d'accord sur un maximum de 1000 mètres, car on pensait à ce moment-là obtenir gain de cause auprès de l'Administration pour les classes de la chaussure et de la ganterie.

Deux autres réunions du Comité eurent lieu, les 6 et 7 mai, au cours desquelles diverses questions importantes avaient été soulevées sans pouvoir être résolues faute de renseignements suffisants. M. le président DEHESDIN promit d'en référer à la direction de la Section française et, le 5 juin suivant, M. Emile DUPONT, président de la Section française, voulut bien se rendre à la réunion du Comité et répondre en personne aux diverses questions qui lui avaient été préalablement soumises par notre président.

Les deux plus importantes visaient les Expositions collectives et l'application des droits de douane sur les produits exposés qui seraient vendus en Amérique.

M. le président DUPONT commentant l'article XX du règlement géné-

ral, établit très clairement que deux types d'Expositions plurinominales étaient admis par ce règlement. Le premier type, qu'il a désigné sous le nom de : *Réunion de fabricants ou exposition d'ensemble*, était caractérisé par ce fait que plusieurs exposants pouvaient réunir leurs produits dans une seule vitrine tout en conservant leur individualité propre : dans ce cas, chacun de ces exposants concourt pour une récompense qui lui sera accordée suivant ses mérites personnels.

Le second type, qu'il a qualifié d'« *Exposition collective* » ou « *Collectivité* », est caractérisé, au contraire, par l'abandon de la personnalité des exposants qui se réunissent pour représenter une industrie locale ou régionale qu'ils veulent mettre au-dessus de leurs intérêts particuliers. Dans ce cas, c'est la collectivité qui absorbe tous les efforts personnels des exposants, c'est elle seule qui en profite, et le jury n'aura à décerner qu'une récompense unique destinée à sanctionner, non pas le mérite de chaque industriel pris isolément, mais le résultat obtenu par tous ces industriels représentant une seule et même industrie.

Ces explications, nettes et précises, étaient nécessaires pour fixer définitivement les intentions des nombreux exposants qui cherchaient à se grouper, mais qui hésitaient à le faire dans l'incertitude de la récompense qui leur serait accordée.

Après l'exposé de M. Emile DUPONT, les hésitations n'étaient plus possibles, et c'est en pleine connaissance de cause que se formèrent dans la suite ces Expositions d'ensemble et ces Expositions collectives qui entraînèrent bien des adhésions, qui ne se seraient pas affirmées isolément, et dont le succès jeta sur notre Groupe tout entier un incomparable éclat.

La seconde question offrait un intérêt, qui pour être moins pressant n'en était pas moins considérable, et ce sera l'honneur de notre Groupe de l'avoir soulevée et de l'avoir ensuite étayée sur de si bons arguments qu'elle ne pouvait être résolue contre nous sans offenser les règles les plus élémentaires de l'équité.

Il s'agissait des articles exposés qui pourraient être vendus en Amérique pour être livrés, suivant le règlement, à la clôture de l'Exposition. Le règlement stipulait que dans ce cas les articles restant en Amérique seraient frappés de droits prévus par les tarifs douaniers américains ; les articles non vendus devraient par contre être réexpédiés dans leur pays d'origine exempts de tous droits.

La question était de savoir sur quelle valeur ce droit de douane

serait perçu. Tout le monde sait, en effet, que les articles exposés vendus dans ces conditions, après avoir séjourné 7 à 8 mois dans des vitrines exposées au soleil et à la poussière, sont complètement défraîchis et pour cette raison grevés de rabais considérables ; cela est vrai surtout des articles de notre Groupe dont la fraîcheur égale la fragilité.

Nous demandions donc avec la plus grande logique à acquitter les droits, non pas sur la valeur des objets au moment où ils sont entrés en Amérique, mais sur le montant réel de la transaction.

C'est cette demande que nous avons adressée officiellement à M. le président de la Section française qui a servi de base aux réclamations que M. le Commissaire général a transmises à l'Administration américaine.

De nombreux présidents de Groupe ont appuyé notre démarche qui était d'intérêt général. La réponse s'est fait longtemps attendre sans qu'on puisse en aucune façon taxer de négligence les autorités auxquelles nous nous étions adressés. Mais, toutes les questions douanières étant en Amérique des affaires d'État, il ne fallut pas moins qu'une décision du congrès de Washington pour faire droit à notre légitime demande. Cette décision nous fut communiquée à Saint-Louis au moment de l'inauguration, c'est-à-dire un an après notre première réclamation.

COMITÉ D'INSTALLATION

Avant de se retirer, M. le président DUPONT nous avait annoncé que le Comité d'installation allait être nommé incessamment. En effet, le 29 juin, les nominations étaient signées : tous les membres du Comité d'admission faisaient partie du Comité d'installation.

Cette nouvelle fut communiquée au Comité par son président, dans sa séance du 21 juillet. L'adjonction d'un nouveau membre fut demandée au président de la Section française, qui nous donna satisfaction en faisant agréer, par le Commissaire général, M. BOUNAIX, fabricant de chapellerie, comme membre du Comité d'installation.

Le Comité resta quelques mois sans se réunir ; c'était la période des vacances, mais les sous-commissions continuaient leurs démarches et recueillaient les adhésions.

Le 1^{er} octobre 1903, le Comité était convoqué pour reprendre ses travaux. Ce fut l'entrée en fonction du Comité d'installation.

Un magistral exposé des travaux du Comité d'admission lui fut fait par l'un de ses plus distingués secrétaires, M. VILLEMINT. Avec un tact parfait et une bonne grâce souriante, il sut rendre compte des travaux de chaque sous-commission et payer le juste tribut d'éloges dû aux efforts de chacun.

A cette époque, le nombre des adhésions recueillies atteignait le chiffre de 93, et le nombre des mètres de façade demandés était de 210. Voici quelle était la répartition, par classe :

Classe 383	Chapellerie.	48 exposants	33 mètres façade		
— 384	Modes	25	48	—	—
— 385	Lingerie	9	50	—	—
— 386	Bonneterie.	16	31	—	—
— 387	Corsets.	14	23	—	—
— 388	Tissus élastiques. .	2	11	—	—
— 389	Cannes, parapluies.	3	6	—	—
— 390-91	Boutons	5	7	—	—
— 392	Eventails.	1 exposant	1 mètre	—	
		93 exposants	210 mètres	—	

D'une comparaison faite par le secrétaire avec les Expositions de Chicago 1893, Glasgow 1901, et Hanoï 1903 pour les industries du même Groupe, il ressortait que le nombre d'adhésions déjà connues égalait presque, à Saint-Louis, la réunion des exposants de ces trois dernières Expositions.

Le succès était donc pour ainsi dire assuré, mais le Comité en couvrant d'applaudissements très mérités le rapport de M. VILLEMINT, s'inspirait de ces heureux présages pour continuer son œuvre avec une confiance plus grande encore.

M. de MONTARNAL, architecte du Groupe, revenait de Saint-Louis sur ces entrefaites et apportait au Comité des renseignements précieux sur le Palais des Manufactures qui devait abriter notre Exposition. De concert avec lui, le bureau du Groupe put alors presser plus activement ses travaux ; il se réunissait presque chaque semaine en des déjeuners où les relations ébauchées depuis 6 mois entre ses membres devenaient, chaque jour, plus intimes et plus agréables.

C'est ainsi que, successivement, furent prises des décisions importantes dont le bureau assumait l'entière responsabilité, fort du mandat qu'il avait reçu de ses collègues. Ces décisions furent, d'ailleurs, portées à la connaissance de tout le Comité et soumises à sa ratification dans la séance du 10 décembre 1903.

Pour retracer la physionomie de cette séance, je ne saurais mieux faire que de citer textuellement les principaux passages du remarquable rapport que M. VILLEMINOT avait été chargé de préparer pour être présenté à cette réunion. C'est un document qui, par son importance, aussi bien que par son incomparable clarté, a sa place marquée tout naturellement dans ce rapport sur les travaux du Groupe.

EXTRAIT DU RAPPORT DE M. VILLEMINOT, PRÉSENTÉ A LA SÉANCE
DU COMITÉ D'INSTALLATION LE 10 DÉCEMBRE 1903.

« Messieurs et chers Collègues,

» Depuis notre dernière réunion, votre bureau a continué ses travaux pour l'installation du Groupe 61 à l'Exposition de Saint-Louis.

» Votre président a tenu à vous déranger le moins possible, car, Messieurs, votre temps à tous est précieux, vos occupations sont nombreuses à cette époque de l'année surtout, et nous savions, d'ailleurs, sans qu'il soit besoin de le constater en vous réunissant spécialement pour cela, combien tous vous nous prêtiez en toutes circonstances, un concours dont nous tenons à vous remercier aujourd'hui.

» Vous aviez, d'ailleurs, une première fois, donné votre confiance, en les nommant au choix, aux membres de votre Bureau : pour la justifier, ils ont tenu à vous décharger de tous les détails accessoires et de peu d'importance pour ne vous soumettre et ne décider avec vous que les questions essentielles auxquelles vous pouviez seuls, en dernier lieu, donner une approbation définitive. Nous pensons, de ce côté, avoir agi au mieux de vos désirs et des intérêts de tous.

» Nous avons des adhésions nouvelles relativement nombreuses, étant donné la quantité que nous avions déjà.

» Ces nouvelles adhésions se décomposent comme suit :

» Pour la Bonneterie (Classe 386) . . .	8 nouveaux exposants
» Pour la Mode (Classe 384) . . .	7 —
» Pour le Corset (Classe 387) . . .	5 —
» Pour la Lingerie (Classe 385) . . .	1 nouvel exposant

» Ce qui représente un total de 21 nouveaux exposants demandant 30 mètres de façade.

» En résumé, nous obtiendrions pour notre Groupe 61 à ce jour, les résultats complets suivants : (j'indique les classes par ordre du nombre d'exposants réunis).

» Classe 384 Modes.	30 exposants
— 386 Bonneterie.	22 —
— 383 Chapellerie.	18 —

Classe	387 Corsets.	18	exposants
—	385 Lingerie	9	—
—	390 Boutons	5	—
—	389 Canes et parapluies.	3	—
—	388 Tissus élastiques	2	—
—	392 Eventails.	1	—
—	391 Boucles	»	»

» Et en les indiquant par ordre d'emplacement demandé :

» Classe	385 Lingerie.	54	mètres
—	384 Modes.	51	—
—	386 Bonneterie.	36	—
—	383 Chapellerie.	32	—
—	387 Corsets	32	—
—	388 Tissus élastiques	11	—
—	390 Boutons	7	—
—	389 Canes et parapluies.	6	—
—	392 Eventails.	1	—
—	391 Boucles	»	»

» Soit un total de 110 exposants demandant 230 mètres environs de façade.

» Si je vous rappelle qu'au premier octobre nous avions un total de 93 exposants demandant 210 mètres environ, vous voyez que le résultat que nous vous soumettons aujourd'hui est très sensiblement supérieur.

» A ce sujet, j'ai à vous entretenir de la circulaire adressée, le 26 novembre dernier, à tous les exposants admis à ce jour et dont je crois devoir rappeler le libellé.

« Monsieur,

» Nous avons l'honneur de vous informer que votre demande d'exposer les produits de votre industrie a été définitivement acceptée et que votre demande d'admission est désormais considérée comme un engagement ferme.

» L'emplacement qu'occupera chaque Exposition n'a pu encore être définitivement établi, et le projet est actuellement à l'étude ; mais, à titre de renseignement, nous pouvons dès à présent, vous indiquer que la dépense représentant les frais d'organisation, d'aménagement, de décoration intérieure et de surveillance de la classe ont été, après examen, estimés par le Comité à 600 francs par mètre de façade.

» Il ne reste à votre charge que l'installation intérieure de votre vitrine.

» Afin de couvrir les premiers frais, le Comité a décidé de demander à chaque exposant un premier versement fixe de 300 francs, dont il vous sera présenté sous huitaine un reçu auquel nous vous prions de réserver bon accueil.

» Dès que les emplacements auront été définitivement fixés, le trésorier du Comité vous fera parvenir le décompte exact de la dépense qui se trouvera vous incomber, et vous indiquera les dates auxquelles il vous fera présenter les reçus ou mandats conformes.

» Veuillez agréer, Monsieur, l'assurance de notre considération la plus distinguée.

» Un des secrétaires,	Le président du Groupe 61,	Le trésorier,
L. VILLEMINOT,	E. DEHESDIN,	VIMONT,
50, rue Croix-des-Petits-Champs.	91, rue Réaumur.	rue des Deux-Boules, 3.

» Il n'était, je crois, que juste temps de faire cet envoi ; c'est un scrupule qui, jusqu'à ce jour, nous avait empêchés de le faire.

» En effet, la première circulaire que nous avons envoyée, portait que les engagements ne seraient considérés comme fermes que le jour où les exposants

se seraient mis d'accord avec nous sur les emplacements qui leur seraient attribués.

» Mais, Messieurs, vous le voyez, malgré notre bonne volonté et nos efforts, il nous est encore, à l'heure actuelle, impossible de vous fixer sur ce dernier point et sans qu'il y ait de notre faute, vous le savez. Notre architecte, monsieur DE MONTARNAL, revient seulement d'Amérique d'où il nous rapporte enfin les plans ; il nous faut, maintenant, le temps matériel de les étudier, et nous n'avons pas cru qu'il fallut attendre à cette époque, qui nous retarderait peut-être encore de plusieurs semaines, pour engager d'une façon définitive les exposants dont vous aviez déjà prononcé l'admission.

» Nous les avons donc, dans cette circulaire, prévenus qu'ils étaient définitivement admis à exposer les produits de leur industrie et que leur première demande est désormais considérée comme un engagement ferme ; et pour que cet engagement ferme ait un premier effet, nous avons cru bon de leur demander, dès à présent, un premier versement. Ce versement a été fixé à 300 francs, que le trésorier du Comité sera chargé de recouvrer.

» Vous remarquerez que beaucoup de Groupes déjà nous ont précédés dans cette voie et que, dans bien des Classes, ce premier versement a déjà été effectué.

» Par la suite, dès que les emplacements auront été définitivement fixés, il sera établi un décompte exact de la dépense qui se trouvera incomber à chacun, et nous enverrons une nouvelle lettre à chaque exposant pour le fixer sur le détail exact des frais qui lui incomberont et dont je vais parler tout à l'heure.

» Il est bien entendu qu'en cas de collectivité, cette somme de 300 francs ne sera réclamée qu'au chef désigné de la collectivité et pour l'ensemble de cette collectivité.

» A ce propos, nous vous rappelons qu'il est nécessaire, en effet, que pour chaque collectivité un chef soit désigné, auquel toutes les communications seront adressées et qui sera responsable de l'organisation de cette collectivité.

» L'envoi de cette circulaire était urgent, il fallait véritablement que chaque exposant reçut un peu de nos nouvelles. Il sait, en effet : qu'il a fait une demande d'admission pour laquelle il n'a pas reçu d'autre avis ; il sait, d'autre part, que l'époque de préparer son envoi va venir et il était indispensable, croyons-nous, de le fixer au plus tôt, afin que nous puissions, nous, compter sur lui d'une façon ferme et pour qu'il puisse, lui, de son côté, avoir confirmation de son engagement et se préparer à le tenir.

» Il fallait, enfin, que nous prenions garde, que plus nous aurions tardé, plus nous aurions été exposés (alors sans recours possible) à enregistrer des défections.

» Nous espérons que vous approuverez pleinement ce que nous avons fait en cette circonstance.

» Nous devons également, dans cette circulaire, fixer chaque exposant ou tout au moins lui donner des renseignements sur le prix que nous lui demanderons pour l'installation de sa vitrine.

» La question était assez complexe, et ce sont précisément ces détails-là que nous avons voulu vous éviter.

» Nous avons dû, en effet, écouter toutes les propositions qui nous étaient faites à ce sujet, convoquer les entrepreneurs qui nous les soumettaient, discuter avec eux et ne décider qu'en toute connaissance de cause sur les plus avantageuses ou les plus sûres parmi celles qui nous étaient soumises. Vous nous ferez confiance, je pense, à ce sujet, et je ne crois pas qu'il soit utile d'allonger, aujourd'hui, la discussion en vous exposant tout au long les diverses propositions qui nous ont été faites ; elles resteront, d'ailleurs, à la disposition de chacun de vous.

» Après une étude assez longue des devis qui nous avaient été soumis, après plusieurs réunions où nous avons discuté en présence des intéressés et avec l'appui de notre architecte, les estimations qui nous étaient données, nous nous sommes arrêtés au projet d'un entrepreneur dont le nom, Messieurs, est connu certainement de vous tous. Sans faire tort à aucun de ses confrères, il nous a paru le meilleur ; tous, plus ou moins parmi nous, l'ont déjà mis à l'épreuve, et ses travaux précédents nous sont un garant suffisant de ceux que nous avons à lui confier prochainement : c'est M. CHEMINAIS.

» Nous avons dû, cependant, discuter assez longuement avec lui, car, si nous avons voulu être assurés de ce côté d'un concours sérieux et sûr, nous n'avons pas voulu, non plus, que cette sécurité nous coûtât au delà de ce qui nous était demandé par ailleurs. Nous avons donc fait descendre un peu M. CHEMINAIS de ses prétentions, et en maintenant dans un cahier des charges étudié de très près toutes les conditions qui nous étaient garanties, nous sommes arrivés à nous mettre d'accord sur un prix qui se trouvait être le prix minimum demandé par l'ensemble des autres entrepreneurs.

» Nous pensons donc, de ce côté, avoir obtenu le résultat le meilleur possible dans l'intérêt commun.

» Mais pour vous poser maintenant les chiffres exacts, quelques explications sont nécessaires ; je vais vous les donner le plus succinctement possible

» Nous avons trois charges bien distinctes :

» 1^o La vitrine en elle-même que nous avons à fournir à nos exposants ;

» 2^o L'installation et l'ornementation générale de notre Groupe, avec la redevance due au Comité français, laquelle, vous le savez, est de 20 francs par mètre ;

» 3^o L'installation intérieure particulière à chaque exposant.

» Nous allons les prendre, si vous le voulez bien, l'une après l'autre.

» Pour les vitrines, plusieurs dessins nous ont été soumis par l'architecte. Nous en avons préféré un dont le croquis est mis aujourd'hui à votre disposition et qui aura, nous l'espérons, votre pleine approbation : il est simple, car nous n'avons pas besoin dans notre groupe de toutes les floritures dont ont besoin, par exemple, des classes exclusivement de luxe, comme la couture, qui s'attachent au style pur ; mais il est suffisamment orné, nous l'espérons, pour vous plaire.

» Pour le bois dont les vitrines seront faites, les glaces qui y seront employées, pour les frises, les retours pour la hauteur des châssis, la hauteur des soubassements, il y a tout un devis descriptif qui a été discuté point par point ; il est de quatre pages, je ne pense pas utile de vous en donner lecture ; je pense que vous nous faites encore confiance de ce côté. Ce que je puis vous dire, c'est que tout y a

été prévu et décrit et que chaque secrétaire ayant le détail de ce devis, pourra vous renseigner sur les points spéciaux qui peuvent intéresser chacun de vous en particulier.

» Il est bien entendu que chaque frise de vitrine, portera, en inscription dorée, la raison sociale de la maison et son adresse, inscription qui sera comprise dans le prix convenu. L'entrepreneur, en effet, donne son prix en prenant à sa charge : l'installation, l'établissement de cette vitrine telle qu'elle est décrite, et tous risques d'emballage, de montage, de réparations, d'entretien et d'assurance de cette vitrine depuis la sortie de ses ateliers jusqu'à la rentrée.

» Ainsi que je vous le disais tout à l'heure, nous avons dû débattre le prix à établir pour cette vitrine. Nous avons discuté longuement avec M. CHEMINAIS pour arriver au-dessous du prix qu'il avait primitivement fixé et, enfin, nous nous sommes mis définitivement d'accord (sans retrancher, bien entendu, quoi que ce soit de ce qui nous était primitivement offert), sur un prix qu'il nous a établi tout personnellement et que nous croyons bien être le prix minimum sur lequel il nous fallait compter.

» Nous tenons même à ajouter que ce que nous offrirons à nos exposants représentera en soi certainement beaucoup plus que le prix que nous payerons, et cela grâce au matériel que M. CHEMINAIS possède déjà de ses précédentes entreprises et dont il pourra se servir dans une certaine mesure.

» Une fois le prix de cette vitrine terminé, il nous restait à établir le prix d'installation et d'ornementation de notre Groupe dans son ensemble, l'installation des vitrines, l'ornementation de l'emplacement qui nous aura été donné, le velum, le linoléum, s'il y a lieu, et le gardiennage d'une façon générale.

» De ce côté, nous ne sommes pas tout à fait d'accord : M. CHEMINAIS nous a indiqué des prix qui nous paraissent relativement assez élevés, ce qui nous a empêché de nous décider d'une façon définitive. Un des secrétaires, M. CUEVREAU a été chargé de se mettre d'accord avec M. de MONTARNAL aussitôt son retour, pour rédiger, d'accord avec lui, un cahier des charges à ce sujet, et il s'en occupe actuellement d'une façon toute particulière. Vous pouvez être certains, donc, de ce côté également, que rien ne sera laissé sans explications bien nettes et sans engagement bien défini.

» Cependant, d'après les indications de prix qui nous étaient fournies, soit par M. CHEMINAIS, soit par ailleurs, il nous était facile de fixer, à peu de chose près, le prix du mètre de façade qu'il nous faudrait demander à nos exposants pour leur vitrine et l'organisation générale du Groupe. Après discussion ce chiffre a été fixé à 600 francs par mètre.

» Quelques membres de votre bureau, Messieurs, auraient voulu voir ce chiffre légèrement diminué. L'avis de la majorité, cependant, a été qu'il était préférable de se garder des surprises, surtout dans un pays comme celui où nous allons, et qu'il valait mieux encore demander peut-être un peu plus pour pouvoir faire l'agréable surprise, au moment du règlement des comptes, d'une ristourne importante, à laquelle nos exposants, d'ailleurs, commencent à s'habituer, et qu'ils trouveraient très désagréable de ne pas avoir. Vous savez, en effet, qu'à l'Exposition dernière d'Hanoï, par exemple, cette ristourne a été, presque dans toutes les classes, très importante et a atteint dans certaines jusqu'à près de 25 % ; ce sont des précédents que nous devons nous efforcer de suivre.

» Nous indiquons donc à nos exposants la somme de 600 francs par mètre de façade qui leur sera demandée pour les frais de vitrine, d'organisation, d'aménagement, de décoration générale et de surveillance de notre groupe. Il ne reste donc plus absolument à leur charge que l'installation intérieure de leur vitrine et leur représentation personnelle.

» De ce côté, en effet, nous n'avons pas voulu nous engager, car si nous devons tenir à des vitrines uniformes, afin d'arriver à un coup d'œil d'ensemble, nous voulons laisser à chacun de nos membres l'initiative en ce qui concerne l'installation et la représentation de son Exposition.

» Nous ne sommes pas tenus, en effet, de nous adresser au même entrepreneur, mais, à titre de renseignement, nous croyons bien faire de porter à votre connaissance les conditions détaillées que nous a faites l'entrepreneur auquel nous confions l'installation générale de notre Groupe et qui sera, par conséquent, disposé, ne fût-ce que par amour-propre professionnel, à nous faire des conditions avantageuses pour le complément de cette installation.

» M. CHEMINAIS, pour l'installation particulière et la représentation des exposants à Saint-Louis, fait, en demande, les conditions suivantes :

Premier mètre de façade	275 francs.
Deuxième mètre de façade	250 —
Troisième mètre de façade	225 —
Quatrième mètre de façade	200 —
Cinquième mètre de façade	175 —

» Pour les métrages au-dessus de cinq mètres il s'entendra directement avec l'exposant ou le chef de la Collectivité.

» Il faut que je vous dise tout de suite que ces prix comprennent : camionnage à Paris, transport jusqu'à Saint-Louis, manutention, emmagasinage des caisses vides, formalités en douane à l'arrivée et au départ, frais de transit, frais de plombs et passavants, travaux de menuiserie dans l'intérieur de la vitrine, garniture en satinette, velum en calicot blanc au-dessous de l'écru, installation et étalage des marchandises, entretien, représentation auprès de toutes les administrations, du jury et du public, réexpédition et formalités. En un mot, tous les frais de domicile, départ au domicile, retour, et de gare à gare pour la province.

» Avec ces prix, l'exposant n'a donc plus rien à payer, si ce n'est, dans le cas où il l'exige, un supplément pour les étoffes riches, les tringlages, s'il en désire, et les assurances.

» Vous remarquerez, en effet, Messieurs, et nous tenons à bien préciser ce point, que nous laissons chaque exposant libre d'assurer ou non les produits exposés dans sa vitrine et n'en prenons nullement la responsabilité.

» Ces prix, bien entendu, restent à discuter pour chaque exposant en particulier.

» Nous croyons, en effet, qu'en se groupant, soit à plusieurs exposants particuliers, soit par Classes entières, soit même par Collectivité simplement, il pourrait être obtenu des prix sensiblement inférieurs, selon l'importance des métrages des vitrines à installer.

» Nous restons tout prêts à donner à ce sujet tous les renseignements qu'on nous demandera.

» Nous voilà donc, Messieurs, quant aux conditions de prix à peu près fixés, et vous pourrez, de votre côté, renseigner, chacun dans votre Classe, vos exposants, sur les dépenses à peu près exactes auxquelles les entraînera leur participation à l'Exposition de Saint-Louis.

» Nous pouvons, en effet, Messieurs, nous féliciter de l'entente et de la grande cordialité qui ont marqué chacune de nos réunions ; c'est là qu'a été et que sera dans l'avenir le meilleur élément de notre réussite : c'est à notre cher et dévoué président que nous le devons. Vous m'en voudriez, mes chers Collègues, de ne pas profiter de l'occasion qui nous est offerte de lui renouveler l'assurance de l'attachement et du respect le plus sincère de tous les membres de son Comité.

» Dans une lettre qu'il adressait, dès fin juillet, à M. DUPONT, président de la Section française, M. DEHESDIN lui faisait déjà entrevoir l'importance exceptionnelle qu'aurait notre Groupe à l'Exposition dont il a assumé la charge. Nous pourrions avoir quelque fierté à lui soumettre aujourd'hui la mise au point exacte, telle que je viens de vous la donner, de nos travaux.

» C'est une nouvelle preuve que nous donnerons au Comité français des Expositions à l'étranger, dont nous avons l'honneur de faire partie, qu'il peut à chaque appel qui lui est fait par le Gouvernement, compter sur nous, s'engager d'avance en notre nom et qu'en toutes circonstances nous lui donnerons, sans compter, la part d'activité et de dévouement que nous devons tous à la prospérité industrielle et commerciale de notre pays. »

Je m'accuserais de vouloir atténuer par le moindre commentaire ce lumineux exposé dont le Comité vota, d'ailleurs, à l'unanimité, l'impression sur la proposition de son président.

Comme on le voit, au 10 décembre 1903, les travaux du Groupe étaient en excellente voie. Poursuivant rigoureusement la méthode de travail qu'il s'était tracée, notre honorable président, restant en contact permanent avec les présidents et secrétaires des Classes, centralisait tous les renseignements pour arrêter la répartition des surfaces entre les Classes et dresser avec l'architecte le plan définitif du Groupe 61.

L'Administration ayant donné les emplacements aux divers Groupes, nous fûmes avisés qu'une surface de 825 mètres nous était accordée. Le plan ci-annexé en montre la disposition ; sa face rectangulaire presque régulière permettait de prévoir que notre architecte en tirerait un bon parti ; la situation des chemins se déterminait facilement par l'orientation des Groupes voisins en divisant notre Groupe en quatre parties à peu près égales où les exposants pourraient être répartis par industrie. Il fallut cependant bien des remaniements et bien des séances entièrement consacrées à ce travail pour aboutir au classement définitif des exposants tel qu'il figure dans le plan annexé.

Le problème était ardu : il fallait placer chacun de telle façon que l'ensemble produise le meilleur effet. Disons de suite qu'il n'y a eu aucune difficulté sérieuse et que chacun a fait preuve de la meilleure volonté. Certains exposants même, et des plus importants, remplissant des fonctions élevées dans le bureau du Comité, ont modestement réclamé les places les moins en vue pour permettre de placer sur les chemins les plus fréquentés les Expositions d'articles de luxe dont la beauté devait être un ornement pour le Groupe tout entier. Grâce à la courtoisie dont furent empreintes jusqu'au dernier jour les relations entre tous les membres du Groupe, les dispositions prises par le bureau furent ratifiées à l'unanimité par le Comité tout entier dans sa séance du 13 avril 1904.

Nomenclature des Exposants par classe.

CLASSE 383

**Chapeaux de feutre, chapeaux de laine, chapeaux de paille,
chapeaux de soie,
casquettes, fournitures pour chapellerie**

MM.		Mètres
BOUNAIX Jeune.	Paris.	1
CANARD (A.).	Le Puy.	1
COANET	Nancy	2
KAMPMANN.	Epinal	3
DELION (Albert)	Paris.	3
GANDRIAU Fils.	Fontenay-le-Comte.	1
LAPRESLE Fils.	Paris	1
LIAUD Frères	Paris	2
LANGENHAGEN (Octave De)	Lunéville.	3
LEON (J. et M.)	Paris	3
MERMILLIOD (Eugène)	Paris.	2
MÉGEMOND (Emile)	Bort	1
MOSSANT Frères et VALLON	Bourg-de-Péage	3
MAGNENANT	Paris	1
PICARD (Les Fils de L.)	Paris.	1
PEYRACHE Frères	Paris	1
QUESNEY (Charles)	Charleval.	1
REY COUSIN et C ^o	Caussade.	1
SCHORESTÈNE Frères.	Paris.	1
VALLENTIN (E.)	Lille	1
PINAY Jeune (Les Fils de)	Paris.	3

CLASSE 384

**Fleurs artificielles pour la coiffure, pour la toilette et pour
tous les autres usages, plumes, modes.**

MM.		Mètres
BENOISTON.	Paris	8
BROSSART (G.) Jeune	Paris	2
CHOISY (A. E. H.).	Paris	1 50
DENIS et Fils	Paris	3
GAITZ-HOCKY	Paris	3
LESIEUR (Veuve A.).	Paris	1
LOLLIOT (A.).	Paris	4 50
MAYER (Myrtil et Frère)	Paris	4 50
TAFFONNEAU et CHOLET	Paris	2 50
AVERSIING (Charles).	Paris	Union des fabricants de la fantaisie pour modes de Paris 5
CHARLES Aîné.	Paris	
CHARLES Jeune	Paris	
CONVART-MERCIER.	Paris	
DENIS et Fils	Paris	
FRANCFORT	Paris	
VENET-TIPHAINE	Paris	
AUGUSTIN (E.).	Paris	
BROSSARD.	Paris	Union des fabricants de fleurs et plumes de Paris 9
GAMBIER (PAUL).	Paris	
CHANDELET	Paris	
CHARLES Jeune	Paris	
DEMARET	Paris	
DECHASTELUS	Paris	
GAITZ-HOCKY	Paris	
GÉRARD (G.).	Paris	
JAVEY et C ^{ie}	Paris	
JOGUET	Paris	
LAVANOUX et VERAN.	Paris	
MACDONALD	Paris	

CLASSE 384 bis

Cheveux, Coiffures, Postiches

MM.		Mètres
CHABANNE (Camille).	Paris	» »
CROIZIER (E.).	Paris	3 »
DUPONT (Francis).	Paris	» »
DUPONT (Francis).	Paris	0 50
IMANS (Académie Petit).	Paris	1 »
LATOUCHE (G.) Jeune.	Paris	1 50

CLASSE 385

Chemiserie et lingerie pour hommes, femmes et enfants.

MM.		Mètres
BONNET (Jean)	Paris	4 50
BLUM (L.) GERSON et C ^o	Paris	10 »
DEHESDIN et Fils	Paris	4 50
FILLOT, RICOIS, LUCET et C ^o	Paris	18 »
GALERIES LAFAYETTE	Paris	9 »
LÉONARD (L.-E.)	Paris	9 »
ROUSSEAU	Paris	4 »
SCHULMANN (J. et L.)	Paris	1 50
SCHWOBB (Maurice)	Paris	4 50
VIMONT (Léon)	Paris	4 »

CLASSE 386

Bonneterie de coton, de laine, de soie ou de bourre de soie, etc.

Bonneterie tricotée, cravates et cols-cravates.

MM.		Mètres
BERTOUT et GOT.	Paris	1 75
BLAIS, MOUSSERON et L. VILLEMINOT.	Paris	4 50
BRUN (A.-L.)	Arreau	1 50
DIEILLY E.	Villers-Brenneux	2 75
MAUCHAUFFÉE (Société Anonyme des Etablissements)	Troyes	5 50
BULLOT et CORNUEL	Paris } Collectivité de la	5 50
SAVOURE Fils Aîné	Paris } Bonneterie de Luxe	
VERDIER (L.-G.)	Paris } de Paris.	
BONBON (L.)	Troyes }	9 »
DESGREZ (Etablissement)	Troyes }	
DORÉ et C ^{ie}	Troyes }	
FERGON	Troyes }	
LANGE (Etablissements)	Troyes }	
RAGUET (P.) Fils et VIGNE	Troyes }	
Société générale de Bonneterie	Troyes }	
VITOUX-DERREY	Troyes }	3 50
BOILEAU (Th.)	Paris }	
COURTOIS	Paris }	
FOURNIER E.	Paris }	
POEUF-BILLET	Paris }	
TONNEL (Veuve A.) et C ^o	Paris }	

CLASSE 387

Corsets et fournitures pour corsets.

MM		Mètres
BARÉÏROS (M ^{me} Berthe)	Paris	2 50
CADOLLE Veuve et Fils	Paris	2 50
CLAVERIE (Auguste)	Paris	2 50
CHARLES (Camille)	Paris	0 50
DESPREAUX	Paris	2 »
DUCARIN	Comines	4 »
ENNETIÈRES (J.-B. d')	Comines	2 50
GUILMARD (M ^{me})	Paris	1 50
GUILLOT et C ^{ie}	Paris	2 »
LEPRINCE (Henri)	Paris	1 50
LIBRON (C.) et Fils	Paris	1 50
MARGAINE-LACROIX	Paris	2 50
PEMJEAN (Eugène)	Paris	2 50
PICARD et MINIER	Paris	1 50
QUANTIN-DELMOTTE	Paris	2 »
STOCKMAN	Paris	2 50
VION	Paris	1 »

CLASSE 388

Tissus élastiques, bretelles, jarretières et ceintures.

MM.		Mètres
BAILLY (P.) et C ^o	Paris	9 »
MOUILBAU et CHEVREAU	Paris	4 50

CLASSE 389

Cannes, fouets, cravaches, ombrelles, parasols, parapluies.

MM.		Mètres
BIRON (C.)	Paris	1 50
FALCIMAIGNE (C.)	Paris	2 50
TRIQUET (Octave)	Paris	2 50

CLASSE 390

**Boutons céramiques, boutons en métal, boutons de passementerie,
boutons en nacre et coquilles diverses,
boutons en coroso, boutons en corne et os, boutons en carton pâte, etc..**

MM.		Mètres
ANGLADE et DEBAUGE.	Paris	3 »
ASSOCIATION COOPÉRATIVE DES BOU- TONNIERS EN OS.	Méru (Oise).	Tableau
LEPRINCE	Paris	1 50
MARCHAND-HÉBERT	Andeville.	1 50
MARQUIS.	Paris	1 50

CLASSE 392

Eventails, écrans à main.

MM.		Mètres
DUVELLEROY	Paris	1 50

» Toutes ces expositions, Messieurs, ont été prêtes au moment voulu : chaque exposant a reçu en temps les circulaires et feuilles administratives qui lui étaient indispensables pour les envois.

» M. CHEMINAIS, dont nous avons pu une fois de plus apprécier l'extrême bon vouloir et l'incomparable compétence en ces questions, a rempli exactement ses engagements. Aux dates fixées, les envois ont été remis, puis expédiés ; les premiers arrivés ont été expédiés par petite vitesse ; les derniers, d'articles plus fragiles, par grande vitesse, afin d'éviter les risques d'un voyage assez long.

» Si vous voulez bien, Messieurs, vous rendre compte du nombre de colis qu'ont représenté les envois de ces 115 exposants dans un groupe où les objets exposés sont particulièrement fragiles, et considérer l'expédition à une date fixe de la totalité de ces envois, venant non seulement de Paris, mais de plusieurs points de la France, et si, d'autre part, nous vous disons que pas un envoi n'a fait défaut, que tout a été expédié régulièrement et que nous n'avons pas eu une seule réclamation à ce sujet, vous reconnaîtrez, Messieurs, je l'espère, que nous avons lieu d'être, de ce côté, entièrement satisfaits.

» Nos expéditions sont actuellement en cours de route ; il va s'agir maintenant à leur arrivée de les recevoir, puis de les installer définitivement.

» Notre architecte, M. de MONTARNAL, notre entrepreneur, M. CHEMINAIS, sont là-bas et les attendent.

» Ils sont partis emportant tous les renseignements nécessaires à ce sujet ; chaque exposant, sur sa demande, a été visité par un représentant de M. CHE-

MINAIS ; beaucoup ont employé le moyen le plus pratique, qui est de faire photographier sa vitrine en numérotant chaque objet de façon à permettre la reproduction exacte de cette vitrine à Saint-Louis telle qu'elle avait été établie au départ dans les magasins même de l'exposant ; chaque objet trouve donc ainsi sa place régulièrement et très facilement. Nous avons reçu samedi dernier de M. CHEMINAIS une lettre datée de Saint-Louis, 29 mars, où il nous confirme que les vitrines sont montées et toutes prêtes à être garnies.

» Nous espérons, et il avait été convenu, vous vous le rappelez, qu'un membre du bureau, M. CHEVREAU, auquel nous tenons à renouveler tous nos remerciements, devait se rendre à Saint-Louis pour l'ouverture, afin de surveiller l'installation définitive des vitrines, mais une indisposition prolongée de son associé, qui nous prive aujourd'hui de la présence de M. MOUILBAU, à qui nous envoyons nos souhaits les plus vifs et les plus sincères de prompt rétablissement, ne lui permettra pas de partir à l'époque qu'il s'était fixée. Mais, ainsi qu'il a été d'exemple constant dans notre Comité, lorsque l'un de nous ne pouvait rendre le service qu'on lui demandait, un autre répondait immédiatement à l'appel : notre collègue M. MERMILLIOD, ces jours-ci même, part pour l'Amérique et remplira les engagements pris par notre Bureau ; il sera présent pour surveiller la mise en place définitive de toutes nos vitrines ; vous pouvez donc, de ce côté, être certains que rien ne sera laissé au hasard, que tout sera complètement prêt au moment voulu et présenté comme il doit l'être ; nous nous en rapportons de ce côté entièrement à notre collègue.

» Par une circulaire que nous avons tous reçue, vous avez vu, Messieurs, avec quelle obligeance M. MERMILLIOD se met à la disposition de tous et comment dans le questionnaire qu'il nous a fait adresser et que nous avons tenu à remplir aussitôt, il va chercher à tirer pour nous de son voyage les renseignements qui peuvent être intéressants et utiles dans nos rapports commerciaux avec les Etats-Unis.

» Nous tenons à le remercier, aujourd'hui, d'une façon toute particulière de cette nouvelle et précieuse preuve qu'il nous donne de son complet dévouement. Son voyage, en effet, aura un double but ; il pense prolonger là-bas son séjour pendant un certain temps, et c'est sur lui que nous comptons pour nous rapporter en détail la description de l'installation générale et particulière de notre Groupe et de nos Classes.

» A l'unanimité de ses collègues du Bureau, il a été décidé que M. MERMILLIOD vous serait proposé tout à l'heure comme Rapporteur officiel de notre groupe ; vous ratifierez, j'en suis certain, par acclamations notre proposition. »

Ce choix ayant été ratifié à l'unanimité par mes collègues du Comité, je saisis cette occasion pour leur renouveler, ici, le témoignage de ma gratitude. Je sais quelle influence cette désignation spontanée a exercée plus tard sur l'esprit de ceux qui ont bien voulu la transformer en nomination officielle. Je sais aussi combien elle m'a ouvert de portes aux Etats-Unis et combien elle m'a facilité l'enquête que je devais y faire. Je serai trop heureux si les modestes résultats de mes démarches aux Etats-Unis, qui trouveront place

dans une autre partie de ce rapport, peuvent intéresser mes collègues et leur procurer quelque avantage. C'est ainsi, du moins, que j'ai cherché à leur témoigner ma profonde reconnaissance.

Abordant ensuite la question financière, M. VILLEMONT s'exprime ainsi :

« Je ne voudrais pas empiéter sur le domaine de mon collègue et ami M. VIMONT, mais je voudrais cependant vous dire que si nous avons fait les choses comme elles devaient l'être, nous ne nous sommes pas laissé entraîner au delà du chiffre de dépenses que nous nous étions primitivement fixé.

» Nous ne pouvons actuellement bien entendu, vous donner que des chiffres approximatifs ; sans vouloir entrer dans des détails que tient d'ailleurs à votre disposition par état en francs et en centimes notre trésorier — le trésorier-modèle — je puis vous dire en chiffres ronds que nos recettes ayant été de 136.500 francs, nos dépenses déjà faites ou prévues de 124.000 francs se décomposent comme suit :

Redevance au Comité français	16.000 francs.
Décoration générale de la Classe	20.000 —
Gardiennage	8.000 —
Cheminais	72.000 —
Honoraires de l'architecte	8.000 —

nous nous trouvons en présence d'un excédent de recettes d'une dizaine de mille francs environ.

» Nous préférons nous baser actuellement sur ce chiffre qui peut vous paraître insuffisant, espérant pouvoir vous faire, peut-être, par la suite, de ce côté, une surprise agréable.

Après avoir parlé du Jury des récompenses, dont les membres n'étaient pas encore désignés à cette époque, M. VILLEMONT exprime l'espoir que beaucoup d'exposants tireront d'intéressants résultats d'affaires de cette importante manifestation de notre commerce et de notre industrie en Amérique.

» Malheureusement les droits de douane qui frappent nos produits rendent cet espoir bien chimérique.

» Le tarif ou « Bill Dingley », qui nous est actuellement appliqué, est un tarif presque prohibitif, et nous avons maintes fois protesté contre ce tarif exorbitant. Dernièrement la grande Association (Association générale des tissus et matières textiles), dont nous empruntons aujourd'hui même le local, avait à s'occuper de cette question, à l'occasion d'un travail qui lui était demandé sur les tarifs douaniers en étude actuellement à la Commission des douanes à la Chambre des députés, et une Commission nommée par elle, dont j'ai eu l'honneur d'être un des rapporteurs, a tenu à protester, une fois de plus, contre ces droits qui nous étaient appliqués et qui paralysent complètement notre commerce d'exportation dans ce pays.

» Il est peu de marchés, en effet, où nous soyons frappés d'une façon plus

ture. Dans l'étude à laquelle je faisais allusion, le député-rapporteur, M. SIEGFRIED, indiquait comme étant de 60 à 80 % les droits qui nous frappent ; or, ce taux même est au-dessous de celui qui nous est appliqué, puisque dans certaines industries, c'est un droit de 100, 120 ou 130 % que nous avons à subir. Aussi, malgré le manque de production dans ce pays, notre mouvement général d'exportation est-il inférieur à celui de l'importation, et M. SIEGFRIED pouvait faire le calcul ingénieux, qui vous amusera peut-être et qui en tous cas reste instructif, que notre exportation aux Etats-Unis étant en chiffres ronds de 240 millions et le chiffre d'importation en France de 450 millions, la consommation de chaque citoyen français représente une moyenne de 11 francs, alors que la consommation de chaque citoyen américain en produits français est de 3 francs.

» En tous cas, comme toujours, c'est nous qui aurons fait les premiers pas et qui aurons tenu à montrer par les sacrifices et le grand effort que nous venons de faire pour notre participation à l'Exposition de Saint-Louis, que notre désir était non seulement d'entretenir avec ce pays d'affaires de bonnes relations diplomatiques, mais encore et surtout d'augmenter avec lui nos échanges. Et nous avons le droit d'espérer, en compensation, une étude de tarifs basés sur des conditions toutes différentes.

» Nous ne manquerons pas une seule occasion de signaler à ce sujet nos desiderata les plus impérieux et les plus justifiés et nous prions M. le rapporteur de bien vouloir en faire état dans l'étude qu'il aura à faire à ce sujet au moment voulu. »

M. VILLEMINOT termine son exposé par des éloges bien mérités à notre président, M. DEHESDIN.

» Ce résultat, Messieurs, est dû encore à l'esprit de conciliation, à l'activité, à la vaillance de notre dévoué et respecté président, M. DEHESDIN : il est dû, enfin, à la bonne volonté de tous, aux efforts incessants qui ont été faits par les membres de ce Comité, à l'appui cordial que votre bureau a trouvé auprès de chacun de vous dans l'accomplissement de sa tâche souvent difficile et dont il tient à vous remercier bien sincèrement.

» Tout ce grand travail, cependant compliqué, s'est fait sans qu'on s'aperçoive, pour ainsi dire, de la difficulté ; chacun l'a fait de bon cœur et en ne s'occupant que de l'intérêt général.

» La cordialité la plus grande a toujours régné dans nos rapports et dans nos réunions, et c'est là, je crois, ce qui a été la raison de cette grande réussite dont nous pouvons être fiers et dont nous n'avons plus maintenant qu'à attendre la confirmation éclatante du jury.

» MM. DEHESDIN ET MERMILLIOD remercient ensuite leurs collègues dans les deux allocutions suivantes :

Allocution de M. E. DEHESDIN, président du Groupe 61.

« Messieurs,

» Dans quelques jours l'Exposition de Saint-Louis aura ouvert ses portes ; j'ai la ferme confiance que notre Groupe occupera brillamment sa place dans la Section française.

» Le travail remarquable et si complet de notre rapporteur, dont vous venez d'entendre la lecture, marque la fin de nos travaux, et les applaudissements dont vous l'avez salué n'ont fait que précéder votre unanime et vive approbation.

» J'adresse en votre nom et au mien à M. VILLEMINT, nos sincères et chaleureuses félicitations.

» La tâche qui nous était confiée, tâche quelque peu lourde, disons-le, n'allait pas sans certaines difficultés.

» Le Comité d'admission et d'installation ne s'en est pas autrement ému et je ne crains pas d'ajouter qu'il en est sorti à son honneur.

» Si nous pouvons nous montrer fiers de notre œuvre, j'ai le devoir de proclamer bien haut que le succès est dû à votre infatigable concours.

» Vous vous êtes dépensés sans compter, et à tout moment j'ai pu apprécier votre zèle et votre dévouement empressés.

» Vos efforts ne demeureront pas stériles, nous en récolterons bientôt les fruits.

» J'aurais voulu vous entretenir de la composition du Jury et des récompenses qui seront sûrement décernées. Malgré mon vif désir et mes démarches, je n'ai pu me procurer de renseignements à ce sujet. Je me suis efforcé de puiser aux meilleures sources. Je me suis adressé avant son départ au Commissaire général, à notre président, M. DUPONT : ni l'un ni l'autre n'ont pu ou voulu me donner une réponse satisfaisante.

» J'ai tout lieu de croire que les nominations des membres du jury ne seront signées qu'à Saint-Louis.

» Ma santé, vous le savez, Messieurs, car je l'ai dit dès le début, ne me permet pas d'entreprendre ce long voyage d'Amérique. Je ne ferai donc pas partie du jury. Mais n'allez pas croire que votre président entende se désintéresser de la grave question des récompenses qui n'est en réalité que le couronnement de notre œuvre.

» Je me propose donc, aussitôt les nominations parues, de demander aux membres du Jury de me permettre de travailler avec eux pour réunir tous les renseignements utiles.

» Nous pourrions étudier sur place, dans la mesure du possible, la valeur de chacune des maisons, les visiter au besoin, nous édifier sur les antécédents au point de vue des Expositions, consulter les différents présidents de nos classes, arriver enfin largement documentés devant le Jury où nos collègues auront toute autorité pour défendre et faire adopter les récompenses arrêtées.

» C'est ainsi que j'ai procédé à l'Exposition de Bruxelles, vous m'approuverez, je n'en doute pas, de suivre la voie qui m'a conduit à cette époque à un résultat favorable.

» M. VILLEMINT, dans son rapport, vous soumettait une idée que j'ai la satisfaction de partager avec lui ; j'ai même devancé son projet. Ne pouvant aller à Saint-Louis et désireux cependant de me rendre compte aussi exactement que possible de notre installation, j'ai demandé au photographe attitré de l'administration, de me réserver une épreuve de toutes les photographies qu'il serait appelé à prendre.

» Nous aurons ainsi un aperçu de l'aspect général et les détails les plus importants de l'Exposition tout entière.

» Un de nos secrétaires, M. CHEVREAU, avait bien voulu accepter la mission

de représenter le Bureau à l'ouverture de l'Exposition. Nous étions en droit de compter sur son intelligente activité pour surveiller l'aménagement de nos vitrines de manière à en assurer l'installation définitive au jour fixé, mais je crains qu'il ne puisse remplir sa mission ; son associé, notre ami MOUILBAU, étant indisposé M. CHEVREAU ne pourra peut-être pas partir samedi comme il en avait le projet.

» M. MERMILLIOD, un autre de nos secrétaires, a été désigné par le Bureau pour occuper le poste de rapporteur officiel du Groupe 61. Sa nomination a été agréée par notre président M. DUPONT. Je vous demande, aujourd'hui, de bien vouloir la ratifier.

» Pour faciliter le travail de notre rapporteur, il est de toute nécessité que vous répondiez d'urgence au questionnaire que vous avez reçu.

» M. MERMILLIOD s'embarquera le 16 courant, il importe donc qu'il soit en possession de vos réponses avant la fin de la semaine.

» Toutefois si, par impossible, quelques documents n'étaient pas parvenus en temps opportun, vous voudrez bien me les adresser, je me chargerai de leur envoi.

» Je vous disais en commençant que nos travaux avaient pris fin. Néanmoins, il peut surgir quelques questions imprévues dont la solution s'imposerait.

» Je vous demande de laisser, dans ce cas, plein pouvoir à votre Bureau, qui à la clôture de l'Exposition vous rendra compte de son mandat.

» Il me reste, mes chers Collègues, la plus agréable partie de ma tâche à remplir, celle de vous remercier, non seulement, comme je vous le disais plus haut, du concours dévoué que vous n'avez cessé de me prêter, mais aussi, et surtout, de la sympathie dont vous m'avez entouré et des témoignages d'affectueuse cordialité que vous me donnez. Je ne saurais les oublier.

» Je me souviendrai, non sans fierté, d'avoir travaillé avec vous à l'extension et à la prospérité de l'industrie et du commerce français. »

Réponse de M. Eugène MERMILLIOD, rapporteur du Groupe 61.

« Messieurs et chers Collègues,

» Je suis flatté, plus que je ne saurais vous le dire, du témoignage de confiance que vous venez de me donner en ratifiant à l'unanimité le choix dont j'avais déjà été l'objet de la part de votre Bureau.

» Je n'ai pas besoin de vous dire que je ne vais pas en Amérique pour faire un voyage d'agrément. Je laisse derrière moi de trop grandes affections et de trop graves intérêts pour m'embarquer d'un cœur léger.

» Il ne faut rien moins que la haute conception que je me fais de la mission que je vais remplir pour imposer silence aux trop légitimes préoccupations qui m'assaillent au moment de mon départ.

» Cette mission se compose de deux parties : l'une, que je vais accomplir en Amérique en visitant l'Exposition et les centres industriels où se produisent les objets exposés dans notre Groupe ; l'autre, qui sera de beaucoup la plus agréable, puisqu'elle me rapprochera de vous, se passera en France, où j'au-

rai à faire l'enquête parallèle à celle que je rapporterai des Etats-Unis, et j'espère avoir la satisfaction de constater, comme conclusion à mon rapport, que la comparaison de nos industries dans ces deux pays ne tourne pas trop à notre désavantage.

» J'aurai un autre devoir à remplir à Saint-Louis, et celui-là, j'aurais été heureux comme vous tous de le voir rempli par celui qui s'était offert dès le premier moment et auquel il revenait de droit. Notre sympathique collègue M. CHEVREAU se voit au dernier moment empêché de partir; je lui témoigne mes vifs regrets et je joins mes vœux les plus sincères à ceux déjà exprimés ici pour le prompt rétablissement de son associé M. MOUILBAU, qui ne compte ici que des amis.

» En l'absence de M. CHEVREAU, j'aurai donc l'honneur de représenter notre Groupe à l'ouverture de l'Exposition, et de surveiller l'installation des diverses expositions de ce Groupe. J'espère que le zèle de notre architecte, M. de MONTARNAL, et que l'activité de notre entrepreneur, M. CHEMINAIS, auront déjà facilité ma mission.

» Dans tous les cas, je partagerai mon temps pendant les quinze jours que je passerai à Saint-Louis entre la surveillance des travaux de notre Groupe et la préparation des éléments du rapport que vous m'avez confié. Je ne me dissimule pas les difficultés très lourdes de ma tâche, mais je ne veux pas non plus me les exagérer.

» Vous me l'avez déjà singulièrement facilitée en répondant avec tant d'empressement au questionnaire que, sur ma prière, M. le président DEHESDIN vous avait adressé. Je remercie tous ceux d'entre vous qui m'ont envoyé de si précieux renseignements et surtout ceux qui ont pu y joindre des lettres d'introduction auprès de leurs relations américaines; je leur suis très reconnaissant à tous d'avoir bien voulu faire profiter votre rapporteur de leur expérience des affaires et des hommes aux Etats-Unis.

» Grâce à votre concours, j'espère mener à bien la tâche que je me suis imposée pour répondre à votre confiance et à votre sympathie. »



DEUXIÈME PARTIE

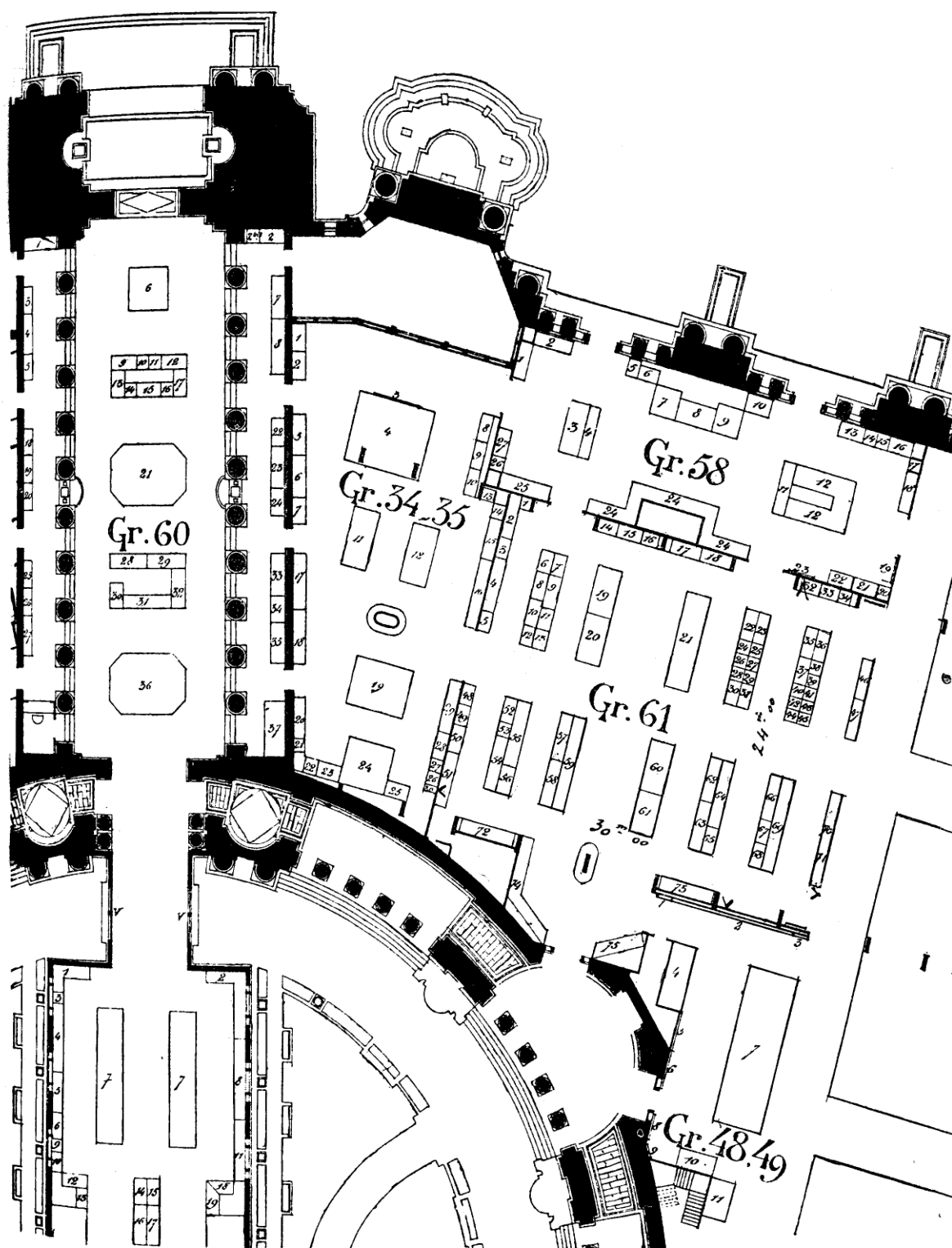
INAUGURATION DE LA SECTION FRANÇAISE A L'EXPOSITION DE SAINT-LOUIS

Visite de S. E. l'Ambassadeur de France au Groupe (16 mai 1904)

Description du Groupe

LÉGENDE DU GROUPE 61

1 Charles.	26 Schorestène.	51 Vimont.
2 d'Ennetières.	27 Canard.	52 Denis fils.
3 Libron.	28 Picard.	53 Lesieur.
4 Ducarin.	29 Quesney.	54 Fantaisies p. modes.
5 Stockmann.	30 Delion.	55 Coiffures, cheveux.
6 Pemjean.	31 Léon.	56 Gaitz-Hocky.
7 Cadolle.	32 Duvelleroy.	57 Myrtil Meyer.
8 Delmotte.	33 Biron.	58 A. Lolliot.
9 Margayne.	34 Vion.	59 Union des fabricants fleurs et plumes.
10 Despréaux.	35 Messant.	60 Blum, Gerson.
11 Guilmard.	36 Les fils de Pinay.	61 Benoiston.
12 Claverie.	37 Coanet.	62 Mouilbau.
13 Barreiros.	38 Mégement.	63 Bonnet.
14 Leprince.	39 Valentin.	64 Colté Savouré.
15 Guillot.	40 Lapresle.	65 Colté de Paris.
16 Picard.	41 Rey Cousin.	66 Blais Mousseron.
17 Falcimaigne.	42 Magnenant.	67 Berthoud.
18 Triquet.	43 Peyrache.	68 Dheilly.
19 Galeries Lafayette.	44 Liaud.	69 Colté de Troyes.
20 Gagne-Petit.	45 Mermilliod.	70 Mauchauffée.
21 Bon Marché.	46 Boutons.	71 Brun.
22 Langenhagen.	47 Anglade.	72 Schwobb.
23 Kampmann.	48 Taffonneau.	73 Dehesdin.
24 Bounaix.	49 Choisy.	74 Bailly.
25 Gandriau.	50 Brossard.	75 Rousseau.



INAUGURATION DE LA SECTION FRANÇAISE

Visite de l'Ambassadeur de France au groupe 61



CONFORMÉMENT AUX recommandations reçues de l'Administration, les exposants avaient pris leurs dispositions pour expédier leurs produits de bonne heure.

Les premiers colis sont partis le 25 février de Boulogne et sont arrivés à Saint-Louis le 8 avril suivant, c'est-à-dire trois semaines avant l'ouverture ; les derniers sont partis le 8 avril par grande vitesse et sont arrivés à Saint-Louis le 13 mai.

Deux jours après, en effet, j'eus l'honneur de montrer nos Expositions à Son Excellence l'Ambassadeur de France à Washington et à M^{me} JUSSEMAND, qui l'accompagnait dans cette visite. Le Groupe était prêt et je puis ajouter qu'il était un des premiers prêts.

Je veux rendre hommage ici à l'activité et au zèle de notre architecte M. de MONTARNAL, et de notre entrepreneur M. CHEMINAIS : je les ai vus à l'œuvre tous les deux et j'ai été témoin des difficultés de toute nature qu'ils ont eu à surmonter, et je considère comme un devoir de déclarer publiquement, qu'ils ont toujours été à la hauteur de leur lourde tâche et qu'ils ont bien mérité la confiance dont les exposants les avaient honorés.

L'installation de notre Groupe a été faite en quinze jours ; si l'on considère, d'une part, le nombre des colis, et d'autre part le détail infini des objets contenus dans chaque colis qui devaient être tous contrôlés par l'Administration des douanes à la sortie des Caisses ; si l'on tient compte de la minutieuse attention qu'il fallait apporter pour présenter ces objets dans les vitrines suivant l'esprit qui avait présidé à leur conception, on sera obligé de reconnaître avec moi,

qui ai vu ce travail prodigieux s'effectuer sous mes yeux, qu'il y a eu là un effort considérable de la part de l'entrepreneur et de son personnel.

Le nombre de colis transportés par M. CHEMINAIS a atteint le chiffre de 487 et le poids de 19,965 kgs.

Quelques exposants n'ayant pas pris M. CHEMINAIS comme représentant, et ayant expédié directement leurs colis, on peut admettre que l'Exposition globale du Groupe a nécessité l'envoi de 200 colis, pesant un peu plus de 20,000 kgs.

Le Groupe 61 occupait à Saint-Louis un emplacement de 825 mètres carrés situé dans le palais des Manufactures. Ce palais lui-même s'élevait à gauche de la grande esplanade qui s'étend devant le bassin central et était l'un des plus proches de l'entrée principale.

Le Groupe était en bordure de ce palais et, terminant de ce côté la Section française, il faisait face à la Section américaine.

Les Groupes français dont il était entouré étaient les Groupes 46 et 49 (Chauffage) 34 et 35 (Brosserie, Maroquinerie, Articles de voyage) et, enfin, le Groupe 58 (Dentelles) dont les produits s'harmonisent si bien avec ceux de notre Groupe : de larges baies reliaient l'un à l'autre ces deux salons qui semblaient ne faire qu'une seule Exposition.

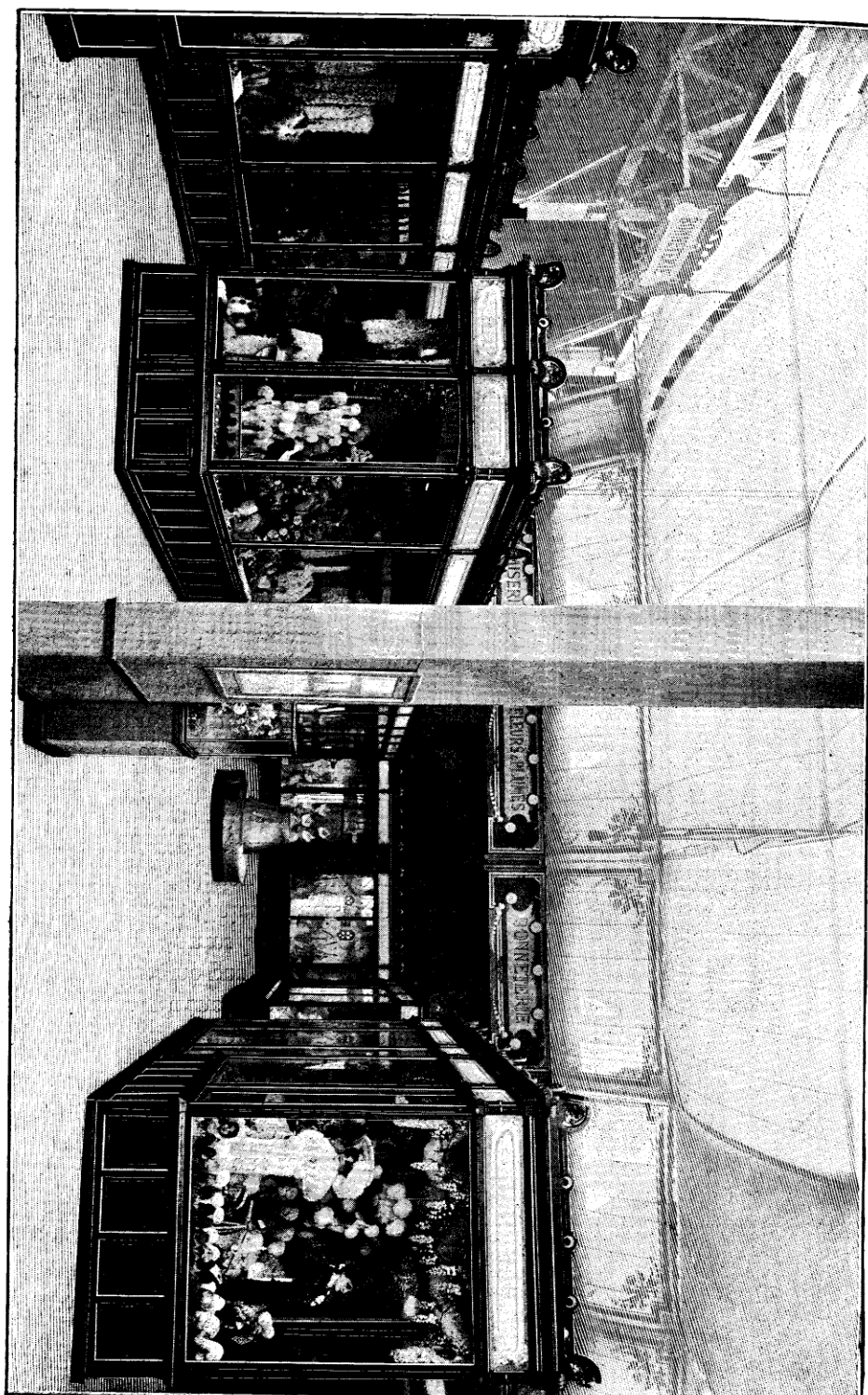
Le Groupe 61 était traversé dans toute sa longueur par une des allées principales du palais, allée qui se prolongeant vers la Section américaine et dans les Sections étrangères, amenait au Groupe de nombreux visiteurs.

Aux deux extrémités de cette allée s'élevaient deux portiques décorés d'ornements floraux dont l'un servait en même temps d'entrée à la Section française.

Tout autour de la Classe, courait une frise en décor que des voussures ornées et inclinées rattachaient au plafond, entièrement tendu d'un velum léger et transparent.

Les vitrines étaient en noyer sculpté, d'une grande pureté de ligne. — La frise qui les couronnait encadrait de ses guirlandes de fleurs les noms des exposants et réunissait, par l'esprit de sa composition, le décor des vitrines au décor général du Groupe dans un ensemble d'heureuse unité et de goût bien français. Les acrotères des vitrines étaient des bouquets relevés sur des fonds d'or maté.

La richesse discrète de cet ensemble paraissait atténuée encore par la douceur de ton de la tenture murale dont le gris bleu s'harmonisait à merveille avec le décor général.



Cliché Gerschel.

C'est dans ce cadre élégant et d'une grande distinction que se trouvaient réunies les Expositions des accessoires du vêtement.

En entrant dans le Groupe par le portique qui le séparait du Groupe 35 (Brosserie, Maroquinerie), ce sont les industries de la toilette féminine qui attirent les premières notre attention.

Par une disposition très heureuse, qui n'est certainement pas l'œuvre du hasard, toutes ces gracieuses industries, dont la femme est l'inspiratrice, se trouvaient groupées à l'entrée de l'allée principale, et elles triomphaient encore au centre du Groupe dans de merveilleuses vitrines isolées qui formaient comme un salon d'honneur.

Comment ne pas rappeler ici, sans craindre d'être accusé de partialité, que toutes les maisons exposant dans ces accessoires du vêtement féminin étaient parisiennes. C'est donc Paris qui se levait au seuil de notre Groupe pour souhaiter la bienvenue aux visiteurs.

Et, puisque j'examine en ce moment cette partie de notre Exposition qui s'offrait la première aux regards des promeneurs, je ne crois pas pouvoir lui décerner un plus flatteur et plus sincère hommage qu'en me faisant l'interprète des sentiments d'admiration des dames américaines que j'ai eu l'honneur de guider à travers notre Groupe.

A plusieurs reprises, en effet, durant mon séjour à Saint-Louis, des réunions mondaines organisées par les exposants français dans le but de faire connaître aux dames de la Société de Saint-Louis, la section française m'ont permis de leur faire les honneurs de notre Groupe : ces souvenirs comptent parmi les meilleurs de mon voyage, car, outre l'agrément que je trouvais dans la société de dames aussi aimables que distinguées, j'étais heureux et fier de lire dans leurs yeux l'impression très vive que produisaient sur elles les belles créations de notre génie national.

Comment, d'ailleurs, auraient-elles pu rester insensibles, initiées comme elles le sont toutes aux raffinements de notre civilisation, aux multiples séductions que notre Exposition leur offrait ? Il faudrait ici à l'humble rapporteur du Groupe la plume d'un maître et le pinceau d'un artiste pour décrire et pour peindre toutes ces jolies choses qui étaient autant de tentations.

Dans ces vitrines de lingerie où triomphent le génie patient et l'habileté manuelle de nos ouvrières, voici les chemises de tissu aérien qui ignorent l'offense des coutures antiques, et se moulent comme des gaines ajourées et plissées, enrichies des plus fines dentelles ; voici les jupons aux mille volants superposés, aux ruches

mousseuses; voici les corsets, chef-d'œuvre de l'industrie française, qui poursuit sans relâche ses progrès incessants; toutes les formes sont représentées et toutes se réclament également de l'élégance et de l'hygiène, cet ancien instrument de torture est devenu



Cliché Gerschel.

l'élément essentiel de la toilette féminine, le véritable « Ami des Femmes ».

Voici les cache-corsets aux coupes irréprochables, les bas de fine soie passant dans une bague, l'élégante jarretelle, récente conquête du confort et du goût:

Voici la robe en broderie anglaise, qui évoque les radieuses journées de Deauville et d'Auteuil, et voici l'ombrelle fleurie qui couronne si bien la toilette;

Voici les chapeaux de paille, de fleurs, de plumes, de pierreries tels que les crée par milliers l'inépuisable fantaisie de la modiste parisienne, avec tous les ornements que la mode met sous ses doigts de fée pour les combiner, les harmoniser et les varier à l'infini. Voici la paillette qui lui prête ses rayons, la fleur son éclat, les plumes leur souplesse et toute la gamme de leurs coloris ; voici l'envolement léger des grands boas vaporeux, qui enroulent leurs plumes soyeuses autour des cols aux fines attaches ...

Comment ne pas imaginer l'intime émoi des visiteuses au contact de toutes ces merveilles et de toutes ces séductions ? Ces visiteuses, comme je l'ai dit et comme je puis l'attester, étaient des visiteuses « averties », c'étaient des connaisseuses : elles appartenaient à cette élite de la Société féminine américaine qui lit nos romans, fait faire ses portraits par nos peintres, reçoit nos journaux de modes, et dans laquelle se recrute la clientèle de nos articles de luxe. Il y a lieu d'espérer que l'impression produite par notre Groupe sur l'esprit des dames américaines sera très profitable aux industries de luxe qui avaient fait à Saint-Louis un si admirable effort. Les résultats ne sont pas toujours immédiats, et il n'y a pas lieu de se décourager si les affaires traitées à l'occasion de l'Exposition ont été peu importantes : les courants d'opinion se forment lentement et les répercussions sont souvent lointaines.

Notre réputation pour tous les articles du riche vêtement féminin nous avait devancée à Saint-Louis : l'Administration américaine nous avait fait savoir dès le début qu'elle comptait sur une imposante manifestation de la France dans ces industries. La France a répondu dignement à l'aimable provocation qui lui était adressée et la récompense de cet effort ne saurait lui échapper si les droits de douane ne venaient élever leur barrière entre... la coupe et les lèvres. C'est le point délicat sur lequel je me promets de revenir quand j'étudierai les relations commerciales entre les deux pays.

J'aborde maintenant la description détaillée des Expositions des accessoires de la toilette féminine, en commençant par la Classe la plus importante tant par le nombre des exposants que par le développement des vitrines.

DESCRIPTION DU GROUPE 61 A L'EXPOSITION DE SAINT-LOUIS

SECTION FRANÇAISE

CLASSE 384

Modes. Fleurs artificielles. Plumes. Cheveux et coiffure.

La Classe 384, comprenant les fleurs artificielles pour la coiffure, la toilette et tous les autres usages, les plumes et les articles de modes, comptait, à Saint-Louis, 35 exposants, occupant 50 mètres de façade.

Neuf d'entre eux avaient fait des Expositions particulières, d'autres s'étaient groupés pour faire des Expositions d'ensemble du plus gracieux effet : c'étaient, d'une part, les fabricants de fleurs et plumes de Paris, d'autre part, les fabricants de fantaisies pour modes, et les fabricants de coiffures et postiches.

Une importante maison de fournitures pour modes de Paris exposait dans une vitrine isolée des fleurs, des plumes, des fantaisies pour modes et une élégante série de chapeaux d'été et d'hiver fabriqués dans ses ateliers. La grande variété et l'heureuse disposition des objets présentés donnaient à cette Exposition une réelle importance. Le jury le reconnut en lui décernant une médaille d'or.

L'industrie des plumes était représentée par trois grandes maisons parisiennes qui rivalisaient de richesse et d'élégance : leurs vitrines toutes voisines les unes des autres, tendues d'étoffes soyeuses aux tons bien choisis, assez amples pour permettre le développement des belles pièces exposées, produisaient un effet imposant.

Ces Expositions faisaient une grande part à l'industrie relativement récente de la fourrure en plumes. Presque tous les objets exposés : boas, étoles, écharpes, manchons, cravates, étaient des spécimens très perfectionnés de cette innovation sur laquelle je reviendrai

en étudiant cette industrie au point de vue de sa fabrication. Je me borne à noter ici l'impression qui se dégageait de l'ensemble de tous ces objets en plumes imitant la fourrure et je constate qu'ils pouvaient rivaliser par l'élégance des formes, l'éclat des coloris, la somptuosité des matières avec les véritables fourrures sur lesquelles ils ont l'avantage de la légèreté. C'est ainsi que s'explique la préférence dont ils sont favorisés pour certains usages par la clientèle riche du monde entier. Le jury apprécia hautement l'importance de ces maisons et de leur Exposition en leur accordant deux grands prix et une médaille d'or.

Une mention spéciale doit être accordée à une maison de teinturerie de plumes qui a la spécialité des plus beaux noirs; et, pour arriver à conquérir cette réputation, il a fallu à l'industriel qui la dirige avec un mérite éprouvé, une persévérance inouïe dans l'effort, et une organisation toute spéciale qui assure la régularité scrupuleuse des opérations.

De nombreuses maisons du même genre existent à Paris et toutes sont spécialistes, c'est-à-dire qu'un teinturier de plumes ne peut pas entreprendre la teinture d'autres matières avec succès, à moins qu'il n'en fasse une branche tout à fait séparée de sa fabrication. Il faut se féliciter que cette industrie si intéressante ait été brillamment représentée à Saint-Louis: son porte-drapeau a été récompensé de son effort par un grand prix.

Les autres Expositions particulières de cette Classe étaient fournies par l'industrie de la paillette, industrie parisienne au premier chef. Une d'entre elles qui a mérité le grand prix se détachait en relief sur toutes les autres et constituait un « clou » pour notre Groupe tout entier.

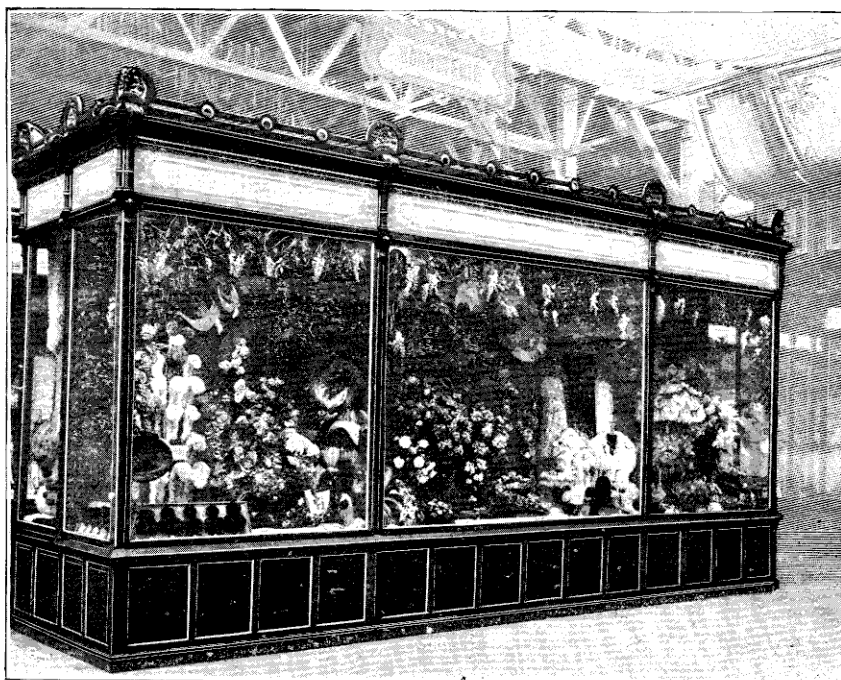
L'exposant avait eu l'ingénieuse idée de montrer ce qu'il était possible d'obtenir en juxtaposant ces petites rondelles de métal et de gélatine colorées: sur les trois panneaux d'un paravent en bois sculpté, il avait imaginé des motifs décoratifs entièrement et uniquement faits de paillettes. Une immense gerbe de fleurs dans un vase était le prétexte choisi pour montrer ce que la magie des couleurs, la relativité des nuances et leur fondu pouvaient produire sous le jeu changeant de la lumière. Cet objet d'art est reproduit en tête de notre travail.

On n'a pas oublié en effet la vogue des robes pailletées qui dura plusieurs saisons et qui reviendra encore. Il y en avait qui semblaient tissées de rayons; il y en avait aussi — des robes de bal — constellées de paillettes bleu acier qui faisaient songer à quelque belle

nuît de mai sans lune, mais criblée d'étoiles scintillant dans le « clair obscur ».

Devant ces panneaux tout ruisselants de reflets, des coupes en cristal contenaient les petites rondelles inertes dont l'assemblage produit ces miracles de lumière.

Et c'était vraiment là une Exposition très originale et très artistique.



Cliché Gerschel.

La grande vitrine de 9 mètres qui contenait l'Exposition des fleurs et plumes offrait elle aussi une jolie note d'art. Treize maisons parisiennes avaient réuni les plus parfaites de leurs créations pour former cet ensemble en tous points réussi. L'imitation des fleurs défiait la nature et c'est un lieu commun de dire que l'ouvrière fleuriste et plumassière de Paris est la première main du monde. A quoi tient cette supériorité ? Qui a façonné ces doigts de fée qui sont de chair et d'os comme tous les doigts de femmes dans tous les pays ? Je veux donner comme réponse l'anecdote que nous

4

conta M. JUSSELAND, notre éminent Ambassadeur à Washington, dans son allocution à l'inauguration de la Section française...

« Un peintre du XVIII^e siècle recevait, un jour, la visite d'un grand seigneur amateur de tableaux. Celui-ci s'extasiait sur les œuvres du Maître et l'en félicitait quand, tout à coup, il lui demanda :

— Avec quoi donc broyez-vous vos couleurs? » L'artiste sourit, puis simplement :

— Avec de la cervelle, » répondit-il.

N'en doutons pas, cette réponse aussi spirituelle que juste du peintre à l'amateur de tableaux est la meilleure qu'on puisse faire à la question que je posais. Oui, c'est le cerveau de nos ouvrières qui guide leur main, sans qu'elles en aient même conscience, c'est leur imagination vive et primesautière et leur sentiment profond des choses de la nature qui leur fait concevoir et exécuter, avec une si grande sûreté de main et un si grand respect de la forme, les chefs-d'œuvre de reproduction dont le moindre n'est pas la simple imitation d'une modeste violette.

La supériorité de nos industriels a été affirmée de nouveau à Saint-Louis par les récompenses suivantes décernées aux membres de ces unions de fabricants,

Six médailles d'or, sept médailles d'argent ; deux exposants de cette union avaient obtenu le grand prix pour leur Exposition individuelle.

La fantaisie pour modes qui se rattache de bien près aux industries précédentes était brillamment représentée par une Exposition particulière marquée au coin de la plus somptueuse élégance et par une Exposition d'ensemble composée de sept fabricants parisiens.

L'Exposition d'ensemble a obtenu une médaille d'or, cinq médailles d'argent et une médaille de bronze. Deux exposants de cette union ont obtenu le grand prix pour leur Exposition individuelle.

Je ne quitterai pas cette partie du Groupe si riche en sujets intéressants sans mentionner la vitrine très originale et très distinguée tout à la fois dans laquelle nos meilleures maisons de cheveux et de coiffures exposaient leurs délicats produits.

Ces artifices capillaires étaient présentés sous toutes les formes et dans toutes les nuances avec une perfection qui semble bien ne pouvoir être dépassée. J'ajouterai que pour compléter l'illusion, la plupart de ces pièces dites « transformations » étaient ajustées sur des têtes en cire dont le fabricant, exposant du Groupe, avait su faire de

véritables portraits de nos plus jolis types de femmes. Les figures de cet exposant triomphaient d'ailleurs dans d'autres Groupes que le nôtre : elles surmontaient les mannequins de nos grands fourreurs et de nos grands couturiers apportant ainsi le charme de la beauté féminine aux admirables créations de la couture parisienne. Une médaille d'or consacra le succès de ces diverses manifestations très artistiques dont la variété n'était pas le moindre mérite.

CLASSE 385

Lingerie.

En suivant le plan du Groupe, la Classe qui faisait suite à celle dont nous venons d'essayer la description, était la Classe 385, dite de la lingerie pour hommes, femmes et enfants. Elle comptait à Saint-Louis 40 exposants et occupait la plus grande étendue de vitrine, soit 69 mètres de façade. Ce simple chiffre indique à lui seul l'importance exceptionnelle de cette Classe qui avait fourni deux membres du jury : MM. BLUM de la maison BLUM et GERSON, et M. LÉONARD, directeur-propriétaire de la maison du Gagne-Petit.

Toutes ces maisons ont leur siège social à Paris et occupent le premier rang dans l'industrie nationale : Le jury a sanctionné cette réputation d'une façon éclatante en accordant aux huit maisons qui restaient en présence, après la mise hors concours des deux maisons ci-dessus mentionnées, trois grands prix, quatre médailles d'or et une médaille d'argent.

La lingerie pour hommes était représentée par quatre maisons d'une importance considérable, comme chiffre d'affaires et comme personnel employé.

La plus importante et la plus ancienne des quatre qui a, outre ses ateliers de Paris, trois usines en province, avait une Exposition très sobre, montrant des chemises d'hommes d'une coupe très élégante avec des plastrons ouvragés : elle avait exposé en même temps quelques jolis corsages-blouses pour dames, car elle fabrique également la lingerie pour femmes. Il lui eut fallu une vitrine de dimensions énormes si elle avait voulu présenter seulement un exemplaire de tous les articles qu'elle fabrique : elle a dû choisir ceux qui tendaient à prouver que même, dans la lingerie classique s'adressant à la grosse consommation, le cachet et l'élégance ne perdent chez elle jamais leurs droits. Elle y a pleinement réussi.

Une belle Exposition de lingerie de flanelle attirait aussi l'attention et se recommandait par une grande simplicité : quelques articles bien choisis donnaient l'idée des fabrications spéciales de la maison, qui a deux importantes usines en province.

La lingerie de flanelle est un article exclusivement français et dont l'exportation est presque nulle surtout aux États-Unis où le gilet de flanelle est inconnu. Les Américains préfèrent les gilets bonneterie qui s'adaptent étroitement au corps au gilet de flanelle toujours un peu flottant.

On pouvait voir dans cette vitrine des gilets et caleçons confectionnés dans un tissu de laine et soie double face pour éviter le contact direct de la laine avec la peau. Ce sont des articles spéciaux pour l'Amérique du Nord.

Outre la lingerie de flanelle, cette maison s'est spécialisée dans la fabrication du caleçon en tous genres. Lingerie de flanelle et caleçons sont fabriqués industriellement, avec un outillage tout à fait perfectionné qui permet de pousser à ses dernières limites la division du travail.

Des tableaux graphiques indiquaient le mouvement sans cesse ascendant de la production de cette maison et de son chiffre d'affaires.

Des objets de lingerie pour hommes en quantité innombrable — étaient-ils cent mille ! — étalaient dans une vitrine voisine leur blancheur d'émail. On reconnaissait là une main d'étalagiste rompue à tous les mystères de cet art si parisien : cette maison, en effet, s'adresse directement au consommateur : elle a de nombreuses succursales à Paris et en province, qui vendent les produits de ses propres ateliers.

Le quatrième exposant par lequel je termine, parce que sa maison est de fondation plus récente, avait présenté d'une façon nouvelle des produits similaires à ceux que je viens de décrire : il avait réussi à en rompre la monotonie en encastrant ses chemises dans les lames d'un large éventail en bois sculpté qui ornait tout le fond de sa vitrine. Cette innovation ingénieuse était d'un joli effet décoratif qui fit sur le Jury une très favorable impression.

L'ensemble de ces quatre Expositions était très harmonieux et les industriels y ont d'autant plus de mérite que leurs articles sont plus ingrats.

Il n'en est pas de même pour la lingerie pour dames et enfants où les objets exposés offrent par leur variété, leur grâce et leur

richesse des ressources bien plus grandes de séduction. Disons de suite que tous les exposants ont largement profité de ces ressources pour le plus grand éclat de notre Groupe dont elles constituaient un des plus grands attraits. Placées dans des vitrines isolées qui se faisaient face au centre de notre Groupe, les quatre Expositions principales se faisaient mutuellement valoir.



Cliché Gerschel.

Dans l'une on pouvait admirer une série de robes et de blouses d'un goût exquis et d'un travail achevé. Tout est l'œuvre des mains parisiennes, et les profanes qui se font expliquer le détail des façons à la main que nécessite une de ces robes, restent confondus par la somme de travail patient et délicat que chacune d'elle représente. Les modèles que cette maison crée chaque saison et qui sont présentés dans ses salons comme dans une vitrine d'Exposition permanente, sont très appréciés de la clientèle étrangère, et spéciale-

ment de la clientèle américaine au goût de laquelle ils sont particulièrement adaptés. (Hors concours, membre du Jury).

Les dames américaines aiment beaucoup notre lingerie, et les trois grands magasins de nouveautés dont j'ai à parler maintenant l'avaient bien compris en exposant à Saint-Louis : c'est la meilleure des publicités et aussi la plus patriotique.

Dans une vitrine isolée de 18 mètres de développement, l'une de ces grandes maisons de nouveautés dont le nom est universellement connu et qui est une de nos gloires commerciales, présentait les plus somptueux spécimens de son comptoir de lingerie pour dames et enfants. La caractéristique de cette Exposition était le luxe et la richesse des fournitures employées, alliés à l'élégance des formes et au fini du travail. Les dentelles authentiques du plus grand prix, les broderies à la main les plus fines et les plus compliquées contribuaient à la confection des différentes pièces exhibées qui ne pouvaient prendre place que dans un trousseau royal. C'est dire qu'elles n'étaient pas déplacées dans ce pays, où les nouvelles royautés de l'acier, du cuivre ou du pétrole, peuvent se passer des fantaisies qui feraient réfléchir bien des princes du sang. Quel que soit le destin de ces véritables œuvres d'art, qu'elles restent en Amérique, ou qu'elles reviennent en France, elles auront fait honneur à la maison qui avait pu s'offrir le luxe de composer et d'envoyer à deux mille lieues de ses ateliers, pour maintenir et propager sa renommée, une vitrine coûtant une petite fortune. Noblesse oblige, dit un vieux proverbe. Il a été bien écouté. (Grand prix.)

Dans un style moins somptueux, mais empreint d'une grande élégance, était conçue l'Exposition d'une autre maison parisienne très ancienne et très estimée et dans laquelle la lingerie a toujours été traitée avec un goût très sûr. Recherchant elle aussi les suffrages de la clientèle américaine, elle avait su égayer la monotonie du blanc par des tableaux de broderie très fine et des écussons armoriés dont les couleurs vives rehaussaient l'éclat. (Hors concours, membre du Jury.)

Le plus jeune des magasins de nouveautés de la capitale et qui semble être devenu très rapidement son Benjamin, affirmait dans une série d'articles très frais et très pimpants la note d'élégance si parisienne qui a fondé son succès et qui le perpétue. Une médaille d'or a récompensé cette intéressante Exposition qui est seulement la seconde que cette maison ait faite.

Une autre médaille d'or fut attribuée à une maison de gros de

Paris traitant surtout l'article classique, mais avec un grand souci de la bonne fabrication.

Enfin, une importante maison parisienne fabriquant la lingerie ordinaire et courante et s'adressant à la grosse consommation, reçut une médaille d'argent.

CLASSE 388

Tissus élastiques.

La classe 386 (Bonneterie de coton, laine et soie, soie) était contiguë à la lingerie, mais avant d'en aborder la description, je veux consacrer quelques lignes à la classe 388 (tissus élastiques, bretelles, jarretières, ceintures) qui ne comprenait que deux exposants, occupant 13 mètres 50 de vitrine.

L'une de ces maisons était mise hors concours par la présence de son chef dans le Jury. Son Exposition était remarquablement variée, très richement présentée. Cette maison qui fabrique elle-même son tissu caoutchouc pour ses bretelles et jarretelles a donné, récemment, un grand développement à la fabrication de ces ceintures en cuir ornées de boucles, dont la vogue est si grande depuis quelque temps. Elle en avait à Saint-Louis une très belle variété.

L'autre exposant, qui exploite une marque de bretelles très connue et très estimée aux États-Unis, avait fait une manifestation très importante qui a été appréciée par le jury et récompensée d'un grand prix.

Les articles de ces industries ne se prêtent pas à des effets bien sensationnels, mais il n'en est pas moins vrai que ces deux Expositions encadrées dans les vitrines de la lingerie contribuaient, par la grande diversité de leurs nuances, à relever la tonalité de l'ensemble, de même que par le bon goût des articles exposés elles affirmaient le souci qu'elles ont de conserver intact leur bon renom d'élégance.

CLASSE 386

Bonneterie.

La Classe 386 comprenait :

Cinq exposants individuels occupant 16 mètres de façade ;

Une collectivité de huit maisons occupant 9 mètres de façade ;

Une collectivité de trois maisons occupant 5 m. 50 de façade ;

Une collectivité de cinq maisons occupant 3 m. 50 de façade ;

Soit un total de vingt-un exposants, dont seize répartis en trois collectivités, occupant 34 mètres de façade.

Ces chiffres indiquent déjà la place importante que la Classe de la bonneterie tenait dans notre Groupe ; disons de suite que toutes les premières maisons françaises étaient là et que les divers centres de production étaient représentés par leurs principaux fabricants. Tous avaient compris quel intérêt il y avait pour eux à profiter de cette circonstance pour faire apprécier leurs produits par un plus grand nombre de clients américains.

La bonneterie de Troyes, — à tout seigneur tout honneur — avait fait le plus grand effort.

L'établissement industriel appartenant à cette région qui exposait individuellement avait fait une manifestation très importante à laquelle l'obligeaient ses relations suivies avec les Etats-Unis. Sa vitrine décorée avec une simplicité de très bon goût contenait tous les spécimens de bonneterie dont cette maison, qui occupe plus de 2,000 ouvriers, a une grosse production : bas, chaussettes, gilets, caleçons en fil, laine et coton étaient présentés dans une très jolie gamme de nuances. Il y a lieu surtout de signaler ses articles irrétrécissables qui constituent un réel progrès dans la fabrication et que cette maison garantit. Grand prix.

L'Exposition collective des huit maisons, qui complétaient la représentation de la bonneterie de Troyes, offrait également un très joli coup d'œil. L'arrangement des différents objets était fait avec goût, les nuances harmonieusement fondues, et l'ensemble de cette grande vitrine où tous les objets de la bonneterie troyenne trouvaient leur place, représentait vraiment d'une façon imposante l'industrie de cette région.

Le Jury décerna un Grand prix à cette collectivité. Il attribua très justement la même récompense à une autre collectivité moins nombreuse que la précédente, mais dont les produits ont une renommée aussi étendue. Je veux parler de la bonneterie de luxe de Paris qui groupait dans la même vitrine ses trois plus éminents représentants. Les articles exposés par ces trois maisons se définissent d'un mot : c'est la perfection obtenue par le choix des matières employées et le fini de la main-d'œuvre. La supériorité de cette bonneterie de soie et de fil est universellement reconnue ; aussi est-ce à Paris que les acheteurs viennent demander les articles de luxe sachant qu'ils ne peuvent trouver nulle part ailleurs une fabrication plus soignée.

L'autre collectivité, dite des Bonnetiers de Paris, exposait des articles plus courants, mais on y reconnaissait également le cachet et le goût parisiens. Elle a obtenu une médaille d'or.

Cette même récompense fut décernée à deux Expositions très intéressantes de gilets de chasse et à une fabrique du midi de la France qui fait spécialement la bonneterie de soie.

L'article jersey et le tissu des Pyrénées n'étaient représentés que par une seule maison qui avait fait une Exposition importante et à laquelle le jury a décerné un Grand prix.

Cette maison, qui fabriquait autrefois exclusivement le jersey, a dû, au moment de la diminution de cet article, aiguiller sa production vers une fabrication voisine où elle a admirablement réussi. Son usine, située dans le Nord, achète la laine en peigné ; elle y est tissée, apprêtée, teinte et transformée en tissus fantaisie que la confection pour dames emploie beaucoup depuis plusieurs années. Elle utilise elle-même ses tissus dans ses ateliers de Paris qui produisent chaque jour environ cent douzaines de jupons, pantalons, collets, peignoirs, matinées, sorties de bal et autres articles confectionnés spécialement avec le tissu des Pyrénées.

Une fabrication spéciale de châles et fichus de laine au métier mérite également d'être signalée, car elle a pris dans cette maison une importance considérable.

CLASSES 390-391

Boutons. Boucles.

Les vitrines de bonneterie terminaient le côté droit du Groupe, dans le sens où nous avons poursuivi jusqu'ici sa visite. En traversant l'allée centrale, on trouvait immédiatement, le long de la cloison qui sépare le Groupe des Sections étrangères, les Expositions de la Classe 390 (boutons mécaniques, boutons en métal, boutons de passementerie, boutons de nacre et coquilles diverses...).

Cinq maisons représentaient cette importante industrie qui comprend tant de fabrications différentes.

Les boutons en métal étaient fort bien représentés par une maison parisienne, très importante, très ancienne et dont l'outillage est à la hauteur de tous les progrès les plus modernes. Le tableau qu'elle exposait groupait de la façon la plus heureuse les divers produits de

sa fabrication dont les boutons d'uniforme civils et militaires forment la plus grande partie. Un Grand prix lui avait été décerné en 1900. Un rappel de Grand prix a récompensé dignement les efforts incessants qu'elle fait pour se maintenir à la hauteur de sa réputation.

Un second Grand prix fut accordé dans cette classe à une maison parisienne qui s'est fait dans l'industrie des boutons une place prépondérante et dont le chef faisait partie du Jury en 1900. Cette maison fabrique toutes sortes de boutons et son dépôt de Paris offre à la clientèle un assortiment considérable dans tous les genres qu'elle peut désirer.

Elle fabrique dans l'Oise ses boutons de nacre dont le choix, la matière, la taille et la forme varient à l'infini. Dans les Vosges, dans la Sarthe, elle fait faire ses boutons au crochet entièrement à la main et qui sont inimitables. Enfin, dans ses ateliers de Paris, elle confectionne tous les boutons fantaisie en strass, métal, émail, acier, qui constituent un si joli ornement pour le costume féminin : ces boutons de fantaisie haute nouveauté et les articles genre ancien donnaient à cette vitrine un réel cachet artistique.

Une maison de l'Oise ne fabriquant que les boutons de nacre, mais en ayant fait une très importante spécialité, présentait dans une vitrine très bien ordonnée les principaux spécimens de sa fabrication. Toutes les diverses sortes de nacre et de coquillages nacrés servant à faire le bouton étaient représentées ainsi que les formes d'une multiplicité infinie sous lesquelles il est livré à la consommation. Médaille d'or.

Une petite vitrine très artistement traitée contenait les articles de luxe se rattachant aux boutons et aux boucles.

Enfin, une association coopérative de boutonnières en os envoyait un tableau mural : cette association avait déjà exposé en 1900 ; elle était alors âgée de deux ans à peine et le rapporteur du Groupe lui souhaitait heureuse prospérité. Je suis bien aise de constater que ces vœux lui ont porté bonheur et que cette tentative si intéressante a été couronnée de succès.

CLASSE 392

Eventails et Ecrans.

La Classe 392 « Éventails et Écrans » ne comptait dans notre Groupe qu'une seule Exposition. Quels que soient les mérites et l'importance de cette maison, il est éminemment regrettable qu'elle ait été l'unique

représentant d'une industrie essentiellement parisienne qui fait avec les Etats-Unis des affaires suivies et importantes. Rien n'a été négligé cependant par le Comité d'admission pour provoquer un plus grand nombre d'adhésions. M. le président DEHESDIN, lui-même, a fait des démarches réitérées auprès de certaines maisons susceptibles d'exposer, car il sentait combien cette abstention nuirait à l'ensemble de notre Groupe, en le privant d'un élément artistique qui est toujours très apprécié par les visiteurs.

Ces démarches sont restées sans résultat ; les industriels qui en ont été l'objet connaissent sans doute mieux que nous leurs véritables intérêts ; il est cependant permis de penser qu'ils ont eu tort de laisser passer cette occasion d'affirmer leur supériorité incontestable dans l'éventail de luxe qui est et sera encore longtemps un article très goûté par la riche clientèle américaine.

La fabrication de l'éventail n'existe pas encore aux États-Unis ; il n'y a donc aucune concurrence à craindre de ce côté. Les producteurs étrangers qui exportent dans ce pays ne fabriquent pas l'article de luxe.

Le Japon, l'Autriche et l'Espagne sont les principaux fournisseurs du marché : le premier excelle dans les genres bon marché, mais dans l'article cher, et même dans l'article moyen, il est tout à fait supplanté par les deux autres et surtout par l'Espagne qui a réalisé depuis quelques années, des progrès étonnants dans la fabrication de l'éventail.

Des maisons de Barcelone sont venues chercher en France des ouvriers tabletiers qui ont fait école, et, actuellement, ces mêmes maisons viennent vendre en France des branches d'éventails en bois et en os sculptés qu'elles arrivent à produire très bien et dans de très bonnes conditions de prix.

L'Espagne ne prenait pas part à l'Exposition de Saint-Louis dans le Palais des manufactures : il n'y avait donc aucun éventailiste espagnol à Saint-Louis.

L'Autriche n'avait qu'un seul exposant.

Le Japon avait, au contraire, de nombreux exposants dont je parlerai quand j'examinerai les Sections étrangères. Je veux noter seulement, ici, que l'article riche japonais est tout à fait déprécié aux États-Unis où le goût de la « Japonaiserie » est complètement banni de la haute société.

L'unique exposant français d'éventails a reçu un Grand prix. Sa vitrine contenait les produits les plus nouveaux de la création parisienne dans des genres différents.

Le temps du bel éventail classique est, en effet, passé et toutes les fantaisies sont maintenant de mise; l'éventail en écaille blonde et plumes d'autruche qui a fait fureur dans ces dernières années est un peu délaissé. Les imitations d'éventails anciens, les peintures Louis XV, les mélanges ingénieux de broderie, dentelles et paillettes, dans des formes plus petites et moins régulières que jadis, ont conquis la faveur de la clientèle choisie pour laquelle travaille cette maison qui est une des plus anciennes et des plus justement réputées du monde entier.

CLASSE 383

Chapellerie.

La Classe 383 (chapeaux de feutre, de laine, de paille, de soie, casquettes: Fournitures pour chapellerie) comprenait vingt et un exposants et 36 mètres de façade. Deux vitrines de 7 mètres de long sur 2 mètres de large, perpendiculaires à l'allée principale et séparées par un chemin qui conduisait à une des portes du Groupe des dentelles, abritaient ces vingt et une Expositions pour lesquelles un dispositif nouveau avait été adopté.

Toutes les Expositions étaient individuelles, mais les organisateurs de cette Classe avaient fait agréer par leurs confrères une décoration intérieure uniforme et chaque exposant n'était séparé de son voisin que par une console dont le profil, assez large à la base, allait en diminuant dans sa partie supérieure, de sorte que les objets exposés la dissimulaient presque complètement.

L'œil embrassait alors un ensemble qu'aucun obstacle matériel ne venait couper. On avait eu soin de ménager des contrastes en alternant la note claire des chapeaux de paille avec les tons plus sombres des chapeaux de feutre, et les formes capricieuses et variées des chapeaux de dames avec les formes plus classiques des chapeaux d'hommes. L'ensemble ainsi obtenu offrait un coup d'œil très satisfaisant, car toutes ces branches de la même industrie se complétaient et se faisaient valoir l'une l'autre.

Il n'est que juste de mentionner ici la réelle importance de cette Exposition qui ne comptait que des maisons de tout premier ordre, ayant déjà fait leurs preuves dans de nombreux concours internationaux. Il est également bon d'ajouter que ces maisons ont eu d'au-

tant plus de mérite à participer à l'Exposition de Saint-Louis que la grande majorité d'entre elles ne font aucune exportation aux Etats-Unis et n'ont pas, malheureusement, l'espoir de voir cette situation se modifier dans l'avenir. Si elles sont venues en aussi grand nombre, c'est, il faut bien qu'on le sache, par pur patriotisme et aussi par solidarité avec les industries du Groupe 61 qu'elles ont coutume d'accompagner partout. Il ne faut donc pas s'étonner si quelques maisons, dont l'importance est de notoriété publique, n'avaient pas fait à Saint-Louis des démonstrations proportionnées à leur importance et il faut leur savoir gré d'être venues, poussées par les seuls mobiles dont je parlais tout à l'heure et d'avoir ainsi contribué à faire une Exposition de chapellerie qui surpassait de beaucoup toutes celles des sections étrangères, les Etats-Unis y compris.

Les fabricants de chapeaux de paille pour hommes et pour dames occupaient incontestablement le premier rang dans cet ensemble. Ils étaient au nombre de huit couvrant presque la moitié de la superficie occupée par toute la Classe. Trois d'entre eux appartenaient à la région de Nancy, qui est un centre important de production et qui, en outre, détient une spécialité très intéressante, celle des chapeaux tressés en fibre de latanier et autres matières végétales. Les articles de cette fabrication régionale, par leur finesse, leur légèreté et leur blancheur éclatante fournissent les éléments de très belles Expositions; les trois maisons dont il s'agit avaient su en tirer un excellent parti et la variété des formes exposées, tant pour les chapeaux d'hommes que pour les chapeaux de dames et enfants, montrait la facilité d'adaptation de ces matières et leur grande solidité. Le Jury a décerné à chacune d'elles un Grand prix.

Deux autres maisons de province exposaient des chapeaux de paille pour hommes; une, de la région du sud-ouest, très ancienne, très honorable et occupant un nombreux personnel, présentait des canotiers en paille cousue d'une fabrication irréprochable, quoique entièrement faits mécaniquement et dans une gamme de prix très avantageux.

L'autre, de la région lyonnaise, mais ayant aussi des ateliers à Paris pour l'article soigné, montrait un très grand choix d'articles où le Panama tenait peut-être une trop grande place. L'étalage en était fait avec un goût parfait et l'ensemble laissait une agréable impression de fraîcheur.

Ces deux maisons reçurent chacune une médaille d'or, rappel de celles qu'elles avaient eues en 1900.

Le chapeau de paille pour dames était représenté par trois maisons parisiennes de premier ordre.

L'une, dont un des chefs avait été membre du Jury en 1900, se vit attribuer un Grand prix. Son Exposition se recommandait par une grande recherche des matières premières employées et par le fini des garnitures : elle présentait aussi de beaux types de chapeaux de paille pour hommes dans les genres riches.

Une autre maison parisienne qui s'adresse à une clientèle plus étendue en fabriquant des genres plus courants, exposait des chapeaux de dames garnis et non garnis et quelques chapeaux d'hommes ; cette Exposition tendait surtout à faire valoir ses chapeaux garnis genre chapelier, auxquels elle fait une grande place dans sa fabrication.

La troisième Exposition de chapeaux de dames comprenait surtout des chapeaux cousus à la main, avec des tresses de crin d'un prix très élevé : la maison qui les exposait a une importante usine en province, où elle fait l'article courant, et des ateliers à Paris, où elle traite l'article plus beau.

Ces deux dernières maisons ont obtenu un rappel de la médaille d'or qu'elles avaient eue en 1900.

Les fabricants de chapeaux feutre pour hommes étaient représentés par deux maisons occupant le premier rang dans cette fabrication. L'une, qui avait déjà obtenu les plus hautes récompenses dans les précédentes Expositions, montrait des articles souples et impers de formes très nouvelles et d'une fabrication impeccable : elle a obtenu un Grand prix.

L'autre, joignait à ses articles feutre pour hommes un grand assortiment de cloches de feutre pour fabriquer le chapeau de dames ; une médaille d'or lui a été attribuée.

Le chapeau de laine pour hommes et pour dames était représenté par la maison qui le travaille le mieux en France, et qui, pour cette cause, a obtenu le Grand prix en 1900. Le Jury lui a rappelé la même récompense.

L'industrie si intéressante et si importante de la casquette ne faisait pas non plus défaut. Deux maisons, l'une de Paris, l'autre de province, représentaient pour ainsi dire les deux pôles de cette fabrication : l'article de luxe et l'article courant.

La maison parisienne qui exposait l'article de luxe avait une grande variété de coiffures en tous genres : chapeaux et casquettes de voyage en étoffe souple, coiffures de sport, toques de jockey, chapeaux

de postillons, livrées de groom et de chasseur, tout cela d'une fabrication irréprochable et d'un effet très plaisant.

Une Exposition de coiffures d'uniforme lui faisait pendant, képis de tous grades, de toutes armées, même des armées étrangères, casques de dragons et de pompiers de Paris, tous ces articles étaient présentés avec goût et très soignés comme garniture. C'étaient les



Cliché Gerschel.

débuts de cette maison dans les Expositions : ils lui ont valu une médaille d'argent.

Le chapeau mécanique, vulgairement appelé « gibus », ornait exclusivement une élégante vitrine en bois sculpté. La maison de Paris qui exposait cette spécialité y excelle et c'est à peine si l'on devine dans le chapeau ouvert la présence du ressort métallique qui tend ou détend les parois à volonté. Médaille d'or.

Le chapeau de soie, le cérémonieux haut de forme, si discuté, et

depuis si longtemps, triomphait dans trois vitrines de chapelier vendant directement leurs produits aux consommateurs.

Deux d'entre eux portent des noms bien connus qui sont devenus de véritables marques de fabrique.

La variété de ces vitrines, qui contenaient des coiffures pour hommes et pour dames, des casquettes d'automobile et autres fantaisies donnait un attrait spécial à cette partie de l'Exposition de la chapellerie.

Les fournitures pour chapellerie venaient, enfin, compléter cet ensemble qui représentait vraiment la synthèse de cette importante industrie. Par une heureuse coïncidence, les trois maisons exposant à Saint-Louis avaient chacune, comme spécialité, les trois principales fournitures qui composent la garniture du chapeau : le cuir, la coiffe et le galon.

La maison qui exposait les cuirs est une des plus importantes de France et une fidèle habituée des Expositions. Elle était hors concours à Chicago, en 1893, l'un de ses chefs étant membre du Jury et rapporteur pour la chapellerie. Cette maison a depuis de longues années une succursale à New-York et fait avec les Etats-Unis des affaires très suivies, surtout en matières premières (poils de lapin et de lièvre). Le Jury lui a décerné un Grand prix.

La coiffe était représentée par une maison de province qui a su organiser en manufacture et faire prospérer une industrie qui n'était jusque là qu'une petite industrie en chambre. Cette maison possède un outillage très perfectionné qui lui permet de produire rapidement de très grandes quantités à des prix avantageux. Aussi exporte-t-elle dans tous les pays d'Europe et même en Amérique. Son Exposition comprenait de nombreux spécimens de coiffes pour chapeaux de feutre et de paille usités dans les divers pays qui composent sa clientèle. Médaille d'or.

Pour le galon chapellerie, spécialité qui nécessite l'emploi de certaines matières et de certains métiers appropriés, c'est une maison de la région stéphanoise qui défendait sa réputation, et elle était bien défendue. Cette maison, qui a un dépôt à Paris, offrait toute une série de rubans fantaisie du plus gracieux effet. Malheureusement, ce genre de fantaisie n'a aucune chance de succès aux Etats-Unis, où on ne porte, en ce moment du moins, que des galons unis autour des chapeaux. Médaille d'or.

Telles étaient les maisons qui composaient, à Saint-Louis, l'Exposition de la chapellerie française : elles ont eu, comme on a pu le

voir, une large place dans les faveurs du Jury puisqu'elles se sont vu attribuer par lui les récompenses suivantes :

Sept Grands prix, onze médailles d'or et deux médailles d'argent.

CLASSE 389

Cannes. Parapluies. Ombrelles.

La classe 389 (cannes, fouets, cravaches, ombrelles, parapluies) ne renfermait que trois exposants, mais tous les trois avaient envoyé, à Saint-Louis, leurs produits les plus riches et les plus élégants.

Dans deux vitrines de même importance situées à la même place au milieu du Groupe, en face de la chapellerie, deux maisons parisiennes exposaient de ravissantes ombrelles et quelques parapluies de luxe. La variété des manches, dont quelques-uns étaient enrichis de pierreries, la richesse des couvertures ornées de broderies et de dentelles, l'élégance des formes et l'harmonie des nuances, tout concourait pour faire de ces vitrines un véritable régal des yeux. Le jury a décerné un Grand prix à chacune de ces importantes maisons.

Le troisième exposant présentait un bel ensemble de cannes de formes diverses, mais révélant toutes le même souci d'une grande élégance, vraiment parisienne. Il a obtenu une médaille d'or.

Cette Exposition de cannes, parapluies, conduisait à l'importante classe 387 (corsets et fournitures pour corsets).

CLASSE 387

Corsets.

Cette classe comprenait dix-sept exposants occupant 35 mètres de façade.

Tous ces exposants avaient des vitrines individuelles et se distribuèrent en quatre catégories.

Les fabricants de corsets en gros étaient représentés par deux maisons parisiennes, dont l'une obtint un Grand prix et l'autre une médaille d'or.

La première, qui a une importante usine à Paris, fait également travailler en province où elle fabrique ses séries de corsets bon

marché : elle occupe un nombreux personnel ouvrier et ses prix de vente s'échelonnent de 36 francs à 180 francs la douzaine. Elle fait principalement ses affaires en France et avec la commission.

L'autre n'a pas d'usine, mais donne du travail à façon à des entrepreneuses de Paris et de province ; elle ne fait pas les articles très bon marché et sa fabrication très soignée lui permet de faire encore d'importantes affaires d'exportation en Angleterre, en Allemagne et même aux Etats-Unis.

Les fabricants de corsets sur mesure étaient réunis dans des vitrines d'une décoration uniforme, et les exposants n'étaient séparés que par des paravents laqués blanc, tendus de bleu ciel, sur lesquels se détachaient les mannequins de cire rose qui supportaient les corsets exposés.

Ces mannequins faisaient eux-mêmes l'objet d'une Exposition séparée qui affirmait la réelle supériorité des modèles français et qui fut récompensée par un Grand prix.

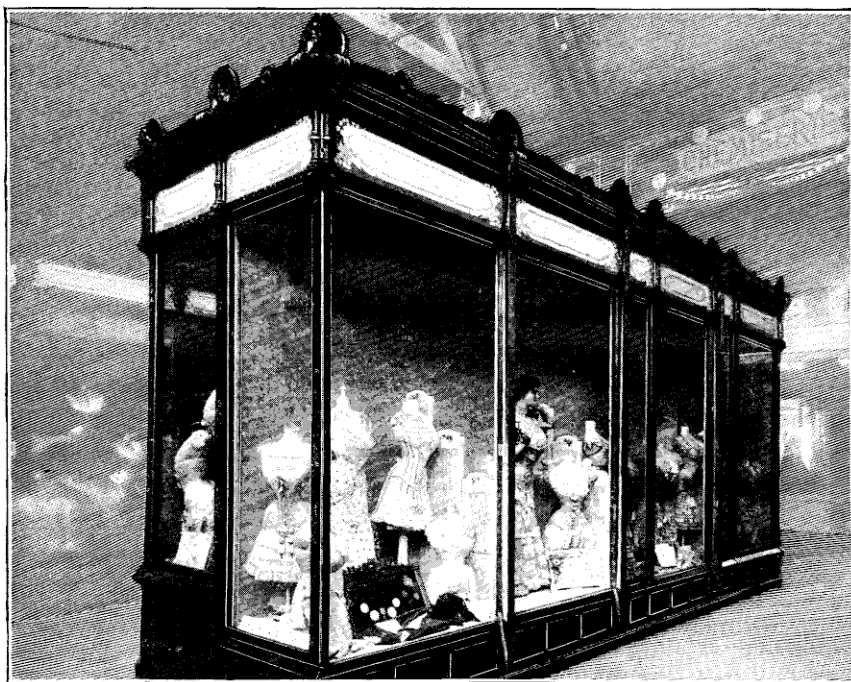
Huit maisons, toutes parisiennes, prenaient part à cette Exposition du corset de luxe, le seul qui ait chance de pouvoir être encore exporté aux États-Unis, dans les malles des dames américaines qui viennent se les commander elles-mêmes à Paris.

Cette Exposition était remarquable et eut un légitime succès : les exposants avaient généralement adopté une nuance unique pour leurs produits ; les uns n'avaient que du blanc, les autres du rose ; d'autres du ciel, les formes les plus gracieuses, les étoffes les plus riches et, par dessus tout, l'exécution la plus achevée, dans les plus petits détails, tout cela, joint à l'harmonie des nuances où rien ne se heurtait, réalisait un ensemble très digne de cette belle industrie.

Un examen des modèles exposés aussi bien par les fabricants de corsets en gros que par les maisons le fabriquant sur mesure, montre de suite la tendance actuelle du corset qui est devenu véritablement scientifique. Tous les perfectionnements qui lui sont apportés depuis quelques années ont trouvé leur plus parfaite application dans la forme droite actuelle. Le mérite de cette forme a été de donner au corset son point d'appui sur les surfaces osseuses, sur le sommet des hanches, de maintenir la paroi abdominale, de cambrer le dos et de laisser libre toute la partie supérieure du buste. Pour compléter le corset qui s'arrête souvent au niveau du thorax et ne soutient pas les seins, on a imaginé des sortes de brassières formées de rubans juxtaposés qui soutiennent la poitrine sans la comprimer. Mais la

plupart des modèles sont combinés de telle sorte qu'ils montent assez haut pour soutenir la poitrine sans nuire à la respiration et à la digestion.

Ce qui fait le succès de cette transformation du corset c'est qu'elle n'a nui en rien à l'élégance de son aspect. Ce prolongement sur les hanches, largement échancré pour ne pas gêner la marche est tout à fait gracieux, et la liberté enfin rendue à la poitrine ne peut que réjouir les amateurs de belle esthétique féminine.



Cliché Gerschel.

Cette industrie nécessite beaucoup de fournitures et elle n'eût pas été complètement représentée sans les maisons qui fabriquent ces fournitures.

Deux manufactures d'étoffes, de satins unis et brochés, toutes les deux de Comines, dans le Nord, avaient fait deux belles Expositions formées de leurs pièces d'étoffes dans toute la gamme de leur coloris.

L'une a reçu un Grand prix, l'autre une médaille d'or.

Un autre élément important de fournitures pour corset, le busc, était représenté par une importante maison parisienne qui en a fait

sa spécialité ; la recherche du busc idéal, à la fois souple, résistant et léger, a exigé bien des études dans lesquelles le fabricant de busc a surtout besoin d'être secondé par la qualité de la matière première, c'est-à-dire de l'acier ; or, j'ai reçu les doléances de plusieurs fabricants qui prétendent que les buscs américains, par exemple, sont fabriqués avec de l'acier bien supérieur au nôtre.

Quoiqu'il en soit, l'exposant dont il s'agit possède à Paris une usine où sont réunies les machines les plus perfectionnées pour le perçage des buscs, le rivetage mécanique, le collage des enveloppes de papier ou d'étoffes qui les recouvrent, le découpage des œillets et des agrafes en cuivre. Grâce à ce matériel très coûteux, mais qui permet une grande division de travail et une production très rapide, cette maison peut établir des conditions de vente qui lui assurent encore un chiffre important d'exportation avec presque tous les pays, sauf l'Allemagne qui est le pays concurrent le plus redoutable. Il faut, d'ailleurs, reconnaître que ce sont les Allemands qui ont fait faire les plus grands progrès à cette industrie en y appliquant les premiers les procédés mécaniques à grand rendement ; c'est encore chez eux qu'il faut aller chercher les machines qui coûtent beaucoup moins cher qu'en France.

Cette maison fabrique toutes sortes de buscs métalliques, depuis les plus ordinaires recouverts de papier, jusqu'à ceux employés dans les corsets de luxe avec couverture de satin et de peau blanche ; une des grandes difficultés de cette fabrication était d'éviter la rouille : on y parvient maintenant très facilement en vernissant les buscs avant de les recouvrir : certains sont même trempés dans une solution de celluloid qui rend la fermeture de l'enveloppe tout à fait hermétique. Une médaille d'or a récompensé les mérites industriels de cette maison.

Trois négociants en tissus et accessoires pour corsets complétaient cette Exposition de la classe 387. Elles ont obtenu toutes les trois des médailles d'argent.

Ces intermédiaires sont de précieux auxiliaires pour l'industrie du corset ; sans doute les fabricants de la première catégorie n'ont pas recours à eux, mais les corsetières sur mesure qui sont légion, et qui ne peuvent remettre des commandes assez importantes pour acheter en fabrique, trouvent chez ces commerçants les plus grandes facilités.

Ces trois Expositions étaient très bien présentées et donnaient une idée exacte de leur importance qui mérite de ne pas passer inaperçue.

Récompenses.

En résumé, les récompenses obtenues par la Section française dans le Groupe 61 se répartissent ainsi :

Il y avait 117 exposants en ne comptant que pour un ceux qui avaient exposé à la fois individuellement et dans des réunions de fabricants :

3 étaient hors concours comme membres du jury.

39 ont obtenu des Grands prix ;

42 ont obtenu des médailles d'or ;

26 ont obtenu des médailles d'argent ;

4 ont obtenu des médailles de bronze.

Trois exposants déjà récompensés individuellement ont obtenu, en outre, chacun une médaille d'argent dans une réunion de fabricants.

Avant d'aborder les Sections étrangères, nous donnerons un aperçu de la façon dont le Jury international a fonctionné et nous noterons les particularités intéressantes qui ont paru aux membres du Jury français dignes d'être mentionnée.

Dès le 1^{er} septembre, M. Géo GERALD, commissaire général, réunissait les membres du Jury au Palais national pour leur communiquer les décisions prises d'accord avec l'Administration américaine et les autres commissaires généraux. De cet exposé, il résultait que tous les Jurys du Groupe auraient un Américain comme président ; mais un assez grand nombre de vice-présidences avaient été réservées à la France. Le Groupe 61 était du nombre, et notre honorable collègue M. MOULBAU avait été désigné pour remplir les fonctions de vice-président ; ce fut un premier succès qui fut complété ensuite par la désignation de notre sympathique collègue M. BLUM comme secrétaire.

Les membres du Jury du Groupe 61 furent adjoints au Groupe 53 pour procéder ensemble aux opérations d'examen. Le Groupe 53 comprenait, suivant la classification américaine « Equipement, processes used in sewing and making wearing apparel » c'est-à-dire : « Matériel et procédés de couture et fabrication des accessoires du vêtement ».

Ces deux Groupes 53 et 61 formèrent le Jury du Groupe 9 sous

la présidence de M. Dan. NUGENT, assisté de M. Chas. W. FARMER comme secrétaire.

Dès le lendemain, 2 septembre, les membres du Jury du Groupe 9 se réunissaient sous la présidence de M. HULBERT, directeur du Palais des manufactures. Cette réunion ne dura que quelques minutes et le jury ainsi installé par le représentant de l'Administration américaine se rendit dans la salle de ses délibérations.

Ce terme est un peu pompeux pour désigner le local où allaient s'effectuer les travaux journaliers du jury. Ce local n'était autre que le palier de l'un des escaliers du palais où on avait disposé quelques chaises et une table en bois blanc qui n'était même pas recouverte du classique tapis vert sans lequel il n'y a pas, en France, de délibération valable.

M. le président NUGENT souhaite la bienvenue aux membres étrangers et on arrêta séance tenante la méthode à suivre. Dans cette discussion les représentants de la France, qui avaient sur leurs nouveaux collègues l'avantage que donne l'expérience des Expositions, prirent une part prépondérante et s'imposèrent du premier coup à leur attention par le seul ascendant de leur compétence et de leur autorité professionnelle. Il faut savoir, en effet, que les Américains n'envisagent pas au même point de vue que nous les fonctions de membre du jury.

Pour nous, c'est une fonction honorifique extrêmement flatteuse et pour laquelle on ne désigne que des personnes d'une compétence éprouvée et occupant une situation importante dans le genre d'affaires qu'elles sont appelées à juger. Inutile de rappeler que ces fonctions sont non seulement gratuites, mais qu'elles entraînent pour les titulaires des dépenses considérables, surtout quand il s'agit, comme ici, d'Exposition lointaine.

Aux Etats-Unis, c'est une fonction commerciale, une charge pour laquelle l'Administration trouve très naturel d'indemniser celui qui l'accepte. Ainsi le Jury américain du Groupe 61 était composé en majeure partie d'employés de commerce des deux sexes et de journalistes qui touchaient des jetons de présence de 7 dollars par jour.

Les opérations du Jury ont duré vingt jours, laborieusement remplis. Les membres se réunissaient le matin à 9 heures 1/2 sur le palier et la visite se continuait jusqu'à 5 heures, avec une suspension d'une heure pour le déjeuner.

A 5 heures, on se réunissait de nouveau pour lire le procès-verbal des opérations de la veille et résumer les travaux faits le jour

même. Chaque exposant avait une feuille sur laquelle fut notée en dernière analyse la récompense qui lui était attribuée.

A la dernière réunion, chaque feuille fut signée par chaque membre du Jury et contre-signée par le président. Les débats ont toujours été empreints de la plus grande courtoisie et les jurés français furent honorés jusqu'à la fin des travaux de la plus entière confiance. Je suis heureux, sur leur prière, de le constater à l'éloge de tous.

Ce sont les membres du Jury français qui ont pris également l'initiative de demander des récompenses pour nos collaborateurs. Aucun pays étranger ne connaissait l'existence de ces distinctions si légitimes et qui sont si appréciées de nos auxiliaires. Les Américains semblaient y attacher très peu d'importance, mais les Français n'eurent pas de peine en invoquant les précédents, à faire consacrer une fois de plus cet usage, et ils eurent la grande satisfaction d'obtenir pour nos collaborateurs :

16 médailles d'or, 87 médailles d'argent, 83 médailles de bronze.



Composition du Jury international des Groupes 61 et 63 (Exposition de Saint-Louis)

Représentant les Etats-Unis . . MM. Dan C. NUGENT, *président*.
Chas W. FARMER, *secrétaire*.

GROUPE 61

Représentant les Etats-Unis . .	MM.	John SCHEVILLE CAPPER, <i>présid^t</i> .
— la France		J. MOUILBAU, <i>vice-président</i> .
— —		L. BLUM, <i>secrétaire</i> .
— le Brésil	Miss	Nellie SAXTON.
— les Etats-Unis . .		Célia NELSON.
— la France	MM.	E. LEONARD.
— les Etats-Unis . .		Fred ROSSBACK.
— —		W. E. Mc CLELLAND.
— le Japon		M. NAGAI.

GROUPE 63

— les Etats-Unis . .	MM.	J.-E. WILSON, <i>président</i> .
— —		Chas E. MOORE, <i>vice-président</i> .
— —	Miss	Ella-Elaine BOWES, <i>secrétaire</i> .
— l'Allemagne		Matilde RIPBERGER.
— les Etats-Unis . .		Mary C. HARROW.



LISTE DES RÉCOMPENSES DU GROUPE 61

Hors Concours.

BLUM (L.), GERSON ET C^{ie}, 121, rue Réaumur, Paris.
LÉONARD (Louis-Eugène), *Au Gagne-Petit*, 23, avenue de l'Opéra, Paris.
MOUILBAU ET CHEVREAU, 100, rue Saint-Denis, Paris.

Grands Prix.

ACADÉMIE DE COIFFURES POUR DAMES (PETIT, Auguste, président), 7, rue de la Paix, Paris.
ANGLADE ET DEBAUGE, 3, rue de la Feuillade, Paris.
BAILLY ET C^{ie}, 1, avenue de la République, Paris.
BLAIS-MOUSERON ET L. VILLEMINOT, 50, rue Croix-des-Petits-Champs, Paris.
BONBON (Louis), Troyes (Aube).
BROSSARD (Georges, jeune), 49, faub. Saint-Martin, Paris.
BULLOT ET CORNUEL, 89, rue Réaumur, Paris.
CHABANNE (C.) (Maison Camille Croizat), 9, rue du Quatre-Septembre, Paris.
CHARLES (Jeune), 117, rue Réaumur, Paris.
COANET, Nancy (Meurthe-et-Moselle).
DORÉ ET C^{ie}, Troyes (Aube).
DEHESDIN ET FILS, 91, rue Réaumur Paris.
DENIS ET FILS, 29, rue Fontaine-au-Roi, Paris.
DUCARIN (D.), Comines (Nord).
DUVELLEROY (Georges), 17, passage des Panoramas, Paris.
ÉTABLISSEMENTS DESGREZ, Troyes (Aube).
ÉTABLISSEMENTS KAMPMANN, à Épinal (Vosges).
ÉTABLISSEMENTS LANGE, Troyes (Aube).
FALCIMAIGNE (Charles), 20, boulevard Saint-Denis, Paris.
FILLLOT, RICOIS, LUCET ET C^{ie}, *Au Bon Marché*, 135, rue du Bac, Paris.
FURGON, Troyes (Aube).
GANDRIAU (R., FILS), Fontenay-le-Comte (Vendée).
LANGENHAGEN (Octave de), 10, rue Chanzy, Lunéville.
LEPRINCE (Désiré), 4, rue de Cléry, Paris.

LIAUD FRÈRES, 6, rue Sainte-Anne, Paris.
 LOLLLOT (Albert), 4, rue Martel, Paris.
 MAYER (Myrtil) ET FRÈRES, 73, rue Réaumur, Paris.
 MOSSANT FRÈRES ET VALLON, Bourg-de-Péage (Drôme).
 PICARD ET MINIER, 93, rue Réaumur, Paris.
 RAGUET FILS (P.) ET VIGNES, à Troyes (Aube).
 SAVOURÉ (J.), 120, rue Rivoli, Paris.
 SCHORESTÈNE FRÈRES, 168, rue Saint-Maur, Paris.
 SOCIÉTÉ ANONYME DES ÉTABLISSEMENTS MAUCHAUFFÉE, Troyes (Aube).
 SOCIÉTÉ GÉNÉRALE DE BONNETERIE, à Troyes (Aube).
 STOCKMANN, 150, rue Legendre, Paris.
 TRIQUET (Octave), 79, rue Sainte-Apolline, Paris.
 VERDIER, 2, faubourg Poissonnière, Paris.
 VIMONT (Léon), 3, rue des Deux-Boules, Paris.
 VITOUX-DERREY, à Troyes (Aube).

Médailles d'Or.

BARRÉIROS (M^{me} Berthe), 10, rue Danou, Paris.
 BENOISTON (Aurélien), 164-166, rue du Temple, Paris.
 BERTOUT (A.) ET GOT, 20, rue des Bourdonnais, Paris.
 BIRON (C.), 65, rue Meslay, Paris.
 BONNET (Jean), 25-27, rue des Jeûneurs, Paris.
 BOILEAU (Théodore), 167, rue de Rivoli, Paris.
 BOUNAIX (Jeune), 59, rue du Temple, Paris.
 BRUN (Louis Fils), à Arre (Gard).
 CANARD (A.), au Puy (Haute-Loire).
 CHANDELET (Émile), 59, rue Meslay, Paris.
 COURTOIS (Albert-Armand), 29, rue de la Ferronnerie, Paris.
 DELION (Albert), 24, boulevard des Capucines, Paris.
 DHEILLY (Émile), à Villers-Bretonneux (Somme).
 DUPONT (Francis), 26, rue Le Peletier, Paris.
 ENNETIÈRES (Jean-Baptiste d'), à Comines, Paris.
 ÉTABLISSEMENTS REY, COUSINS ET C^{ie}, à Caussade (Tarn-et-Garonne).
 FOURNIER (Eugène-Hippolyte), 140, rue de Rivoli, Paris.
 FRANCFORT (G.), 24, rue d'Hauteville, Paris.
 GAITZ-HOCKY (J.), 67, rue Réaumur, Paris.
 GÉRARD (Gustave), 111, rue Réaumur, Paris.
 IMANS, 10, rue Crussol, Paris.
 JAVEY (L.) ET C^{ie}, 106, rue Réaumur, Paris.
 LAVANOUX ET VÉRAN, 226, rue Saint-Denis, Paris.
 LAPRESLE (G., FILS), 7, rue Coquillière, Paris.
 LATOUCHE JEUNE (G.), 21, rue Saint-Augustin, Paris.

LÉON (J. ET M.), 21, rue Daunou, Paris.
 LEPRINCE (Henri-Pierre-François), 44, boulevard de Sébastopol, Paris.
 LIBRON ET FILS (G.), 40, quai Jemmapes, Paris.
 MACDONALD, 17, rue des Petites-Écuries, Paris.
 MARCHAND-HÉBERT (Gustave), à Andeville (Oise).
 MEGEMOND (Émile), à Bort (Corrèze).
 MERMILLIOD (Eugène), 52, rue Montmartre, Paris.
 PEYRACHE FRÈRES, 31, rue du Temple, Paris.
 PICARD (LES FILS DE LÉOPOLD), 45-47, rue d'Aboukir, Paris.
 PINAY JEUNE (LES FILS DE), 5 et 7, faubourg Poissonnière, Paris.
 PŒUF-BILLET, 94, rue Saint-Denis, Paris.
 QUESNEY (Charles), à Charleval (Eure).
 ROUSSEAU (Amédée-Georges), 16, rue Bertin-Poirée, Paris.
 SCHWOB (Maurice), 69, rue Lafayette, Paris.
 SOCIÉTÉ ANONYME DES GRANDS MAGASINS DES « GALERIES LAFAYETTE »,
 1, rue Lafayette, Paris.
 TAFFONNEAU (Albert) ET CHOLLET, 5, rue d'Hauteville, Paris.
 TONNEL (Veuve) ET C^{ie}, 130, rue de Rivoli, Paris.

Médailles d'Argent.

ASSOCIATION COOPÉRATIVE DES BOUTONNIERS EN OS, à Méru.
 AUGUSTIN (Émile), 15, rue Gaillon, Paris.
 BROSSART, 49, faubourg Saint-Martin, Paris.
 CADOLLE (Veuve) ET FILS, 24, rue de la Chaussée-d'Antin.
 CAMBIER (Paul), 13, rue Grange-aux-Belles, Paris.
 CHARLES AÎNÉ, 6, rue Paul-Lelong, Paris.
 CHARLES JEUNE, 117, rue Réaumur, Paris.
 CHOISY (Auguste) 14, rue des Jeuneurs, Paris.
 CLAVERIE (Auguste), 234, faubourg Saint-Martin, Paris.
 CONVARD-MERCIER, 11, rue Monsigny, Paris.
 CROIZIER (L.), 7, rue des Capucines, Paris.
 DECHASTELUS (Maurice), 69, passage Choiseul, Paris.
 DEMARET (J.), 130, faubourg Saint-Martin, Paris.
 DENIS ET FILS, 29, rue Fontaine-au-Roi, Paris.
 DESPRÉAUX, 21, rue Turbigo, Paris.
 GUILLOT ET C^{ie}, 10, rue de la Paix, Paris.
 GUILMARD (M^{me}), 34, avenue de l'Opéra, Paris.
 INSTITUT DES COIFFEURS POUR DAMES (Maurice DUPONT, président), 26, rue
 Le Peletier, Paris.
 JOGUET (S.), 1, rue d'Hauteville, Paris.
 LESIEUR (Veuve Alfred), 95, rue Oberkampf, Paris.
 MAGNENANT (Blaise), 14, rue des Rosiers, Paris.

MARGAINE-LACROIX, 19, boulevard Haussmann, Paris.
MARQUIS (Eugène), 92, boulevard Sébastopol, Paris.
PEMJEAN (Eugène), 51 *bis*, rue Sainte-Anne, Paris.
QUANTIN ET DELMOTTE, 73, rue de Richelieu, Paris.
SCHULMANN (J. et L.), 8, rue du Sentier, Paris.
VALLENTIN (Émile-Edmond-Sylvain), 47, rue Jeanne-d'Arc, Paris.
VENET-THIPAINE, 30, rue Saint-Augustin, Paris.
VION, 17, boulevard de la Madeleine, Paris.

Médailles de Bronze.

AVERSENG (Charles), 77, rue de Richelieu, Paris.
CHARLES (Camille), 115, boulevard de Sébastopol, Paris.
ECOLE PROFESSIONNELLE DE DESSIN DE LA CHAMBRE SYNDICALE.
DARD (Georges), à Saint-Denis (Réunion).





SECTIONS ÉTRANGÈRES

La visite du Groupe 61 français est terminée, nous allons maintenant franchir le seuil du portique qui conduit aux sections étrangères dont la plupart se trouvaient dans le même palais des manufactures.

A part les ÉTATS-UNIS et le JAPON, les pays étrangers n'apportaient qu'une très faible contribution à l'Exposition internationale des accessoires du vêtement.

Pour la RÉPUBLIQUE ARGENTINE, un seul exposant de Buenos-Ayres présentait des chapeaux imperméables à la transpiration. Ce procédé, qui n'a pas même le mérite de la nouveauté, n'est pas suffisant pour faire mentionner spécialement cette maison à laquelle le Jury a donné une médaille de bronze.

En AUTRICHE, une maison de lingerie pour dames, de Vienne, et une fabrique d'éventails tenaient des comptoirs de vente, comme presque tous les exposants des Sections étrangères. Cette manière de faire déclassa singulièrement les Expositions qui deviennent alors de véritables caravansérails.

Le Jury a accordé une médaille d'argent à la lingère et une médaille de bronze à l'éventailiste.

Le BRÉSIL, plus voisin des États-Unis, avait réuni dans son Palais national, aux dimensions colossales, une trentaine d'Expositions du Groupe 61, dont quelques-unes n'étaient pas indifférentes. Le Jury leur a fait une large part dans ses récompenses.

Sans vouloir diminuer le mérite de ces exposants, il est bien permis de se demander si la vieille galanterie française n'a pas influencé dans une certaine mesure l'opinion du jury, quand on saura que le membre du Jury pour le Brésil était une dame dont nos compatriotes nous ont chaudement vanté l'amabilité.

La chapellerie brésilienne était représentée par douze fabricants de chapeaux de feutres et huit fabricants de chapeaux de paille pour hommes. Cette démonstration atteste l'importance prise par cette industrie au Brésil qui importait autrefois tous ses chapeaux d'Europe. Ce n'est que depuis 1850 qu'il a commencé à fabriquer le chapeau de feutre. En 1889, l'Exposition de Paris comptait quelques maisons brésiennes et le rapporteur rendait déjà hommage à la bonne qualité de ces produits.

En 1900, aucune maison n'affronta la lutte, mais malgré les troubles politiques qui signalaient dans ce pays la fin du siècle dernier, son industrie ne s'en développait pas moins avec une grande prospérité.

Après le chapeau de feutre, ils se mirent à fabriquer le chapeau de paille pour hommes et pour dames et ce marché, qui était autrefois un des plus gros clients de la France, ne recherche plus maintenant nos modèles que pour s'en inspirer.

Une belle Exposition, vraiment originale dans ce pays, était celle des fleurs en plumes.

Imaginez des bouquets entiers de fleurs de tous les genres composés uniquement de plumes d'oiseaux ; la faune de ce grand pays, est, comme chacun le sait, extrêmement riche et variée, mais l'art de composition de ces fleurs en plumes est poussé à un degré inouï de perfection.

Quelques objets de lingerie, des corsets portant un nom français, de la bonneterie et des cravates complétaient l'ensemble de cette Exposition qui témoignait d'un réel progrès dans la fabrication de tous les articles présentés.

Le gouvernement impérial de CHINE reçut un Grand prix pour une Exposition d'ensemble contenant des chapeaux, des fleurs artificielles pour la toilette, des cannes, des parapluies, des boucles et des éventails, en tout semblables à ceux qui figurent dans toutes les Expositions de ce pays, qui semble avoir donné sa mesure et ne plus pouvoir se surpasser.

Une maison d'éventails, qui avait obtenu une médaille d'or en 1900, à Paris, et à Hanoï, en 1902, a reçu la même récompense.

Deux fabricants de cannes en ivoire sculpté, ébène, écaille et autres matières précieuses, reçurent chacun une médaille d'argent.

L'Ile de CUBA fournissait trois exposants : une maison de corsets sur mesure (médaille d'argent), une modiste et un chapelier.

On peut dire que les industries du Groupe 61 n'existaient pas dans

la SECTION ALLEMANDE qui avait donné par contre tant d'importance à certaines industries, et notamment à toutes celles qui concernent l'ornement des habitations.

Trois exposants de minime intérêt : à citer tout au plus une fabrique de buses en acier, dits : « Buses en spirale » brevetés.

Même observation pour la GRANDE BRETAGNE qui n'est mentionnée au catalogue que par un brevet dont la désignation seule est très suggestive :

« Patent telescopic and collapsible umbrella »

Un parapluie télescopique pour représenter Albion, c'est maigre....

En HONGRIE, un chapelier reçut une médaille d'argent.

L'ITALIE avait plus d'exposants qu'il n'en figure au catalogue officiel.

Deux exposants de bonneterie et une belle Exposition de boutons sont seules à retenir.

Les INDES avaient deux exposants en éventails.

Le MEXIQUE mérite plus d'attention, car il était une des nations les mieux représentées dans nos industries, particulièrement dans la chapellerie, la lingerie, la bonneterie.

Le Jury n'a pas eu à examiner moins de soixante-cinq exposants, dont la moitié pour la chapellerie.

Cette industrie s'est implantée de bonne heure au Mexique, probablement vers 1840 et grâce à des ouvriers français. Elle y a rapidement progressé et à l'heure actuelle elle est en pleine prospérité.

Le chapeau que portent les indigènes, soit en feutre soit en paille, est de forme très spéciale; volumineux, épais, lourd, il est surchargé de rubans et passementeries en or et en argent. Ces chapeaux coûtent fort cher et l'indigène y concentre tout le luxe de son costume.

Les chapeaux de paille tressés dans le pays avec la fibre de latanier affectent les mêmes formes. La production et la consommation en sont considérables au Mexique : on les fabrique un peu partout, mais les centres les plus importants sont les États de Campèche et de Yucatan. Ces États ont exporté aux États-Unis dans ces dernières années des quantités considérables de chapeaux tressés dans le genre dit « Panama ».

Ce sont ces chapeaux indigènes et aussi des chapeaux de forme européenne que l'Exposition mexicaine montrait en grand nombre. Le Jury a trouvé l'un de ces fabricants de feutre digne d'un Grand prix. Deux médailles d'or et neuf d'argent récompensèrent les autres exposants.

Il y avait des chapeaux exécutés dans les pénitenciers, ce qui explique leur bon marché. Il faudrait encore citer quelques maisons de lingerie élégante et des Expositions de fleurs artificielles, dont une employait également la plume d'oiseau, mais avec moins de succès que la maison brésilienne : elle n'a eu qu'une médaille d'argent.

AU NICARAGUA, nous trouvons dix-huit exposants appartenant tous à la branche des chapeaux tressés « Palm Hats ». Cette fabrication se consomme entièrement dans le pays, sauf quelques genres plus soignés susceptibles d'exportation.

Le PÉROU n'avait que deux exposants, tous les deux fabricants de chapeaux de paille.

C'est encore le chapeau de paille qui sollicitait l'examen du Jury à PORTO-RICO. Cette île étant devenue américaine depuis la guerre de Cuba, le commerce de ses chapeaux tressés a pris maintenant une grande extension et concurrence victorieusement nos maisons de la région de l'est de la France pour l'exportation des chapeaux dits lataniers ou palmiers aux Etats-Unis. La raison en est que n'ayant pas de droit d'entrée à payer, ils bénéficient d'une exemption de 35 % de leur valeur, que les chapeaux français sont obligés de payer.

La qualité des chapeaux laissait au début beaucoup à désirer, mais depuis deux ans les indigènes ont fait de réels progrès dans le travail et le blanchiment et ils livrent maintenant des marchandises très régulières et très soignées. J'ai lieu de considérer ce renseignement comme très exact, car je l'ai recueilli à deux sources différentes.

Le PORTUGAL avait un seul exposant : une fabrique de corsets à Lisbonne, qui a eu une médaille d'argent.

Le SIAM, avec six exposants, présentait des chapeaux et des éventails fabriqués avec les écorces et les feuillages du pays.

J'ai gardé le JAPON pour la fin de mon étude de la Section étrangère, car ce pays mérite réellement une place à part dans ce compte rendu.

Je dois déclarer tout d'abord qu'il mérite une mention spéciale pour le degré d'avancement de toutes ses Expositions au moment de l'inauguration. C'était certainement le pays le plus prêt, et cependant il était parmi ceux qui avaient fait le plus grand effort, et si l'on se souvient que cet effort coïncidait justement avec la préparation de la guerre avec la Russie, il faut bien reconnaître que ce peuple a déployé dans la circonstance des qualités peu communes d'organisation et de vigueur.

Les exposants du Japon dans le Groupe 61 se rattachaient princi-

palement aux classes de la chapellerie, des fleurs artificielles, des éventails, des parapluies et ombrelles et de la lingerie. Ils étaient au nombre de 155 au catalogue officiel.

Tresses de paille et de bois (Straw and Schaving Braids)

Le commerce des tresses de paille et de copeaux de bois (Schaving) a pris depuis 15 ans une extension considérable dans ce pays qui se trouvait placé dans des conditions exceptionnelles et qui sut admirablement tirer parti de ses avantages naturels.

Il est très probable qu'on a tressé de tout temps de la paille au Japon pour les besoins domestiques. Quand le pays s'est ouvert aux bienfaits de la civilisation, ses industries locales se sont perfectionnées rapidement au contact des éléments étrangers. Le Japon avait un sol fertile où la paille de froment poussait très vigoureuse, très saine et très brillante; la main-d'œuvre, surtout celle des femmes, avait peu de valeur. C'étaient là des conditions extrêmement favorables pour fabriquer avec succès la matière première pour chapellerie; l'exemple des Chinois qui exportaient déjà de grandes quantités de tresses en Europe, ouvrit les yeux des négociants japonais qui commencèrent par copier les tresses chinoises avec d'autant plus de succès qu'ils employaient une paille de meilleure qualité qui rendait les tresses plus légères et plus brillantes, d'un beau blanc nacré.

Les importateurs européens qui reçurent ces premiers échantillons devinèrent qu'il y avait là une nouvelle mine à exploiter: ils guidèrent la fabrication japonaise en lui envoyant les articles de provenance suisse et italienne les plus goûtés de la clientèle.

Comme beaucoup de ces articles étaient tressés en copeaux de bois de Bohême, les Japonais trouvèrent dans leur plantureuse végétation des arbres dont l'écorce se travaillait de la même façon et ils copièrent non seulement les dessins, mais les matières mêmes dont ils étaient faits. Leur habileté manuelle, leur talent d'imitation, se donnèrent libre carrière, et, en quelques années, leur fabrication devint tellement importante que les marchés européens, celui de Londres spécialement en furent inondés. Ils subirent les conséquences de cette surproduction et ils firent à leurs dépens l'expérience des affaires qui touchent à la mode. Aujourd'hui, ils savent mieux proportionner leur production aux besoins et les cours ont, depuis deux ans, une assez grande stabilité.

Plusieurs maisons de Kobé ont tenté de faire de l'exportation

directe avec les fabricants de chapeaux. Ces tentatives ne semblent pas avoir très bien réussi : les distances sont trop grandes et un fabricant ne peut pas se résigner à acheter une grosse quantité de tresses sur un simple échantillon. Ce sont encore les importateurs anglais et français qui détiennent la plus grande part de ces affaires, il en est de même aux Etats-Unis.

Outre leurs tresses pour chapellerie et pour vannerie, les Japonais exportent aussi des lames ou copeaux de bois que la Suisse et surtout l'Italie emploient en grande quantité pour la fabrication de leurs propres tresses.

Il est juste de noter ici que ce qui a beaucoup contribué au succès des tresses japonaises, c'est leur régularité de métrage et de qualité ; toutes leurs pièces ont un métrage fixe qui est de 54 yards, et cette mesure est toujours rigoureusement exacte. En outre, leurs tresses sont classées par qualité et forment plusieurs choix basés sur le degré de blancheur de la paille ; chaque importateur désigne ces choix par des noms spéciaux, mais l'acheteur est toujours loyalement prévenu des différences de qualité des lots qui lui sont offerts. Il y a généralement de 10 à 20 centimes de différence par pièce d'un choix à l'autre.

Les tresses du Japon valent en France, depuis 90 centimes la pièce jusqu'à 5 et 6 francs, suivant le travail qu'elles nécessitent. Elles entrent librement en Angleterre, mais quand elles sont réexpédiées en France, elles sont grevées d'un droit de douane de 6 fr. 60 par 100 kilgs à leur entrée dans ce pays. Quand, au contraire, elles sont importées directement en France sans passer par un autre pays, elles acquittent seulement le droit de 2 fr. par 100 kilgs perçu sur toutes les tresses de paille pour chapellerie.

Aux Etats-Unis, elles sont frappées d'un droit de douane de 15 0/0 quand elles sont grèges, et de 20 0/0 si elles sont teintes ou blanchies.

Ce droit de douane, qui est purement fiscal car il ne peut avoir la prétention de protéger une industrie qui n'existe pas encore en Amérique, le tressage de la paille n'empêche pas l'importation des tresses japonaises d'atteindre un chiffre considérable aux Etats-Unis. La manifestation que cette industrie avait faite à Saint-Louis montre bien l'importance qu'elle attache à ses relations américaines. Le catalogue officiel ne mentionne pas moins de 71 exposants dans cette branche de production. Les pièces de paille exposées couvraient une surface murale longue de 50 mètres et haute de 3 mètres.

Sans doute, parmi ces exposants il y avait beaucoup d'associations

ouvrières, exposant en collectivité, mais il y avait aussi quelques grandes maisons d'exportation auxquelles le Jury a décerné de hautes récompenses.

Les genres exposés ne décelaient aucune nouveauté sensationnelle; d'ailleurs, comme je l'ai expliqué plus haut, ce ne sont pas tant des articles nouveaux que les fabricants européens attendent du Japon, c'est plutôt la copie des articles italiens et suisses qui ont eu le plus de succès l'année précédente. Cette copie est, d'ailleurs, toujours très bien exécutée, souvent mieux que les modèles et dans de bonnes conditions de prix.

Les fleurs artificielles présentées par 9 exposants ne donnaient pas une idée aussi avantageuse de l'habileté japonaise: c'est vraiment l'enfance de l'art, et il y a encore de grands progrès à accomplir pour concurrencer, même de loin, les produits européens.

Les éventails étaient plus intéressants. Vingt-neuf exposants avaient combiné leurs produits pour l'agrément des yeux: éventails en papier de formes nouvelles, éventails en étoffe brodée, éventails en bois sculpté, en ivoire, en nacre, en écaille, tous révélaient une exécution très poussée comme détail, mais étaient plutôt dépourvus d'élégance dans la forme.

Les Expositions de parapluies et ombrelles témoignaient d'un réel progrès dans cette industrie encore nouvelle au Japon; les manches sont toujours très soignés, mais les montures sont lourdes, inélégantes, et nuisent beaucoup à l'ensemble de l'objet.

Dans la lingerie et la bonneterie, de curieuses tentatives sont dignes d'être signalées. Ils exposaient de la bonneterie de laine, de coton et de soie dans des formes très modernes et d'une bonne fabrication.

En lingerie, ils avaient des chemises d'hommes en blanc et en couleur, des nappes, des naperons de table avec des jours faits à la main et des broderies de couleur d'un aspect très gai et très frais.

A côté de leurs objets confectionnés, ils montraient des pièces d'étoffes fabriquées au Japon qui avaient servi à produire ces objets.

L'ensemble de cette Exposition, qui était très bien groupée, coupée par des chemins spacieux, ornée de vitrines d'une élégante simplicité, a produit sur le Jury tout entier une impression très favorable. Les récompenses obtenues par cette nation en font foi (1).

(1) J'aurais voulu donner une liste des récompenses attribuées par le Jury aux exposants des Sections étrangères, mais malgré mes demandes directes aux Etats-Unis, il m'a été impossible d'obtenir un palmarès avant l'impression de ce rapport.

TROISIÈME PARTIE

SECTION AMÉRICAINE

LES

INDUSTRIES DU GROUPE 61 AUX ÉTATS-UNIS

NOTA

Il y a lieu de modifier ainsi qu'il suit les indications de tableaux portées dans le texte de cette troisième partie :

Page 101, ligne 4, lire : tableau III^B, au lieu de tableau III.

Page 101, ligne 30, lire : tableau III^A, § I, au lieu de tableau III^B.

Page 106, ligne 3, lire : tableau III^A, § III, au lieu de tableau IV.

— ligne 20, lire : tableau III^A, § V, au lieu de tableau V.

Page 107, ligne 7, lire : tableau III^A, § IV, au lieu de tableau VI.

Page 112, ligne 18, lire : tableau IV^A, au lieu de tableau VII.

Page 115, ligne 21, lire : tableau III^B, au lieu de tableau VIII.

Page 119, ligne 6, lire : tableau VI, § I, au lieu de tableau IX.

Page 123, ligne 32, lire : tableau III^A, § II, au lieu de tableau X.

Page 125, ligne 17, lire : tableau III^B, au lieu de tableau XI.

Page 127, ligne 17, lire : tableau III^B, au lieu de tableau XII.

Page 131, ligne 37, lire : tableau VII, au lieu de tableau XIII.

Page 132, ligne 15, lire : tableau VII, § II, au lieu de tableau XIV.

TROISIÈME PARTIE

LES INDUSTRIES DU GROUPE 61 AUX ÉTATS-UNIS



ES exposants du Groupe 61 dans la Section américaine étaient au nombre de 30 qui se décomposaient ainsi, par comparaison avec l'Exposition de France :

	États-Unis	France
Classe 383. Chapellerie	2	21
— 384. Modes	3	35
— 385. Lingerie	7	10
— 386. Bonneterie	5	21
— 387. Corsets	5	17
— 388. Tissus caoutchouc	4	2
— 389. Parapluies	1	3
— 390/391. Boutons	1	5
392. Eventails	0	1

Comme on le voit par ce tableau comparatif, la supériorité de l'industrie française était écrasante et on croirait vraiment que ce sont les Américains et non les Français qui avaient deux mille lieues à parcourir pour exposer à Saint-Louis.

Il faut, en effet, prendre garde que cette Exposition ne donne qu'une idée très imparfaite et très incomplète de l'industrie américaine. Pour les raisons que j'ai indiquées au début de ce rapport, il faut faire la part des abstentions et elles étaient nombreuses. Il faut constater, par contre, que les Expositions étaient plus importantes que les nôtres : Faire grand est dans le tempérament américain.

Il ne faut donc pas s'étonner de l'ampleur de certaines Expositions; elles comblaient les lacunes et faisaient oublier les absents.

Je veux noter de suite, ici, la différence de conception entre les Expositions américaines et même entre toutes les Expositions étrangères et les nôtres. Je suis persuadé que nos architectes et nos entrepreneurs pourront en faire leur profit. Dans tous les Groupes de la Section française une même conception s'est manifestée : unité de décoration, classement méthodique et régulier des exposants dans des vitrines uniformes et dans un espace bien clos, bien délimité où il faut venir les chercher pour les voir.

Tous nos Groupes étaient autant de salons très bien décorés, d'une belle ordonnance, mais dans lesquels rien n'était laissé à l'imprévu. Je m'empresse d'ajouter que je ne fais en aucune façon la critique de ce plan et de cette méthode, car je suis persuadé que ses avantages dépassent de beaucoup ses inconvénients. Je veux les comparer simplement au plan et à la méthode des Américains qui étaient tout autres. Là, en effet, aucun mot d'ordre, aucune organisation. Chacun est maître de l'espace qui lui est concédé et peut en disposer à sa guise.

De là toutes les fantaisies, toutes les conceptions les plus grandioses, les plus bizarres et aussi les plus dispendieuses. Mais si le bon goût a quelquefois à souffrir de ces manifestations un peu tapageuses, le but de réclame, de publicité qui est en somme une des fins principales des Expositions, est atteint. L'imagination du visiteur est frappée, son esprit est amusé, sa curiosité éveillée et sa mémoire gardera, même malgré lui, le souvenir très vif du stand monumental et quelquefois un peu trop excentrique qui l'a involontairement arrêté.

C'était, en effet, dans des stands, formant de véritables magasins, souvent même de petites maisons complètes, avec toits et cheminées, que les Américains avaient exposé leurs produits. Ces stands alignés le long des allées droites, se coupant à angles droits, comme les rues de leurs cités, se divisaient en « Blocks » numérotés. Chaque exposant était classé sur le Catalogue officiel par le numéro de son block et de sa rue, de sorte qu'il était très facile de le trouver.

J'ai décrit les industries du Groupe français en les suivant dans l'ordre où leurs vitrines étaient distribuées comme si j'avais voulu faire faire au lecteur le tour de notre Groupe en le conduisant de vitrine en vitrine et de Classe en Classe.

Les Expositions américaines n'ayant pas été groupées avec un pareil souci de la classification, je les examinerai dans l'ordre du catalogue officiel.

CLASSE 383.

Chapellerie.

Deux exposants seulement représentaient cette importante industrie qui, protégée par des droits prohibitifs, a pris aux États-Unis, un développement considérable. Ces deux maisons fabriquent toutes les deux les mêmes articles : les chapeaux de feutre pour hommes, souples et impers.

L'une d'entre elles, de beaucoup la plus importante, compte parmi les premières marques des États-Unis. Son usine de Philadelphie est un des établissements les mieux outillés d'Amérique et occupant le plus grand nombre d'ouvriers. Les articles exposés se recommandaient par une grande variété dans les formes et un fini irréprochable. La fabrication américaine du chapeau de feutre est, d'ailleurs, hors de pair. Le Jury a décerné un Grand prix à cette exposition.

L'autre exposant fabrique dans New-York City, mais sa notoriété est bien moins grande ; il a obtenu néanmoins une médaille d'or.

Il est permis de regretter l'absence des principales fabriques de Brooklyn et du Massachusetts. C'est, en effet, ce dernier État qui est le berceau de la fabrication du chapeau d'hommes aux États-Unis.

HISTORIQUE. — Cependant le plus ancien document que l'on possède sur cette industrie montre que des tentatives de fabrication étaient faites à une date très reculée dans d'autres parties de l'Amérique.

En 1662, l'Assemblée de Virginie offre en récompense 10 livres de tabac pour chaque chapeau de laine et de feutre fabriqué sans défaut dans l'intérieur de la colonie.

En 1731 un rapport fait au British Board of Trade estime à 10,000 le nombre des chapeaux de feutre fabriqués chaque année dans les États de New-York et de New-England, qui est l'État actuel de Massachusetts. Il y a, à cette époque, 16 chapeliers à Boston dont l'un forme au moins 40 chapeaux par semaine. Cette production était énorme pour l'époque et la métropole en prit ombrage pour son commerce.

En 1732, le British Board of Trade (ministère du commerce de la Grande-Bretagne) ayant constaté qu'une grande quantité de chapeaux

étaient exportés de New-York en Espagne, Portugal et aux Indes Occidentales, un acte fut publié pour prohiber rigoureusement l'exportation des chapeaux hors de cette colonie. Non seulement on cherche à brider son commerce, on crée des entraves à sa fabrication, mais encore un acte défend à quiconque n'a pas fait un apprentissage de 7 années dans le métier de s'établir fabricant de chapeaux. Enfin, on paralyse le recrutement de la main-d'œuvre en défendant d'employer aucun nègre dans cette fabrication.

Malgré ces mesures restrictives, la force de production de ce nouveau pays prenait une rapide extension.

En 1786, la Pensylvanie produit 160,000 chapeaux de laine et 54,000 chapeaux de feutre par an.

En 1810, la production totale de treize États atteint 457,666 chapeaux de feutre.

En 1850, 1,058 établissements industriels, employant un capital de 4,427,798 dollars, s'occupent de la fabrication des chapeaux de feutre pour hommes.

A partir de cette époque, l'industrie se développe à pas de géant ; l'introduction des machines bouleverse les procédés de fabrication et modifie profondément l'exploitation industrielle. Les fabricants se spécialisent. Ceux qui arrivent les premiers à établir un outillage mécanique prennent sur leurs concurrents une avance telle que ces derniers ne peuvent plus suivre et succombent en chemin victimes de la loi féroce du *Struggle for life*. Les chiffres sont éloquentes, laissons-les parler. Dans la spécialité du chapeau de laine pour hommes, le recensement décennal de 1880 mentionne 43 établissements fabriquant ces articles.

Le chapeau de laine.

En 1890, il n'y en a plus que 32, mais employant un capital plus élevé : 4,142, 224 dollars.

En 1900, le chiffre d'établissements est réduit à 24 et le capital à 2,050,802 dollars. Cette diminution du nombre des établissements tient à deux causes différentes dans les deux décades.

De 1880 à 1890, il y a eu absorption des établissements débiles dans les établissements mieux outillés. Dans la seconde décade, au contraire, il y a réellement une décroissance provenant de la diminution des prix de vente et de la concurrence victorieuse que le chapeau de feutre a faite au chapeau de laine.

La comparaison de la production et des prix de vente est très instructive à cet égard.

En 1890 la production totale des chapeaux de laine a été de 972,375 douzaines pour une somme de 4,611,851 dollars, donnant une moyenne de 4 dollars 73 cents comme prix de vente de la douzaine.

En 1900, la production a été de 811,425 douzaines pour une somme de 3,161,361 dollars donnant seulement comme prix moyen de vente 3 dollars 89 cents, soit une différence de 84 cents en moins par douzaine. Une diminution analogue pourrait être constatée pendant la même période dans presque tous les pays de production du chapeau de laine.

Le chapeau de feutre.

L'étude du chapeau de feutre, son heureux concurrent, va nous donner la contre-partie de cette situation. (Tableaux I et II.)

STATISTIQUE — Au recensement de 1900 il y a cent soixante et onze établissements aux États-Unis qui fabriquent des chapeaux de feutre, utilisant une force motrice de 12,625 chevaux-vapeur et un capital de 16,701,368 dollars. Le capital moyen de chaque établissement se trouve ainsi de 97,668 dollars, soit environ 500,000 francs. Sur ces 171 fabriques, 108 seulement occupent moins de 100 ouvriers; 32 en occupent de 100 à 250; 22 de 250 à 500; 6 de 500 à 1,000 et 2 établissements, un dans l'État de New-York, l'autre dans Pensylvania, occupent plus de 1,000 ouvriers. C'est ce dernier établissement qui exposait à Saint-Louis.

La distribution de ces usines sur le territoire américain est très significative. Le New-Jersey en compte 59, le Connecticut 58, la Pensylvanie 20, l'État de New-York 15, le Massachusetts 11, et les autres États réunis 8 seulement.

Comme on le voit, la fabrication est centralisée presque exclusivement dans les États de l'est, et c'est une remarque qui s'applique à toutes les industries que nous aurons à examiner.

La production totale a été, en 1900, de 1,882,372 douzaines pour une valeur de 25,385,506 dollars; la valeur moyenne de la douzaine ressort ainsi à 13 dollars 50 cents, mais il faut noter qu'elle varie sensiblement suivant le genre de fabrication de chaque État. La moyenne la plus élevée est fournie par New-York City qui donne 32 dollars 35 cents, tandis que le Massachusetts, qui produit les genres plus ordinaires, ne dépasse pas 9 dollars 88 de moyenne.

Le simple énoncé des chiffres qui précède donne une idée suffisante de l'importance de cette industrie aux États-Unis. Protégée par des droits de douane qui varient de 60 à 100 0/0 de la valeur, elle n'a rien à redouter de la concurrence étrangère, et, en fait, les importations dans ces articles sont nulles.

Elle tire uniquement d'Europe une partie de ses matières premières, au premier rang desquelles se trouve le poil de garenne qui sert à fabriquer le feutre. La préparation de ce poil alimente une importante industrie dont je n'ai pas à m'occuper spécialement, puisqu'elle était classée dans le Groupe 60, avec les cuirs et peaux. Je n'en parlerai que comme préface à l'étude de la chapellerie de feutre.

Cette industrie s'exerce dans des établissements qui portent le nom de «couperies de poils». Elle a pour but de séparer le poil de lapin du cuir et de lui faire subir une série de préparations après lesquelles il est livré aux fabriques de chapellerie, trié, lavé, soufflé, secreté, débarrassé de toutes ses impuretés.

Ce serait rééditer les détails contenus dans les rapports des précédentes Expositions que de raconter la fabrication du chapeau de feutre. Depuis 1900 aucune modification sensible n'a été introduite dans l'outillage, et j'ai pu me convaincre, en visitant l'une des plus grandes usines des États-Unis, que nos fabricants n'avaient rien à envier à leurs confrères américains au point de vue du matériel. Presque toutes les machines sont, d'ailleurs, de fabrication anglaise.

VISITE D'UNE FABRIQUE DE CHAPEAUX DE FEUTRE. — L'établissement que j'ai eu la bonne fortune de visiter est situé à Brooklyn, cette ville de 800,000 habitants qui est reliée à New-York par deux ponts gigantesques célèbres dans le monde entier. Il appartient à une société qui exploite la marque la plus connue du Nouveau-Monde. Cette affaire offre cette particularité que tous ses produits sont vendus directement au consommateur dans des chapelleries de détail qui sont autant de succursales : elle en compte actuellement plus de trois cents répandues sur tout le territoire des États-Unis : elle fait, en outre, quelques affaires de gros en concédant l'exploitation de sa marque à des chapeliers détaillants dans les localités où elle n'a pas de succursale.

Son chiffre d'affaires est très important et on le comprendra d'autant plus facilement que tous ses articles s'adressent à la clientèle riche et sont vendus à des prix très élevés. La production de l'usine est de 150 douzaines par jour et comprend tous les genres de cha-

peaux vendus en Amérique ; la plus grande part de la production est fournie par le chapeau de feutre souple et impers, mais on y fait aussi le chapeau de soie et même le chapeau de paille.

Le chapeau de feutre mat est fabriqué comme à Stokport, mécaniquement, mais toutes les tournures sont faites à la main. Le poil passe d'abord dans une souffleuse, de fabrication anglaise, dont le directeur de l'usine me fit le plus grand éloge. Les bastisseuses, les fondeuses et les ponceuses sont de fabrication américaine, mais copiées sur les machines anglaises. Par contre les presses hydrauliques et les tours à bichonner viennent d'Angleterre. Ces derniers fonctionnent avec une grande régularité. Un ouvrier conduit 12 tours et peut ainsi finir en même temps sa douzaine de chapeaux qui reçoivent chacun 4 tours d'eau : un déclanchement automatique éloigne le fer de la calotte quand il a terminé le repassage de la rosette.

La plupart des accessoires qui concourent à la garniture du chapeau sont confectionnés dans l'usine.

Les coiffes sont faites par chaque ouvrière suivant la forme du chapeau : les cuirs sont coupés en pleine peau, une meule à émeri les biseaute, les machines à coudre les surjettent et une machine à découper leur donne le cintre et la longueur désirés pour chaque entrée ; cette entrée est indiquée à l'envers de chaque cuir par l'ouvrier qui conduit la machine, à l'aide d'un tampon encre.

Le galon chapellerie à fines ou grosses cotes est fabriqué dans l'usine sur des métiers brevetés et construits dans l'usine même. La soie brute est achetée en Amérique ; elle est préparée et teinte dans l'usine et mise sur métier. J'ai remarqué, toutefois, que ce système de métiers exigeait l'emploi de soie extra forte et ne pouvait produire que des galons de très belle qualité. Les galons les plus portés aux États-Unis sur les chapeaux sont unis : très peu de galons fantaisie, même sur le chapeau de paille.

Les ouvriers chapeliers sont tous syndiqués et leurs revendications ont causé pendant ces dernières années des grèves nombreuses. Le groupement des fabriques dans quelques États voisins les uns des autres a facilité beaucoup les organisations syndicales et on m'a cité plusieurs maisons qui commencent à transporter leurs usines dans les États de l'ouest pour échapper à la tyrannie de ces organisations.

Au moment même où je visitais ces usines, un grave conflit venait d'éclater à Daubury où les patrons avaient décrété le « lock out » et fermé leurs usines.

Je dois cependant déclarer, car mon enquête rapporte impartialement tous les témoignages qui m'ont paru dignes de foi, que le directeur de l'usine dont je parle se montrait très satisfait des relations qu'il entretenait avec ses ouvriers et leur Syndicat. L'usine comprend 650 à 700 ouvriers ; tous travaillent d'après la loi de l'État de New-Jersey 55 heures par semaine, les hommes comme les femmes.

Les hommes gagnent de 12 à 20 dollars par semaine, les femmes, qui ne sont guère employées qu'à la garniture, gagnent de 5 à 12 dollars. Il y a dans le personnel des ouvriers de toute nationalité, surtout des Allemands, des Italiens et des Belges.

Je me suis expliqué pourquoi cette maison ne se plaignait pas autant que ses confrères des exigences du Syndicat ouvrier. Vendant directement au public, elle peut payer des prix de façon plus élevés que les autres fabricants qui revendent en demi-gros et sont souvent forcés de passer par les Jobbers qui prennent le plus clair du bénéfice.

Les chapeaux les plus portés aux États-Unis sont la Cape Ronde apprêt dur « Stiffened, » et, dans le sud et l'ouest le feutre mou, grands bords, « Soft ». Tous ces chapeaux souples et impers sont de forme élégante, les nuances en sont très unies, l'apprêt très résistant sans être trop lourd. Nos fabricants peuvent, sans doute, faire aussi bien, ils ne sauraient faire mieux.

Le chapeau de paille.

La fabrication du chapeau de paille pour hommes n'avait aucun représentant à l'Exposition de Saint-Louis : il ne faudrait pas en conclure qu'elle n'existe pas aux États-Unis. Le chapeau de paille est, au contraire, en ce pays un article de grosse production et de grosse consommation. La température très chaude pendant quatre mois de l'année rend cette coiffure indispensable. Il est à remarquer que les chapeliers détaillants « Retailers » limitent même de leur propre initiative la consommation du chapeau de paille en reculant le plus possible le moment de sa mise en vente.

Avant le 1^{er} juin, il n'y a pas un seul chapeau de paille en montre, et, cependant, nous avons pu nous convaincre par notre expérience personnelle, que dès le 1^{er} mai à Saint-Louis le chapeau en feutre, voire même en feutre souple, est déjà bien pénible à porter. Chacun se conforme docilement à cet usage et personne

n'oserait arborer son chapeau de paille avant les premiers jours de juin.

Les principaux centres de production du chapeau de paille d'homme sont les villes de Baltimore, de Boston et ses environs.

C'est dans la première de ces villes que je me suis arrêté en allant à Saint-Louis pour y étudier la fabrication américaine.

VISITE D'UNE FABRIQUE DE CHAPEAUX DE PAILLE. — L'établissement que j'ai visité et où le plus bienveillant accueil m'avait été préparé par un ami commun, peut passer à bon droit pour une usine modèle.

Elle rivalise pour la production et la perfection de l'outillage avec trois autres maisons de Baltimore, qui constituent le centre de production dont je veux parler. Outre ces maisons principales, il y a à Baltimore un assez grand nombre de petits fabricants qui travaillent en famille et font même du chapeau de dames. On évalue à 2,000 le nombre d'ouvriers employés dans cette fabrication. L'usine que j'ai visitée date de quatre ans ; elle a été bâtie par le propriétaire actuel, fils du fondateur de la maison. Elle est carrée, massive, toute en briques rouges et compte dix étages depuis les sous-sols où sont les matières premières jusqu'à la terrasse qui couronne l'édifice et où sont installés la teinture et le blanchiment des tresses de paille. Une puissante machine à vapeur anime les dynamos qui donnent la force et la lumière à toute l'usine.

Six cents personnes travaillent dans ces ateliers dont $\frac{1}{3}$ seulement d'hommes contre $\frac{2}{3}$ de femmes. Tout le personnel est blanc ; les nègres, qui sont pourtant nombreux à Baltimore, ne pourraient pas travailler avec les blancs, tous les ouvriers sont Américains. Toutes les machines à coudre sont conduites par des femmes : cette réflexion peut sembler une « La Palissade », car les profanes ignorent que la plus grande partie des ouvriers qui cousent la paille en France, sont des hommes et qu'ils ont généralement une supériorité marquée sur les couseuses.

Le berceau du chapeau de paille est dans le Massachusetts et sa fabrication fut certainement apportée par des ouvriers anglais. C'est vers 1850 que l'on commença à coudre de la paille à Baltimore, les ouvriers se formèrent peu à peu. L'établissement que j'ai visité commença avec deux ouvriers auxquels le patron enseigna son métier qu'il connaissait dans tous ses détails. Ces ouvriers en formèrent d'autres et ainsi se constitua, assez rapidement, un noyau d'ouvriers qui alla toujours en augmentant. Ils sont, d'ailleurs, travailleurs, habiles,

soigneux ; les femmes sont très propres, très vives, habillées avec goût et coiffées avec une coquetterie qui leur vaut une certaine renommée en Amérique.

Ouvriers et ouvrières gagnent largement leur vie ; le travail est payé aux pièces.

Les couseuses gagnent, suivant leur habileté, de 8 à 12 dollars par semaine.

Les apprêteurs gagnent 12 dollars par semaine. Les dresseurs à la machine, de 15 à 20 dollars par semaine. Les dresseurs à la main gagnent de 12 à 16 dollars. Les garnisseuses de 5 à 12 dollars par semaine.

Il faut noter, toutefois, qu'il y a quelques mois de morte-saison. L'usine ne tourne pas du tout pendant le mois de juillet. En août et septembre on n'est occupé qu'aux échantillons : le travail ne commence vraiment qu'en octobre et se poursuit jusqu'à fin avril. Quand la saison est favorable, les mois de mai et juin sont souvent les meilleurs.

Cette régularité relative de travail si difficile à obtenir dans cette industrie, crée aux ouvriers une situation assez favorable ; aussi les grèves sont-elles rares et il n'y a encore aucune organisation syndicale parmi eux ; plusieurs tentatives ont été faites dans ces dernières années, mais toutes ont échoué.

L'outillage qu'il m'a été permis de voir à l'œuvre est tout à fait moderne « Up to date » comme on dit là-bas, et la division du travail est poussée à ses dernières limites.

La surveillance des ouvriers et la réception du travail nécessitent un nombreux personnel qui doit grever lourdement les frais généraux, mais cette maison tient à avoir une fabrication très soignée qui a fait la réputation de Baltimore. Les fabricants de cette place laissent, en effet, la fabrication des chapeaux ordinaires au Massachusetts et se consacrent exclusivement à la fabrication des articles soignés. Or, pour être à même de répondre de la fabrication irréprochable du chapeau de paille, il faut exercer une surveillance méticuleuse sur la main-d'œuvre. Les chapeaux sont examinés un à un après chaque opération. Chaque table de 20 couseuses, 10 de chaque côté, a un surveillant ; l'atelier contenant 200 couseuses se trouve ainsi sous la surveillance directe de dix visiteurs du travail qui sont autant d'auxiliaires du contre-maitre principal. Si je vous apprends que ces auxiliaires gagnent de 15 à 20 dollars par semaine et le contre-maitre 25 dollars, et que le même personnel avec les mêmes salaires

se retrouve dans les ateliers de dressage et de garniture, vous vous ferez facilement l'idée de ce que doivent coûter dans cette usine la distribution et la réception du travail.

Tous les autres frais sont d'ailleurs dans les mêmes proportions. Un clerck, employé aux écritures ou aux expéditions, gagne 12 à 13 dollars par semaine ; l'ouvrier fondeur qui fait les formes de métal est payé 24 dollars ; le caissier gagne 300 dollars par mois.

Les matières premières et les fournitures d'usine coûtent également plus cher qu'en France, mais l'écart est moins sensible ; le charbon est bon marché à Baltimore, aussi il s'en fait une énorme consommation.

Toutes les formes métal sont chauffées à la vapeur. Les machines à coudre sont de fabrication américaine : ce sont, d'ailleurs, les plus parfaites et les fabriques françaises les emploient aussi. La plus grande partie fait le point dit de chaînette, mais un dixième environ fait le point caché ; elles sont toutes actionnées par des moteurs électriques.

Les presses hydrauliques sont d'un système américain facile et commode à manier. Les apprêts sont faits avec des gélatines françaises trouvées plus régulières que les gélatines du pays.

Tous les chapeaux sont pressés, après un dressage préalable à la main ; certains sont finis au fer.

Les fabricants cousent un nombre très limité de genres de pailles ; ils suivent comme par un mot d'ordre les indications de quelques maisons qui passent pour lancer la mode : dès lors qu'une tresse est adoptée par un « leader », les autres fabricants s'empressent de l'acheter et ils sont certains qu'elle fera la saison. Nous nous accommoderions mal en France de cette uniformité, toute de convention, mais il faut reconnaître que si ce procédé a l'inconvénient de paralyser les initiatives et les créations originales, il présente d'immenses avantages pour les achats et la fabrication. Les fabricants peuvent, en effet, s'approvisionner largement de tresses qu'ils sont sûrs de vendre, et dont ils connaissent à peu près d'avance la quantité qui leur sera nécessaire. D'un autre côté les ouvriers qui cousent les mêmes tresses pendant toute une saison acquièrent une habileté incomparable et produisent beaucoup plus.

L'article de fond, le « Leading article » était cette année le 7 bouts split chine 6/7 millimètres.

Au cours de ma visite, j'ai vu des centaines de douzaines de chapeaux faits avec cette tresse. C'étaient des canotiers de hauteur moyenne, avec une calotte légèrement effilée et le bord était doublé

de la même paille. Ils étaient tous très bien cousus et très proprement dressés à la presse ; et ce n'est pas sans mérite, car cette tresse est très difficile à travailler. Un mois après j'avais la confirmation de la vogue de cet article, car toutes les vitrines des chapeliers de Boston, de Chicago, de New-York étaient presque exclusivement composées de ces canotiers en paille fine.

La production de la maison dont je parle, atteint 2,000 douzaines par semaine en saison. La production de l'année dernière a été de 70,000 douzaines, avec un prix moyen de vente de 10 dollars par douzaine.

Outre les chapeaux cousus, cette maison fabrique aussi une grande quantité de chapeaux rotins, lataniers et panamas : ils sont tous dressés mécaniquement et finis à la main. Le chapeau Panama qui a eu une vogue étourdissante dans les cinq dernières années, a perdu la faveur du public élégant : il a complètement disparu des étalages des chapeliers de marque. Il a émigré dans quelques magasins à enseigne tapageuse « Martin wants your head » et il est affiché avec les « popular prices » de 2 dollars et même 1 dollar pièce.

Tous les chapeaux d'écorce tressés d'une pièce paient 35 % de droits d'entrée aux Etats-Unis. Les tresses de toutes provenances paient 15 %, et 20 % quand elles sont teintées ou blanchies.

Ces droits frappant des matières nécessaires à l'industrie que l'Amérique ne produit pas sont purement fiscaux et ont pour résultat d'augmenter le prix de revient.

Cependant, depuis la guerre avec l'Espagne, ces droits peuvent s'appeler protecteurs, car la nouvelle colonie américaine de Porto-Rico produit des chapeaux tressés dits lataniers « Palm Hats » qui sont exportés en grande quantité aux Etats-Unis.

J'ai montré, dans une autre partie de ce rapport, le préjudice considérable causé par ces chapeaux qui entrent en franchise à nos fabricants français de l'est qui ont à acquitter, en plus des frais de transport, un droit de douane de 35 % de la valeur sur le même article.

Les tresses sont importées de Chine, du Japon, de Suisse et d'Italie par des négociants importateurs de New-York et aussi par des commissionnaires de Paris.

Pour les fournitures qui leur servent à garnir leurs chapeaux ils sont encore tributaires de quelques pays étrangers bien qu'ils commencent à en produire eux-mêmes la plus grande partie.

Le satin des coiffes vient de France, mais les coiffes sont fabriquées dans l'usine même et griffées au nom des clients.

Les tulles qui font les flancs des coiffes viennent d'Angleterre.

Les cuirs sont faits dans le pays ou importés de Belgique et de France.

Les rubans sont encore tirés en grande quantité d'Allemagne, mais cette importation tend à diminuer de plus en plus devant la concurrence des rubans domestiques.

Toutes les fabriques de chapeaux paille et feutre livrent leurs marchandises franco d'emballage, mais en port dû; cependant, toutes les maisons ayant un dépôt à New-York, il est admis généralement que les envois sont faits franco de port jusqu'à New-York.

Les chapeaux sont emballés par six et par douze suivant la forme, dans des cartons qui sont fabriqués dans l'usine avec des machines très perfectionnées.

Cette usine est « Fire proof » construite en fer et en briques à l'épreuve du feu, et depuis le terrible incendie qui a détruit au mois de février dernier 2,500 maisons en 48 heures et dont j'ai parcouru les ruines, de rigoureuses précautions sont imposées par les compagnies d'assurances. C'est ainsi qu'une canalisation d'eau est établie du haut en bas de l'immeuble qui peut se trouver inondé en quelques minutes à la moindre alerte.

Le commerce des chapeaux.

Les prix de vente qu'il m'a été permis de comparer aux nôtres m'ont paru beaucoup plus élevés; j'ai noté des différences équivalant presque aux 35 % de douane. Mais la sécurité des fabricants américains est complète, car il ne faut pas oublier que nos articles, outre les droits de douane, ont à supporter les frais accessoires de transport, d'emballage, d'assurance, sans oublier les formalités consulaires qui sont doublement onéreuses pour la taxe qu'il faut payer et le temps qu'il faut perdre. Les fabricants américains peuvent donc ne rien redouter de la concurrence étrangère, mais ils commencent à ressentir les effets de la concurrence intérieure.

Les maisons disposant de capitaux suffisants traitent directement avec les maisons de gros « Wholesale houses », les magasins de nouveautés « Dry goods » et les chapeliers détaillants « Retailers », offrant une certaine surface.

Les maisons à Baltimore traitent ainsi leurs affaires, mais à côté de ces grandes maisons il y a à Baltimore, dans tout le Massachusetts, et depuis quelques années même, dans l'Illinois, une quantité

de petits fabricants qui se sont établis sans capitaux et qui ne peuvent résister qu'avec l'aide d'intermédiaires que les Américains appellent les « Jobbers ». Ce mot est pris dans un autre sens en Angleterre où il signifie « soldeur ».

Le « Jobber'strade ».

Le Jobber est un négociant, un intermédiaire entre le fabricant et son client ; il y a plusieurs modes d'engagements entre fabricants et Jobbers, mais tous ont la même base et la même cause. Cette cause réside dans le très long crédit que le fabricant est obligé de faire à son client, crédit qui représente une avance d'argent que le petit fabricant ne peut pas faire. C'est alors que le jobber intervient. Il fait au fabricant une avance sur la marchandise aussitôt qu'elle est fabriquée et facturée au client avec une « valeur » qui dépasse quelquefois six mois. Il se fait expédier cette marchandise qu'il conserve en stock dans ses entrepôts jusqu'au moment où elle doit être expédiée : il se fait payer et il règle alors le compte du fabricant en lui retenant sur le reliquat tous les frais occasionnés par l'opération : camionnage, magasinage, intérêt de l'argent, assurance contre l'incendie, ducroire ; la liste en est longue, et le montant généralement élevé, et les jobbers passent pour faire rapidement fortune. Il n'y a qu'à se promener dans les rues de New-York où se trouvent leurs maisons pour se faire une idée de l'importance de leur commerce. Les expéditions se préparent sur le trottoir : une double rangée de caisses se dresse devant la façade et monte souvent jusqu'au deuxième étage en attendant que les camionneurs viennent les prendre. On comprend aussi combien les fabricants qui peuvent se passer du concours onéreux des Jobbers ont d'avantages sur ceux de leurs concurrents qui sont obligés de traiter avec eux.

J'ai insisté à dessein sur la description de ce « Jobber'strade » qui est très caractéristique et qui existe dans presque toutes les branches de production de la moyenne industrie. Quelles que soient l'importance et la prospérité de ce commerce, il n'en est pas moins vrai qu'il constitue un rouage économique qui peut avoir son utilité au début de la croissance industrielle d'un pays, mais qui est fatalement appelé à se modifier ou à disparaître.

Il se modifie déjà dans certaines industries où le Jobber est devenu le négociant de gros, faisant voyager, prenant lui-même des ordres, et les faisant exécuter dans une ou plusieurs usines indépendantes

de lui, dont il achète toute la production. C'est une forme plus moderne du « Jobber's trade » qui se confond presque avec le genre d'affaires des « Wholesale Houses ». C'est une forme très usitée dans le commerce du chapeau d'hommes où l'on compte plusieurs maisons dont le chiffre dépasse cinq millions de dollars. Ces maisons sont voisines les unes des autres à New-York et vendent toutes de la chapellerie pour hommes, à l'exclusion absolue du chapeau de dames qui est vendu par les maisons de fournitures pour modes « Millinery goods ».

Les statistiques du recensement de 1900 confondent ces deux branches de la chapellerie sous une seule rubrique ainsi conçue : « Chapeaux en tout autres matières qu'en laine et feutre ». Je suis donc forcé d'appeler l'attention du lecteur sur ce fait que les tableaux III (a et b) comprennent l'exploitation du chapeau de paille pour hommes et pour dames, et c'est pourquoi, avant de les commenter, je crois utile d'étudier la fabrication et le commerce des chapeaux de paille et feutre pour dames aux États-Unis.

Le chapeau pour dames.

Cette industrie n'était représentée à l'Exposition que par une maison de chapeaux de dames garnis genre chapelier. On désigne ainsi depuis quelques années, en France, les chapeaux garnis simplement d'un galon chapellerie ou d'une draperie d'étoffe, ruban, satin, faille ou toute autre fantaisie, sans fleurs ni plumes. C'est le chapeau de voyage, de bicyclette ou d'automobile ; c'est également le chapeau qui complète si bien le costume tailleur : les formes sont, généralement, des canotiers, des amazones ou des toques. Les ornements sont le plus souvent des boucles en métal et des plumes coûteuses. Le développement pris dans ces dernières années par tous les sports féminins et la vogue du costume tailleur qui en a été la conséquence ont donné à ce genre de chapeau un très grand succès en France et dans les autres pays qui suivent le goût français.

Les Américains n'ont pas été les derniers à entrer dans cette voie et ils ont trouvé pour désigner ces chapeaux si faciles à porter un mot très expressif : ils les appellent des « Ready to wear hats » « chapeaux prêts à porter », tandis qu'ils désignent les chapeaux garnis par la modiste sous le nom de : « Trimmed ladies hats » « Chapeaux garnis pour dames » ; la distinction est ainsi très facile

à saisir. Ces deux genres de chapeaux sont fabriqués dans des maisons différentes et forment deux spécialités.

Les chapeaux exposés à Saint-Louis par cette maison de New-York formaient un ensemble très intéressant et d'un aspect très séduisant. Les pailles étaient généralement bien cousues et bien dressées ; les garnitures, très caractéristiques, étaient volumineuses surtout en largeur. Il est à remarquer, en effet, que toutes nos formes sont copiées par les fabricants américains, mais avec des modifications qui ont pour but de les adapter au goût américain. C'est ainsi que les dimensions en sont toujours augmentées ; les Américaines adorent les grands chapeaux ; j'ajoute que, généralement grandes et fortes et ayant beaucoup de cheveux, elles sont ainsi mieux coiffées qu'avec de petits chapeaux.

Les fabriques de chapeaux de paille et feutre pour dames sont très nombreuses aux Etats-Unis.

C'est dans le Massachusetts, à Boston et dans ses environs, que se trouvent les maisons les plus importantes ; deux d'entre elles occupent plus de mille ouvriers.

Elles ont toutes des dépôts à New-York dans cette partie de Broadway où se trouve concentré tout le « Millinery trade », depuis Spring Street jusqu'à 23^e rue. Elles sont à la portée de tous leurs clients ; les Millinery Wholesale Houses (Fournitures pour modes) et les « Ready to wear » « Trimmed hats makers » (Maisons de modes en gros). Les faubourgs de New-York et sa banlieue renferment aussi de nombreuses fabriques qui viennent disputer chaque année plus vivement la place de New-York aux grosses fabriques de Boston. Un négociant en matières premières, bien placé pour connaître le mouvement des affaires de cette industrie, me disait que cette concurrence des petits fabricants, qui ont beaucoup moins de frais, lutte souvent avec avantage, et que le chiffre d'affaires des grandes maisons commence à en souffrir sérieusement. Les magasins de nouveautés favorisent de tout leur pouvoir le développement de cette petite industrie. Ils avancent de l'argent à de simples ouvriers ou employés intelligents qui achètent quelques pièces de tresse, louent quelques machines, et commencent à prendre des ordres : on m'a cité des maisons de ce genre qui ont commencé avec quelques centaines de francs et qui ont très bien réussi. La clientèle des magasins de nouveautés est pour ces petits fabricants du plus grand intérêt ; les formes et les fantaisies changent beaucoup moins vite qu'en France, et je sais tels fabricants qui commencent et finissent la sai-

son avec trois ou quatre fantaisies et six formes. L'acheteur du rayon de chapeaux de dames d'un grand magasin de New-York m'a montré un chapeau en riz trois bouts fin, avec large calotte rapportée, assez semblable à ceux que nous faisons la saison dernière, qu'il achetait 60 francs la douzaine et dont il a fait 500 douzaines chez le même fabricant.

Malgré cette concurrence des petites maisons, l'industrie est encore prospère et il s'est créé dans ces dix dernières années quelques établissements assez importants dans le centre et dans l'ouest. A Saint-Louis, à Chicago, à Milwaukee, sur le lac Michigan, il y a maintenant des usines dont j'ai visité quelques-unes et dont j'ai surtout vu les produits dans un grand nombre de magasins. Je n'hésite pas à déclarer qu'ils sont tous d'une fabrication irréprochable.

VISITE DE FABRIQUES DE CHAPEAUX POUR DAMES. — J'ai visité trois usines de chapeaux pour dames, l'une à Saint-Louis, l'autre à Chicago, la troisième à Boston. Elles ne sont pas parmi les plus importantes. Elles occupent chacune 300 ouvriers. Celle de Saint-Louis qui date d'une quinzaine d'années m'a semblé la plus moderne ; elle appartient encore à son fondateur qui l'a créée de toutes pièces et a formé lui-même son personnel ouvrier. L'usine actuelle est toute neuve et elle a été construite d'une façon très rationnelle pour ce genre d'industrie. Les matières premières sont montées par un monte-charge-ascenseur du rez-de-chaussée au dernier étage de l'immeuble où se trouvent les couseuses ; elles sont 120 en saison ; l'atelier est carré et très bien éclairé. Au même étage sont les apprêts qui sont préparés avec des gélatines françaises, les chapeaux sont séchés rapidement dans des étuves à haute température.

A l'étage inférieur, les chapeaux sont dressés mécaniquement sur des presses à pédale de fabrication américaine : elles sont, d'ailleurs, moins perfectionnées que les nôtres et d'un système tout différent. Dans toutes nos pédales, en effet, c'est la contre-partie de dessous qui presse le chapeau contre la partie supérieure qui reste fixe. Dans les leurs, c'est la partie de dessous qui reste immobile et la partie supérieure est ramenée par des ressorts à boudin sur la contre-partie inférieure. Le travail est cependant bien fait, mais pour les calottes évidées — plus larges de fond que du lien — cet outillage ne permet pas d'obtenir des résultats aussi satisfaisants que les nôtres.

Dans l'usine de Saint-Louis, on applique un procédé breveté par le chef de cette maison qui constitue un progrès sur les autres sys-

tèmes que j'ai vu employer chez ses confrères, mais il lui reste encore beaucoup à faire pour obtenir la rapidité et la bonne fabrication que les dernières inventions françaises nous ont fait acquérir. Nous avons de ce chef une très grande avance sur nos confrères américains.

Le prix des formes zinc est beaucoup plus élevé qu'en France : il faut d'abord les faire venir toutes de New-York et elles reviennent à 15 dollars pour les formes ordinaires et à 50 dollars pour les formes évidées. Nous payons ces mêmes formes en France respectivement 12 et 60 francs...

Les chapeaux dressés descendent à l'étage inférieur pour être garnis, car cette maison a donné un grand développement aux chapeaux garnis chapelier et ses modèles prouvent beaucoup de goût et d'imagination.

En descendant encore un étage, on trouve un atelier entièrement consacré à la fabrication des formes ou carcasses en barrette pour l'été et en linon pour l'hiver. Il y a encore là-bas une grande vente de ces articles qui sont achetés par la modiste, tandis qu'en France nos modistes les font elles-mêmes. Cette maison a même une succursale à Kansas City où 80 femmes travaillent déjà à la confection des formes en barrette.

Enfin le rez-de-chaussée est occupé par les manutentions, les expéditions et les bureaux et la salle de collection « Show Room ». Tous les chapeaux sont expédiés dans des cartons ronds qui ne contiennent que 6 chapeaux.

La main-d'œuvre n'est pas très chère à Saint-Louis et à Chicago. Le travail est payé aux pièces ; j'ai constaté que certaines façons étaient payées meilleur marché qu'à Paris. J'ai visité cette usine au commencement de mai, entre deux saisons ; j'ai donc vu travailler encore la paille et commencer les échantillons de feutre. J'ai pu constater à ce propos qu'ils souffrent comme nous des exigences de leurs clients qui chaque année avancent l'ouverture des saisons pour partir les premiers en voyage.

Leur fabrication de paille roule sur un nombre assez limité de genres, mais cependant leurs ouvrières sont aptes à coudre toutes les tresses que nous employons en France.

Leur fabrication de feutre est encore plus simple, elle ne comprend qu'un article : le drap long poil que nous appelons en France drap angora ou ourson. Ce drap est foulé en Amérique et il s'en fait de plusieurs genres, mais presque toutes les maisons emploient la même

qualité qui est épaisse, bien feutrée et d'un poil très brillant. Ce chapeau fait avec ce tissu a absolument le même aspect que celui fait chez nous avec la cloche conique. Le drap qu'ils emploient coûte, d'ailleurs, plus cher que ceux employés en France, mais il est beaucoup plus beau de qualité. Le prix de revient de ce chapeau en Amérique peut être établi ainsi : d'après les données de plusieurs fabricants interrogés par moi.

Matière première (Drap à la douzaine)	Dollars	4 75
Façon	—	1 25
Total	Dollars	3 »

Pour ce même prix de revient, nous employons de la cloche qui vaut 9 francs la douzaine, mais nos façons ne sont pas moins élevées que les leurs. C'est ici qu'intervient pour l'établissement des prix de vente, le facteur « frais généraux » sur lequel je me suis expliqué en parlant du chapeau de paille pour hommes.

La comparaison des prix de vente en France et en Amérique de ce même article, coûtant à peu près le même prix au producteur dans les deux pays, est très instructive.

Cet article est vendu à Paris de 21 à 24 francs la douzaine (ce dernier prix pour les formes évidées). Il est vendu en Amérique 5 dollars, soit 25 francs en formes droites et 7 dollars, soit 35 francs en formes évidées.

Ainsi, notre outillage perfectionné nous permet de faire seulement une différence de 3 francs par douzaine entre les formes droites et les formes évidées, tandis que le prix élevé des formes spéciales et de la main-d'œuvre oblige les Américains à majorer de 10 francs le prix des formes évidées. On ne trouvera pas cette majoration excessive si l'on se reporte aux prix que j'ai cités pour l'achat des formes et si j'ajoute que j'ai vu quatre hommes tirer sur le même morceau de drap pour former mécaniquement un chapeau à calotte évidée. Le même travail est fait chez nous par deux hommes qui produisent certainement le double des quatre « Boys », (les patrons appellent leurs ouvriers « Boys ») que j'ai vus à l'œuvre.

Malgré cette infériorité manifeste, le fabricant américain n'a pourtant rien à redouter de notre concurrence ; il fixe, d'ailleurs, son prix de vente moins sur son prix de revient que sur le prix auquel l'article similaire européen peut être introduit. Poursuivons l'exemple de ce chapeau vendu en France 24 francs, la douzaine ; il nous faut ajouter 70 0/0 pour la douane, le port, l'emballage spécial, le change,

l'assurance et autres frais; cet article sera donc à vendre 40 fr. 80, franco New-York; il dépassera par conséquent d'un dollar environ le prix de l'article similaire fait en Amérique. Il nous est donc matériellement impossible de lutter et le fabricant américain peut continuer impunément, à l'abri de ses tarifs protecteurs et prohibitifs, à prélever sur ses produits un bénéfice brut qui atteint dans l'espèce 125 0/0.

J'ai fait les mêmes calculs sur plusieurs articles dont je connais le prix de revient et le prix de vente dans les deux pays. Je pourrais multiplier les exemples : j'arriverais toujours aux mêmes conclusions.

Dans la fabrique de Boston que j'ai eu le plaisir de visiter et qui fait l'article plus soigné, j'ai été vivement intéressé par une fabrication spéciale et qui n'est pas organisée industriellement dans notre pays. C'est la fabrication du toquet et du chapeau rond en mousseline de soie montée sur barrette. Cet article est connu en Amérique et en Angleterre sous le nom de « Chiffon ». La mousseline de soie vient d'ailleurs de France.

Grâce à une grande division du travail, la mousseline de soie est taillée, plissée, cousue en bandes et en volants entièrement à la machine : elle est souvent mélangée avec des paillettes et des tresses coton de Barmen : elle est ensuite drapée sur les formes de barrette par des ouvrières modistes qui étaient encore au nombre de cent quand j'ai visité leur atelier à la fin du mois de mai. Les articles ainsi confectionnés sont vendus depuis 6 dollars jusqu'à 30 dollars la douzaine.

Dans toutes les usines que je viens de citer, dans tous les centres industriels où se fabrique le chapeau de dames, il n'y avait aucune organisation syndicale ouvrière.

Les lois ouvrières varient suivant chaque État; cependant il y a certaines prescriptions qui sont édictées par des lois d'État et qui doivent être suivies partout: c'est ainsi que les enfants ne peuvent être employés à aucun travail avant l'âge de 13 ans.

Dans la plupart des États de l'est le travail des femmes et des enfants de moins de 16 ans est limité à 54 heures par semaine; par contre le travail des hommes n'est pas réglementé. Les règlements sur l'hygiène et la salubrité des ateliers sont appliqués avec une grande rigueur.

Je n'ai parlé, jusqu'ici, que de la fabrication mécanique du chapeau pour dames de prix moyen: on serait tenté de croire que pour les chapeaux de haute mode dressés à la main, les Américains sont encore tributaires de la fabrication européenne et, particulièrement,

de la fabrication parisienne universellement renommée pour ces articles.

La vérité est qu'ils s'affranchissent de plus en plus de cette dépendance : depuis plusieurs années déjà ils n'achètent plus à Paris que des modèles, tant en chapeaux nus qu'en chapeaux garnis. A l'aide d'ouvriers français et italiens, ils copient rapidement ces modèles ; j'ai vu à New-York des chapeaux faits dans une maison de la place en tresses fines, riz 9 bouts, lacets chanvre, pédale 4 1/2 qui supportent très bien la comparaison avec les mêmes articles fabriqués dans les meilleures maisons de Paris sur les mêmes formes qui sont copiées en Amérique au fur et à mesure qu'elles paraissent à Paris. Il se constitue ainsi dans plusieurs maisons de New-York un noyau d'ouvriers très capables comme couture et dressage et si ce mouvement continue, si ces éléments de belle production se propagent, Paris perdra peu à peu les quelques affaires qu'il fait encore en haute nouveauté sur le marché américain.

Dans le chapeau garni, j'ai fait les mêmes constatations peu encourageantes. J'ai visité une des premières maisons de New-York qui vend beaucoup de marchandises françaises et reçoit constamment par chaque paquebot les dernières nouveautés parues. Deux « Head-Quarters, » sont françaises et ont été premières chez nos grandes modistes : elles ont, en saison, 120 modistes dans leur atelier ; elles s'inspirent des modèles qui leur sont envoyés de Paris pour approvisionner chaque jour de marchandises nouvelles les rayons de vente qui contiennent ainsi en grande majorité des chapeaux cousus, dressés et garnis à New-York. — Cette maison située sur la voie, qui a là-bas la réputation de notre rue de la Paix, a la plus belle clientèle de New-York et vend également des chapeaux modèles aux principales modistes de province.

Plusieurs exposants m'ont demandé avant mon départ pour Saint-Louis de m'informer des prix de vente de leurs articles : j'ai compris tout l'intérêt qui s'attachait à ces comparaisons et j'ai conscience de n'avoir négligé aucun moyen pour me procurer ces renseignements. Je rapporterai donc ici (et je le ferai pour chaque industrie) les résultats de mon enquête à Baltimore, Saint-Louis, Chicago, Boston et New-York dans les maisons de gros et de détail où j'ai pu pénétrer. Je dois reconnaître que tous les patrons et chefs de rayon que j'ai ainsi « interviewés » m'ont renseigné avec la plus grande amabilité et m'ont donné sans aucune réticence, et souvent même avant que je le demande, leurs prix d'achat et leurs prix de vente.

J'ajoute qu'ayant pu contrôler ces renseignements par les diverses sources auxquelles je les puisais, j'ai reconnu l'absolue sincérité.

Voici pour le chapeau de dames en paille une série de prix notés dans une maison de fournitures pour modes de Saint-Louis « Millinery Wholesale House ».

	ACHAT	VENTE
	la douzaine :	
Chapeaux en stoya chine avec une paille de Japon fantaisie au bord	6 dollars	9 dollars
Chapeaux en bois de Japon imitant le tressage de Carpi	2 doll. 25	3 dollars
Chapeaux stoya chine split quinze bouts	4 dollars	6 dollars
Chapeaux de riz 6 mm.	4 doll. 1/2	6 dollars
Chapeaux de riz 6 mm. blanc	6 dollars	9 dollars
Chapeaux de riz fin 4 mm.	7 1/2 à 10 doll.	} suivant 1. formes
Chapeaux de riz fin 4 mm. blancs	9 à 14 doll.	
Chapeaux fantaisie Fiésole et canton mélangés	7 doll. 1/2	10 dollars
Le même en Fiésole mélangé de riz couleur	9 dollars.	

Tous ces chapeaux sont généralement bien cousus, bien apprêtés, bien dressés, mais ils sont tous fort chers.

La colonne des prix d'achat indique par conséquent les prix de vente des fabriques de Milwankes et de Saint-Louis qui fournissent le rayon de chapeaux de cette maison de gros. Ces prix sont supérieurs au moins de 60 % à ceux des mêmes articles sortant des fabriques françaises. J'ai déjà indiqué les raisons de cette différence qui tiennent, d'une part, aux prix des matières, et surtout aux frais généraux, et, d'autre part, à ce fait que la concurrence européenne n'inquiète pas les producteurs. Nos articles arriveraient-ils aux mêmes prix que les articles américains, ces derniers auraient encore la préférence, dès lors qu'ils sont aussi bien faits, que leurs formes sont mieux appropriées au goût américain, et que les livraisons sont forcément bien plus rapides surtout pour les assortiments. Il faut donc que les fabricants français de chapellerie pour hommes et pour dames en prennent leur parti : ce grand pays ne leur offre aucune ressource d'exportation, il se suffit presque complètement à lui-même et il ne tardera pas à ressentir les premiers malaises dus à la

surproduction. Cherchons dans les tableaux la situation de cette industrie en 1900.

STATISTIQUE.—Le tableau III nous montre le recensement des industries qui fabriquent tous les chapeaux autres que les chapeaux de feutre et de laine, par conséquent les chiffres qui y figurent s'appliquent à l'ensemble des établissements fabriquant le chapeau de paille pour hommes et pour dames.

610 établissements de ce genre existaient en 1900 dans 209 cités principales des Etats-Unis, employant un capital de 6,675,227 dollars. Les ouvriers et ouvrières étaient au nombre de 9,994 se partageant un salaire total de 3,978,406 dollars.

Les frais généraux s'élevaient à 17,170,371 dollars.

Le calcul des moyennes pour ces 610 établissements donne, pour chacun d'eux, un capital de 54,730 francs et un chiffre d'affaires de 140,740 francs.

La moyenne des ouvriers employés par maison est de seize, dont le salaire moyen ressort à 2,000 francs environ.

Enfin le bénéfice net serait, d'après ces données, de 26,405 francs, soit environ 19 % du chiffre d'affaires et 50 % du capital engagé.

Ces résultats confirment absolument les renseignements qui m'ont été fournis sur cette industrie qui se décentralise de plus en plus et dans laquelle les petites maisons font une concurrence très sérieuse aux gros producteurs. La proportion du bénéfice net au capital engagé est très instructive à cet égard, ainsi que la proportion du même bénéfice au chiffre d'affaires: il est évident que pour pouvoir faire 140.000 francs d'affaires avec un capital de 54.000 francs, il faut qu'une très faible partie de ce capital soit immobilisée et que le fonds de roulement se renouvelle plusieurs fois par an.

Le tableau III B donne un sous-détail pour les mêmes industries dans les Etats de Massachusetts et d'Illinois où l'on compte 98 établissements.

Les moyennes de capital et de chiffres d'affaires sont, ici, plus élevées, surtout dans le Massachusetts où sont, comme je l'ai dit, les plus grosses maisons mais les pourcentages de bénéfices sont absolument les mêmes et cette harmonie dans les statistiques est un fait digne d'être signalé, il inspire une certaine confiance dans les méthodes qui sont suivies pour l'établissement de ces recensements décennaux.

CLASSE 384

Modes. Fleurs. Plumes.**Fleurs artificielles.**

Cette industrie est peu développée aux Etats-Unis. Elle avait à Saint-Louis une représentation presque nulle. Une maison de Buffalo exposait des fleurs en papier qui n'avaient qu'un rapport très vague avec la mode, et une maison de Saint-Louis avait composé en fleurs artificielles une vaste carte des Etats-Unis que j'ai pu voir en cours d'exécution et qui m'a paru ne devoir offrir qu'un intérêt géographique. Cette maison n'a, d'ailleurs, cette petite fabrique de fleurs où elle occupe 80 ouvriers, que comme accessoire de son rayon de fleurs et plumes qui est un des mieux approvisionnés de tous les Etats-Unis.

VISITE D'UNE MAISON DE FOURNITURES POUR MODES (*Millinery Wholesale House*). — La description de cette «*Millinery Wholesale House*» qui occupe à Saint-Louis un immeuble de huit étages, ayant 130 pieds de façade sur 225 pieds de profondeur, donnera au lecteur une idée assez exacte de l'importance du commerce de gros aux Etats-Unis.

Plusieurs maisons de même genre existent à New-York, à Chicago et à Philadelphie : elles visitent les modistes et les petits magasins de nouveautés de province à l'aide de nombreux voyageurs. Celles de Saint-Louis et de Chicago exploitent, de préférence, les Etats du sud et de l'ouest qui ne vendent pas d'articles très chers.

Au rez-de-chaussée de l'immeuble dont je viens de parler, se trouve le rayon de rubans et de soieries presque exclusivement composé de marchandises américaines. Tous les beaux patrons de Lyon et de Saint-Etienne sont copiés à Patterson avec des différences de prix très sensibles.

Au premier étage est le rayon de fleurs et plumes. Là, au contraire, la plus grande partie des marchandises sont importées de France et d'Allemagne. La supériorité de la fleur française est généralement reconnue, mais les fleurs allemandes sont meilleur marché et pour cette raison l'importation en est plus grande.

Les plumes viennent également de France, mais la fabrication américaine a fait de grands progrès depuis quelques années et l'importation diminue sensiblement.

A cet étage sont aussi les tresses de paille que les modistes cousent à la main et qui ont pris une si grande place dans le commerce de modes. Ces tresses sont importées de Suisse et d'Italie, le plus souvent par l'intermédiaire de commissionnaires parisiens. Philadelphie commence à produire les tresses de soie et de coton faites sur métier. Il se fait, enfin, une grosse importation de tresses de coton de Barmen (Allemagne).

Les ornements et les fantaisies pour modes complètent ce rayon : là, du moins, la France règne encore en souveraine. Philadelphie fabrique seulement quelques articles très bon marché en métal estampé.

Deux étages entiers sont consacrés aux chapeaux garnis allant de 50 cents (2 fr. 50) vendus 75 cents « popular price » jusqu'à 25 dollars.

Ici se place une innovation très ingénieuse qui est particulière à cette maison. Dans une grande salle appelée « Annex Room », faisant suite à ces rayons de chapeaux garnis, de grandes tables sont disposées ainsi que des bancs où viennent s'asseoir en saison les clientes de la maison qui veulent copier sur place des modèles garnis avec les matériaux, formes, fleurs et rubans qu'elles achètent dans les divers rayons. Il n'est pas rare de voir jusqu'à vingt clientes assises autour d'une table copiant le même modèle qui se dresse au milieu d'elles comme le modèle vivant ou l'Académie en plâtre dans nos écoles de dessin. Cette salle peut contenir 300 personnes, et ce procédé a beaucoup de succès auprès des clientes de province qui trouvent, ainsi, en même temps toutes les fournitures dont elles ont besoin et les idées qui leur permettent d'en tirer le meilleur parti.

L'étage supérieur est le siège du Rayon des chapeaux nus et garnis chapelier. Tous les chapeaux sont dans des cartons de 6 ou 12 dans lesquels ils sont expédiés de la fabrique. Ces articles ainsi présentés tiennent tant de place et il y a un si grand assortiment que le rayon empiète sur l'immeuble voisin dont un étage entier a été loué comme annexe.

Je dois une mention spéciale aux chapeaux de mousseline de soie qui sont fabriqués dans la maison et au rayon de layette qui comprenait le plus bel assortiment de bonnets pour enfants que j'aie jamais vu. Toutes ces coiffures de baby sont fabriquées dans New-York City, en tissus de toute sorte, mais surtout en mousseline de soie avec des ruches dans les nuances blanc, ciel, rose, et dans les formes les plus gracieuses et les plus drôles. Les prix de vente s'échelonnent depuis 50 cents la douzaine jusqu'à 72 dollars. J'ai vu

également dans ce rayon des sortes de bérêts en imitation de cuir avec visière d'une forme spéciale pour le sport et qui sont portés aussi bien par les filles que par les garçons, et des bonnets de laine pour le patinage ayant la forme de notre classique bonnet de coton et vendu au détail 25 cents (1 fr. 25).

Au moment de la forte saison, un millier de personnes, employés, ouvriers et clientes, vont et viennent du haut en bas de cet immense magasin pendant toute la journée et une salle de lunch est organisée pour permettre à la clientèle de ne pas interrompre ses achats.

Il m'a semblé intéressant d'étudier d'une façon assez minutieuse cette importante maison dont l'équivalent n'existe plus en France. Elle est, en effet, tout à fait différente du magasin de nouveautés, car elle fait toutes ses affaires avec des marchands et ne vend rien au détail. Des affiches bien en vue dès l'entrée des magasins en informent le visiteur. « We sell only to merchants ».

Comme je l'ai dit précédemment en parlant du rayon de fleurs, la fabrication américaine n'a pas encore supprimé l'importation européenne, mais celle-ci diminue cependant chaque année. L'importation française est surtout atteinte, car l'Allemagne copie nos modèles et les exporte aux Etats-Unis à des prix inférieurs aux nôtres.

D'un autre côté, les Américains ont augmenté successivement leurs droits de douane de 30 à 60 0/0 pour protéger leur industrie nationale. Beaucoup de fabriques se bornent à monter la fleur ; la plupart des matières premières viennent de France. Il paraît établi que dans l'article courant, les fabriques américaines protégées par ces droits prohibitifs qui sont surtout sensibles sur les articles bon marché, commencent à alimenter presque exclusivement la consommation intérieure.

Plumes.

L'industrie des plumes est encore plus menacée que l'industrie des fleurs dans son exportation aux Etats-Unis. Depuis 40 ans, la fabrique américaine a fait de très grands progrès. Protégée par les droits de douane qui atteignent 50 0/0, elle a pu s'organiser peu à peu : elle a acheté, en France, ses matières premières ; elle y a recruté des teinturiers et des contre-maîtresses et, aujourd'hui, tout au moins pour une certaine classe de produits, elle alimente le marché et ne craint plus la concurrence européenne. L'émigration italienne a permis d'obtenir une main-d'œuvre assez réduite bien qu'elle soit encore supérieure à la nôtre. J'ai visité une fabrique de plumes à

New-York dirigée par un fabricant qui vient chaque année plusieurs fois à Paris et chez lequel j'ai trouvé un teinturier français et une contremaîtresse française. J'ai vu sur deux tables voisines les articles importés de France et leur reproduction faite dans la maison, et je dois avouer que, pour un profane comme moi, la différence était peu sensible. Les ouvrières payées aux pièces gagnent de 8 à 18 dollars par semaine suivant leur habileté ; les petites mains ne gagnent pas moins de 2 dollars par semaine pendant leur apprentissage. J'ai vu, d'ailleurs, dans Broadway, où toutes ces fabriques sont concentrées, de nombreuses affiches portant : « Wanted girls for curling feathers, paid while teached ». « On demande des jeunes filles pour friser les plumes, elles sont payées durant leur apprentissage ». C'est en faisant ces sacrifices que les fabricants sont arrivés à se constituer une main-d'œuvre suffisante pour alimenter complètement le marché intérieur, notamment en plumes d'autruches pour la garniture des chapeaux de dames dont l'exportation aux États-Unis est presque nulle.

Pour les plumes fantaisies, il en est de même quand la mode se porte sur des matières premières d'un prix élevé telles que l'aigrette, le paradis.

Quand, au contraire, il s'agit de fantaisies fabriquées avec des plumes d'un prix peu élevé, l'exportation reste importante à cause de la différence du prix de main-d'œuvre et de la variété du travail. Sur ce terrain, il ne semble pas que la fabrication française soit sérieusement menacée.

Les fourrures fabriquées en plumes de dindon, de l'oie et du coq, sont aussi l'objet d'une grande demande de la part des États-Unis depuis quelques années : ce genre de travail qui exige un outillage spécial n'est pas encore bien fabriqué là-bas ; il en est autrement des fourrures en plumes d'autruche qu'ils fabriquent assez bien et qui sont écrasées par les droits d'entrée. Nous ne pourrions plus exporter dans cet article que les modèles et c'est un gros chiffre d'affaires qui nous échappe.

STATISTIQUE. — Le recensement de 1900 nous fournit trois sources de renseignements pour les industries de la Classe 384 ; il y a, en effet, trois rubriques, pour ces industries :

- A) Fleurs artificielles et plumes « Artificial flowers and feathers »
- B) Fournitures pour modes et dentelles « Millinery goods and laces ».

C) Modes en détail « Millinery customwork ».

Le tableau IV donne le résumé de l'industrie des fleurs et plumes dans cinq États qui sont les principaux producteurs de ces articles.

On y compte 202 établissements dont 57 pour le seul État de New-York.

Le capital employé se monte à 3,578,424 dollars.

Les ouvriers sont au nombre de 5,046 entre lesquels sont répartis 1,572,359 dollars de salaires.

Les frais généraux se chiffrent par 397,437 dollars.

Le coût des matières employées est de 2,730,626 dollars.

La production atteint 6,401,545 dollars.

Le nombre moyen des ouvriers par établissement est de 25.

Le salaire moyen de 1,555 francs ; la main-d'œuvre est en grande partie féminine et il y a beaucoup de morte-saison.

Le capital moyen par établissement, est de 88,570 fr. et le chiffre d'affaires de 151,025 francs.

Le bénéfice net moyen ressort à 31,680 fr. soit environ 20 0/0 du chiffre d'affaires et 38 0/0 du capital engagé.

Le tableau V donne la statistique des fabriques de fournitures pour modes et dentelles dans sept États principaux.

Le nombre des établissements recensés en 1900 était de 528 dont 393 pour l'État de New-York, qui apparaît comme le véritable centre de production de ces articles de modes.

Le capital employé était de 10,003,308 dollars.

Les frais généraux atteignaient le chiffre de 1,342,437 dollars.

Le coût des matières employées était de 14,483,344 dollars.

La production se chiffrait par 27,477,954 dollars.

Les ouvriers et ouvrières employés dans ces établissements étaient au nombre de 15,180 personnes, gagnant un salaire global de 5,382,010 dollars.

Le calcul des moyennes appliqué à ces statistiques donne les résultats suivants :

Chaque établissement emploie environ 38 ouvriers gagnant 1,820 fr. ; même remarque que plus haut pour le travail des femmes et les mortes-saisons.

Le capital de chaque établissement est en moyenne	
de	94,725 fr.
pour un chiffre d'affaires moyen de	250,205
et un bénéfice net de	59,375
soit 24 0/0 du chiffre d'affaires et 63 0/0 du capital engagé.	

Il s'agit ici d'établissements qui font souvent plus de commerce que d'industrie, c'est-à-dire qui revendent plus d'articles achetés tout confectionnés qu'ils n'en fabriquent eux-mêmes : ainsi peuvent s'expliquer les forts pourcentages des bénéfices nets par rapport au capital engagé et au chiffre d'affaires.

Il en est de même pour le tableau VI qui résume le commerce de la modiste dans dix États principaux.

Le nombre des établissements recensés est de 7,736 et le chiffre d'affaires de chaque maison ne dépasse pas 25,000 francs avec un capital moyen qui n'atteint pas 10,000 francs.

Le bénéfice net s'élève néanmoins à 7,500 francs soit 30 0/0 du chiffre d'affaires et 75 0/0 du capital engagé.

Ces chiffres sont éloquentes et ils prouvent que les industries de la mode sont en pleine prospérité aux États-Unis. Ils s'expliquent par l'absence de concurrence étrangère qui permet aux producteurs américains de pratiquer des prix de vente très élevés et par l'énorme consommation d'une population dépensière qui aime beaucoup la toilette et qui ne regarde pas au prix pourvu qu'elle ait ce qui lui plaît...

CLASSE 385

Lingerie.

Chemises et lingerie pour hommes, femmes et enfants.

L'industrie de la lingerie était assez bien représentée dans la Section américaine, tout au moins par le nombre des exposants.

Sept maisens avaient pris part à l'Exposition ; aucune ne fut jugée digne d'un Grand prix ; trois obtinrent la médaille d'or, deux la médaille d'argent et deux la médaille de bronze.

L'une d'elles fabriquait dans le stand des machines « Singer ». L'Exposition de cette importante fabrique de machines à coudre « Le Bloc Singer » comme on l'appelait, était l'un des clous de la Section américaine. Là se trouvaient réunies toutes les machines construites par cette maison pour la lingerie, la ganterie, la confection pour hommes et pour dames, la broderie, et, en général, pour tous les usages auxquels elles sont adaptées. Ces machines étaient actionnées électriquement, et des ouvrières choisies parmi les plus adroites et

aussi parmi les plus agréables à regarder, exécutaient sur ces machines les divers travaux pour lesquels elles ont été créées.

Toutes ces jeunes femmes étaient élégamment vêtues de blanc et coiffées de bonnet en lingerie de forme très coquette qui étaient fabriqués sous les yeux du public. La maison de lingerie dont les ouvrières travaillaient dans le « Stand Singer » fait l'article de dames, ce que les Américains appellent « Underwear » c'est-à-dire qui est « porté dessous ».

Les différents articles fabriqués par cette maison, quoique d'un prix peu élevé, étaient irréprochables de coupe. Les articles de lingerie pour hommes étaient peu nombreux, et encore parmi les objets soumis à l'examen du Jury, il se trouvait des vêtements de travail qui relevaient plutôt de la compétence du Groupe 59. Ces vêtements en toile sont fabriqués en grosses quantités et tous faits mécaniquement.

VISITE D'UNE MAISON DE NOUVEAUTÉS EN GROS (*Dry goods wholesale house*).—J'ai visité dans ce genre d'affaires un atelier de 300 femmes appartenant à une maison de gros de Saint-Louis dont j'aurai à parler souvent à propos des industries qui me restent à examiner. C'est, en effet, dans les différents rayons de cette « Wholesale House » que j'ai pu voir et comparer les articles de lingerie, de bonneterie et de mercerie offerts à la clientèle américaine.

Il y a tout un quartier de Saint-Louis occupé par ces affaires de nouveautés en gros « Dry goods wholesale trade ». Ces affaires sont traitées par une vingtaine de maisons dont le chiffre varie entre 20 et 60 millions de francs.

L'énormité de ces chiffres ne semblera pas invraisemblable quand on saura que ces maisons réunissent tous les articles vendus par les merciers et les magasins de nouveautés : draperie, soierie, rubans, passementerie, lingerie, bonneterie, broserie, bijouterie, bimbelerie, mercerie, etc.

Comme on le voit, le champ est vaste des objets rentrant dans ce genre d'affaires ; vaste aussi est le champ d'action offert à leur débouché. Les maisons de Saint-Louis exploitent plus particulièrement le sud et l'ouest de l'Amérique.

Celle où j'ai trouvé l'accueil le plus bienveillant auprès des directeurs et des chefs de rayon passe pour une des plus importantes de la place. Elle occupe un large immeuble de 10 étages.

Chaque étage forme un rayon séparé.

Quelles que soient les superficies de ces étages, et elles sont très grandes, les marchandises ne peuvent pas être manutentionnées dans les rayons ; elles sont emmagasinées dans des bâtiments spéciaux situés dans une partie éloignée de la ville où les loyers sont moins chers, et amenées au magasin de vente au fur et à mesure des besoins. Les organismes intérieurs d'une telle maison doivent être bien parfaits pour pouvoir fournir un travail ordonné et régulier avec le détail infini des articles et la multiplicité des ordres à remplir.

J'ai visité au dernier étage de l'immeuble les salles de débit et d'expédition. Tout est calculé pour simplifier le travail et économiser le temps. Les débits sont préparés sur des comptoirs qui s'alignent dans toute la longueur du bâtiment, et entre chaque rangée de comptoirs circule une tribune montée sur rails : le débiteur transporte ainsi sa tribune roulante en face de chaque débit. Et les marchandises aussitôt débitées sont emballées et passées au service des expéditions qui se trouve à la suite. Les factures sont dactylographiées en triple expédition dont l'une est destinée au client, la seconde à la comptabilité et la troisième reste à la souche. J'ai été frappé du petit nombre d'employés, mais il est vrai que ce n'était pas à un moment de forte vente : la saison d'été était presque finie et la saison d'hiver commençait à peine. Les quatre-vingt-dix voyageurs de la maison se préparaient à prendre la route !

VISITE D'UN ATELIER DE LINGERIE.— La fabrique de lingerie se trouve dans un immeuble voisin séparé par une rue. On y fait surtout de la chemise d'homme, des caleçons et ce vêtement spécial à l'Amérique qu'ils appellent « overall » que les femmes de la classe moyenne portent beaucoup. C'est une sorte de grand cache-poussière en toile qui se met par-dessus tous les vêtements : de là son nom de « overall » qui signifie « par-dessus tout ». On le fait, le plus souvent, blanc avec des piqûres bleues, ou bleu avec des piqûres blanches.

Les caleçons fabriqués dans ces ateliers sont également une spécialité américaine. Ce sont des caleçons en toile qui ont sur toute la longueur de la jambe une bande de tissu tricoté. Cette innovation a pour but de donner plus d'élasticité et d'éviter les déchirures qui se produisent souvent dans les caleçons de toile.

Cet article n'est pas d'un aspect très élégant, mais il est trouvé pratique par la clientèle et sa fabrication va toujours en augmentant.

Le matériel employé dans cette usine est tout à fait perfectionné : les dernières machines à coudre y sont d'un usage courant.

Les tissus sont d'abord disposés en matelas et tracés comme on procède partout maintenant pour ce genre de préparation, mais le procédé de coupe est différent. Au lieu de faire avancer le matelas devant une scie à ruban qui reste immobile, c'est la scie qui entre dans le matelas et qui suit tous les contours du tracé. Cette petite machine, qui m'a paru d'un maniement très facile, s'appelle « l'Electric cloth cutting Eastman ». J'ai vu fonctionner la machine qui ouvre la boutonnière et fait le point de boutonnière avec une grande rapidité. J'ai vu faire ainsi en quelques minutes les 6 boutonnières d'un de ces « overall » ; l'ouvrière n'a qu'à couper le fil une fois la boutonnière faite, mais je dois ajouter que ce procédé n'est applicable qu'à des articles ordinaires, car le travail n'est pas aussi proprement fini qu'à la main.

Une autre machine pose d'un seul coup un bouton à 4 trous, une autre coud les manches indéchirables. Cette machine qui fait un point spécial est très employée.

(Un autre exposant qui fabrique des pantalons au prix populaire de 1 dollar offrait 100 dollars à la personne ou au groupe de personnes qui pourraient déchirer une seule couture de jambe de ses pantalons.)

Enfin, le linge est repassé au fer mécaniquement d'une façon très simple, et ce sont des hommes qui font ce travail ; on sait, d'ailleurs, qu'en Amérique le métier de blanchisseuse est inconnu ; c'est le sexe fort qui vaque à ces soins, mais toujours dans les établissements industriels ; la lessive familiale n'existe pas en Amérique.

La chemise de travail est surtout la grosse production de cet atelier. Le prix de vente le plus bas est de 3 dollars 25, soit 44 fr. 25 la douzaine de chemises qui sont revendues au détail 4 fr. 25 pièce.

Les articles plus beaux sont vendus 9 dollars la douzaine et revendus un dollar pièce au détail. Le même article pour enfant est vendu 6 dollars. Les chemises avec ou sans col sont vendues le même prix de 3 dollars à 21 dollars la douzaine. J'ai vu une chemise de travail qui m'a semblé assez pratique ; c'est une chemise ouverte jusqu'en bas et boutonnant par devant avec 4 boutons dont le quatrième est à la ceinture.

J'ai été très intéressé par cette visite, mais le lecteur comprendra que je n'ai pas la prétention de lui décrire une fabrique de lingerie. C'est un simple atelier, annexe d'une maison de gros, qui ne pro-

duit que quelques articles du rayon de lingerie de cette maison, et qui a été monté non pas tant pour abaisser le prix de revient de ces articles que pour produire plus rapidement.

La lingerie aux Etats-Unis.

Pour se rendre compte de l'importance de cette industrie, il faut visiter la région qui a pour centre la ville de Troy, dans l'Etat de New-York. Dans un rayon de trente milles autour de cette ville, il n'y a pas une ville, pas un village dont une partie de la population ne soit occupée à fabriquer de la lingerie.

HISTORIQUE. — C'est en 1827 que la première fabrique de cols et manchettes est fondée par le Révérend Ebenizer Brow, prédicateur retiré. Après avoir catéchisé ses concitoyens il voulut, sans doute, leur enseigner la sainte loi du travail et il prêcha d'exemple. Si ses conseils spirituels furent suivis aussi fidèlement que son exemple, il a dû sauver beaucoup d'âmes, car cinq ans après, en 1832, on comptait déjà plusieurs fabriques de chemises, et la nouvelle industrie se concentrait autour de Troy où elle trouvait des ouvrières adroites et expérimentées. La plus grande partie du travail se faisait alors à la main et dans la famille.

En 1855, l'application de la vapeur aux usines et des moteurs aux machines à coudre révolutionna l'industrie. Le travail à façon en dehors de l'usine dut se modifier en conséquence et céder le pas au travail en atelier. C'est ainsi qu'à l'heure actuelle très peu de maisons de lingerie font coudre en dehors de leur usine. Le seul travail qui continue à être donné en dehors est le repassage. D'années en années, les usines se multiplient, la division du travail est poussée à ses extrêmes limites et aussi sa spécialisation. Les maisons qui fabriquent la lingerie pour dames ne font aucun article de lingerie pour hommes, et inversement.

Dans la lingerie pour hommes, des usines ne font que le caleçon, d'autres que la chemise, d'autres que les cols et manchettes ; il y a même des usines qui ne font que des boutonnieres.

D'autres industries auxiliaires de la lingerie se sont installées dans le voisinage et, notamment, des blanchisseries à outillage perfectionné qui ont notablement abaissé le prix coûtant de cette dernière façon.

L'habileté des ouvrières se développe par l'hérédité, si bien qu'un dicton populaire consacre cette supériorité. On dit que les ouvrières de Troy « Seem to have collar bred in bone ». Une traduction un peu audacieuse, mais qui rend bien l'esprit de ce dicton serait : « L'ouvrière Troyenne semble avoir les cols et les manchettes dans le sang. »

La ville de Troy est désignée, en Amérique, sous le nom de « City of Collars ».

Je veux faire ici une remarque qui montre bien l'importance de cette spécialisation de la production lingerie aux Etats-Unis. Dans le recensement de 1900, un rapport particulier concerne spécialement la fabrication des cols et manchettes et il est expliqué, au cours de ce rapport, qu'on a voulu étudier la production des établissements fabriquant uniquement les cols et manchettes ou tout au moins faisant à ces articles une part prépondérante dans leur fabrication.

STATISTIQUE. — Les établissements de ce genre sont au nombre de 57 (Tableau VII) tous situés, sauf 6, dans l'Etat de New-York. Le capital total dépasse dix millions de dollars. Les ouvriers au nombre de 17,415, dont 14,543 femmes, se partagent 5,658,969 dollars de salaires.

Le capital moyen pour chaque établissement est de 179,234 dollars ; la moyenne des ouvriers par établissement est de 300, ainsi répartis :

HOMMES	FEMMES	ENFANTS
40	255	5

La forme dominante est l'association en nom collectif, plus de la moitié des établissements sont administrés de la sorte ; 8 seulement appartiennent à des sociétés par actions.

Sur ces 57 établissements, 24 ont moins de 50 ouvriers, 20 ont de 50 à 500, 8 ont de 500 à 1,000 et 5 occupent chacun plus de 1,000 ouvriers. C'est la proportion la plus élevée que nous ayons rencontrée dans les industries américaines que nous avons à étudier et il ne faut pas oublier qu'il s'agit toujours d'une branche de la lingerie. L'étude des salaires a été très approfondie dans le rapport que j'analyse et il est intéressant de s'y arrêter, car la classification suivante donnera une idée très nette du prix de la main-d'œuvre aux Etats-Unis.

Les gains hebdomadaires de 250 hommes et de 250 femmes choi-

sis parmi les 17,000 ouvriers et ouvrières de cette industrie, s'échelonnent ainsi qu'il suit :

SALAIRES DE LA SEMAINE				HOMMES	FEMMES
de	2 à	4 dollars		18	20
	4	6 —		61	105
	6	9 —		46	54
	9	11 —		30	45
	11	14 —		34	19
	14	16 —		17	2
	16	18 —		10	2
	18	20 —		12	3
	20	22 —		12	
	22	30 —		5	
	30	40 —		5	
				<u>250</u>	<u>250</u>

Les salaires dépassant 18 dollars sont ceux des contremaîtres et chefs d'atelier.

Les contremaîtresses gagnent depuis 8 dollars jusqu'à 16 dollars par semaine : le plus grand nombre gagne 12 dollars. Le salaire moyen des hommes pour 300 jours de travail ressort à 7 francs par jour ; celui des femmes à 5 francs.

Le capital employé se décompose comme suit :

Terrains	303,347 dollars	3	pour cent
Bâtiments	1,113,140 —	10,9	—
Matériel	964,363 —	9,4	—
Fonds de roulement	7,835,467 —	76,7	—
Total	10,216,317 dollars	100,0	pour cent

Les frais généraux sont indiqués dans le tableau ci-dessous :

Loyer des usines	78,588 dollars	7	pour cent
Impôts	14,188 —	1,2	—
Loyer des agences, assurances. Intérêts des capitaux.			
Publicité	672,829 —	59,6	—
Contract of work (Forfaits). .	363,282 —	32,2	—
Total	1,128,887 dollars	100,0	pour cent

Ce tableau appelle quelques réflexions.

En premier lieu, le total des impôts, qui comprend les taxes de toute nature perçues par le Gouvernement, les États et les Villes y

compris l'impôt sur le revenu, frappe de suite l'esprit par son faible pourcentage. Une statistique de même nature faite en France dans l'état actuel des impôts et des patentes donnerait certainement un pourcentage plus élevé.

La seconde réflexion a trait au taux élevé des frais du troisième paragraphe. L'explication de cette disproportion est dans le mot « publicité ». Cette industrie fait, en effet, beaucoup de publicité pour répandre ses articles.

Enfin le quatrième paragraphe « contract works » que j'ai traduit par « forfaits » nécessite une explication qui servira pour toutes les autres industries.

Cette rubrique revient, en effet, dans tous les tableaux publiés par le recensement. Elle indique le montant des sommes payées en échange de travaux faits hors de l'usine et à forfait. La comptabilité américaine classe ces dépenses dans les frais généraux et il est difficile de les classer ailleurs. Ce ne sont pas des salaires puisque le travail fourni comprend à la fois des matières premières et de la main-d'œuvre et une part de bénéfice réalisé par le fournisseur du forfait ; il faut donc les considérer comme des pertes au sens comptable du mot et en débiter le compte « Frais généraux ».

Inversement, nous trouverons dans d'autres tableaux la mention de recettes pour ces travaux à forfait, et nous les verrons figurer à la suite des produits comme éléments du chiffre d'affaires.

Les produits de l'industrie des cols et manchettes a été pour 1900 de 15,769,132 dollars, se décomposant ainsi :

	NOMBRE DE DOUZ.	VALEUR	POUR CENT
Cols et manchettes.	10,086,045	9,077,700	57,6
Chemises d'hommes.	858,868	5,864,671	37,2
Chemisettes coton pour da- mes.	81,948	650,228	4,1
Autres articles		176,533	1,1
			100,0

Il faut remarquer ici que les quantités indiquées pour les chemises et les chemisettes sont celles relevées uniquement dans les maisons qui fabriquent ces articles comme accessoires des cols et manchettes : elles représentent, par conséquent, un très faible pourcentage des quantités de chemises et chemisettes fabriquées aux Etats-Unis.

Le détail des prix coûtant des matières employées est intéressant à plusieurs points de vue.

		DOLLARS	POUR CENT
Tissu (coton et lin)		5,251,237	87
Fournitures diverses, boutons, aiguilles, fil, etc.		199,240	
Combustible		64,862	
Location de force et de chauffage		8,941	13
Fournitures d'usines.		50,459	
Autres matières (boîtes, caisses d'embal- lage, papiers, etc.).		306,955	
Transports		129,862	
			400
Le tissu employé se décompose ainsi :			
Coton (yards carrés)	57,602,200	4,255,930	94, 7
Lin —	3.214,901	995,307	5, 3
Ensemble.	60,817,101	5,251,237	100, 0

ce qui donne une moyenne de prix d'achat de 7,4 cents pour le tissu coton et de 31 cents pour le lin, soit 0 fr. 38 pour le coton et 1 fr. 60 pour le lin environ.

Le tableau VIII montre la situation de l'industrie des chemises pour hommes en 1900.

Les commentaires seraient les mêmes que pour les tableaux précédents. Les explications que j'ai fournies à ce sujet permettront au lecteur de saisir tous les détails de cette statistique qui terminera cette étude de la lingerie aux États-Unis.

Il n'y a, en effet, aucun document publié pour la lingerie pour femmes ; elle est fabriquée suivant les mêmes principes que la lingerie pour hommes. Il y a des fabriques de chemises, de jupons, de blouses et de chemisettes qui s'occupent exclusivement de l'un ou de l'autre de ces articles.

Toute la lingerie faite à la machine, ornée ou non de broderie, est très bien fabriquée et vendue très bon marché ; l'importation dans ces articles est absolument nulle.

Dans la lingerie de luxe, au contraire, où le travail à la main est le principal facteur, la fabrication française fait sentir sa supériorité et règne en maîtresse sur le marché américain. L'habileté de nos ouvriers, la fantaisie et la richesse de nos créations nous assurent encore pour longtemps une supériorité incontestable et incontestée. Tous les rayons de lingerie fine que j'ai visités dans les magasins de New-York ont l'article français et le goût de ces articles se déve-

loppe de plus en plus ; cette vogue tient surtout à l'excellente coupe de nos articles ; les Américaines sont très exigeantes pour leurs « dessous » ; elles aiment mieux payer un article plus cher et avoir de bonnes formes de jupons et de cache-corsets.

Il y a, cependant, des articles de lingerie fine fabriqués à New-York. Depuis quelques années les fabricants ont recruté une main-d'œuvre spéciale qui produit une certaine quantité de beaux articles brodés à la main, mais dont la production est encore limitée. Ce sont des mains françaises qui ont porté là-bas leur expérience et leur habileté. Pour la plupart ce sont des femmes mariées à des garçons de restaurants qui habitent aux environs de New-York : leurs maris emportent et rapportent l'ouvrage de leurs femmes qui, travaillant chez elles en soignant leurs enfants et leur intérieur, peuvent se contenter d'un salaire modéré.

La lingerie de soie est très bien faite en Amérique par des maisons spéciales qui sont toutes de New-York. Inutile de dire que ce sont toujours les modèles français qui sont reproduits dans ces maisons dont les commissionnaires parisiens sont à l'affût de toutes les nouveautés.

Une maison de New-York exposait des cravates dont elle a une importante fabrication ; ses articles étaient conçus dans le genre français et très bien présentés. Tous les articles communs sont faits en Amérique, mais il y a encore une importation assez active dans l'article de luxe. Le prix de vente le plus bas que j'aie vu pour la cravate est de 25 cents la douzaine soit un peu plus de 0 fr. 10 pièce.

CLASSE 386

Bonneterie.

Bonneterie de coton, laine, soie, bourre de soie.

Cette Classe qui comprend les produits d'une industrie très prospère aux États-Unis ne comptait que cinq exposants d'une valeur très inégale. Le Jury leur a décerné un Grand prix, deux médailles d'or et deux médailles de bronze.

Le Grand prix a récompensé le mérite d'une Société anonyme du Connecticut qui fabrique surtout les bas, et plus particulièrement les bas en coton qui est d'ailleurs la matière la plus employée par la bonneterie américaine.

Nous retrouverons dans cette industrie la même spécialisation que dans la lingerie ; certaines usines ne font que du bas ; c'est le sens propre du mot « Hosiery » de « Hose », bas, par opposition au mot « underwear » que nous connaissons déjà et qui joint au mot cotton, wool, silk, signifie le vêtement de dessous en coton, laine, soie.

Une autre fabrique de bas qui a obtenu une médaille d'or fabriquait sous les yeux du public. Son usine est dans l'Indiana.

La deuxième médaille d'or a été attribuée à une maison de Chicago qui exposait surtout le bel article en laine et en soie. Il y avait dans cette vitrine des « combinaisons » pour hommes et pour dames qui valaient jusqu'à 400 dollars pièce ; cette spécialité ne peut être mise en comparaison qu'avec l'Angleterre et le chiffre d'affaires qu'elle accuse indique une consommation très importante de ces articles malgré leur prix élevé.

La bonneterie aux États-Unis.

Je n'ai pas pu visiter de fabrique de bonneterie aux États-Unis, n'ayant pas eu le temps de me rendre dans les centres de cette industrie, mais si je n'ai pas vu fabriquer les articles américains, il m'a été permis de les examiner en détail dans le rayon de la maison de gros dont j'ai fait la description, et de les voir à côté des articles importés d'Allemagne et de France, articles qui complètent l'assortiment de ce rayon qui fait 1,500,000 dollars par an.

La classification des articles importés et des articles domestiques en ce qui concerne les bas de coton est très facile à établir.

Jusqu'au prix coûtant de £ 2 1/4 la douzaine, c'est-à-dire de 11 fr. 25, tous les bas sont fabriqués en Amérique « Domestic goods ». Au dessus de ce prix coûtant, tout est importé de France et d'Allemagne. C'est surtout ce dernier pays qui exporte le plus aux États-Unis ; toutes les grosses maisons américaines ont des acheteurs à Kemnitz. Les bas de soie, en particulier, viennent presque tous de là : ils se vendent en gros de 3 à 9 dollars la paire. Il y a cependant des bas de soie fabriqués en Amérique qui se vendent de 24 à 30 dollars la douzaine.

Un article de grande vente, surtout dans le sud, est le bas de coton à jour sur le coup de pied ; son plus bas prix est de 75 cents la douzaine.

Au même prix populaire sont vendus des bas de couleur pour les femmes (également de couleur, les négresses).

J'ai vu des bas de coton noir avec une semelle blanche vendus par l'Allemagne 12 dollars et copiés en Amérique pour 2 dollars 1/4.

Dans les chaussettes, les prix sont extrêmement bas. « Le popular price » est établi comme suit :

Un article est acheté en fabrique 39 cents la douzaine (1 fr. 95), il est revendu au détaillant 45 cents la douzaine (2 fr. 25) et est affiché au détail 5 cents la paire (0 fr. 25).

La fabrication domestique monte jusqu'à 2 dollars la douzaine ; au-dessus de ce prix l'importation tient encore le marché.

Dans les gilets et caleçons pour hommes, les prix les plus bas sont de 1 dollar 75 la douzaine de pièce (8 fr. 75). Les articles importés commencent à 4 dollars (22 fr. 50.) J'ai constaté avec plaisir que les articles français sont préférés aux articles allemands et la demande en est croissante chaque année surtout dans les prix moyens de 5 à 16 dollars la douzaine.

Toutefois, une concurrence nouvelle s'est manifestée depuis quelques années pour ces articles, celle du coton mercerisé. Ce coton est maintenant fabriqué grandement en Amérique et les articles de bonneterie faits avec cette nouvelle matière ont un aspect soyeux qui fait illusion : les gilets et caleçons en coton mercerisé valent de 9 à 18 dollars.

Dans la bonneterie pour dames, l'Allemagne domine et la fabrication domestique produit aussi une certaine classe de marchandises bon marché contre lesquelles la concurrence européenne ne peut rien à cause de la protection des droits de douane.

L'importation française excelle de nouveau dans le gilet de laine pour hommes de 9 à 18 dollars. La hausse de la laine a pourtant nui à cette exportation car certains articles sont devenus trop chers pour la vente de ces maisons de gros qui ont dû les abandonner momentanément.

Il se fait, enfin, une très grosse vente de bourgerons de laine tricotée pour les ouvriers, depuis 2 1/2 dollars la douzaine, vendus au détail 30 cents (1 fr. 50) pièce.

De cette rapide incursion dans le domaine des prix de vente des principaux articles de bonneterie, il résulte que jusqu'à ce jour les Américains se sont consacrés principalement à la fabrication des articles bon marché et ont réussi, grâce à leur outillage perfectionné et aux droits qui les protègent, à annihiler complètement l'importation de ces articles.

STATISTIQUE. — Les tableaux statistiques que je vais commenter révèlent les efforts considérables faits depuis dix ans par les Américains pour obtenir ce résultat.

Le premier de ces tableaux montre la situation comparative à dix ans de distance 1890-1900. Qu'y voyons-nous ? (Tableau IX).

Le nombre des établissements n'a pas beaucoup augmenté, 921 au lieu de 796, mais le capital d'exploitation est passé de 50,607,738 à 81,860,604 dollars ce qui prouve que les 796 anciens établissements se sont beaucoup développés et que les nouveaux ont été fondés à l'aide de gros capitaux et mis de suite sur un grand pied industriel.

La comparaison des frais généraux qui ont presque doublé, (6,599,865 au lieu de 3,627,245 dollars) confirme cette appréciation.

Le nombre des ouvriers s'est accru de 40 0/0 ; il est de 83,387 contre 59,587 en 1890 ; il est à remarquer que c'est surtout sur les hommes et les enfants au-dessous de 16 ans que porte l'augmentation ; le nombre de ces derniers a plus que doublé.

Enfin une corrélation très étroite se manifeste dans les chiffres suivants :

	1890	1900
Salaires	16,578,119	24,338,027
Matières employées. . .	35,861,585	51,071,859
Valeur des produits. (Chiffre d'affaires). . .	67,241,031	95,482,566

L'augmentation de ces trois chapitres oscille entre 45 et 50 0/0, montrant ainsi la régularité presque mathématique des principaux facteurs de l'augmentation dans leurs rapports réciproques.

Le développement du matériel n'est pas moins instructif :

En 1890, il y avait en travail 36,327 métiers et 389,353 broches. En 1900, il y a 89,047 métiers et 521,871 broches.

Si nous examinons ensuite le détail des marchandises employées dans la fabrication, nous sommes conduits à des constatations intéressantes. Nous voyons, par exemple, qu'il a été consommé beaucoup moins de laine :

	1900	1890
Laines étrangères, pounds. . .	3,446,838	2,734,804
Laines domestiques — . . .	14,507,069	18,905,089
Total des laines.	17,953,907	21,649,393

Il y a donc une diminution de près de quatre millions de pounds, malgré l'augmentation des moyens de production.

Nous allons voir la contre-partie dans l'emploi des matières de coton :

	1900	1890
Raw cotton and cotton warp ; pounds.	181,271,369	64,681,466
(Coton brut et filé de coton).		

La consommation a triplé en dix ans ; c'est la confirmation de mon enquête dans les maisons de gros et de détail qui toutes ont signalé le peu d'importance de la bonneterie de laine comparée à la bonneterie de coton.

Voici maintenant le détail des produits fabriqués avec ces matières premières dans l'année 1900 :

BAS ET CHAUSSETTES :		
	DOUZAINES	VALEUR EN DOLLARS
Laine, chaussettes	930,957	1,738,535
Laine, bas	1,176,705	2,207,681
<i>Mérinos et mélange :</i>		
Laine et coton, chaussettes.	957,520	1,384,764
— bas	438,891	659,959
<i>Coton :</i>		
Chaussettes.	11,352,081	7,906,945
Bas	15,028,173	13,275,732
GILETS ET CALEÇONS :		
Mérinos et mélangés . . .	2,675,416	13,293,829
Tout laine.	1,085,046	4,980,818
Tout coton.	12,058,431	26,882,902
Soie et mélangé de soie. .	54,807	518,045
COMBINAISONS.		
Mérinos et mélangés . . .	139,994	1,133,328
Tout laine.	9,501	201,667
Tout coton	824,632	2,240,566
Soie et mélangé.	12,728	116,286
Gants et mitaines	1,898,587	4,244,046

Les moyennes de vente de tous ces articles concordent bien avec les indications que j'ai données plus haut et prouvent l'exactitude des renseignements qui m'ont été si obligeamment fournis par les vendeurs de ces articles.

Je termine l'exposé des moyens de production de cette imposante industrie en donnant la décomposition de ces établissements d'après le nombre d'ouvriers employés.

Envisagés à ce point de vue, les 921 établissements sont ainsi classés :

Au-dessous de 5 employés	51	de 100 à 250 employés	213
de 5 à 20	— 165	de 250 à 500	— 74
de 20 à 50	— 221	de 500 à 1000	— 20
de 50 à 100	— 175	au-dessus de 1000	— 2

Ces deux derniers établissements sont tous deux dans l'Etat du Massachusetts.

Enfin, quand j'aurai mentionné que ces usines emploient 58,087 chevaux-vapeur et paient chaque année 384,895 dollars de transports, je pense avoir donné l'impression que la bonneterie aux Etats-Unis est arrivé à un degré de prospérité qui la classe maintenant au premier rang dans la production industrielle du Nouveau-Monde.

CLASSE 387.

Corsets.

Corsets et fournitures pour corsets.

J'arrive à une Classe qui était un des ornements de la Section américaine.

Cinq fabricants de corsets rivalisaient de luxe et d'ingéniosité pour présenter leurs produits de la façon la plus frappante. Tous avaient des stands importants, somptueusement décorés et donnant l'impression que leurs propriétaires avaient voulu faire surtout une grande réclame pour leurs marques.

Cette industrie est, en effet, une de celles qui font la plus grande publicité. La première promenade à travers les rues de New-York nous édifie de suite sur l'importance de cette publicité. En France nous l'avons jusqu'ici confinée dans les journaux illustrés et les magazines qui s'adressent particulièrement au public féminin. En Amérique, elle s'étale sur tous les murs entre des « Pills » merveilleux et le « Cremona cigar à 5 cents ». Ce sont des femmes colosses, aux chevelures flottantes, aux hanches puissantes, sanglées dans des corsets portant des noms sensationnels : j'en ai noté un qui mérite d'être retenu ; c'est le corset « Dashingly stylish erect form » !!!

La plupart des maisons ont adopté comme marque de fabrique les

initiales de leur firme : ce sont ces initiales qui flamboient en lettres dorées sur tous les mannequins ou qui remplissent des colonnes entières de leurs immenses journaux.

Cette publicité par affiches affranchit les fabricants de corsets de l'intermédiaire des maisons de gros qui ne prennent ces marques que contraintes et forcées parce que leur clientèle les demande.

Quant aux magasins de nouveautés, ils ne vendent généralement qu'une marque dont ils ont le monopole exclusif dans leur ville.

Il était nécessaire d'entrer dans ces considérations pour bien comprendre le but et la tendance des Expositions qui nous restent à décrire.

Quatre maisons sur cinq étaient de New-York City. Cet état confie à lui seul 74 fabriques sur 185, nombre total en 1900.

Deux d'entre elles exposaient des articles de luxe qui n'étaient peut-être pas tous faits en Amérique.

L'une montrait des corsets en tissu d'or et d'argent, des buscs enrichis de diamants et autres fantaisies dont la richesse n'excluait pas le mauvais goût. L'autre avait imaginé toute une mise en scène. Au fond d'un petit tunnel très sombre se trouvait un petit théâtre sur lequel deux personnages en cire, une dame en élégant déshabillé et sa soubrette qui lui enlevait son corset, excitaient la curiosité des visiteurs.

Deux autres maisons de New-York ainsi que le cinquième exposant qui était de Chicago, avaient des Expositions plus sobres, mais qui se recommandaient par la grande variété de leurs produits. Ces maisons fabriquent des corsets depuis 4 jusqu'à 24 dollars la douzaine : elles ont des formes tout à fait « up to date » et assez caractéristiques. Nos formes françaises sont copiées, mais avec des modifications que nécessite sans doute l'anatomie de la femme américaine. J'ai parlé plus haut des hanches puissantes des dames peintes sur les murs, il semble bien que ce développement immodéré du torse inférieur soit l'apanage de la majorité des Américaines, surtout dans les Etats du Centre et du Midi : de là, la nécessité pour les fabricants d'accommoder la mode parisienne aux exigences de la structure nationale.

Le corset aux Etats-Unis.

Néanmoins le nombre de leurs modèles est bien moins grand qu'en France et, en outre, la plupart sont combinés pour pouvoir être

cousus par des machines à plusieurs aiguilles. Leur matériel est, d'ailleurs, des plus perfectionnés ; la division du travail poussée très loin. Tous les tissus sont découpés à la scie par le même procédé décrit au chapitre « Lingerie » : les œillets sont posés à la machine, les éventails, (piqûres sur les hanches) sont faits à la machine, enfin les rubans qui ornent la partie supérieure du corset sont passés mécaniquement dans les jours de la dentelle. Ajoutez à cela que toutes les matières premières du corset sont fabriquées maintenant en Amérique et meilleur marché qu'en France à cause de la prédominance du coton, dans les tissus, et de l'acier dans les buses ; enfin, le marché des baleines est à San-Francisco.

Il est facile de prévoir quel parti ont pu tirer les Américains de circonstances aussi favorables : depuis 10 ans l'importation des corsets européens a diminué de plus de 50 0/0. La France en exporte encore une certaine quantité, mais surtout dans l'article cher ; dans l'article bon marché, protégé par des droits qui varient suivant les tissus employés, l'importation a totalement disparu. Il se fait des corsets, aux États-Unis, à partir de 2 dollars la douzaine, prix qui n'est pas atteint en France. Aussi commencent-ils à exporter avec succès leurs produits en Angleterre et en Allemagne. J'ai visité, à New-York, une grande maison qui n'exposait pas à Saint-Louis et qui m'a dit faire 800 douzaines de corsets par jour échelonnés de 4 dollars 25, jusqu'à 121 dollars la douzaine. Elle fait visiter toute l'Amérique par des représentants qui dépendent de 4 grandes agences « Boston, Chicago, Philadelphie, San-Francisco ». Le siège est à New-York ; l'usine dans le Connecticut occupe 1,200 ouvriers et ouvrières.

Les hommes gagnent de 25 à 30 dollars par semaine, les femmes de 10 à 15 dollars ; ils font tous partie de syndicats ouvriers.

STATISTIQUE. — Le recensement de 1900 fait dans les 12 principaux États donne les chiffres suivants pour l'industrie du corset. (Tableau X.)

Les établissements sont au nombre de 185, dont 74 dans l'Etat de New-York, 24 dans le Connecticut, 18 dans l'Illinois, 14 dans le Massachusetts et le Michigan, 10 dans New-Jersey, 14 dans Pensylvanie. Le capital employé était de 8,443,950 dollars donnant une moyenne de 45,653 dollars par établissement.

Il y avait 3,736,813 dollars de salaires répartis entre 12,609 ouvriers et ouvrières donnant un salaire moyen de 296 dollars.

Les frais généraux étaient de	1,303,420	dollars
Le coût des matières employées de	6,629,513	—
La valeur des produits de.	14,794,165	—

En prenant ces chiffres comme exacts, le bénéfice net global aurait été de 124,419 francs, représentant environ 22 0/0 du chiffre d'affaires et 37 0/0 du capital engagé.

CLASSE 388

Tissus élastiques.

Les quatre exposants de cette Classe donnaient une impression suffisante de leur industrie qui n'est pas restée en arrière dans la voie du progrès.

Il convient de mettre à part une fabrique de dessous de bras qui a obtenu le Grand prix. Cette maison, qui ne fabrique pas que cette spécialité, en a fait une très grosse affaire, grâce à une publicité effrénée dans tous les pays du monde. C'est un article à marque et les plus gros sacrifices sont faits chaque année pour faire connaître cette marque. L'article n'est pas, d'ailleurs, supérieur à tous les autres dessous de bras, mais la Société qui l'exploite veut qu'il soit le plus connu. Son usine est dans New-York City.

Une maison de Pensylvanie avait une belle Exposition de bretelles et de tissus élastiques qu'elle fabrique elle-même. C'est une maison fondée par un négociant qui importait autrefois toutes ces marchandises d'Europe ; il a acheté des machines, copié nos procédés et grâce aux droits protecteurs qui varient de 45 à 60 0/0 il a rapidement remplacé son importation par sa propre fabrication. Aujourd'hui, d'après les chiffres communiqués par lui au Jury et dont nous lui laissons l'entière responsabilité, n'ayant pu les contrôler, il occuperait 1,200 personnes, ferait 1,300 douzaines de bretelles par jour et 30 millions de yards de tissu élastique par an.

Il avait dépensé beaucoup d'argent pour son Exposition ; car il avait des métiers qui faisaient le tissu élastique sous les yeux du public.

Deux autres fabriques, l'une de Connecticut, l'autre de Maryland, exposaient les mêmes objets, mais ne fabriquent pas le tissu qu'elles se bornent à transformer en bretelles et jarretières.

Malgré cette production nationale de jour en jour plus importante, l'exportation des bretelles aux États-Unis a encore une certaine activité. Elle était encore en 1900 de 5,894,434 francs pour les articles en soie et de 2,333,361 francs pour les articles en coton. Comme on le voit, ce sont les articles riches qui s'exportent de préférence. Je les ai vus partout et j'ai constaté que ce sont les articles à marque qui ont le plus de faveur.

L'un d'eux, dont l'heureux possesseur exposait dans la Section française, est très estimé par les acheteurs américains et je me souviens avoir eu le plaisir d'apprendre d'un chef de rayon que 75 0/0 des bretelles de son comptoir étaient des bretelles françaises de cette marque. Les maisons de gros vendent des bretelles françaises à partir de 75 cents la douzaine jusqu'à 9 dollars.

STATISTIQUE. — La situation de cette industrie en 1900, telle qu'elle ressort des statistiques établies pour 209 villes principales des États-Unis, est la suivante (Tableau XI).

192 établissements emploient un capital de 26,666,072 dollars.

Les ouvriers au nombre de 13,421 gagnent un salaire global de 5,357,046 dollars.

Les frais généraux s'élèvent à 2,108,891 dollars ; le coût des matières employées est de 22,406,027 dollars, et la production atteint 36,169,224 dollars.

La moyenne des ouvriers par établissement est de 75 dont le salaire moyen est d'environ 2,000 francs par an.

Le capital moyen est de 693,525 francs et le chiffre d'affaires moyen de 941,905 francs.

Le bénéfice net moyen ressort à 123,680 francs, soit 12 0/0 du chiffre d'affaires et 18 0/0 du capital engagé.

La rubrique « Elastic Goods » employée par la terminologie du recensement décennal est très large, et cette classification doit comprendre d'autres applications du caoutchouc que celles qui concernent le Groupe 61. Quoiqu'il en soit, les chiffres de moyenne montrent qu'il s'agit ici d'une grande industrie exigeant des capitaux importants et des frais généraux élevés. La proportion du bénéfice au chiffre d'affaires et au capital se rapproche ainsi davantage des résultats obtenus généralement dans nos affaires et peut être considérée comme normale.

Cette industrie est en pleine voie d'accroissement et, non contents d'approvisionner leur marché intérieur, les Américains commencent

depuis quelques années à solliciter des débouchés extérieurs. Les droits qui frappent leurs produits à l'entrée en France suffisent à les écarter de notre marché, mais en revanche, nous les trouvons en face de nous dans tous les pays où nous exportons, surtout en Angleterre, en Belgique, dans l'Amérique du Sud et ce sont des concurrents très dangereux pour notre commerce d'exportation.

CLASSE 389

Cannes. Fouets. Ombrelles. Parapluies.

Un seul exposant dans cette Classe et donnant encore une bien faible idée de cette industrie en Amérique. Cet exposant offrait à l'examen du Jury un ou deux parapluies avec des manches en argent ciselé. Cela était plutôt du domaine de l'orfèvrerie, car cette maison exposait des parapluies au milieu d'une très belle collection d'articles d'orfèvrerie, d'horlogerie, de faïences et même d'épreuves d'imprimerie de luxe, tous produits dont elle a un énorme approvisionnement dans ses magasins qui sont une des curiosités de Saint-Louis.

C'est donc à côté de l'Exposition que j'ai dû faire mon enquête pour me documenter sur la fabrication et la vente de ces articles. De cette enquête, faite concurremment dans des maisons de gros et de détail, il résulte que l'importation européenne est presque nulle, sauf pour quelques articles de luxe. La production américaine suffit pour le reste ; tous les accessoires du parapluie sont fabriqués dans le pays qui produit les soies et les cotonnades pour la couverture, l'acier pour les branches, les ressorts et les tiges. Le parapluie à tige d'acier « steel rod » est, en effet, le plus en vogue ; il a été copié sur nous, car c'est une maison française qui a montré cet article pour la première fois à l'Exposition de 1889, à Paris. Les manches sont importés d'Europe et du Japon, surtout les manches riches, et montés ensuite en Amérique.

Ils fabriquent des articles très bon marché, mais sans atteindre les basses limites obtenues par notre fabrication française. Nous avons des parapluies à 1 fr. 45 ! Le prix populaire est, en Amérique, de 1 dollar. Pour établir ce prix au détail il faut tenir compte du bénéfice de l'intermédiaire qui achète cet article en fabrique 37 cents 1/2

(2 fr. 90) et le revend 75 cents (3 fr. 75). A côté de cela, le parapluie de 5 dollars est une vente très courante et les magasins de nouveautés ont des parapluies qui se vendent facilement 20 dollars.

L'ombrelle est, aux États-Unis, un article somptuaire ; ce fut une de nos surprises que de voir, par les plus fortes chaleurs, les dames de Saint-Louis, de la classe ouvrière et de la classe moyenne, sortir sans ombrelles et sans chapeaux : on comprend qu'avec de telles mœurs, la consommation des ombrelles soit plus que limitée. Dans les grandes villes comme New-York, Philadelphie, les femmes élégantes qui copient toutes les modes parisiennes sont seules à s'abriter du soleil avec ce coquet accessoire de la toilette. De même les Américains portent très peu la canne en ville. Dans les affaires, elle est absolument proscrite comme les gants : elle reste le privilège de quelques clubmen pour la promenade et le théâtre.

STATISTIQUE. — Le recensement dans les 209 villes principales des États-Unis donne les chiffres suivants (Tableau XII) :

Nombre d'établissements	246
Capital engagé.	4,393,339 dollars.
Salaires.	1,796,159
Frais généraux	609,598
Coût des matières employées. . .	8,248,712
Production	13,456,878

Le nombre des ouvriers est de 5,378 donnant une moyenne de 21 par établissement, touchant un salaire moyen de 1,520 francs par an.

Le capital moyen est de 89,295 francs

Le chiffre d'affaires est de 273,290

Le bénéfice net ressort à 56,955

soit 20 0/0 du chiffre d'affaires et 63 0/0 du capital engagé.

Il se monte actuellement à Philadelphie une fabrique très importante couvrant 35,000 pieds carrés : elle s'outille pour doubler sa production déjà considérable. Ce sera sans contredit la plus grande usine du monde dans cette industrie qui se divise partout de plus en plus. Nous verrons, en effet, en étudiant la fabrication française que les divers éléments qui forment un parapluie et une ombrelle sont fabriqués chacun dans des fabriques spéciales et que les fabricants de parapluies ne sont que des monteurs de parapluies qui réunissent tous ces éléments pour en former l'objet vendu.

CLASSES 390-391-392

Boutons de porcelaine, de bois, de métal, de nacre. Boucles et œillets. Eventails. Ecrans.

Ces trois Classes ne comptaient aucun exposant à Saint-Louis.

J'ai dit en parlant de la Section française que l'industrie de l'éventail n'est pas encore née aux États-Unis.

Celle des boucles et œillets se rattache plutôt à la petite métallurgie, qui fait des épingles et des crochets pour tous usages industriels ; je ne crois donc pas nécessaire d'en parler.

Le bouton de nacre aux États-Unis

Je veux, au contraire, m'étendre avec quelque détail sur l'industrie des boutons et surtout des boutons de nacre qui n'était qu'à ses débuts au moment de l'Exposition de Chicago et qui maintenant, grâce à une circonstance tout à fait fortuite, a pris aux États-Unis une extension considérable et paralysé notre exportation dans ce pays.

HISTORIQUE. — La fabrication des boutons remonte très loin aux États-Unis, puisque dès 1750 les statistiques font mention d'une fabrique de boutons de cuivre à Philadelphie.

En 1797, on commence à travailler le bois, et en 1800 la fabrication du bouton de métal commence à s'organiser assez grandement à Waterbury, qui devait rester le centre de cette industrie.

En 1812, des procédés mécaniques très rudimentaires permettent de travailler la corne, l'ivoire et un nouveau produit désigné sous le nom d'ivoire végétal qui n'est autre que le corozo, que les Américains paraissent avoir travaillé avant nous. Chacun sait que ce produit, qui nous est venu de l'Amérique du Sud est d'une blancheur remarquable qui le fait confondre parfois avec de l'ivoire véritable. Il se travaille avec la même facilité, mais son éclat se ternit beaucoup plus vite.

C'est en 1827 que le bouton étoffe fait son apparition ; on commence à le recouvrir à la main, puis, à l'imitation des Anglais, on le fabrique mécaniquement. A partir de 1892 les lastings anglais qui étaient employés dans cette fabrication sont complètement remplacés par les lastings fabriqués en Amérique.

Cependant, on essayait de faire des boutons avec toutes sortes de nouvelles matières. En 1875, c'est un bouton de pâte de papier qui imite le corozo. Deux ans après, un brevet est pris pour une machine à mouler ces boutons de pâte en laissant les quatre trous libres. On fait même des boutons avec de la pomme de terre traitée avec des acides qui la rendent dure comme la pierre ; on en fait avec le lait ; on en fait avec le sang des animaux. On ne sait vraiment où se seraient arrêtées ces tentatives si la plupart d'entre elles n'avaient conduit leurs inventeurs à la faillite et découragé les autres.

Mais le véritable triomphateur de cette industrie, en Amérique comme en Europe, et même plus qu'en Europe, a été et est encore le bouton de nacre. Cette matière semble, en effet, avoir été créée pour le bouton : elle a la dureté qui le rend incassable, la blancheur et l'éclat diapré qui en font non seulement un accessoire mais aussi un ornement de la toilette des deux sexes.

Le développement de la consommation du bouton date, en effet, dans tous les pays du moment où la mode commença à l'adopter pour orner les vêtements de dames. Le costume tailleur, dont la vogue n'est pas encore épuisée, s'accommode très bien de ce genre d'ornement qui est toujours sobre et distingué.

C'est en 1855 que la fabrication des boutons de nacre fut introduite aux États-Unis sur une petite échelle ; elle s'exerçait exclusivement sur la coquille pêchée dans la mer et qui lui parvenait pour la plus grande partie de Londres où se tenait le marché du monde pour cette matière première. Les Américains désignent cette nacre sous le nom « d'Océan Pearl ».

La fabrication des boutons en « Océan Pearl » ne se développa guère. C'étaient des ouvriers viennois émigrés qui travaillaient au pied et dont la production ne tenait pas une grande place dans la consommation du pays. C'est donc l'exportation européenne qui l'alimentait surtout et c'était pour elle un précieux débouché.

En 1897 un incident tout à fait fortuit vint révolutionner cette industrie et lui donner un essor inespéré. Un Allemand, monsieur Boeppel, établi à Muscatine, dans l'Etat d'Iowa, eut l'idée d'utiliser la coquille des grosses moules qui se trouvent dans plusieurs rivières et surtout sur les berges du Mississipi.

La tentative réussit et bientôt l'usine naissante occupa 200 ouvriers sans compter les pêcheurs.

La raison de ce succès est facile à comprendre quand on saura que pour un poids égal de 100 pounds, la nacre de mer « Océan Pearl »

valait à cette époque de 30 à 60 dollars suivant la qualité, et la nouvelle nacre, qu'on appela « Fresh water pearl » variait de 50 à 60 cents (2,50 à 3 francs au lieu de 150 à 300 francs).

La nouvelle industrie ne tarda pas à s'étendre dans le district d'Iowa et déjà en 1898 une douzaine de fabriques s'élevaient, employant de douze à quinze cents ouvriers; l'une d'elles au commencement de l'année en question avait plus de 20,000 grosses de boutons en ordre.

Toutes ces manufactures prospéraient, même ayant à lutter contre la concurrence étrangère, mal protégées qu'elles étaient par un tarif assez peu protectionniste.

Des droits très élevés ne tardèrent pas à être mis sur ces produits à l'importation et eurent pour effet d'augmenter le nombre des usines s'occupant de ce genre de fabrication. Plusieurs vinrent s'établir à DAVENPORT, à SABELA et sur les bords de la CEDAR RIVER; de plus l'industrie du bouton de palourde se répandit également dans la partie orientale des Etats-Unis où l'on s'occupait surtout de finir, de façonner les « Blanks » c'est-à-dire les boutons bruts, découpés simplement à la fraise dans la coquille et n'ayant subi aucune autre préparation.

La découverte de cette nouvelle utilisation de la palourde ne fit qu'activer la pêche des moules; on chercha de nouveaux moyens d'extraction et bientôt on eut l'idée d'utiliser pour cette pêche une drague à vapeur permettant de récolter à peu près une tonne à l'heure et d'utiliser la vapeur sous pression pour la cuisson des mollusques et le nettoyage des coquilles.

Parmi les coquilles récoltées, il existe des espèces fort différentes. Les deux principales sont la NIGGER HEAD et la SAND; elles sont assez recherchées et à l'approche de la mauvaise saison, à cause de la congélation des rivières où se fait la pêche, elles doublent généralement de prix.

Il s'est organisé de puissantes sociétés jetant sur le marché de grandes quantités de boutons « Fresh water pearl » faisant aux articles nacre de qualité inférieure une sérieuse concurrence. Elles trouvent toujours leurs matières premières dans les rivières du Wisconsin, Rock, County, Brodhead, Albany, Green Country, Prairie du Chien, Lynville, Grawford Country et également dans l'Arkansas, mais il est plus que probable que la grande consommation des moules et leur lente reproduction feront disparaître dans un temps plus ou moins long ces mollusques. Les bancs devant Muscatine sont

déjà épuisés et il est très sérieusement question de prendre des mesures législatives pour réglementer la pêche des moules de rivière.

Le développement rapide de cette industrie intéressa les ingénieurs américains qui travaillèrent cette question et établirent des machines très ingénieuses tant pour le tournage que pour le perçage du bouton de nacre.

Une de ces machines prend le bouton brut sortant du découpage et le rend après lui avoir fait subir les opérations multiples d'écroutage, de tournage, perçage, polissage et comptage.

Cette machine ne pourrait, toutefois, être employée utilement par la fabrication française, étant donné la diversité des modèles et tailles demandées par le commerce et les différents lieux d'exportation. D'ailleurs la division du travail et l'emploi d'une main-d'œuvre très exercée a des résultats presque identiques.

Les progrès réalisés dans le matériel des fabriques de boutons de nacre a obligé les industriels à changer leur outillage trois fois de suite en trois ans. Il est vrai que ces derniers peuvent se permettre ces sacrifices, car ils se sentent protégés par des droits complètement prohibitifs.

Ces droits sont ainsi établis :

0,07 1/2 par ligne anglaise et 15 0/0 de la valeur ; un bouton de nacre 6 lignes (22 lignes anglaises) vendu 2 fr. 50 la grosse paiera un droit ainsi calculé :

$$\begin{array}{r} 0,075 \times 22 \quad 1,65 \\ 15 \text{ 0/0 de valeur} \quad 0,375 \\ \hline 2,025 \text{ c'est-à-dire } 81 \text{ 0/0.} \end{array}$$

Tous les autres boutons sont frappés de droits analogues et certaines sortes sont frappées de droits dépassant 200 0/0.

Tout commentaire serait oiseux ; tant que ces droits existeront la concurrence européenne ne pourra avoir aucune force aux États-Unis.

STATISTIQUE. — Le recensement de 1900 donne une situation très détaillée de l'industrie du bouton et les renseignements que je lui emprunte mettent en lumière les principaux éléments de cette production (Tableau XIII).

Il y avait, en 1900, 238 établissements s'occupant du bouton. 116 appartenaient à des particuliers, 70 à des sociétés en nom collectif et 52 à des Sociétés anonymes.

Le capital global était de 4,212,568 dollars ainsi répartis :

Terrains.	145,260
Bâtiments.	433,268
Matériel	1,310,442
Fonds de roulement	2,323,598

Le chiffre élevé du matériel porte la trace des dépenses extraordinaires que les perfectionnements récents ont entraînés : ainsi se trouvent confirmés par les chiffres les renseignements qui m'avaient été fournis et que j'ai donnés plus haut.

La main-d'œuvre a coûté 2,826,238 dollars pour 8,685 salariés.

Les frais généraux ont été de 393,862 dollars.

La production totale de 7,695,910.

Ce chiffre comprend 21,254,018 grosses de boutons divers dont le détail se trouve au tableau XIV.

On remarque le chiffre important fourni par le bouton de nacre.

Fresh water pearl.	4,308,584 grosses
Océan pearl	4,049,452 —

Ensemble.	8,358,036 grosses
-------------------	-------------------

soit près de 40 0/0 de la production totale en grosses. Enfin au point de vue du nombre des ouvriers employés, les 238 établissements se décomposent ainsi :

de 5 à 20	114
de 20 à 100	96
de 100 à 250	22
au-dessus de 250	6
	238

Ils utilisent une force motrice de 4,235 chevaux-vapeur.

Le nombre des ouvriers est de 8,685 donnant une moyenne de 34 par établissement, touchant un salaire moyen de 1,627 francs par an.

Le capital moyen est de 88,495 francs.

Le chiffre d'affaires est de. 161,675 —

Le bénéfice net ressort à. 22,635 —

soit 14 0/0 du chiffre d'affaires et 25 0/0 du capital, sans compter les prélèvements des patrons.

QUATRIÈME PARTIE

LES

INDUSTRIES DU GROUPE 61 EN FRANCE

QUATRIÈME PARTIE

LES INDUSTRIES DU GROUPE 61 EN FRANCE



La description de l'Exposition de Saint-Louis est terminée et je pourrais clore ici ce rapport. Mais je me ferais un scrupule de finir ce travail par le panégyrique de l'industrie américaine et de laisser le lecteur français sous une impression de découragement contre laquelle j'ai hâte de réagir.

J'ai donc le devoir de passer rapidement en revue nos industries françaises du Groupe 61, d'indiquer le plus brièvement possible leur organisation actuelle et les progrès nouveaux qu'elles ont accomplis depuis 1900. C'est ici, en effet, que je tiens à rendre hommage aux travaux si complets et si instructifs des honorables rapporteurs de notre Groupe à la dernière Exposition universelle de Paris. Ces travaux font encore autorité et je ne me pardonnerais pas d'apporter la moindre retouche au monument qu'ils ont élevé à la gloire de nos industries.

J'estime que je ne pouvais mieux faire que de m'inspirer de leur méthode, pour suivre les développements des industries du Groupe 61 et pour décrire les efforts incessants faits par nos industriels pour maintenir et développer leur chiffre d'affaires.

J'aurais voulu donner pour chaque industrie les relevés statistiques de capital, de main-d'œuvre et de production, comme je l'ai fait pour les Etats-Unis, mais aucun document publié en France ne m'a permis de me procurer ces renseignements. Les quelques chiffres que je citerai proviennent du tableau du Commerce général de la France, publié par l'Administration des douanes, et d'une enquête faite par l'Office du travail sur les salaires dans un certain nombre d'industries.

L'étude des questions ouvrières qui a pris de nos jours une si grande place dans les préoccupations de tous les hommes soucieux

de l'avenir de leur pays, me fait également un devoir de signaler dans chaque industrie la situation des ouvriers et le mouvement syndical ainsi que les œuvres de solidarité et de mutualité fondées pour associer plus étroitement le capital et le travail.

Tel est l'esprit dans lequel j'aborde cette monographie des industries françaises avec le désir, bien naturel pour un Français, de rendre à la fois hommage à la vérité et aux précieuses qualités de notre race qui trouvent dans le commerce et l'industrie un si merveilleux champ d'action.

La Chapellerie Française.

Les industries de la Chapellerie sont divisées en plusieurs branches distinctes qui font chacune l'objet d'importantes transactions. J'examinerai successivement la fabrication des chapeaux de laine pour hommes et pour dames ; des chapeaux de feutre pour hommes et pour dames ; des chapeaux de drap et casquettes, des chapeaux de paille pour hommes, dames et enfants et des fournitures pour chapellerie.

Les chapeaux de laine.

La fabrication des chapeaux de laine a ses principaux centres en province : en Vendée, à Fontenay-le-Comte ; à Vienne, dans l'Isère ; à Nogent-le-Rotrou, à Moulins, à Espérazza, dans la Corrèze, la Loire et la Drôme.

La plupart des fabricants ont adjoint depuis quelques années la fabrication du chapeau pour dames à leur ancienne fabrication du chapeau d'hommes. L'introduction d'une nouvelle machine dite « castorineuse » a permis de donner aux cloches de laine une façon supplémentaire qui serre le grain, rend la cloche soyeuse et douce au toucher et lui donne un brillant que l'on fixe à la vapeur. Ce lustrage qui disparaît pendant les diverses opérations de l'apprêt et de la mise en forme revient complètement quand on soumet le chapeau fini à l'action de la castorineuse combinée avec un coup de presse hydraulique. Ce procédé appliqué d'abord au chapeau d'homme a eu ensuite beaucoup de succès pendant quelques années dans le chapeau de dame. Aujourd'hui l'article brillant est un peu délaissé ; on préfère le mat qui imite mieux le feutre dans l'article pour hommes, et les mélanges de laine et de longs poils pour l'article de dames.

La plupart des fabricants de chapeaux de dames, surtout à Paris, ne foulent pas la laine chez eux ; ils achètent des cloches foulées et teintes aux usines de province, principalement à Roubaix, Louviers, Bort, Vienne, et ils se contentent de les former. La fabrication du chapeau de laine est arrivée en France à un très haut point de perfection : le défaut contre lequel il est le plus difficile de lutter provient du poids de la laine, et c'est par là surtout que le feutre, malgré son prix beaucoup plus élevé, lui fait une concurrence redoutable.

Le mouvement des douanes pour cet article semble indiquer un ralentissement des exportations et, au contraire, une augmentation de l'importation. Voici les chiffres des trois dernières années :

	IMPORTATION	EXPORTATION
1901	185,441 pièces	488,000 pièces pour 2,000,000 francs.
1902	234,680 pièces	405,000 pièces pour 1,500,000 francs.
1903	218,080 pièces	338,000 pièces pour 1,600,000 francs.

Les chapeaux de feutre.

La fabrication du chapeau de feutre a beaucoup d'analogie avec celle du chapeau de laine. Les matières premières et les procédés de foulage et de bastissage seuls diffèrent, mais quand le cône qui doit former le chapeau est foulé, il se présente sous la forme d'une cloche en feutre de poil de lapin, au lieu d'être en laine feutrée. A partir de ce moment les deux cloches feutre de matières différentes se travaillent absolument de la même manière, surtout depuis les perfectionnements apportés dans l'outillage mécanique. Comme les chapeaux de laine, les chapeaux de feutre sont apprêtés souples, avec des gélatines ou de la gomme de cerisier, ou impers avec de la gomme laque. Ils sont dressés, tournés, pressés et bichonnés mécaniquement : nos fabricants ont, en effet, à soutenir une lutte acharnée avec la concurrence anglaise qui, malgré les droits de douane assez élevés, avait conquis la faveur du public par la bonne fabrication du chapeau de feutre mat.

Les fabricants de Stockport, de Denton, qui avaient derrière eux une longue période d'années consacrée à la fabrication du chapeau de feutre, avaient réalisé les premiers de très grands progrès dans leur outillage et, grâce à une économie très sensible dans leur prix de revient, ils purent exporter leurs produits en France. Nos fabricants ont réagi, mais ils s'étaient laissé devancer, et ils n'ont pas encore reconquis la place qu'ils avaient laissé prendre.

L'importation des chapeaux de feutre de poil a été, en 1903, de 2,046,353 fr. pour le commerce général sur lesquels 1,862,133 fr. ont été consommés en France. L'exportation pour la même Classe d'article n'a été, pendant la même année, que de 776,665 francs pour le commerce général et 589,298 francs pour le commerce spécial.

Les centres de fabrication sont restés les mêmes qu'en 1900. C'est toujours le Midi, la Drôme, la Corrèze, l'Aveyron, les Bouches-du-Rhône, Bourg-de-Péage, Montélimar, Albi, Aix, Nogent-le-Rotrou, Bort qui sont le siège de l'industrie française des chapeaux de feutre.

Chapeaux de drap. La casquette.

C'est une industrie très importante et qui a vu ses affaires progresser d'une façon continue depuis plusieurs années grâce au développement pris en France par tous les sports. La casquette cycliste, à laquelle nos fabricants avaient su donner une forme spéciale pratique et pas trop disgracieuse, a connu une période de succès qui dure encore, quoique un peu atténuée. La coiffure pour automobile a sollicité en même temps la verve inventive de nos fabricants : chaque saison fait éclore de nouveaux modèles, auxquels l'expérience apporte de nouveaux perfectionnements.

Enfin, cette mode de la casquette fantaisie a eu pour résultat d'entraîner à sa suite celle des chapeaux en étoffe pour hommes et pour dames. Les voyages et les sports sont les prétextes choisis par les dames pour s'approprier les divers éléments du costume masculin. Ne nous en plaignons pas, car elles leur donnent un peu de leur élégance naturelle et le goût féminin a ainsi d'heureuses répercussions sur les modes masculines. Mais ce sont là, il faut bien le dire, quelque intéressants qu'ils soient, les petits côtés de cette industrie dont les produits s'adressent surtout à la grosse consommation. La fabrication en étant très facile, il n'est pas étonnant qu'elle se soit rapidement décentralisée.

Il y a maintenant des fabriques de casquettes dans presque toutes les grandes villes, mais la fabrication des chapeaux en étoffe est restée parisienne ainsi que celle des articles de luxe dont j'ai parlé plus haut.

L'importation pour ces articles accuse les chiffres suivants :

1901.	42,000	pièces
1902.	61,000	—
1903.	65,000	—

L'Angleterre envoie à elle seule 53,271 pièces : elle a, en effet, des étoffes spéciales qui ne peuvent être reproduites en France dans les mêmes conditions.

Exportation :

1901.	80,000	pièces
1902.	118,000	—
1903.	167,000	—

L'exportation des bonnets rouges ou fez, pour les pays orientaux, a pris un très grand développement depuis trois ans. Le nombre des pièces exportées était supérieur en 1902 de 191 0/0 au chiffre de 1901 ; il s'est seulement maintenu en 1903.

Le chiffre des exportations est, en 1903, de 274,911 francs et celui des importations de 110,660 francs.

Chapeaux de soie.

Cet article a toujours été très bien fabriqué en France ; il est encore l'objet d'une fabrication importante, mais qui n'augmente pas. Le chapeau de feutre mat lui a fait, dans ces dernières années, une concurrence qui semble avoir été victorieuse, si l'on en juge par ce que l'on voit. Le chapeau de soie tend à devenir exclusivement le chapeau de cérémonie, le chapeau habillé ; il est depuis longtemps déjà très peu porté en province, et à Paris même, il a perdu beaucoup de terrain. Il a cependant été bien amélioré comme fabrication : la qualité des peluches a gagné en éclat et en solidité : les tissus employés pour faire la galette ont été modifiés de telle sorte dans leur emploi que l'on fait maintenant des chapeaux de soie plus légers que certains chapeaux de feutre. Il faut souhaiter de voir la mode conserver à ce chapeau sa place d'honneur dans la toilette masculine, car un beau « huit reflets » est indispensable pour compléter la mise de l'homme élégant.

C'est Paris qui est resté le centre de cette production, mais quelques usines en province, dans la Seine-et-Oise et dans la Seine-Inférieure, ont monté industriellement cette fabrication et parviennent en employant des peluches bon marché et une main-d'œuvre plus modérée qu'à Paris à établir des chapeaux de soie très bon marché.

En 1903, l'exportation a été de 68,929 francs et l'importation de 9,613 francs.

Chapeaux de paille.

Cette branche de la chapellerie se subdivise elle-même en deux fabrications bien distinctes :

- A) Les chapeaux cousus ;
- B) Les chapeaux tressés d'écorce.

Les premiers sont fabriqués en cousant de la paille préalablement tressée à la main. Ces tresses de paille sont produites en petite quantité dans le Tarn-et-Garonne qui est la seule région où l'on tresse la paille en France ; encore ne produit-elle que des pailles communes employées dans la fabrication des chapeaux de soleil pour la campagne. La plus grande partie des tresses utilisées dans la chapellerie viennent de Chine, du Japon, d'Italie, de Suisse, de Belgique et d'Angleterre.

Les deux premiers pays importent leurs tresses en France par des intermédiaires anglais et français ; j'ai examiné ce genre d'affaires en parlant de l'Exposition japonaise à Saint-Louis, je n'y reviendrai pas. Ces tresses sont généralement pliées en pièces de long métrage, 108 mètres et 54 mètres ; elles sont employées concurremment pour le chapeau d'homme et pour le chapeau de dame et d'enfant. Elles sont blanchies et teintées en France, soit dans les fabriques de chapellerie, soit dans des établissements spéciaux qui se sont développés très sensiblement depuis cinq ans. Il y a maintenant plusieurs usines de teinturerie et de blanchiment à Paris et en province qui font aussi bien que les maisons anglaises qui avaient autrefois le monopole de ces travaux. Les importateurs français ont favorisé de tous leurs efforts ces établissements dont la réussite était intimement liée au succès de leur propre commerce. En servant leurs intérêts personnels, ils ont servi les intérêts de la chapellerie française.

Les pays européens qui tressent la paille et les autres matières propres à faire des chapeaux fournissent surtout des tresses à la chapellerie pour dames. Il faut, cependant, mettre à part les tresses italiennes dites « Pédales » qui sont très employées dans la fabrication des beaux articles pour hommes.

Le commerce des tresses pour la chapellerie a été particulièrement prospère depuis quelques années. Cette prospérité tient à plusieurs causes. Tout d'abord la fabrication des chapeaux en paille pour hommes et pour dames, protégée par les tarifs douaniers de 1889, a pris en France, grâce à cette protection, un développement considérable. Les tresses italiennes en paille et en bois de saule qui se fa-

briquent en Vénétie, en Toscane, dans l'Émilie et à Florence ont trouvé en France des débouchés qui leur étaient presque inconnus il y a quinze ans.

En outre, la mode, dont les exigences deviennent chaque jour plus grandes a adopté depuis plusieurs années la couture des tresses sans apprêt pour la confection des chapeaux de dames. Les grandes modistes ont commencé à faire leurs chapeaux elles-mêmes ; toquets et chapeaux ronds sont combinés par l'ouvrière elle-même qui peut ainsi varier les formes à l'infini et satisfaire à tous les caprices de la clientèle. Ces procédés lancés par la haute mode ne tardèrent pas à se généraliser et bientôt toutes les modistes se mirent à coudre leurs pailles. Bien plus, les clientes elles-mêmes apprirent à faire leurs chapeaux et les cours d'instruction des jeunes filles ne seraient pas complets s'ils ne comprenaient, à côté des cours de littérature et des cours de cuisine et d'hygiène, un cours de fabrication de chapeaux. Le « professeur modiste » chargé de ces cours ne manque pas de faire ressortir aux yeux de ses jeunes élèves l'intérêt économique et artistique que présente pour elles l'art de faire ses chapeaux soi-même. Outre l'avantage pécuniaire qu'elles doivent en retirer, elles auront l'inappréciable satisfaction de créer elles-mêmes leurs coiffures de toutes pièces, de se coiffer d'une façon bien personnelle et de ne plus porter le « chapeau de tout le monde ».

Je crois qu'il ne faut pas s'exagérer la portée d'un pareil enseignement et il y a beaucoup à présumer que ces jeunes filles ne deviendront pas à la sortie des cours des concurrentes bien redoutables pour les modistes et pour les cuisinières.

Il n'était cependant pas inutile de noter ce détail des mœurs contemporaines pour bien marquer la tendance actuelle de la mode. Cette tendance est très préjudiciable aux fabricants de formes de chapeaux, car les modistes sollicitées directement par les représentants des fabriques étrangères de tresses de paille trouvent à s'approvisionner facilement de ces tresses et achètent beaucoup moins de chapeaux pour les garnir.

Il faut bien dire que les fabricants de chapeaux haute nouveauté, qui ont le privilège de créer la mode ou tout au moins de lui donner chaque saison une orientation souvent décisive, ont été les premiers artisans de ce fâcheux état de choses. Ce sont eux, qui, ayant eu la primeur d'une matière nouvelle provenant de la Réunion qu'ils ont baptisée Yedda, ont fait venir des ouvrières d'Italie pour tresser cette matière dans leurs ateliers de Paris. Les tresses ainsi

obtenues étaient très souples et très brillantes, se teignaient très facilement, mais ne pouvaient se coudre qu'à la main. Elles furent donc livrées en pièces aux modistes qui apprirent à les employer. La vogue de cette tresse fut considérable : les premiers importateurs de la matière fortement intéressés à en maintenir le cours au prix le plus élevé, en dosèrent savamment l'importation. Tout alla bien pendant deux années, mais bientôt les importateurs furent débordés par l'abondance des offres de cette matière, et les fabricants italiens purent se la procurer à leur tour et vinrent faire concurrence aux maisons parisiennes qui se virent enlever les gros ordres que les Américains leur remettaient depuis deux saisons.

Cependant l'impulsion était donnée, l'article avait plu, les modistes avaient formé des mains pour l'employer sans le secours des fabricants de chapeaux et ceux-ci durent s'apercevoir alors qu'ils avaient tiré sur leur colombier.

Tel est l'historique de l'évolution qui s'est accomplie dans la mode depuis cinq ans, évolution très importante et dont les conséquences pèsent lourdement sur le commerce des chapeaux de dames.

Par contre le commerce des tresses de paille en a pris un nouvel essor. Le succès de cette tresse Yedda a éveillé les initiatives ; on a cherché des matières similaires et bientôt on a reproduit tous les beaux patrons faits en Yedda, avec des bois légers et brillants venant de Bohême et du Japon.

L'importation des tresses pour la chapellerie a atteint, en 1903, le chiffre de 21,733,524 francs pour le commerce général. Sur ce chiffre, 12,700,487 francs ont été consommés en France ; tout le reste n'a fait que transiter pour être réexpédié à l'étranger, surtout en Angleterre et en Amérique. L'Angleterre a importé à elle seule 5,500,000 francs. Les exportations ont été pendant la même année de 11,167,414 francs pour le commerce général et de 1,639,656 francs pour le commerce spécial.

Ces chiffres montrent l'importance prise par ce commerce des tresses pour la chapellerie. Le plus fort chiffre revient à l'Italie qui a les mains les plus exercées. Carpi, dans la province d'Emilie, fait les tresses en bois de saule dites tresses de riz ; Marostica, près Venise, fait les tresses de paille, et Florence qui est le centre le plus important de fabrication fait les tresses plus compliquées dans la composition desquelles entrent maintenant les matières les plus variées : bois de Bohême, bois ondulé du Japon, Cuba, Loulou, soie artificielle, cordonnets de paille, de bois et de chanvre, jonc, roseau,

paille de froment, d'avoine ; toutes ces matières concourent maintenant à la fabrication des tresses de toutes sortes et de toutes nuances et aussi à la confection des cloches ou capelines remaillées dont la vente marche de pair avec celles des tresses.

La Suisse a souffert beaucoup de la concurrence des tresses italiennes. Le canton d'Argovie est le centre de cette fabrication, mais la main-d'œuvre y est plus chère qu'en Italie et le nombre de mains plus limité. Les fabricants suisses remédient à cette infériorité en tressant des matières qui peuvent se mettre sur les métiers et la fabrication mécanique y est plus développée que partout ailleurs ; aussi y fait-on des tresses qui ne se produisent que dans ce pays et, notamment, des lacets de crin et de chanvre qui semblent jouir actuellement de la faveur de la mode.

La Belgique bénéficie également de ce retour aux tresses unies, car sa principale spécialité consiste dans le tressage des pailles fendues qui sont très fines et très brillantes.

La fabrication du chapeau de dames en paille et en feutre a toujours Paris comme centre principal. Les chapeaux dits de haute nouveauté sont fabriqués par un certain nombre de maisons qui sont établies à proximité de leur principale clientèle, dans le quartier de l'Opéra, de la Bourse et du Palais-Royal. Elles occupent un personnel ouvrier qui ne dépasse pas trente à quarante personnes dans les maisons les plus importantes ; elles ne cherchent pas, d'ailleurs, la grosse production, mais s'attachent surtout à la création incessante de nouveaux modèles et à leur fabrication irréprochable. Elles faisaient autrefois un gros chiffre d'exportation mais la plupart des pays étrangers s'étant mis à fabriquer eux-mêmes, elles conservent du moins le privilège et le prestige de fournir leurs modèles au monde entier.

A côté de ces maisons qui ne vendent que l'article cher, ces quinze dernières années ont vu se développer progressivement la fabrication parisienne des articles moyens qui n'existait pas en France avant 1889. Avant cette époque, en effet, la grosse majorité des chapeaux pour dames vendus en France venaient d'Angleterre. Grâce à la protection du nouveau régime douanier, cette industrie a pu se développer à Paris et dans toute la France et l'importation anglaise a progressivement disparu. Aujourd'hui, il y a plutôt à déplorer une surproduction dans l'article qui a amené un grand avilissement des prix de vente.

Ces fabriques se sont multipliées à Paris et en province ; l'industrie s'est décentralisée ; Lille, Lyon, Marseille, Avignon, Bordeaux,

Caussade, Nancy, Belfort sont devenus autant de centres manufacturiers où, grâce à un outillage très perfectionné, la production s'est développée dans des conditions qui ne sont plus adéquates à la consommation. Ce qui rend cette industrie encore plus difficile, c'est l'absence de débouchés à l'exportation. Les pays qui sont peu ou pas protégés, comme l'Allemagne, l'Angleterre, produisent autant que nous et souffrent des mêmes malaises ; ceux qui ne fabriquent pas ou peu comme la Russie, l'Espagne et l'Autriche frappent nos produits de droits exorbitants.

La main-d'œuvre de cette industrie soulève des problèmes délicats en raison de la longueur des mortes-saisons. La plupart des fabricants, surtout à Paris, font les chapeaux d'été et d'hiver en paille et en feutre : les ouvriers et ouvrières connaissent généralement le travail des deux saisons, mais la saison d'été demande plus de main-d'œuvre que la saison d'hiver, par cette raison que le feutre est acheté par les fabricants en cloches qui n'ont plus besoin que d'être formées et bordées, tandis que la paille doit être cousue avant d'être formée en chapeau. Les ouvrières et ouvriers qui font la couture de la paille sont donc un excédent qui ne peut pas être régulièrement employé toute l'année. Cet excédent est fourni par l'élément étranger, surtout par les Belges qui viennent tous de la vallée du Ger, dans la province de Liège. Il y a là quelques villages voisins les uns des autres dont les habitants tressent et cousent la paille de père en fils, depuis plusieurs générations. C'est une véritable pépinière qui alimente les ateliers de France et d'Allemagne et de plusieurs autres pays. Tous ces Belges rentrent dans leur pays après la saison terminée, c'est-à-dire vers la Pentecôte ; ils sont généralement travailleurs, sobres et habiles ouvriers, mais ils manquent souvent de goût et de soin dans leur travail. Ceux qui restent toute l'année en France et qui tiennent à s'occuper pendant l'hiver au dressage du feutre sont, en général, bien meilleurs ouvriers.

Tous les ouvriers chapeliers, à part quelques exceptions, font partie des deux syndicats qui sont réunis sous le nom de « Fédération des ouvriers et ouvrières en chapellerie de France. »

La fabrication du chapeau d'hommes est plutôt faite en province qu'à Paris. On ne compte dans la capitale qu'un petit nombre de maisons faisant surtout l'article de luxe pour les chapeliers élégants. L'article bon marché et l'article moyen, vendus surtout par les bazars et les magasins de nouveautés, sont pour la plus grande partie fabriqués en province.

La région du sud-ouest représente la plus grosse part de cette production avec les deux centres de Caussade et de Septfonds dans le Tarn-et-Garonne. Les maisons de ces deux localités fabriquent exclusivement le chapeau de paille cousue pour hommes et enfants, et les articles ordinaires pour femmes. Les prix de façon sont moins élevés que partout ailleurs et l'outillage mécanique très perfectionné permet d'obtenir des prix de revient très bas.

Des fabriques similaires existent à Marseille, Avignon, Nancy, Crépy-en-Valois, Belfort et aux environs de Lyon. Toutes ces fabriques font le chapeau bon marché et le chapeau de prix moyen, mais leurs procédés mécaniques sont tellement perfectionnés que les chapeaux faits entièrement à la machine sont aussi soignés que s'ils étaient faits entièrement à la main. Un nouveau système de forme en zinc qui s'adapte aux presses à pédales employées partout, permet de cylindrer les flancs des canotiers d'hommes et d'obtenir des carres aussi nettes et aussi vives que si elles étaient faites au fer.

La fabrication des chapeaux d'écorce tressés d'une seule pièce qui forme la deuxième branche de la chapellerie de paille, a pour siège l'est de la France dans les trois villes de Nancy, Lunéville et Epinal.

Les maisons de ce Groupe industriel forment un des plus beaux fleurons de la chapellerie française. La plupart d'entre elles fabriquent les chapeaux pour hommes et pour dames en paille cousue, mais certains s'occupent plus spécialement du chapeau tressé en écorce de bois exotique, et c'est cette fabrication sur laquelle je crois intéressant de donner quelques détails, qui ne sont sans doute pas inédits, mais auxquels la vogue récente du Panama donne un regain d'actualité.

C'est en 1840 que naquit en Lorraine, qui était alors terre française, la fabrication des chapeaux en palmier ou en latanier. Les premiers types étaient venus des Antilles et avaient beaucoup plu par leur légèreté, leur blancheur et leur finesse. Des industriels avisés importèrent la matière première et formèrent des mains pour le tressage de ces chapeaux qui sont composés d'une quantité de tiges tressées ensemble, du centre à la périphérie. En 1862, la fabrication du chapeau dit « Panama » a été adjointe à celle du palmier : depuis cette époque, ces deux productions se sont développées progressivement tout en restant localisées dans les villages où elles avaient été introduites.

Quand la guerre fatale de 1870-71 nous eut fait perdre l'Alsace

et une partie de la Lorraine, ces villages se trouvèrent compris dans le territoire annexé. Quel allait être le sort de cette industrie ? Les trois maisons principales vinrent s'installer en France, mais elles ne purent malheureusement amener avec elles la population ouvrière qui était fixée au sol natal et dont le tressage des chapeaux n'était qu'une occupation accessoire. Ces maisons laissèrent donc des contremaîtres qui continuèrent à distribuer et à recevoir le travail ; les chapeaux étaient ensuite expédiés à Nancy, Epinal, Lunéville où ils étaient blanchis et formés. Cette organisation subsiste encore, et, actuellement, on peut évaluer à trente ou quarante mille l'ensemble des ouvriers et ouvrières travaillant pour les maisons françaises. Il est à remarquer que, à part un seul concurrent allemand, cette industrie est restée, même depuis 1870, essentiellement française.

Les matières premières sont importées de l'île de Cuba. Le palmier (genre *Latania Bombonax*) est coupé à certaines époques de l'année, choisies en dehors de la saison des pluies. Par suite du séchage la feuille jaunit et se resserre.

Dans cet état, elle est ficelée par des liens en un paquet plat composé de 100 tiges. Deux paquets forment ce que les Cubains appellent « un esteras ». Le port d'embarquement est Manzanillo, et c'est le Havre qui détenait jusqu'à ces dernières années le commerce complet de ce produit. Mais depuis quelques années les steamers allemands qui amenaient cette marchandise au Havre, ne s'y arrêtent pas toujours, et c'est maintenant de Brème que les offres nous arrivent.

Le prix moyen du palmier est de 35 à 40 francs les 100 kgs.

Pendant la guerre de Cuba le prix monta à 100 et 150 francs. La consommation annuelle varie de 5 à 600,000 kilos. Je ne parle que de l'emploi de ce produit pour le tressage des chapeaux, car les fabricants de vannerie en France et en Allemagne en usent également de fortes quantités. La matière première pour le tressage des chapeaux panamas nous vient de l'Équateur. Elle nous arrive à l'état de feuilles roulées et séchées, mises en bottes de tiges, dénommées « mazzos ».

Ces « mazzos » sont réunis en balles de 60 à 100 kilos. Cette paille est produite dans l'intérieur du pays, à Balenita, transportée sur canots jusqu'à Guayaquil où a lieu l'embarquement.

Le gouvernement de l'Équateur a depuis plusieurs années mis un droit de sortie sur cette marchandise et, en 1901, à l'instigation de certains marchands de panamas exotiques produits dans le pays même, il en a défendu l'exportation. La paille qui valait 5 francs en moyenne le kilo, a atteint à ce moment-là le prix de 10 francs le kilo.

Les maisons de l'Est ont été les premières à employer le « Cuba bast » et le « Loelop » qui sont tous deux l'intérieur de l'écorce d'arbre et qui ont fait plusieurs campagnes pour les chapeaux de dames.

Comme son nom l'indique, le « Cuba bast » vient de Cuba et le « Loelop » vient de Java. Ces deux produits arrivent en balles et sont importés par parties de 2 à 3.000 kgs. dans les divers ports : Le Havre, Anvers, Brême et Gènes. Ce sont les Italiens qui, grâce au bon marché de leur main-d'œuvre, ont enlevé aux fabricants français la vente de ces produits. Au lieu de tresser des chapeaux d'une pièce, ils ne tressent que des bandes réunies ensemble pour faire une cloche ; ils ont pu varier ainsi les dessins et les fantaisies et établir des prix de vente beaucoup plus bas. Le prix de cette matière varie de 2 fr.50 à 5 francs le kilo.

Tous ces articles tressés en Alsace-Lorraine paient à leur entrée en France un droit de 15 francs par 100 kgs., de même que les chapeaux en rotin et en écorce tressés de la même manière et provenant de Batavia, de Chine, des Philippines et de Madagascar. Ce dernier pays commence, en effet, à produire des chapeaux tressés très intéressants : ils sont d'une grande finesse et se blanchissent très bien. Il y a, de ce côté, des affaires d'avenir à espérer de notre nouvelle colonie.

Les chiffres suivants montreront l'importance des transactions pour les chapeaux d'écorce, de sparte, de fibres de palmier tressés d'une pièce :

IMPORTATION :

1901. . .	819,900 kilogr.
1902. . .	360,200 —
1903. . .	458,700 —

Les Indes hollandaises (chapeaux dits rotins) fournissent 34 0/0 de ce chiffre, la Chine, (chapeaux en jonc dits « Yoko ») en fournit 36 0/0 et enfin l'Allemagne (chapeaux « Lataniers et panamas ») 18 0/0. Le gros chiffre de 1901 coïncide avec la vogue du panama et du palmier qui a commencé en 1900 et qui se serait certainement maintenue si les Américains du Sud n'avaient pas inondé tous les marchés de New-York, de Londres et de Paris, etc., de leur fabrication, bonne ou mauvaise, de « Panamas ».

Ces chapeaux, dont j'ai signalé la production quand j'ai examiné les Sections étrangères, sont désignés en France sous le nom de « Panamas exotiques » par opposition aux « Panamas français ». Ces derniers ont l'avantage de la légèreté, de la régularité de fabrication,

car on peut les faire pour les formes qui sont demandées par la clientèle, tandis que les exotiques sont tressés sur des formes invariables, au moins dans chaque pays, et se prêtent souvent fort mal au dressage sur les formes convenant au goût français. Cette difficulté d'adaptation de « Panama exotique » aux formes françaises a été une des causes de la dépréciation de l'article « Panama ».

Pour en permettre l'écoulement, les chapeliers qui avaient acheté ces chapeaux souvent sans les voir, ont dû imaginer des formes rudimentaires qui ont fait de ce chapeau une coiffure, qui pour être chic n'en était pas moins négligée. Le bon goût français a fait rapide justice de ce snobisme, et l'article a été délaissé en France comme il l'avait été aux Etats-Unis et pour les mêmes causes. Le « panama français » a subi injustement le contre-coup de cet abandon, mais il a déjà vu de semblables crises succéder à des périodes de grande prospérité, et au bout d'une période de repos plus ou moins longue, il reprend tranquillement sa place et grâce à ses qualités de légèreté, de solidité, de finesse et d'éclat, il a vite reconquis la faveur de la clientèle élégante qui s'en délasse, mais ne l'oublie pas.

Les chiffres suivants montrent que l'exportation a toujours été en progrès depuis trois ans :

1901. . .	21,039 kilogr.	} Le kilogr. a été évalué 20 francs.
1902. . .	25,451 —	
1903. . .	28,328 —	

Pour cette dernière année, les principaux pays où a été faite cette exportation sont :

Etats-Unis avec. . .	16,479 kilogr.
Allemagne — . . .	7,662 —
Belgique — . . .	2,646 —
Angleterre — . . .	1,626 —

Pour le chapeau cousu les situations douanières donnent les chiffres suivants pour les trois dernières années :

	IMPORTATION :	EXPORTATION :
1901. . .	36,348 kilogr.	311,991 francs.
1902. . .	50,786 —	335,447 —
1903. . .	64,772 —	337,017 —

L'importation a augmenté sensiblement : ce sont la Suisse et l'Italie qui ont le plus profité de cet accroissement qui doit porter surtout sur les capelines de dames. Notre exportation maintient une

légère avance et conserve dans tous les cas un avantage considérable sur les importations.

Fournitures pour chapellerie.

On comprend sous le nom de fournitures pour chapellerie tous les articles qui servent à la garniture, à l'ornementation et au finissage des chapeaux. Ce sont, notamment, les cuirs qui garnissent l'intérieur des coiffures pour hommes, les coiffes qui en doublent le fond et les parois intérieures, les galons qui servent à border et à garnir les flancs, les ganses, boutons, ornements en métal et de toutes autres matières. Il y a là autant d'industries accessoires de la chapellerie qui ont leur existence propre et dont la prospérité est intimement liée à celle de l'industrie principale. Presque toutes ces fournitures sont produites en France. Les satins tramés coton et les tissus analogues de l'industrie lyonnaise servent à faire les coiffes des chapeaux. Les peaux de mouton préparées en France fournissent les cuirs ; enfin la rubannerie de Saint-Etienne et de ses environs produit les galons spéciaux employés dans la garniture des chapeaux.

La coiffe

Les coiffes bon marché faites en satin ordinaire de basse qualité, percale, satinette, sont fabriquées industriellement et généralement achetées toutes confectionnées par les fabricants de chapeaux. Il y a des fabriques de cette nature à Lyon, à Paris, mais la plus importante est au Puy. J'en ai déjà parlé en décrivant la Section française, car cette fabrique avait envoyé ses produits à Saint-Louis ; je n'y reviendrai donc que pour rendre hommage une fois de plus à la valeur industrielle de cet établissement unique dans sa spécialité.

Les coiffes qui garnissent les articles riches sont généralement faites à la main par l'ouvrière qui garnit le chapeau.

Les cuirs

Les beaux cuirs en peau pleine sont toujours fabriqués en France, et principalement à Paris. Les cuirs sciés viennent presque tous de l'étranger et particulièrement de Belgique. Enfin le Midi de la France continue à produire un cuir de basse qualité, dit cuir de Carcassonne, qui se fabrique avec des peaux du Levant et de la Plata mégissées à Mazamet.

Les galons chapellerie.

Les principales matières employées dans la fabrication du galon sont la soie et les filés de coton. La soie grège entre en franchise, la soie ouvrée paie un droit d'entrée de 3 francs par kilo.

Les filés de coton anglais paient également un droit qui varie suivant la grosseur du fil et le genre de filature. Ces droits qui ont été établis pour protéger la filature française grèvent l'industrie du ruban d'une charge que n'a pas à supporter la fabrique allemande, et c'est pour elle une cause sérieuse d'infériorité.

La fabrication du galon chapellerie est localisée dans les départements du Rhône, de la Loire et de la Haute-Loire. Elle est organisée comme la fabrication du ruban sur le type que le Play appelait « Fabrique collective » et qu'il définissait ainsi : « C'est le régime sous lequel le patron centralise le commerce des produits fabriqués au foyer domestique et dans des petits ateliers d'ouvriers. »

Il y a, en effet, peu de grandes usines dans cette industrie qui est aux mains des ouvriers-patrons, possédant un petit nombre de métiers et travaillant pour les fabricants.

Les hommes, les femmes et les enfants sont employés dans la fabrication du galon dans la proportion suivante : 60 0/0 d'hommes, 30 0/0 de femmes et 10 0/0 d'enfants.

Les salaires sont très variables et dépendent de la demande de l'article. Quand la mode est au ruban, la fabrication du galon chapellerie est délaissée par les ouvriers-maîtres et voici pourquoi toute hausse de ruban a pour corollaire une hausse souvent plus forte du galon chapellerie. L'apprentissage se fait dans la famille. La situation de cette industrie ne s'est pas sensiblement modifiée depuis quatre ans ; elle a, toutefois, progressé dans les campagnes et particulièrement dans l'arrondissement d'Yssingeaux, Bourg-Argental, (Loire) et Saint-Didier, la Sauve (Haute-Loire) sont encore les deux centres les plus importants de production du galon chapellerie.

OEUVRES PATRONALES. — ORGANISATIONS SYNDICALES. — L'industrie de la chapellerie est une des mieux organisées au point de vue syndical.

Nous avons vu que les ouvriers ont plusieurs syndicats dans les principaux centres, réunis en une fédération qui a son siège à la Bourse du Travail de Paris. Les syndicats patronaux sont également

très nombreux et représentent les diverses branches de cette industrie. En province les groupes du sud-ouest, du sud-est, de l'est comprennent tous les fabricants de chapeaux de paille ; les fabricants de chapeaux de laine et de feutre sont représentés par les syndicats de Bourg-de-Péage, Chazelles, etc.

A Paris, la Chambre syndicale de la chapellerie comprend tous les fabricants de chapeaux pour hommes, de casquettes et de fournitures pour chapellerie.

La Chambre syndicale des fabricants de chapeaux de paille et feutre pour dames représente la fabrication de luxe et le commerce des fournitures pour modes.

La Chambre syndicale des fabricants de chapellerie pour dames comprend plus particulièrement les maisons fabriquant l'article de grosse consommation.

La Chambre syndicale des chapeliers détaillants qui est une des plus anciennes et des plus nombreuses de France.

Enfin tous ces syndicats patronaux sont affiliés au Syndicat général de la chapellerie française qui est composé de leurs délégués, qui centralise leurs travaux et qui prend la défense des intérêts généraux de la chapellerie.

Les ouvriers sont partout l'objet des sollicitudes patronales : de nombreuses maisons ont des institutions de secours et de prévoyance pour leur personnel.

Il s'est fondé récemment à Paris une Société de secours mutuels pour les ouvriers et employés de la chapellerie à laquelle presque tous les patrons parisiens ont tenu à se faire inscrire comme membres honoraires.

Les Fleurs artificielles.

L'industrie si éminemment française de la fleur artificielle n'a pas subi depuis 1900 de modifications bien sensibles.

On peut toujours diviser cette industrie, comme l'avait fait l'honorable rapporteur de 1900, en trois catégories :

- 1° Les fleurs, feuillages, et arbustes destinés à la décoration ;
- 2° Les fleurs pour parures ;
- 3° Les fleurs pour couronnes funéraires.

Les matières premières sont toujours les mêmes et sont presque toutes préparées en France qui les fournit à la plupart des pays étrangers, sous le nom d'apprêts pour fleurs.

La main-d'œuvre se recrute facilement et est surtout fournie par les femmes qui représentent au moins 85 0/0 de l'effectif ouvrier.

Les salaires sont assez élevés, mais leur moyenne se trouve bien diminuée par la durée des mortes-saisons qui dépasse quelquefois la moitié de l'année. Il a fallu trouver le moyen de remédier à un état de choses aussi préjudiciable à l'ouvrier. Dans les maisons qui fabriquent la fleur bon marché, on peut fabriquer d'avance la fleur classique, mais dans les maisons qui font la haute nouveauté, il faut suivre la mode au jour le jour et il est impossible de faire du stock. Les ouvrières se sont donc tournées depuis quelques années vers l'industrie de la plume pour parure et la fantaisie pour modes dont les saisons alternent avec celles de la fleur. Grâce à cette combinaison une bonne ouvrière peut gagner de 4 à 5 francs par jour pendant presque toute l'année.

Les ouvriers découpeurs et trempeurs gagnent de 6 à 12 francs par jour.

Le matériel et les procédés de fabrication n'ont pas changé depuis quatre ans. C'est toujours la main-d'œuvre manuelle qui reste le grand facteur du prix de revient.

Le plus grand centre de production est Paris.

Le dernier recensement fait par l'Office du travail dans cette ville donnait les chiffres suivants pour la population ouvrière de l'industrie des fleurs et plumes qui ne peuvent pas être séparées puisqu'elles occupent en grande partie les mêmes ouvrières.

	HOMMES	FEMMES	TOTAL
Plumes et fleurs artificielles	2,685	14,768	17,453
Feuillagistes	262	483	745
Plumes pour parures	516	4,126	4,642
Teinture de plumes	158	47	205

Paris est toujours le centre de la production des articles riches, mais la fabrication de l'article bon marché s'est décentralisée et beaucoup de maisons ont émigré en province pour chercher une main-d'œuvre plus avantageuse. L'écart des salaires est, en effet, considérable entre la province et Paris dans cette industrie comme on

le verra par les chiffres suivants, que j'emprunte encore à l'enquête de l'Office du travail.

Rapport du salaire moyen par heure et par unité d'effectif à la moyenne générale des salaires supposée égale à 100.

	PARIS	PROVINCE
Fleurs et plumes	81	37

Cette recherche d'une main-d'œuvre moins exigeante a été imposée aux fabricants français par la concurrence allemande.

L'Allemagne est devenue depuis dix ans notre concurrent le plus redoutable pour la fabrication de la fleur. Elle s'est formée à notre école avec une patience opiniâtre qui est le trait dominant de son caractère national ; elle a copié nos modèles servilement, et elle est arrivée à une grande perfection dans la reproduction de nos articles courants.

Néanmoins, il ne suffisait pas de faire presque aussi bien que nous pour battre en brèche notre situation acquise, et la fabrique allemande l'a bien compris. Elle s'est donc attachée à obtenir les prix de revient les plus bas possibles en employant une main-d'œuvre rurale qui n'avait jamais été utilisée que pour les travaux peu rémunérateurs de l'agriculture et qui par conséquent se montra peu exigeante. Elle réduisit, en outre, ses frais généraux à leur plus simple expression par l'organisation du travail au dehors. Grâce à cette méthode, les fabricants allemands qui sont pour la plupart des ouvriers-patrons payant largement de leur personne, établirent des prix de vente que la fabrique parisienne ne pouvait pas obtenir à beaucoup près. Les fleurs allemandes commencèrent donc à prendre la place des fleurs françaises sur les marchés anglais et américains et même sur le marché français.

L'industrie de la fleur avait été classée, en effet, au moment du traité de commerce franco-allemand parmi les quelques industries que les négociateurs français jugèrent inutile de protéger par des droits de douane. On lui fit l'honneur de croire que sa prospérité était inattaquable et comme son commerce d'exportation était très florissant, on en conclut *a fortiori* qu'elle n'avait rien à craindre chez elle de la concurrence étrangère. Il fut donc convenu que les fleurs allemandes entreraient en franchise, et par contre, on laissa frapper les fleurs françaises d'un droit de 1,125 francs par 100 kgs à leur entrée en Allemagne.

Les résultats de cette convention furent désastreux pour l'industrie

française : comme on l'a vu, l'industrie allemande mit à profit la protection dont elle était favorisée pour s'organiser, et à l'heure actuelle elle inonde notre marché de ses produits. En outre, une partie de son exportation en Angleterre et en Amérique se faisant par l'intermédiaire d'agents établis à Paris, les marchandises importées en France en franchise sont très facilement francisées par leur transit à Paris : il n'y faut que le temps de coller sur les paquets des étiquettes portant la mention « Made in France » et elles sont réexpédiées par les ports français avec toutes les apparences de marchandises françaises.

Le préjudice causé à notre production nationale se trouve ainsi doublé par une supercherie contre laquelle nos fabricants protestent avec juste raison. Le seul remède à un état de choses aussi désastreux est l'établissement d'un droit de douane sur les fleurs allemandes à leur entrée en France. La Chambre syndicale des fabricants de fleurs et feuillages artificiels de Paris a pris en main cette revendication trop légitime et elle a porté ses doléances devant les pouvoirs publics, en demandant très loyalement la réciprocité pure et simple.

Si les fleurs allemandes étaient frappées d'un droit égal à celui qui frappe les fleurs françaises à l'entrée en Allemagne, ce droit serait suffisant pour enrayer l'envahissement du marché français et pour éviter le maquillage des produits allemands pendant leur transit en France.

Il faut espérer que cette réclamation des représentants autorisés de la fabrique française des fleurs artificielles sera entendue en haut lieu et qu'il lui sera donné la satisfaction qui lui est due.

Il faut ajouter à la louange des fabricants français qu'ils n'ont pas attendu cette protection de l'Etat pour lutter de toutes leurs forces contre la concurrence allemande. Prenant à nos voisins leurs méthodes de travail, plusieurs industriels ont monté des ateliers en province pour obtenir une main-d'œuvre se rapprochant de la main-d'œuvre allemande. Le succès semble avoir déjà couronné leurs efforts. Aux environs de Reims, en pleine Champagne, une maison se livre à la fabrication exclusive des roses et parvient à lutter avantageusement sur le marché de Londres avec les roses de Saxe. La supériorité des produits français obtient même une préférence avec une légère plus-value de prix de vente.

Aux portes de Paris, une autre maison s'est montée en basant son exploitation sur l'utilisation exclusive de petites mains. Grâce à une

initiative hardie et une surveillance assidue des chefs de cette maison, l'apprentissage des enfants de 13 à 18 ans fournit une production régulière et considérable des fleurs les plus courantes : violettes, bleuets, pâquerettes, etc. Le chef trempeur n'a pas 15 ans, les découpeurs sont du même âge. Cette fabrique est une véritable école professionnelle, car les prix de revient étant basés sur un salaire journalier très bas, aussitôt que les enfants ne peuvent plus s'en contenter, ils quittent la maison qui les a formés, pour aller ailleurs améliorer leur condition et sont remplacés par d'autres.

Les frais généraux sont aussi réduits à la quintessence et le bénéfice brut est calculé avec un pourcentage qui défie toute concurrence. Grâce à sa méthode industrielle, qui dénote chez son chef une énergie égale à sa compétence, cette maison lutte déjà victorieusement avec la concurrence allemande sur le marché intérieur et même sur les marchés étrangers. Elle a, en ce moment, pour l'Amérique des ordres qui se chiffrent par plusieurs milliers de grosses d'un seul article.

Il m'a paru intéressant de signaler ces tentatives toutes récentes qui marquent une étape de la fabrication des fleurs bon marché en même temps qu'elles apportent un nouveau témoignage de la vitalité de cette industrie et de l'intelligente initiative de ses fabricants.

Dans les articles plus beaux où le goût, l'imagination et l'habileté professionnelle tiennent la plus grande place, les conditions de succès ne sont plus les mêmes. La main-d'œuvre et les frais généraux ne sont plus enfermés dans des limites aussi rigoureuses, car la concurrence étrangère ne fait pas jusqu'ici constater des progrès bien menaçants.

La demande n'a jamais été aussi forte que maintenant dans ces articles de haute nouveauté, et cette branche de l'industrie est en pleine prospérité. Les prix sont fermes et les affaires relativement faciles quand les articles proposés sont bien fabriqués et conçus dans le goût du jour.

L'application de l'électricité à l'éclairage a exercé également son influence sur le commerce de fleurs. Les ampoules des petites lampes électriques se prêtent merveilleusement à la décoration florale. Les petits et les grands abat-jour en fleurs de soie sont très à la mode et l'on voit des bouquets et des corbeilles de fleurs lumineuses du plus ravissant effet. Ces applications nouvelles de l'art du fleuriste à l'électricité ont devant elles un vaste champ d'expérience, et il ne faut pas douter que le goût français ne trouve là de nouvelles victoires à remporter.

Le tableau général du commerce de la France indique les chiffres suivants pour l'exportation des « ouvrages de mode » et fleurs artificielles.

1900	1901	1902	1903
115,700,000	130,000,000	136,300,000	123,100,000 fr.

Les fleurs artificielles proprement dites entrent, en 1903, dans ce chiffre global pour 26,461,618 francs, dont 16,115,000 à destination de l'Angleterre.

Les importations de fleurs artificielles provenant principalement de Belgique et d'Allemagne n'ont été que de 176,420 francs en 1903. Ce chiffre n'est certainement pas conforme à la réalité, car beaucoup de fleurs entrent en France sous d'autres dénominations et comme elles ne paient aucun droit, elles ne sont pas de la part de la douane l'objet d'un contrôle bien rigoureux.

Les plumes.

L'industrie des plumes se divise en deux branches principales :

1° La plume pour parure et pour l'ornement du chapeau de dames ;

2° Les fourrures en plumes.

On peut, en outre, considérer comme une branche accessoire d'une réelle importance l'industrie des teinturiers en plumes.

MATIÈRES PREMIÈRES. — Le règne ornithologique tout entier est mis à contribution par l'industrie de la plume pour parure. C'est donc de tous les points du globe que lui viennent ses matières premières. La plus importante de toutes est la plume d'autruche importée surtout de l'Afrique du Sud, du Soudan, de l'Égypte, et du Sénégal.

L'Afrique du Sud en produit pour 25 millions de francs par an et tous les autres pays réunis pour 3 millions seulement.

C'est à Londres que se trouve le marché de la plume d'autruche. Six ventes publiques ont lieu chaque année et les acheteurs du monde entier s'y donnent rendez-vous.

Les plumes dites de fantaisie qui servent plus particulièrement à l'ornementation des chapeaux de dames sont nombreuses et variées. Celles dont la valeur est la plus grande sont la crosse, l'aigrette, le marabou des Indes et le paradis.

Les deux premières nous viennent du Vénézuëla, de la République

Argentine et aussi du Tonkin et de la Chine. Le marabou nous vient des Indes, le paradis de la Nouvelle-Guinée et les Iles environnantes.

Les plumes de valeur moyenne les plus couramment employées sont fournies par le faisan de France, d'Angleterre et du Japon, par le coq de Russie et du Japon, par le paon des Indes, par la mouette et par les hirondelles de mer de la Floride et de l'Égypte. Le hibou, le grand-duc, l'aigle, le pélican des bords du Danube, les oiseaux-mouches du Brésil, les merles du Sénégal, les perruches du Sénégal, de l'Indo-Chine et de la presqu'île de Malacca, les pies, les lagopèdes de Russie, l'alouette et la perdrix de France donnent un important contingent.

Enfin les plumes de basse-cour sont également utilisées, notamment celles de l'oie, du dindon, de la poule, du pigeon, du canard et de la pintade.

Le principal marché de ces matières premières est Paris. Seules les plumes provenant des colonies anglaises sont envoyées à Londres, où elles sont vendues comme l'autruche six fois par an. La valeur totale des plumes brutes dites de fantaisie consommées annuellement peut être évaluée à une vingtaine de millions.

Pour la nouvelle industrie de la fourrure en plumes, on utilise dans une très grande proportion la plume du dindon qui vient de France, de Hongrie et de l'Amérique du Nord.

Cette plume, autrefois sans valeur, est maintenant très recherchée et donne lieu à un commerce très important. La valeur de certaines plumes de dindon blanc a quadruplé depuis 3 ans. Elles valent, aujourd'hui, 200 francs le kilog. Il en est de même pour les plumes de dindon foncé qui valaient, il y a trois ans, 7 francs le kilog et qui ont monté jusqu'à 30 francs.

La plume d'autruche que la nouvelle industrie utilise en grande quantité, a subi de sensibles augmentations. Toutes les plumes brutes entrent en France exemptes de tout droit.

La fabrique parisienne lançant toujours la mode est renseignée plus promptement que ses concurrents étrangers. Elle peut donc acheter et s'approvisionner dans de meilleures conditions, mais il lui faut agir vite et profiter de l'occasion. En effet les acheteurs étrangers et surtout les acheteurs américains suivent pas à pas la mode parisienne et aussitôt qu'une plume est lancée par la mode, elle est rapidement demandée par les fabricants de New-York, de Vienne, de Londres et de Berlin. De là des hausses subites et souvent considé-

rables qui sont une source de gros bénéfices pour les détenteurs de ces matières.

MAIN-D'ŒUVRE. — Comme dans la fleur, c'est l'élément féminin qui domine dans l'effectif ouvrier. Les jeunes filles dès l'âge de 13 ans peuvent, sans fatigue, apprendre le métier de plumassière ; cependant la proportion de ces jeunes filles au-dessous de 18 ans ne dépasse pas 15 0/0 dans les ateliers. Les fabricants donnent la préférence aux ouvrières faites qui produisent beaucoup et bien. Ce recrutement des bonnes ouvrières est assez difficile, car la mode est capricieuse et bien peu d'ouvrières connaissent toutes les parties de leur métier. Quand la plume d'autruche a la vogue, les ouvrières en autruche manquent, et celles qui ne savent pas travailler cette plume sont peu occupées et inversement.

Il y a aussi de longues mortes-saisons variant de 4 à 6 mois ; comme je l'ai dit en parlant des ouvrières fleuristes, beaucoup de plumassières connaissent également la fleur et arrivent ainsi à ne pas trop souffrir des interruptions de travail.

Les salaires n'ont pas varié depuis 1900 : la plume d'autruche venant de traverser une période de grande prospérité, les ouvrières qui connaissent cette spécialité ont réalisé des gains abondants ; beaucoup sont payées aux pièces et il n'est pas rare de rencontrer des ouvrières gagnant de 6 à 40 francs par jour.

La fourrure en plumes.

Tout le travail de la plume est purement manuel ; cependant plusieurs machines d'invention récente sont employées dans la fourrure en plumes. La fabrication parisienne semble en avoir jusqu'à présent l'emploi exclusif. De là une supériorité incontestable sur nos concurrents étrangers. Aussi cette industrie spéciale a-t-elle fait, depuis 1900, des progrès considérables. De nouvelles maisons se sont fondées et ont prospéré rapidement : la production a augmenté d'année en année sans rien perdre de son cachet et de son élégance qui en font tout le prix. Le chiffre d'affaires a certainement plus que doublé depuis 1900, et, constatation bien agréable pour notre amour-propre, les 9/10 de la production sont achetés par l'étranger, particulièrement par l'Angleterre et les États-Unis.

Cette exportation active a permis à la jeune industrie des four-

rures en plumes de dépasser son aînée, l'industrie des plumes pour parure.

Cette dernière, en effet, se trouve de plus en plus concurrencée à l'étranger : Berlin, Vienne, Varsovie, Londres, New-York, qui étaient autrefois nos tributaires, sont devenus des centres importants de fabrication.

Leurs fabricants sont très au courant de nos procédés et très empressés à copier, dès leur apparition, les nouveautés parisiennes.

Le tableau suivant montre le mouvement du commerce français des plumes pour parure, en 1902 et 1903.

	1902	1903
Importation.	33,350,000 francs	43,810,000 francs
Exportation.	33,020,000 francs	34,005,000 francs

Dans ces chiffres les Etats-Unis ont exporté en France, en 1903, pour 1,463,000 francs de plumes brutes et importé de France pour 5,870,000 francs de plumes pour parures.

L'Angleterre a importé, en 1903, pour 27,700,000 francs de plumes brutes en France et en a reçu 16 millions de plumes pour parures.

Ces chiffres indiquent d'une façon éloquente que le mouvement des plumes brutes et fabriquées est loin de se ralentir à l'entrée et à la sortie de France.

OEUVRES D'ASSISTANCE ET DE MUTUALITÉ. — Il faut reconnaître à la louange des fabricants de fleurs et plumes qu'ils ont été, de tous temps, les apôtres fervents de la mutualité et de la solidarité.

Des hommes éminents dont le dévouement à leur corporation fera honorer à jamais la mémoire, ont consacré leur vie entière à des œuvres de prévoyance, d'assistance et de mutualité qui sont pieusement continuées par leurs successeurs.

A la tête de ces institutions il s'en trouve une qui porte le beau nom d'ASSISTANCE PATERNELLE AUX ENFANTS EMPLOYÉS DANS LES FABRIQUES DE FLEURS ET PLUMES.

Elle a pour but de former des apprentis, auxquels elle donne, outre l'instruction professionnelle, une éducation morale grâce aux « groupes de famille » qui remplacent pour les jeunes filles placées en apprentissage les familles absentes. Cette œuvre fondée en 1866 par des hommes de bien, n'a cessé de se développer progressivement pour le plus grand profit de l'industrie des fleurs et plumes et de son personnel ouvrier.

En 1903, l'Assistance avait 210 enfants placés en apprentissage. Les cours d'instruction technique et d'histoire naturelle étaient suivis par 110 élèves, et ses concours annuels réunissaient 126 concurrents auxquels elle pouvait distribuer 5,970 francs de prix.

Depuis le 1^{er} avril 1886, date de la fondation des « Groupes de famille » 146 jeunes filles ont profité des avantages de cette philanthropique institution.

L'« Assistance paternelle » qui a obtenu les plus hautes récompenses dans toutes les Expositions a retrouvé ses succès habituels à Saint-Louis où le Jury lui a décerné un Grand prix dans l'Enseignement technique et une médaille d'or dans l'Economie sociale.

A côté de cette œuvre d'un intérêt philanthropique si élevé, d'autres fondations patronales rendent les plus grands services à la classe ouvrière. Ce sont :

La Société de Secours mutuels et de Retraites des fleurs et plumes ;

La Caisse patronale de Secours de l'industrie des fleurs et plumes ;

La Caisse de Secours aux ouvrières plumassières dans le cas de maladie ou de chômage prolongé. Presque tous les patrons tiennent à honneur d'être membres honoraires de ces diverses Sociétés et plusieurs ont, en outre, des institutions de prévoyance spéciales à leurs maisons.

Les Syndicats patronaux sont nombreux et actifs :

Chambre syndicale des fleurs et plumes ;

Chambre syndicale des fabricants parisiens de fleurs et feuillages artificiels ;

Chambre syndicale des fabricants de plumes pour parure ;

Chambre syndicale des fabricants de plumes fantaisie pour modes ;

Chambre syndicale des teinturiers en plumes.

Ces divers syndicats ont fondé dernièrement un groupement nouveau dénommé « Fédération de la mode » qui a pour but de servir de trait d'union entre ces syndicats et de défendre leurs intérêts communs.

La fantaisie pour modes.

Les industries de la mode sont complétées par une fabrication essentiellement parisienne, celle de la fantaisie pour modes. Cette industrie est aussi difficile à définir qu'à décrire ; comme son nom l'indique c'est la fantaisie qui la crée, c'est la mode qui l'inspire.

Elle se transforme chaque année suivant les caprices de la mode, et son domaine n'a d'autres bornes que celles de l'imagination de ses fabricants. Elle prend ses matières premières partout où elle trouve de la nouveauté, elle empiète même parfois sur les industries voisines des fleurs et plumes, mais elle donne toujours un cachet spécial à tout ce qu'elle touche : paillettes de toute nature, perles, pierrieres, bijouterie, tulles pailletés, dentelles, chenille, broderies, tous ces éléments sont mis en œuvre par ses ouvrières qui comptent parmi les plus adroites de Paris, pour faire des fonds de chapeaux, des béguins de théâtres, des laizes, des plateaux, des tresses, des galons, qui sont ensuite employés par la modiste et même par la couturière.

L'exportation consomme une grande partie de la production parisienne et l'Angleterre et les États-Unis sont ses deux plus gros clients.

C'est l'ensemble de ces affaires qui forme le plus gros chiffre de transactions constaté par le tableau du commerce de la France pour les industries du Groupe 61. Voici, en effet, les entrées et les sorties de France pour 1903 :

EXPORTATION

Ouvrages de modes.	96,666,163 francs
L'Angleterre reçoit à elle seule	84,742,000 —
de ce chiffre.	

IMPORTATION

Ouvrages de modes.	78,914 —
provenant en majeure partie de la Belgique.	

Si l'on réunit les fleurs aux ouvrages de modes, on arrive à un chiffre d'exportation qui atteint 123,127,784 francs tandis que l'importation ne dépasse pas 255,334 francs.

L'opposition de ces deux chiffres constitue le plus grand éloge qu'on puisse faire de ces industries qui font tant d'honneur à la France.

Les cheveux.

La fabrication des postiches et l'art de la coiffure de dames sont intimement liés aux industries de la mode. C'est le coiffeur qui prépare l'œuvre de la modiste. Le chapeau le plus élégant perdra toute sa valeur si la coiffure qu'il couronne ne s'harmonise pas avec lui.

Aussi dans toutes les Expositions, les produits des fabricants de cheveux accompagnent-ils les produits des fabricants de chapeaux. Ces deux industries sont également dépendantes de la mode et le problème serait de savoir quelle est celle des deux qui impose sa loi à l'autre. Les modistes façonnent-elles leurs modèles selon le genre de coiffure à la mode ? ou bien les coiffeurs combinent-ils leurs savantes créations pour accommoder les chevelures de leurs clientes aux caprices tout-puissants de la modiste ? Question délicate que je ne me charge pas de résoudre. D'ailleurs, peut-être n'y a-t-il pas de solution absolue au problème ainsi posé. N'est-ce pas plutôt un échange d'influences simultanées, une sorte de collaboration inconsciente des deux métiers qui, tendant au même but, unissent en commun leurs efforts pour rendre la femme plus jolie et plus séduisante ?

L'art du coiffeur serait bien incomplet et, disons-le, bien peu lucratif s'il se bornait à tirer le meilleur parti des ressources naturelles de la chevelure féminine. Ce n'est là qu'une des faces de son talent. Le grand secret de son art a été dans tous les temps, de réparer des ans l'irréparable outrage en renforçant les chevelures qui s'éclaircissent, et aussi de persuader aux femmes que les plus jolies coiffures sont celles qui nécessitent plus de cheveux qu'elles n'en ont reçu de dame nature. C'est ainsi que l'art du coiffeur s'est doublé d'une industrie : la fabrication des postiches, j'allais dire des faux cheveux, mais je me suis souvenu à temps que cette expression, très fréquemment employée par les profanes, est elle-même tout ce qu'il y a de plus faux. Il n'y a pas une seule femme qui porte de faux cheveux ; beaucoup sans doute en portent qui ne sont pas à elles, mais ce ne sont pas des faux cheveux, ce sont de vrais cheveux recueillis sur la tête des autres.

Pour ne pas voir taxer ces quelques explications d'humoristiques, je m'empresse d'ajouter qu'elles étaient nécessaires pour indiquer que l'industrie des cheveux n'emploie que des matières précieuses : on ne peut désigner autrement des matières qui atteignent parfois, comme par exemple les beaux cheveux blancs naturels, une valeur de 20,000 fr. le kilogramme.

La France produit les plus beaux cheveux, mais elle n'en produit pas assez pour sa consommation. Elle en produit, d'ailleurs, de moins en moins, car les tondeurs de chevelures, qui parcouraient naguère les campagnes, et faisaient d'abondantes moissons, se heurtent maintenant à une résistance beaucoup plus grande de la part des petites

paysannes, leurs anciennes victimes, qui ont pris, grâce à l'instruction, une conscience plus grande de leur dignité et n'acceptent plus aussi facilement cette sorte de diminution de leur personnalité que j'oserais nommer, en souvenir de mon droit romain, *diminutio capitis*.

L'Allemagne, l'Italie, la Chine même, fournissent l'appoint que la France ne fournit plus.

Je n'entrerai pas dans le détail des préparations que subissent les cheveux qui servent à la fabrication des postiches : toutes ces opérations ont été minutieusement décrites dans les précédents rapports. Les procédés n'ont pas varié. C'est toujours par implantation au crochet que se fixent les cheveux sur des tissus qui sont eux-mêmes composés de cheveux réunis par des points de dentelle.

L'outillage est donc peu compliqué ; c'est surtout l'habileté et le tour de main qui donnent au travail toute sa valeur.

Il faut imiter la nature et donner aux cheveux fabriqués l'apparence des cheveux naturels ; il faut leur rendre la souplesse, le brillant, l'ondulation, en un mot, la vie. C'est là le secret de la fabrication parisienne, et on peut dire sans crainte de démenti qu'elle a atteint la dernière limite de la perfection.

La mode actuelle est assez favorable à l'industrie de la coiffure ; d'abord les cheveux naturels se portent tout ondulés, première intervention du coiffeur ; ensuite les toupets frisés qui ombragent le sommet du front sont le plus souvent rapportés ; enfin les coiffures relevées sur la nuque ont fait place à des coiffures portées plus bas, et pour en augmenter le volume il faut avoir recours à la natte qui vient corser l'épaisseur de cette partie de la chevelure. Les créations et les transformations de la mode jouent un grand rôle dans cette industrie ; aussi l'art de la coiffure est-il l'objet de soins particuliers de la part de ceux qui en vivent.

La Chambre syndicale patronale des coiffeurs de Paris a fondé une Académie dite École française de modes et coiffures de dames, qui compte près de 900 membres. Une cinquantaine de professeurs forment pendant 3 mois de l'année des élèves auxquels ils donnent des leçons de coiffure, d'ornementation et de postiche.

Plus de 200 élèves suivent régulièrement ces cours pour se préparer aux divers concours qui couronnent cet enseignement. Un concours général annuel réunit les élèves de toutes les écoles qui viennent disputer des médailles et des prix. Enfin un brevet de capacité est accordé aux élèves qui justifient de connaissances suffisantes.

Ce brevet leur est d'une grande utilité pour se procurer du travail en France et même à l'étranger. Ces cours professionnels ont toujours été très suivis et ils fonctionnent sans aucune subvention du Gouvernement. Ils ont obtenu les plus hautes récompenses dans toutes les Expositions, entre autre une médaille d'or en 1900 et un Grand prix à Saint-Louis.

Les organisations syndicales sont d'ailleurs très développées dans cette corporation.

La Chambre syndicale ouvrière a également des écoles de coiffures pour hommes et pour dames et un bureau de placement pour ses membres. Les œuvres de mutualité sont très prospères.

La Société de Secours mutuels « Saint-Louis et Union » est une des plus florissantes de France.

Enfin la « Caisse humanitaire » gérée par des dames patronnesses vient en aide aux ouvriers dans le besoin et répand ses bienfaits sur toute la corporation.

Les salaires sont élevés : les ouvriers coiffeurs gagnent de 7 à 15 francs par jour, les posticheurs de 7 à 10 francs, les ouvrières posticheuses de 5 à 7 francs. Il y a environ 3 mois de morte-saison.

Cette industrie étant une industrie de luxe progresse de jour en jour : la fabrication parisienne donne le ton au monde entier et les progrès de l'éducation et de l'hygiène ont là encore une très favorable influence sur le développement des affaires.

L'importation des cheveux ouvrés a été, en 1903, de 624,960 francs pour le commerce général et de 611,800 pour le commerce spécial. Ce sont les Indes anglaises qui ont importé le plus gros chiffre. L'exportation a été pendant la même année de 530,652 fr. pour le commerce général et de 517,464 pour le commerce spécial.

La lingerie française.

Comme toutes les industries de grosse consommation, la lingerie a fait depuis 1900 des progrès considérables au point de vue du mécanisme et de la division du travail qui en est la conséquence. La concurrence acharnée, entretenue parmi les fabricants par l'exigence toujours croissante des acheteurs, a suscité les procédés les plus ingénieux pour abaisser le prix de revient en augmentant la production.

L'introduction des machines américaines, dont j'ai parlé en étudiant

la lingerie aux Etats-Unis, a transformé la lingerie de gros qui est maintenant organisée industriellement dans toutes les maisons importantes qui s'occupent de cette spécialité.

La division du travail a porté ses fruits et produit ses résultats habituels. L'ouvrier qui se spécialise dans un travail arrive à une habileté et une rapidité de production incomparables qui lui permet d'augmenter son salaire tout en acceptant des prix de façon très bas qui réduisent sensiblement le prix de revient.

Les prix de vente suivent la même loi sous l'empire de la concurrence, et les grandes expositions de blanc, ces solennités commerciales de nos magasins de nouveautés, font entrer chaque année dans la consommation courante de nouveaux articles dont le prix élevé avait empêché jusqu'alors la grande diffusion. Rien n'est instructif à cet égard comme une promenade dans un de nos grands magasins un jour d'exposition : toutes les classes de la société s'y coudoient et les mêmes articles sensationnels, les articles à « effet » vendus à des prix de « réclame » sont achetés par des clients appartenant aux milieux les plus divers et ayant des situations de fortune très différentes. Sans doute toutes ces jolies choses « bon marché » réservent à l'usage plus d'une surprise désagréable à leurs acheteuses qui s'aperçoivent un peu trop tard qu'elles auraient pu faire un emploi plus judicieux de leur argent. Les dentelles si tentantes sont vite déchirées, le linge fin si séduisant ne résiste pas longtemps au blanchissage de Paris, mais qu'importe ! Ces objets fragiles ont rempli leur mission ; ils ont donné à celles qui les ont portés l'illusion de luxe, la passagère jouissance de la lingerie fine et enrubannée qu'elles avaient longtemps convoitée derrière les vitrines des magasins « chics », trop chers pour leur bourse, et qu'elles trouvent enfin à la portée de leurs moyens dans le catalogue de l'exposition de blanc. Que le moraliste se voile la face et que les « *laudatores temporis acti* » regrettent en gémissant les bonnes toiles solides de nos grand'mères et leurs austères broderies ! Nous ne pouvons nous associer à ces plaintes et nous devons nous réjouir, au contraire, comme industriels et comme économistes, de ce développement intense de la consommation des articles moyens, des articles de fantaisie, qui, faisant peu d'usage, passent vite de mode, se renouvellent sans cesse et renouvellent en même temps les profits du commerçant, de l'industriel et de l'ouvrier.

La lingerie se divise en deux grandes branches de production : la lingerie pour hommes et la lingerie pour femmes et enfants.

La lingerie pour hommes.

La lingerie pour hommes se fabrique dans de nombreux centres de production qui sont, d'ailleurs, les mêmes qu'en 1900. Les maisons les plus importantes ont leur siège à Paris. Certaines ont des usines en province où elles envoient leurs tissus coupés et préparés à Paris se transformer en chemises, caleçons, chemisettes, etc... D'autres travaillent avec des entrepreneurs qui traitent à forfait le façonnage des articles et le font faire par des ouvrières qui travaillent soit chez elles, soit dans de petits ateliers.

Un petit nombre de départements, tous situés dans le centre de la France : Cher, Indre-et-Loire, Indre, Loiret ont centralisé depuis de longues années ce genre de fabrication. C'est le travail à la machine qui prévaut dans ces régions. Dans les Vosges, au contraire, c'est le travail à la main et particulièrement la broderie.

Certains industriels, et non des moins importants, ont établi leurs usines dans des contrées où ils n'avaient pas à craindre une aussi grande concurrence pour la main-d'œuvre que dans le centre. Ils ont fait des apprentis, ils continuent encore à en faire et ils ont réussi à implanter ainsi leur industrie dans des pays où elle a apporté aux habitants l'aisance avec le travail.

MATIÈRES PREMIÈRES. — Les matières premières sont presque toutes tirées de France : ce sont les filés de coton de Rouen, de Roanne, de Flers ; ce sont les tissus de fil de Lille, d'Armentières, de Vimoutiers, de Somain ; ce sont les tissus de laine (flanelle) de Reims et d'Elbeuf.

Seuls les beaux tissus de fil pour les cols et manchettes et les devants de chemises d'hommes sont tirés d'Irlande. Toutes ces matières, et particulièrement les matières faites avec le coton d'Amérique, ont subi au cours de la dernière année des fluctuations de cours très préjudiciables aux fabricants de lingerie. Le coton de la Louisiane est monté, l'an dernier, (janvier 1904) à 115 francs, la balle de 50 kilgs. Il vaut actuellement 45 francs. Le coton d'Egypte employé pour les tissus de belle qualité n'a pas subi à beaucoup près la même dépréciation. On conçoit que dans cette industrie où les bénéfices sont très réduits, cette incertitude de cours, due en grande partie à la spéculation américaine, rend très difficiles les opérations toujours délicates des achats.

MATÉRIEL. — La machine à coudre avec toutes ses adaptations est le rouage principal, la cheville ouvrière de cette industrie. Dans tous les ateliers un peu importants elle est mue par une force motrice, soit par la vapeur, soit par l'électricité. Un des derniers perfectionnements les plus importants dans l'outillage a été réalisé par la machine américaine qui fend et coud la boutonnière.

Cette machine qui coûte très cher, fait un travail moins soigné qu'à la main, mais d'une grande régularité, surtout dans la flanelle. La maison qui en exploite le brevet ne veut plus en vendre, car elle trouve qu'elles sont trop solides et la consommation n'en est pas assez active : elle préfère les louer. Chaque machine a un compteur qui enregistre le nombre de points, et le prix de location est basé sur le million de points.

MAIN-D'ŒUVRE. — La main-d'œuvre se recrute très facilement, elle est presque exclusivement féminine ; il n'y a guère plus d'un quart d'hommes et d'enfants au-dessous de 16 ans. La moyenne des salaires varie beaucoup suivant les contrées.

Elle est assez chère dans le centre ; elle s'échelonne de 2,50 à 3,50 et même 4 francs pour les femmes et de 4 à 5 francs pour les hommes.

Dans les Vosges, elle est, au contraire, très bon marché pourvu que ce soit du travail à la main qui se fait dans l'intérieur des habitations, mais s'il s'agit du travail mécanique, le travail est beaucoup plus payé.

Les syndicats ouvriers ne sont pas nombreux dans cette industrie qui n'emploie qu'un petit nombre d'ouvriers. Les ouvrières sont généralement moins faciles à grouper dans ces organisations syndicales.

Cependant, il existe un syndicat puissant dans le centre, à Châteauroux, dont l'action s'étend sur les villes voisines.

Le commerce intérieur est très prospère : les besoins augmentent, en effet, chaque jour : les progrès de l'instruction, les notions de propreté et d'hygiène qui se répandent avec elle, le goût du bien-être qui pénètre peu à peu les couches les plus profondes de la société, travaillent pour le développement de cette industrie dont les articles bon marché s'adressent à une consommation presque illimitée.

Le commerce extérieur de la lingerie pour hommes, naguère si important, voit, au contraire, ses débouchés se fermer de plus en

plus. Les pays étrangers qui étaient ses meilleurs clients se sont organisés industriellement et sont devenus eux-mêmes producteurs de lingerie. Des tarifs producteurs plus ou moins élevés ont permis aux industries naissantes de se développer, et actuellement, à part quelques affaires traitées encore avec la Belgique, la Suisse, la Hollande et l'Alsace-Lorraine, on peut dire que l'exportation de la lingerie pour hommes a vécu.

Lingerie pour femmes et enfants

Cette branche de la lingerie offre des différences assez frappantes avec celle que nous venons d'étudier.

Disons de suite que l'industrie française n'est pas aussi spécialisée que l'industrie américaine et que la plupart des grandes maisons de lingerie en gros fabriquent en même temps la lingerie pour hommes et pour femmes.

La grande diversité des articles pour femmes permet, en outre, à certaines maisons de gros et même de détail, aux grands magasins de nouveautés, par exemple, de fabriquer elles-mêmes certaines spécialités.

Le centre de production de lingerie pour femmes est Paris. C'est à Paris, du moins, que se créent les modèles, que se lance la mode. Les commandes sont ensuite exécutées dans des ouvroirs de femmes et chez des entrepreneurs. Le travail à l'entreprise est, en effet, le type dominant dans cette industrie. A Paris, toute la lingerie de luxe est produite par cette méthode qui offre au fabricant de grands avantages : il n'y a pas besoin de vastes ateliers ou de force motrice : c'est le travail à la main qui fait tout le prix des articles confectionnés. Aussi la lingerie pour femmes s'est-elle beaucoup plus décentralisée que la lingerie pour hommes ; il y a de très importantes maisons en province à proximité des centres où se fait ce travail à la main. Saint-Quentin, Argenton-sur-Creuse, Saint-Omer, Verdun, Lyon, Avignon, Tours, Bordeaux, Nancy, Grenoble, etc... sont devenus autant de centres de confection de la lingerie. Le travail à la machine se fait dans les mêmes pays que la lingerie pour hommes : Cher, Indre, Indre-et-Loire, Loiret et aussi Saint-Omer. La plupart des pièces de lingerie pour femmes sont ornées de broderies ou de dentelles.

La broderie se fait à la main ou à la machine. La broderie à la main se fait surtout dans les Vosges. La broderie mécanique est presque exclusivement concentrée à Saint-Quentin ; il en vient encore beaucoup de Saint-Gall, en Suisse, de Plauen, en Saxe. Les matières premières sont bien plus nombreuses que dans la lingerie pour hommes.

Les tissus de coton proviennent surtout des Vosges, de Saint-Quentin, de Tarare et de Rouen ; les tissus de laine de Reims, de Rouen et de Roanne. Les tissus de fil employés de préférence pour la lingerie de luxe, batiste, linon, sont tous produits par le Nord, à Lille, Cambrai, Valenciennes, sauf les toiles tissées de Belfast. Enfin les tissus de soie, pongis, viennent de Lyon, d'Angleterre et du Japon. Les dentelles authentiques les plus employées sont celles de Bruxelles, de Bruges et du Puy ; elles ornent les trousseaux de prix. Les dentelles imitations de Calais et de Nottingham, s'appliquent aux innombrables variétés du linge de fantaisie.

La prospérité des affaires de lingerie pour dames a les mêmes causes que j'ai énumérées plus haut en parlant de l'article pour hommes. Il convient d'y ajouter la coquetterie féminine qui peut compter comme un facteur de plus en plus puissant.

La vogue relativement récente des chemisettes est une des preuves les plus éclatantes de l'influence bienfaisante de la coquetterie sur les affaires. Rien n'est plus seyant, en effet, que la note claire de ces blouses de toutes nuances dont la coupe varie chaque saison, mais dont la mode persiste et s'impose même aux couturiers. Ceux-ci s'ingénient à créer des boléros, des paletots, des corsages demi ajustés qui se portent par-dessus la chemisette de lingerie ou de soie et qui peuvent s'enlever sans que la toilette cesse d'être complète et « habillée. »

Aussi dans ces genres où le goût règne en maître, ainsi que dans les peignoirs matinées, déshabillés, jupons en forme, l'industrie française tient encore le premier rang à l'étranger.

Les affaires d'exportation, constatées en lingerie par les statistiques douanières, doivent être imputées presque exclusivement à la lingerie pour femmes. Tous les pays sont tributaires de Paris pour l'article de luxe. L'Angleterre à elle seule consomme autant de lingerie française que tous les autres pays réunis. Nous avons vu de quelle faveur elle est l'objet aux États-Unis.

Voici quels sont les chiffres du tableau des douanes pour les années 1902, 1903.

Pièces de lingerie cousues :

IMPORTATION :

1902. . . .	88,600 Kilos pour	930,000 francs
1903. . . .	117,000 Kilos pour	1,755,000 francs

EXPORTATION :

1902. . .	489,400 Kilos pour	19,870,000 francs
1903. . .	424,300 Kilos pour	17,396,000 francs

Si l'on rapproche ces chiffres de celui de 41,531,200 francs qui représentait la valeur de l'exportation en 1884, on saisit de suite l'importance du terrain perdu pendant ces 20 dernières années presque exclusivement par la lingerie pour hommes et la lingerie ordinaire pour femmes et enfants.

Le très distingué rapporteur de la Commission permanente des valeurs en douane, qui est, aujourd'hui, notre président du Groupe 61 à Saint-Louis, M. E. DEHESDIN, constatait, dès 1894, cette décroissance dans l'exportation et il énonçait très clairement les causes en exhortant les fabricants français, ses collègues « à trouver de la nouveauté pour enlever des ordres à force de goût et d'ingéniosité ». Il semble bien que les conseils de notre éminent président ont été suivis, car la diminution du chiffre a été relativement bien moins forte dans les trois dernières années que dans la période précédente.

En résumé, on peut dire que dans son ensemble l'industrie de la lingerie traverse une période de très grande activité. La main-d'œuvre est abondante et suffisamment rémunérée surtout dans les cités, et les produits de cette industrie sont à l'abri de toute concurrence par la modicité de leur prix nominal et la perfection de leur fini.

OEUVRES D'ASSISTANCE ET DE MUTUALITÉ. — Cette grande industrie de la lingerie française ne pouvait pas se désintéresser du mouvement d'idées généreuses qui porte les patrons à favoriser le développement des institutions de prévoyance et d'assistance à l'usage de leurs ouvriers et employés. Parmi les nombreuses institutions patronales fondées par les industriels français, dans cet ordre d'idées, je veux citer, ici, une des plus importantes, qui a sa place marquée dans ce rapport puisqu'elle a obtenu une médaille d'or dans le Groupe de l'Économie sociale à l'Exposition de Saint-Louis.

Je veux parler de la « Caisse des retraites des employés et ouvriers

des deux sexes de l'Association générale du commerce et de l'industrie des tissus et des matières textiles ».

Cette Caisse de retraites fondée en 1898 compte actuellement 768 membres. Elle a, principalement, pour but de constituer au bénéfice de ses membres des retraites dont le montant dépend du nombre de versements effectués. Elle est alimentée pour la plus forte part par les versements des membres fondateurs, des membres adhérents et des membres honoraires. Ces derniers sont les chefs de maisons faisant partie de l'Association et qui versent annuellement et par avance une somme de 12 francs par employé ou ouvrier des deux sexes faisant partie de leur maison.

Au 1^{er} janvier 1905, après huit années d'existence, la Caisse de retraites possédait un actif supérieur à 147,000 francs, soit en moyenne pour chacun des participants une somme de 190 francs, pour un versement maximum de 24 francs effectué par chacun d'eux.

N'est-ce pas là un résultat déjà bien satisfaisant et qui doit encourager à la fois les patrons qui ont eu cette initiative et les ouvriers qui moyennant l'abandon d'une faible partie de leurs salaires sont appelés à en profiter ?

La bonneterie française.

L'industrie de la bonneterie est une de celles qui ont reçu en France depuis 50 ans les plus grands perfectionnements mécaniques.

L'éminent rapporteur de cette industrie aux Expositions de 1889 et de 1900 en a fait une étude si approfondie et si intéressante que je ne puis mieux faire que d'y renvoyer le lecteur désireux de connaître l'histoire ancienne et moderne de la bonneterie française. Je me bornerai à rappeler brièvement les quelques modifications intéressantes qui ont pu se produire depuis 1900.

MATIÈRES PREMIÈRES. — Les matières premières sont toujours, par ordre d'importance, le coton, la laine et la soie. Les matières n'ont pas changé, les cours ont subi pendant ces trois dernières années des fluctuations absolument inusitées et très préjudiciables aux affaires.

La laine a été l'objet d'une forte hausse qui s'est à peu près maintenue après quelques oscillations.

Mais la matière qui a donné lieu aux écarts de cours les plus accentués est le coton, et principalement le coton d'Amérique.

Une certaine diminution dans la récolte 1902-1903, habilement exploitée par la spéculation américaine, a fait monter progressivement cette matière de 40 à 115 francs la balle. Ce cours a été atteint en janvier 1904 ; à partir de ce moment, la récolte 1903-1904 ayant été abondante, les cours fléchissent et bientôt c'est un véritable effondrement puisque, actuellement, on est tombé à 45 francs et la baisse n'a peut-être pas dit son dernier mot.

Il est facile de concevoir le trouble profond causé par ces variations de cours d'une matière première dans les industries qui l'emploient en grande quantité. La consommation du coton augmente sans cesse, elle a été pour la France de 220,202,000 kilgs, en 1904, contre 188,050,000 kilgs, en 1903.

Les importations de coton, en France, atteignent pour le commerce général le chiffre de 253,190,000 kilgs en 1904 et le coton américain entre dans ce total pour 195,680,000 kilgs.

Il est donc vrai de dire que les Américains sont les maîtres du marché mondial pour cette matière première, et c'est un grand danger, avec le tempérament de joueurs et de spéculateurs que nous leur connaissons.

Il est donc urgent de chercher les moyens d'enrayer ces mouvements de hausse injustifiés en développant les productions cotonnières des pays rivaux des Etats-Unis. C'est l'Afrique qui paraît devoir fournir, dans un temps plus ou moins reculé, le contrepoids désiré. Déjà les plus grands efforts sont faits sur la côte occidentale, au Congo et au Soudan, pour organiser industriellement la plantation du coton, et il faut espérer que les puissances européennes qui ont des possessions coloniales pouvant produire cette matière de première nécessité, encourageront toutes les initiatives pour en développer la production.

En ce qui concerne particulièrement la bonneterie, les effets de la hausse ont été désastreux pour les fabricants.

Après avoir attendu jusqu'aux dernières limites pour augmenter leurs prix de vente, ils se trouvèrent en face d'une abstention complète de la part de leurs clients qui ne voulurent pas payer la hausse, les uns parce qu'ils avaient du stock, les autres parce que les moyens de leur clientèle ne leur permettaient pas de vendre plus cher des articles de grosse consommation dont le bas prix est la condition essentielle d'écoulement.

Cet état de malaise se prolongea même après la hausse, car les cotons achetés par les fabricants de bonneterie pour alimenter leur fabrication ne sont pas consommés au jour le jour : ils entrent dans la fabrication sous forme de filés de coton de différentes grosseurs, nuances et qualités, et en sortent souvent 3, 4 ou 5 mois après, comme produits manufacturés ; il en résulte qu'alors même que les cotons bruts étaient revenus à leur ancien prix, les manufactures avaient encore à travailler les filés de coton achetés à la hausse. Les prix de vente majorés par suite de la hausse, ne peuvent donc pas être diminués parallèlement à la baisse du coton. Cette diminution ne pourra se faire sentir que si les nouveaux achats destinés à couvrir la production de l'année courante s'effectuent dans les bas cours.

En résumé, contrairement à ce qui se passe dans certaines industries où la hausse des matières est un élément de prospérité, parce qu'elle a pour corollaire une élévation de pourcentage dans le bénéfice brut, la hausse du coton a entraîné des conséquences désastreuses pour la bonneterie en paralysant les affaires, en supprimant une partie des demandes, en jetant ensuite une grande perturbation dans les prix de vente par suite de l'extrême incertitude des cours.

MATÉRIEL. — Le matériel de bonneterie a été tellement perfectionné au cours de ces quinze dernières années qu'il est difficile de lui faire réaliser des progrès bien sensibles ; il n'y a donc pas eu d'invention sensationnelle depuis 1900. Les seules modifications ont été les améliorations de détail que chaque maison introduit dans son outillage suivant les besoins de sa fabrication.

MAIN-D'ŒUVRE. — La main-d'œuvre est restée également stationnaire en dépit d'une grève qui a frappé toute la fabrique troyenne il y a quelques années et qui s'est terminée au bout de 10 semaines sans autre résultat que des pertes considérables pour les patrons et pour les ouvriers. Le travail est payé aux pièces : les hommes gagnent de 5 à 7 francs par jour, les femmes de 3 à 5 francs. Le recrutement de la main-d'œuvre est assez facile, l'apprentissage se fait tout naturellement dans l'usine même où les jeunes enfants employés à aider les ouvriers, se forment insensiblement à leur contact et deviennent au bout de quelques années capables de conduire des machines de plus en plus compliquées à mesure que grandit leur habileté professionnelle.

Tous les ouvriers bonnetiers sont organisés en syndicat.

Les patrons, de leur côté, ont formé la Chambre syndicale de la bonneterie de Troyes qui avait organisé l'Exposition collective de Saint-Louis.

Un recensement publié par l'Office du travail donne, pour le département de l'Aube, une population de 49,159 personnes employées dans la bonneterie, se décomposant en :

10,535 hommes
8,604 femmes.

Le nombre des établissements de bonneterie recensés est de 1,729, dont 1,443 emploient moins de 10 ouvriers et 44 de 200 à 2,000.

Cette classification des établissements de bonneterie donne une idée très exacte des éléments très différents qui composent sa fabrication. On voit, en effet, que le chiffre des fabriques occupant moins de dix ouvriers est égal aux $\frac{2}{3}$ du chiffre total.

Ces petites fabriques sont disséminées dans la campagne aux environs de Troyes et dans les cantons voisins. L'invention des moteurs à pétrole a transformé cette petite industrie, qui a pu acheter des métiers perfectionnés et travailler mécaniquement comme les grandes usines auxquelles elle fait une concurrence assez redoutable.

L'industrie moyenne est peu développée ; par contre la grande industrie disposant de capitaux importants et outillée pour produire de grosses quantités s'est maintenue d'une façon satisfaisante, grâce aux débouchés d'exportation qu'elle recherche activement sur tous les points du globe.

La consommation de la bonneterie augmente, en effet, sans cesse. Les bienfaits de la civilisation, de l'éducation, de l'hygiène lui ouvrent chaque année, dans tous les pays du monde, de nouvelles couches de consommateurs.

Pour l'année 1903 l'exportation de la bonneterie s'est élevée au chiffre de 17,396,400 francs ; elle était en 1899 de 23,618,771 francs. Elle est donc en baisse assez sensible de ce côté.

Par contre l'importation a augmenté :

Elle n'était en 1890 que de	4,142,388 francs
En 1903 elle est de	6,864,000 —

Les raisons de cette diminution des affaires d'exportation doivent être recherchées dans la hausse du coton, d'une part, et, d'autre part, dans le développement de la fabrication domestique aux États-Unis.

Fabrication française des corsets et buscs.

L'industrie du corset se subdivise en plusieurs branches ou spécialités absolument distinctes les unes des autres :

- 1° La fabrication du corset en gros ;
- 2° Le corset sur mesure ;
- 3° Les buscs ;
- 4° Les fournitures pour corsets.

Toutes ces spécialités sont exploitées en France avec une grande activité et font l'objet de transactions importantes.

MATIÈRES PREMIÈRES. — Les matières premières sont presque toutes tirées de France.

1° Ce sont d'abord les tissus qui se décomposent ainsi :

A. Coutils et satins couleur, tissus en coton, qui se fabriquent à Flers ;

B. Lastings et satins de Chine noir et couleur tout en coton qui viennent de Comines et de Roubaix ;

C. Lastings et satins de Chine noir, en laine et en coton qui sont fabriqués en Angleterre et à Amiens ;

D. Satins blanc, noir et couleur avec fleurs brochées en coton simili et soie qui se fabriquent à Evreux et à Comines ;

E. Les satins de soie et coton unis et brochés qui viennent de Lyon et de Saint-Etienne ainsi que le tissu batiste tout en coton ou en soie uni ou broché ;

F. Enfin les tulles en coton, en simili et en soie qui se fabriquent dans le Nord.

2° Ce sont, ensuite, les baleines qui se font en plusieurs espèces de matières :

A. Le jonc qui se trouve en France et en Chine ;

B. La vraie baleine que l'on tire de l'Amérique du Nord ;

C. La corne qui provient des Indes ;

D. Les buscs en acier qui se fabriquent en France.

3° Les garnitures qui emploient plusieurs produits différents :

A. Les broderies de Saint-Quentin et de Saint-Gall (Suisse), (ces dernières sont peu employées à cause du droit élevé qui les frappe à l'entrée en France) ;

B. Les festons de Saint-Etienne et de Comines ;

C. Les dentelles coton en simili et en soie de Calais, de Caudry et

de Nottingham. Ces dernières paient de 6 à 9 francs de droits de douane par kilog ;

D. Les rubans et les lacets en coton et en soie qui viennent de Lyon et de Saint-Etienne ;

E. Les sergés et fils à coudre pour éventailier ;

F. Enfin les jarretelles qui sont généralement vendues avec le corset.

Comme on le voit, la grande majorité de ces produits sont fabriqués en France. Seuls les tissus en satin de Chine et en lasting noir anglais ont la préférence sur les articles similaires français, malgré les droits d'entrée qui les frappent.

Dans ces dernières années, l'emploi des tissus brochés avec fleurs et motifs fabriqués au métier Jacquard s'est beaucoup développé et cette nouveauté a un très grand succès.

La baleine en jonc, comme la vraie baleine, est fabriquée en France ; cependant on fait venir beaucoup de vraie baleine d'Allemagne, car elle revient aussi bon marché que la baleine fabriquée en France.

Le busc en acier est à lui seul une industrie importante dont la France a eu le monopole jusqu'en 1860. A cette époque même, Paris était le seul et unique centre de cette fabrication pour la France et l'étranger. Il y a maintenant des fabriques dignes d'être citées à Lyon, à Saint-Laurent-du-Pont et à Thiers. Les aciers sont achetés dans le Doubs, laminés en rubans de largeurs et épaisseurs diverses. Des cisailles mécaniques les rognent de longueur et les découpeuses percent les trous qui doivent recevoir les rivets. Les agrafes sont découpées mécaniquement dans des feuilles de cuivre calibré et ces agrafes sont rivées mécaniquement sur les buses. On recouvre ensuite ces buses de papier, de calicot et de peau blanche. Ce dernier travail est fait à la main, cependant il existe une machine très ingénieuse qui recouvre de papier et de calicot le ruban d'acier qui s'enroule ensuite sur une bobine.

La production du busc en acier, en France, est d'environ 6 millions par an ; il n'y a pas plus d'une dizaine de fabricants dont quatre ou cinq très importants.

Cette industrie emploie environ 2,000 ouvriers, ainsi répartis :

HOMMES	FEMMES	ENFANTS
500	1,200	300

Le perfectionnement de l'outillage, qui est complètement mécanique, a réduit considérablement les frais de main-d'œuvre.

Il était temps que les fabricants français transforment leur vieux matériel, car les Allemands qui avaient créé les premières machines auraient envahi tous les marchés. Grâce à leur outillage perfectionné les fabricants de buses français ont pu, non seulement arrêter l'importation allemande qui n'a été en 1903 que de 8,466 francs, mais encore exporter, sur les marchés étrangers surtout en Angleterre. Le chiffre des exportations, en 1903, a été de 272,189 francs. Ce chiffre serait bien plus élevé si l'article n'était pas frappé de droits assez élevés dans presque tous les pays étrangers. Aux États-Unis, notamment, ces droits atteignent 45 0/0 de la valeur.

MAIN-D'ŒUVRE. — La fabrication du corset en gros se fait en usine ; cependant beaucoup de fabricants se bornent à découper chez eux leurs tissus et les envoient confectionner en province par des entrepreneurs qui ont la main-d'œuvre très bon marché. Ces entrepreneurs habitent principalement les départements de Seine-et-Marne, de l'Isère, et du Rhône.

Une autre main-d'œuvre bon marché est obtenue dans les maisons centrales de Thouars (Deux-Sèvres), Baulieu (Calvados) et Riom (Puy-de-Dôme) où les corsets sont faits entièrement par des hommes.

Dans les ateliers, au contraire, les femmes seules sont employées à la couture du corset. Les hommes coupent les tissus. Les salaires n'ont pas été modifiés depuis 1900.

A Paris :

Les mécaniciennes bâtisseuses gagnent de 3 à 4 francs par jour ;

Les éventailleuses de 2 francs à 2 fr. 50 ;

Les coupeurs de 6 à 7 francs.

En province :

Les mécaniciennes bâtisseuses de 2 fr. 50 à 3 francs ;

Les éventailleuses de 3 francs à 3 fr. 50 ;

Les coupeurs de 5 à 6 francs.

MATÉRIEL. — Dans les corsets en gros, l'ouvrière payée aux pièces arrive à gagner une bonne journée en raison de la division du travail et des nouvelles machines à coudre à une ou plusieurs aiguilles, à broder, éventailer, à border, à poser les œillets, machines qui sont toutes mues par la vapeur ou l'électricité. Faisant toujours le même travail, elles acquièrent une dextérité remarquable qui leur permet de gagner un salaire suffisant avec des prix de façon peu élevés.

Le résultat serait encore meilleur pour elles si les fabricants français n'étaient pas obligés par la mode de créer chaque saison des modèles nouveaux : il faut modifier la coupe, employer de nouveaux tissus, modifier les garnitures, mais il ne faut peut-être pas s'en plaindre, car ces variations fréquentes activent la consommation de l'article et font faire à l'industrie des progrès incessants.

Depuis 1900, la moyenne des prix de vente a plutôt augmenté, car les fabricants se sont attachés plus spécialement à la fabrication des articles soignés et ont laissé un peu de côté les articles bon marché, dont les anciens débouchés à l'exportation n'existent plus.

L'enseignement professionnel pour le corset est organisé dans plusieurs écoles de la ville de Paris, notamment à celles de la rue Bouret, de la rue Fondary et de la rue de la Tombe-Issoire. Il existe également à l'école des pupilles du département de la Seine et à Yzeure, dans l'Allier.

Les centres de production sont à peu près les mêmes qu'en 1900 : Les principaux sont Paris, Lyon, Orléans, Bar-le-Duc, Nemours, Lille, Flers, Haubourdin, Thouars, Toulouse, Limoges, Laigle et Bordeaux.

On ne connaît pas encore en France de groupement syndical parmi les ouvriers de cette industrie.

OEUVRES D'ASSISTANCE ET DE MUTUALITÉ. — Il y a deux Chambres syndicales patronales :

La Chambre syndicale des corsets et fournitures de corsets ;

La Chambre syndicale des fabricants de corsets sur mesure.

Ces Chambres soutiennent, par leurs cotisations de membres honoraires, deux Sociétés de Secours mutuels spéciales au personnel du corset et qui s'appellent la « Corsetière » et la « Bergère ».

L'importation du corset a été, en 1903, de 69,501 francs dont 56,253 ont été consommés en France. Ces importations viennent presque toutes de Belgique. Les exportations se sont montées à 1,522,350 fr.

Nos principaux clients à l'exportation sont encore l'Angleterre, l'Italie, l'Autriche, l'Allemagne, les Etats-Unis et l'Amérique du Sud, principalement pour l'article de luxe.

Corsets de détail. Corsets sur mesure.

L'industrie des corsets sur mesure est entre les mains d'une quantité innombrable de petits fabricants ; seuls les corsets de luxe font l'objet d'une industrie assez importante et très prospère à la condition de créer constamment de nouveaux modèles.

Il faut ajouter que beaucoup de maisons de détail ont maintenant des séries de modèles si bien établies pour toutes les formes et toutes les tailles que leurs clientes trouvent très facilement des corsets tout faits qui leur vont aussi bien que des corsets sur mesure.

Il y a eu depuis quelques années de grands progrès réalisés dans la présentation de leurs articles par les maisons de détail, et certaines vitrines de corsets avec leur éclairage attirant, l'arrangement savant de leurs mannequins et le choix des nuances de leurs articles font sur nos boulevards de jolies taches lumineuses qui forcent l'attention.

Fabrication française des tissus élastiques, bretelles, jarretelles, etc.

Cette industrie a été décrite dans tous ses détails dans les précédents rapports. Elle est restée sensiblement la même depuis 1900.

Elle emploie les mêmes matières et a les mêmes centres de production : c'est toujours Rouen, Saint-Chamond, Saint-Etienne, Paris et le département de la Somme qui fabriquent la jarrettière et les tissus pour jarrettières.

L'importation a été, en 1903, de 862,106 francs et l'exportation de 2,476,608 francs. Nos principaux débouchés à l'étranger sont : l'Angleterre, l'Espagne et l'Amérique du Sud.

Fabrication française des cannes, parapluies et ombrelles.

La fabrication des cannes, ombrelles et parapluies se divise en plusieurs branches spéciales. Chaque partie constitutive de ces articles est devenue l'objet d'une fabrication séparée. Les cannes et les manches de parapluies et d'ombrelles sont fabriqués, en grande partie, à Paris avec des bois venant de tous les pays ; on utilise, en effet,

toutes les essences d'arbres. Les merisiers d'Allemagne qui font les manches ordinaires sont employés en grande quantité. L'Angleterre et ses colonies, l'Autriche, les Indes, les deux Amériques, la Chine et le Japon envoient des bois exotiques d'une grande variété.

MATIÈRES PREMIÈRES ET FOURNITURES. — Les fabricants de parapluies ne font pas leurs manches ; ils les achètent tout faits ; de même, ils achètent dans des maisons spéciales les armatures, les ressorts, les coulants, les fourreaux et les glands.

Toutes ces diverses fournitures sont fabriquées en France.

La fabrication proprement dite du parapluie et de l'ombrelle consiste donc dans la coupe et le montage des couvertures étoffées.

Ces couvertures se font dans une grande variété de tissus dont la plupart sont produits par la France. Ce sont : les soieries de Lyon, les silésiennes d'Amiens, les cotonnades de Rouen, les broderies de coton de Saint-Quentin, les dentelles de Calais, etc...

Les parapluies se différencient surtout par les manches, car la couverture ne peut varier que de qualité, les formes sont toujours à peu près les mêmes ; les manches à tige d'acier sont toujours très demandés, car ils permettent de rouler le parapluie sous un volume plus petit.

Les ombrelles se prêtent, par contre, à une variété de modèles infinie ; les formes d'abord suivent la mode ; elles sont généralement volumineuses depuis plusieurs années, car elles se terminent par des volants de dentelle et de mousseline de soie ; les manches en bois naturel sont incrustés de pierres de couleurs. Il y a des ombrelles fleuries, des ombrelles peintes, des ombrelles ornées d'entre-deux, de volants, des ombrelles plissées, gaufrées, en soie, en mousseline, en dentelles. Le goût, l'imagination, la fantaisie des créateurs de modèles peuvent se donner libre carrière et c'est là que nos fabricants parisiens affirment leur supériorité. Cette industrie est très décentralisée ; elle n'a pas besoin d'un matériel compliqué, ni de vastes ateliers, et la plus grande partie du travail se fait à la tâche par des ouvrières qui travaillent chez elles.

MAIN-D'ŒUVRE. — On fait du parapluie et de l'ombrelle à Paris, à Lyon, Angers, Nantes, Aurillac, Bordeaux, Toulouse, Nancy, Lille, Pau, Vire, Rouen, Orléans... Certains centres ne font que des articles très ordinaires ; Paris est le plus grand producteur de la nouveauté. Les ouvrières gagnent, à Paris, 3 à 4 francs par jour, les hommes qui

sont employés en très petit nombre, de 5 à 6 francs Il y a à peine. 10 0/0 d'apprenties. Le travail se ralentit pendant les mois de juin, juillet et août.

Il y a une Chambre syndicale patronale de fabricants de parapluie, et un syndicat ouvrier.

La situation de cette industrie a été à peu près stationnaire depuis 1900. L'exportation des articles riches a plutôt augmenté, mais les articles ordinaires sont produits maintenant par la plupart des pays étrangers qui étaient autrefois les clients de la France. Le mouvement des importations et exportations donne les chiffres suivants pour cette industrie, en 1903.

	EXPORTATION	IMPORTATION	
		Commerce gén.	Commerce spécial.
Parapluie coton . . .	1,135,153	132,824	485,700
— alpaga. . .	11,284	5,227	3,811
— soie . . .	264,458	133,222	117,638

Comme on le voit, l'importation est insignifiante et notre exportation dans l'article de coton a conservé une certaine importance.

Fabrication française de boutons.

L'industrie du bouton est aussi variée que les nombreuses matières qui servent à le fabriquer. En parlant de la boutonnerie américaine, j'ai rappelé que les progrès de la chimie avaient permis de tenter la fabrication des boutons avec des matières les plus inattendues, telles que la pomme de terre, le lait et le sang des animaux. Ces nouveaux produits n'ont pas réussi à supplanter ceux que l'usage a consacrés et qui sont universellement employés comme accessoires du vêtement.

Les rapports précédents ont décrit avec une grande abondance de détails la fabrication des boutons de métal, d'étoffe, de verre, de porcelaine, de corozzo, d'os, d'ivoire, de nacre et même de papier. Un trop court espace de temps nous sépare de l'Exposition de 1900 pour que des innovations bien importantes soient à signaler dans ces industries. Je me propose donc d'étudier seulement deux branches de cette production sur lesquelles les renseignements que j'ai à fournir pourront compléter les travaux si intéressants de mes honorables devanciers. Ces deux branches sont celles du bouton de nacre et du bouton de métal.

Bouton de nacre.

Le centre principal de la fabrication du bouton de nacre et des autres matières utilisées dans la tabletterie, os, corne, etc... a été de tout temps le département de l'Oise

C'est à Méru et dans ses environs que cette fabrication a pris naissance. Au ^{xvii}^e siècle, il y avait déjà des fabricants de tabletterie dans cette localité qui travaillaient surtout la corne et l'os.

Toutefois, cette fabrication fut souvent interrompue par les guerres et, en 1758, elle avait presque complètement disparu. A cette époque, en effet, on ne comptait plus que deux ouvriers éventailistes à Méru.

Quelques années avant la Révolution, l'industrie locale s'était relevée et elle occupait à Méru et dans les villages environnants, Andeville, Lardières, Corbeil, Cerf etc... une population de 1,200 ouvriers; on évaluait, en 1788, à deux millions de francs la masse des produits livrés à la consommation par les fabricants de tabletterie de l'Oise.

Les phases diverses de la Révolution étaient peu favorables aux industries de luxe; celle de Méru fut anéantie, mais dès que la tourmente révolutionnaire fut calmée, elle se releva de nouveau pour tomber encore dans le chômage forcé pendant les guerres du premier Empire. Les traités de 1815 qui ramenèrent la paix en Europe permirent de reprendre le travail et une ère nouvelle s'ouvrit pour les affaires. A partir de cette époque, le développement de la fabrication de l'Oise se poursuit d'une façon ininterrompue.

Vers 1823 on comptait à Méru et dans la région environnante 300 ouvriers travaillant l'os, l'ivoire, la nacre et la corne; ces produits étaient consommés en France et exportés en Espagne, Portugal, Allemagne, Russie et même en Amérique.

C'est, en 1826, que la fabrication du bouton d'os prit naissance à Méru. Deux ans plus tard, 1828, le bouton de nacre commence à être fabriqué industriellement à Andeville. Dix-neuf fabricants occupaient bientôt 450 ouvriers et ouvrières, travaillant la plupart chez eux et dont le salaire variait de 1 fr. 50 à 2 francs par jour, double du salaire agricole de cette époque. On employait environ 1,500 kgs de nacre par an et on produisait environ 45,000 grosses de boutons de nacre et autant de boutons d'os à quatre trous.

En 1839, un nommé Geoffroy Feret, de Beauvais, adressa au préfet une notice dans laquelle il revendiquait l'importation en France du procédé de fabrication du bouton de nacre à quatre trous qui était jusqu'alors fabriqué en Angleterre seulement. Il prétendait avoir

exporté pour 400,000 francs de cet article en Italie, en Suisse, en Hollande, en Belgique et il évaluait à 1 million la production du bouton de Beauvais et de ses environs. Il donnait, en même temps, de curieux aperçus sur les salaires qui pouvaient s'élever pour un ouvrier laborieux et habile jusqu'à 3 fr. 75 par jour et à 2 francs pour les femmes. On ne faisait alors que le bouton six lignes. On comptait, dans l'Oise, 120 patrons occupant chacun 12 à 15 ouvriers, soit un total de 1,800 à 2,000 personnes réparties dans 22 communes.

La fabrication du bouton de nacre était très rudimentaire et se faisait presque entièrement à la main.

Ce ne serait qu'en 1847 qu'un ouvrier anglais établi à Paris aurait inventé la machine à découper. Bientôt après parurent les machines à percer et à graver qui supprimèrent l'usage de la lime et permirent à cette industrie de prendre brusquement un grand essor.

Il faut reconnaître, toutefois, que l'Angleterre nous avait de beaucoup devancés, car, en 1845, la fabrication des boutons en général occupait 20,000 ouvriers tant à Londres qu'à Birmingham, Scheffield et Manchester.

Notre industrie a rapidement reconquis cette avance, et actuellement le département de l'Oise est le centre le plus important du monde entier.

Paris compte aussi quelques fabricants qui font surtout l'article de fantaisie ; il existe quelques usines dans les départements de la Somme, du Nord, des Vosges et de Meurthe-et-Moselle, dans le Lot on travaille la moule de rivière, mais toutes ces industries sont de peu d'importance en comparaison de l'industrie de l'Oise.

Avant l'adoption du bill Mac Kinley, la production totale du bouton de nacre français pouvait être évaluée à 8 ou 9 millions, et la majeure partie de ces produits était exportée dans le monde entier, principalement dans l'Amérique du Nord.

L'application des droits prohibitifs dont j'ai parlé dans une autre partie de ce rapport a paralysé notre exportation aux Etats-Unis. Une maison française a bien essayé d'aller fabriquer à Philadelphie, mais cet essai n'a pas été heureux.

Les boutonnières français sont arrivés grâce à une amélioration considérable apportée dans leurs opérations de fabrication à lutter encore avantageusement avec la concurrence américaine et ils y exportent une assez forte quantité de boutons, surtout dans les petites tailles, qui sont frappées de droits moins élevés.

Les conséquences du bill Mac Kinley ont été bien plus sensibles

au commerce autrichien qu'au commerce français. Les fabriques de boutons de Bohême entretenaient un commerce de boutons très important avec les États-Unis ; au lendemain du bill, l'exportation tomba de 7,500,000 florins à 3,000,000 florins.

La fabrique autrichienne n'étant pas organisée en usine n'a pu améliorer son outillage aussi rapidement que la fabrique française : voici pourquoi elle a été beaucoup plus éprouvée par l'élévation des droits de douane.

D'un autre côté l'achat des matières premières joue un grand rôle dans cette industrie qui travaille une matière précieuse sur laquelle se produisent de grandes fluctuations de cours.

La fabrication du bouton utilise une très grande variété de nacres de toutes provenances. Ce sont d'abord les coquilles acéphales, connues sous le nom de « nacres franches » qui proviennent des îles de la Sonde, de l'Australie septentrionale et des Philippines. On commence par prendre, généralement dans la partie épaisse de ces coquilles, des articles de tabletterie, manches de couteaux, crosses de revolvers, branches d'éventails, etc., et on découpe les boutons dans la partie mince.

Ce sont ensuite les nacres noires provenant de Gambier, Tuamotu, Banda, Fiji, et les nacres dites bâtarde venant d'Égypte, de Bombay, de Panama, de Puntas-Arenas, etc...

Les petits coquillages légers, connus sous le nom de Lingas, viennent de Ceylan et de Vénézuëla, Enfin le Japon envoie des Goldfish et un coquillage de forme conique appelé « Trocas » qui a été importé en quantités considérables pendant ces dernières années et qui a été très en faveur auprès des fabricants de boutons en raison de son prix relativement peu élevé. Des recherches faites par une maison de l'Oise, qui fait beaucoup d'importation directe de nacre, ont réussi à trouver des Trocas en Nouvelle-Calédonie et dans le détroit de la Sonde.

La consommation de la France, en 1903, a été d'environ 5 millions de kilogrammes de nacres et coquillages propres à la fabrication du bouton.

Bouton de métal.

L'industrie du bouton de métal a toujours été une industrie parisienne par excellence et un petit nombre de maisons se sont livrées à son exploitation. La plus importante et la plus ancienne exposait à Saint-Louis où elle a obtenu le Grand prix. Cette maison a la plus

importante collection de poinçons et matrices qui existe dans cette industrie; elle a également l'outillage le plus moderne et le plus perfectionné. Le bouton métal est le plus souvent composé de deux parties, l'une appelée culot qui reçoit la tige de queue, qui sert à le fixer sur les vêtements, l'autre formant la partie supérieure, à la face du bouton qui reçoit les gravures et les ornements, qui sont la raison d'être du bouton de métal. Ces deux parties sont estampées séparément par des machines très ingénieuses et qui peuvent être conduites par des femmes. Ces machines prennent la plaque de cuivre découpée de dimensions et la rendent ayant la forme du bouton ou du culot, la queue fixée du même coup et la face montrant en relief les chiffres, ornements ou inscriptions qu'ils doivent porter. Ces deux parties sont ensuite remplies de plâtre et serties mécaniquement. Cette maison fabrique aussi les boucles de ceinturons et les diverses pièces d'équipement militaire qui se rattachent à ce genre d'ornement. Elle fait également les passementeries militaires, et comme cet article n'occupait pas ses métiers de façon constante, ses chefs ont eu l'idée de monter la fabrication des cables et fils pour l'électricité.

La fabrication française, dont cette maison représente la plus grande partie, alimente le marché national, et a comme gros clients les administrations de l'Etat et surtout la guerre et la marine; elle fait aussi un chiffre élevé d'exportation en Belgique, Hollande, Suisse, Italie, Espagne et dans l'Amérique du Sud où elle a un comptoir.

Le tableau général du commerce de la France donne les chiffres suivants pour le commerce des boutons en 1903:

IMPORTATION :	EXPORTATION :
195,449 francs.	8,803,432 francs.

Les éventails français.

J'ai dit dans la visite du Groupe 61 le peu que j'avais à dire sur cette industrie qui a été décrite avec tant de soin par les précédents rapporteurs. Elle n'a subi aucun changement depuis lors.

L'importation en 1903 donne les chiffres suivants :

Eventails en bois, papier, plumes. . .	182,265 francs
— en ivoire, nacre, écaille. . .	6,552 —

L'exportation pendant la même année donne la situation suivante:

Eventails bois, papier, plumes.	527,956 francs
— nacre, écaille, ivoire.	214,635 —

Ce rapide exposé de la situation des industries françaises au Groupe 61 montre que, dans toutes les branches, la production nationale déploie toujours une grande vitalité. Sur aucun point on ne trouve trace de défaillance. L'intelligente initiative de nos fabricants prévoit et réalise les transformations que le caprice de la mode et les exigences nouvelles des acheteurs imposent à leur industrie.

Partout où nos articles ne sont pas frappés de droits prohibitifs, notre commerce d'exportation se maintient et prospère même dans les pays qui ne sont pas encore producteurs.

Il ne faut pas se dissimuler cependant que le danger est dans cette diminution de notre commerce extérieur, résultant de l'organisation industrielle des pays étrangers qui se suffisent peu à peu à eux-mêmes et n'importent plus nos produits.

Si le libre échange absolu est une formule théorique dont l'application devient de plus en plus chimérique dans l'état actuel des esprits, il faudrait tout au moins que des traités de commerce sagement conçus rendent plus facile la pénétration commerciale des peuples entre eux.

Il faut espérer que les hommes d'Etat de tous les pays aborderont un jour ces problèmes délicats avec le désir commun de les résoudre par la plus grande liberté possible rendue aux transactions.

En attendant l'avènement de ce nouvel état de choses, qui ne peut être que l'œuvre du temps, il faut prendre son parti de ce que M. Picard appelle dans son « *Rapport à la Commission permanente des valeurs en douane* », pour l'année 1903 « l'évolution démocratique de la production contemporaine », et il ajoute :

« Les prix s'abaisseront, se nivelleront au point de ne plus laisser place qu'à de minimes écarts. — Un élément de disparité subsistera : l'art et le goût. Sous ce rapport nous sommes servis par nos qualités ataviques. Ne les laissons pas dépérir, entretenons-les avec un soin jaloux : gardons pieusement le legs séculaire accumulé par les générations disparues. »

Ce judicieux aperçu et ces sages conseils de l'éminent économiste, délégué de la République française à l'Exposition de Saint-Louis, ne peuvent pas mieux s'appliquer qu'aux industries dont j'ai terminé l'étude, car ce sont elles surtout qui doivent bénéficier de ces qualités ataviques qu'il nous recommande, dans un si beau langage, d'entretenir et de conserver pieusement.



CONCLUSIONS

Je terminerai ce rapport sur l'Exposition de Saint-Louis par quelques réflexions personnelles, que l'étude des affaires commerciales en France et aux Etats-Unis m'a suggérées et qui seront la conclusion de ce travail.

Quand on revient des Etats-Unis, l'esprit est encore fortement ébranlé par la succession rapide des choses vues dans ces villes où tout n'est que bruit et vacarme, et les impressions ressenties sont assez confuses. Au moment où j'écris, le recul des événements, le calme qui a succédé au tumulte des sensations me permettent d'analyser mes impressions et d'en dégager les causes et les enseignements.

Un fait domine tout : la puissance commerciale et industrielle de ce pays éclate à tous les yeux, mais à quoi tient-elle ? aux hommes ou aux circonstances ? En d'autres termes doit-on attribuer les progrès foudroyants de cette organisation économique aux conceptions d'hommes qui nous seraient supérieurs, ou à un concours de circonstances favorables qui ont admirablement servi les hommes appelés à en tirer parti ?

A la question ainsi posée, je n'hésite pas à répondre que les éléments du succès incontestable des affaires américaines tiennent plus à la nature des choses qu'à la supériorité intellectuelle des hommes.

Le principal facteur de cette prospérité, qui grandit tous les jours, doit être recherché dans le développement continu et rapide de la population qui grandit aussi tous les jours.

Les Etats-Unis ont, aujourd'hui, plus de 85 millions d'habitants, et leur territoire peut en loger et en nourrir plus du double. Les habitants, qu'ils soient nés dans le pays, ou incorporés par l'immigration n'ont qu'un but dans l'existence : faire fortune, et qu'une règle de vie : le confortable. Ils sont donc à la fois des producteurs acharnés et des consommateurs effrénés de tout ce qui rend la vie agréable et digne à leurs yeux d'être vécue. L'assurance sur la vie leur tient lieu de prévoyance et d'économie : ils n'ont pas le souci du lendemain, ni pour leurs enfants, ni pour eux-mêmes.

Comment s'étonner que, dans ces conditions, les affaires aient été

faciles dans un pays neuf, où tout était à créer et où tous les produits trouvaient instantanément une demande supérieure à l'offre? Les affaires se développent d'elles-mêmes dans ces conditions, elles sont pour ainsi dire portées par les besoins, poussées en avant par une consommation sans cesse grandissante et sans cesse renaissante.

Jetez un regard maintenant sur notre vieux monde et voyez la différence. Il a connu, lui aussi, des heures de prospérité et de progrès continus, quoique plus lents, mais depuis longtemps déjà l'équilibre s'est fait entre l'offre et la demande, entre la production et la consommation, et depuis quelques années cet équilibre est si délicat que toute l'attention des hommes d'affaires est absorbée par le souci de le maintenir. Car la consommation n'augmente pas dans la mesure où la production peut se développer : et la raison de cette stagnation de la consommation est dans l'arrêt de notre mouvement de population d'une part, et dans nos habitudes d'épargne d'autre part. Le Français ne dépense pas ses facultés de consommation. L'Américain les dépense et va même souvent jusqu'à les dépasser. Un proverbe américain dit :

« L'Américain dépense l'argent qu'il gagne, et quand il n'en gagne pas, il en emprunte pour le dépenser. »

Est-ce vraiment là une supériorité qu'il ait sur nous et devons-nous lui envier cette conception économique? Je ne le crois pas et j'estime que notre vertu d'épargne doit être honorée comme les autres qualités de notre race que nous oublions trop volontiers dans notre zèle à admirer tout ce qui est étranger.

C'est le devoir de ceux qui sont sortis de France, et qui ont vu les étrangers chez eux, de réagir contre ce singulier état d'esprit qui dénigre, comme à plaisir, notre caractère, notre esprit et nos mœurs, pour exalter tout ce qui n'est pas français.

Nos hommes d'affaires, nos industriels, nos commerçants, pour ne parler que de ce qui nous intéresse, bien loin d'être inférieurs à leurs concurrents américains ont, au contraire, sur eux une grande supériorité morale. Il faut le dire parce que cela est vrai, et que cela ne diminue en rien l'estime dans laquelle nous devons tenir ce grand peuple. La seule supériorité qu'il pourrait avoir sur nous est celle de l'audace, mais je me refuse à appeler cela une supériorité.

J'ai montré, en effet, que nous sommes placés dans des conditions toutes différentes. Appliquez en France les procédés qui réussissent aux Américains dans leur pays et vous vous casserez les reins : l'audace sera ici de la témérité. J'apprécie bien davantage, quant à moi,

la prudence de nos hommes d'affaires qui, conscients de leurs forces, mais avertis des contingences économiques, mettent tout leur talent à proportionner l'effort au résultat, les moyens au but à atteindre. Il est plus facile de conduire une affaire américaine qui fait des millions qu'une modeste industrie française dont le chiffre ne dépasse pas quelques centaines de mille francs : dans la première, les frais généraux n'ont que l'importance qu'ils doivent avoir dans les résultats de l'entreprise ; dans la deuxième, ils sont la menace perpétuelle, l'épée de Damoclès, quand ils ne sont pas le rocher de Sisyphé dont l'industrie repousse sans cesse l'écrasante étreinte.

« Faire grand » peut être la devise américaine, mais « Voir juste » doit être la devise française et son application n'est pas moins difficile.

J'ai dit que nos industriels et nos commerçants avaient une réelle supériorité morale qu'ils tiennent de leur éducation et de leur culture. J'ajoute que cette supériorité va toujours en s'accroissant par la diffusion de l'instruction et par l'accession de plus en plus grande des classes moyennes aux carrières industrielles et commerciales. Les jeunes gens ne considèrent plus comme une déchéance d'entrer dans les affaires où leurs pères ont passé une vie laborieuse ; le fonctionnarisme a perdu pour beaucoup d'entre eux l'attrait qu'il avait pour leurs aînés. L'étude des langues vivantes, à laquelle les nouveaux programmes d'enseignement font une large place, prédispose les jeunes gens aux affaires : elle leur donne le désir et le moyen d'aller terminer leur éducation à l'étranger. C'est ainsi que se forme au sein des jeunes générations une pépinière d'énergies intellectuelles et morales dans lesquelles nous devons placer nos espérances, et auxquelles nous devons montrer l'exemple.

Quel que soit le jugement qui sera porté sur les hommes qui ont participé au mouvement commercial de ces vingt dernières années, il devra tenir compte des efforts que ces hommes ont faits pour améliorer le sort de leurs collaborateurs, ouvriers et employés, par les œuvres d'assistance, de mutualité et de solidarité. C'est par là surtout que s'affirme leur supériorité morale sur leurs concurrents étrangers. Aux Etats-Unis, ces œuvres sont absolument inconnues : le travail humain est une marchandise dont les ouvriers sont vendeurs et les patrons acheteurs : une fois le travail fourni et le salaire payé, le patron et l'ouvrier ne se doivent plus rien.

Cette conception des rapports entre le capital et le travail sera peut-être celle de demain en France et dans les autres pays, il ne m'app-

partient pas de le préjuger, mais elle n'a pas été celle des hommes dont je parle et dont je veux montrer l'œuvre sociale.

En retraçant la monographie de nos industries, j'ai signalé dans la plupart d'entre elles les principales institutions patronales d'assistance, mais combien en ai-je involontairement omis ? On peut dire, sans crainte d'être démenti, que tout établissement industriel important a de nos jours une ou plusieurs institutions destinées à secourir son personnel dans les périodes malheureuses de l'existence : Crèches, réfectoires, bibliothèques, Sociétés de Secours mutuels, économats, pensions; secours temporaires, toutes les formes de l'assistance trouvent de nombreuses applications dans nos établissements industriels et commerciaux.

La participation aux bénéfices elle-même a rencontré des esprits aussi généreux que convaincus, qui ont eu le courage de l'appliquer malgré ses inconvénients, que certains économistes appellent même des dangers.

Parmi toutes ces institutions, il en est deux que je suis heureux de pouvoir citer, car elles rentrent dans le cadre de ce rapport, ayant toutes les deux concouru à Saint-Louis et remporté la plus haute récompense.

Je crois même devoir déroger en faveur de ces maisons à la règle que je me suis imposée de ne citer aucun nom, car j'estime que les hommes qui ont su réaliser à l'égard de leur personnel leur idéal de justice et de solidarité méritent mieux qu'un hommage anonyme.

Ces deux maisons de notre Groupe exposaient dans le département de l'Economie sociale : l'une dans le Groupe 133 « Méthodes de rémunération industrielle » l'autre dans le Groupe 135 « Institutions de prévoyance ». Toutes les deux ont obtenu le Grand prix.

L'une est la maison BLAIS, MOUSSERON et Lucien VILLEMONT qui a organisé une participation aux bénéfices en faveur de son personnel et qui a distribué, depuis 1894, à ses employés et ouvriers, devenus ses associés, tant en participation aux bénéfices qu'en institutions de prévoyance et d'assistance, la somme de 528,624 francs prélevée sur ses bénéfices.

L'autre est la Société des magasins du Bon-Marché, (FILLON, RICOIS, LUCET et C^{ie}), qui peut être proposée comme exemple, car elle présente le plus bel ensemble d'Institutions de prévoyance.

Suivant la généreuse impulsion de M. et M^{me} BOUCCART, fondateurs de ces institutions, les gérants qui se sont succédé à la tête de cette importante maison ont, avec le concours des actionnaires, amélioré

et développé sans cesse les œuvres de solidarité qui forment la plus belle partie de leur patrimoine commercial.

C'est d'abord « la Caisse de Prévoyance Boucicaut » fondée en 1876 et qui comptait au 31 juillet 1903, 2,796 participants et possédait un capital de 3,902,548 francs. Ce capital représente une véritable participation aux bénéfices, car il est formé exclusivement des prélèvements faits chaque année sur les bénéfices de l'inventaire et versés à cette caisse où ils s'accroissent des intérêts calculés à 4 0/0 l'an. En plus de ce capital, 1,468 employés ont touché, en quittant la maison, une somme totale de 2,205,134 francs.

C'est ensuite la « Caisse de retraite pour les employés » qui, dotée par M^{me} BOUCICAUT, sa fondatrice, d'une somme de 5 millions prise sur sa fortune personnelle, fonctionne sans aucune retenue sur les appointements du personnel et assure à tous les employés, comptant 20 années de service et 45 ans d'âge pour les femmes, et 50 ans pour les hommes, une pension viagère de 600 francs minimum et de 1,500 francs maximum. Le capital de cette caisse s'élevait, au 31 juillet 1903, à 7,359,737 fr. 60, donnant un revenu de 251,000 francs auquel viennent s'ajouter celui des sommes prélevées sur les bénéfices, qui s'élevaient à la même date à 268,000 fr. environ.

C'est, enfin, la « Caisse des ouvriers et ouvrières » créée en 1892 pour venir en aide aux ouvriers et ouvrières du Bon-Marché. Elle est alimentée également par un prélèvement annuel sur les bénéfices et fonctionne sans aucune retenue sur les salaires. Le capital de cette caisse s'élevait, au 31 juillet 1903, à la somme de 635,270 francs.

Telle est l'œuvre humanitaire que peut accomplir une société puissante et prospère quand elle est dirigée par des hommes chez lesquels, suivant l'expression de Jules SIMON, « la tête est aussi grande que le cœur. »

Quand on analyse une institution philanthropique de cette envergure, quand on réfléchit que des institutions similaires se trouvent, toutes proportions gardées, dans la plupart de nos grandes entreprises industrielles et commerciales, on peut soutenir avec une légitime fierté, que l'industrie et le commerce français occupent le premier rang parmi toutes les nations par leur conception économique et morale de la solidarité humaine.

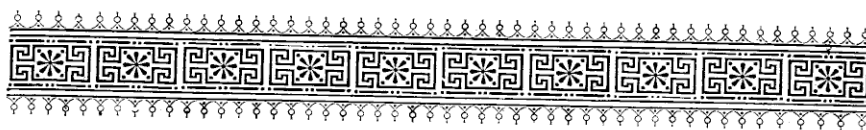
Est-ce à dire que tout est parfait et qu'il n'y a plus de progrès à accomplir dans cette voie que des esprits généreux ont si largement

ouverte ? Non certes, et il faut se garder de conclusions aussi optimistes que les faits démentent si cruellement.

Le problème social reste toujours posé, mais c'est l'honneur des hommes, dont je viens de décrire les œuvres, de lui avoir donné spontanément et dans les limites de leur action, les solutions qui étaient en leur pouvoir.

L'œuvre de demain, qui est le progrès, trouvera parmi les industriels et les commerçants français de nouveaux ouvriers prêts à poursuivre, au prix des sacrifices nécessaires, la réalisation de cet idéal de justice qui est la plus noble fin de l'humanité.





REMERCIEMENTS

Je ne saurais oublier, maintenant que ma tâche est accomplie, ceux qui ont si largement contribué, à des titres divers, à m'en faciliter l'exécution.

J'ai l'agréable devoir de leur exprimer ici toute ma gratitude pour l'obligeance et l'empressement avec lesquels ils se sont mis à la disposition du rapporteur du Groupe 61, les uns pour lui fournir tous les renseignements techniques sur les industries françaises qu'il ignorait ou qu'il connaissait imparfaitement, les autres pour lui permettre d'étudier sur place ces mêmes industries aux États-Unis.

Mes remerciements iront d'abord à notre éminent ambassadeur à Washington, M. JUSSEMAND, qui m'a fait le grand honneur de m'accorder audience à l'Ambassade de France ;

Au lieutenant de vaisseau vicomte de FARAMOND, qui remplissait à cette époque les fonctions d'attaché naval de France et qui a bien voulu me faire le plus gracieux accueil à Washington ;

A M. BŒUFVEY, notre consul à Saint-Louis ;

A M. Emile DUPONT, président de la Section française, qui me témoigna tant de bienveillance pendant mon séjour aux États-Unis.

A M. Lazare WEILER, l'auteur célèbre des "Grandes Idées d'un Grand Peuple" qui a bien voulu me remettre des lettres d'introduction auprès de M. de FARAMOND et du Directeur du "Bureau of Labour" à Washington ;

A M. GOURD, le très distingué président de la Chambre de Commerce française à New-York, qui, dans une conversation dont l'élégance était pour moi un charme de plus, a bien voulu lever pour moi un coin du voile qui recouvre les desseins mystérieux des milliardaires fondateurs de trusts ;

A M. Emile DEHESDIN, président du Groupe 61, qui m'a témoigné en

toute circonstance un si bienveillant intérêt, à tous mes collègues du Comité d'installation et particulièrement à ceux qui ont bien voulu répondre aux questionnaires que je leur avais adressés ;

A MM. MOUILBAU, BLUM et LÉONARD, membres du Jury, dont les renseignements m'ont permis de compléter la description des Sections étrangères et de rendre compte des travaux du jury ;

A MM. SCHORESTÈNE, F. DE LANGENHAGEN et PEYRACHE, pour la chapellerie ;

A MM. BROSSARD, MYRTIL, MAYER, JAVEY et DENIS, pour les articles de modes ;

CHABANNE et Auguste PETIT, pour la coiffure ;

BLUM, DEHESDIN et VIMONT, pour la lingerie ;

MAUCHAUFFÉE, VILLEMINOT, pour la bonneterie ;

HUBERT, PICARD, LIBRON, VION, M^{me} BARRÉROS, pour le corset ;

MOUILBAU et CHEVREAU, pour le tissu caoutchouc ;

TRIQUET, pour les parapluies et ombrelles ;

ANGLADE et DEBAUGE, LEPRINCE et E. BLIN (de la Maison E. DUPONT et C^{ie}), pour les boutons ;

DUVELLEROY, pour les éventails ;

A M. LUCET, co-gérant du « Bon Marché » et à M. Lucien VILLEMINOT, qui m'ont mis à même de juger les œuvres d'assistance et de prévoyance pour lesquelles leurs maisons ont été si justement récompensées ;

A MM. de MONTARNAL, architecte, et CHEMINAIS, entrepreneur du Groupe ;

A MM. les Directeurs des "Galleries Lafayette", dont un administrateur, M. LÉVY, m'a introduit auprès de plusieurs négociants américains et particulièrement auprès de la Maison RYCE et SRYX, de Saint-Louis, dont tout le haut personnel m'a été si accueillant ;

A MM. PICART et de BUSSIÈRE, de la Maison SCHORESTÈNE frères, de New-York, grâce auxquels j'ai pu visiter les Etablissements DUNLAP, de Brooklyn.

A MM. SCHMITT et BERNARD, de la maison KAISER et fils, qui m'ont fait visiter plusieurs fabriques de New-York ;

A M. Georges NEUMANN, de Luton, qui m'a introduit auprès de nombreux amis parmi lesquels je suis heureux de citer :

MM. LEVY et Fils, de Baltimore ;
John DONNAT, de New-York ;
BRODERSEN et DAY, de Boston ;
LEYSER, GREEN et C^{ie}, de Chicago ;

A M. JUDGE, de Saint-Louis ;

A MM. les administrateurs et chefs de rayons des Maisons :

RYCE et STYX de Saint-Louis ;
ROSENTHAL et SLOAN, de Saint-Louis ;
SHRUGGS VANDERVOORT et BARNEY, de Saint-Louis ;
MARSHAL FIELD, de Chicago ;
VANAMACKER, de New-York ;

STERNE Brothers, de New-York, pour l'extrême obligeance avec laquelle ils m'ont donné accès dans leurs magasins et ateliers.

Enfin à M. le président de la Chambre de Commerce américaine à Paris, qui en mettant la bibliothèque de la Chambre à ma disposition, m'a permis de recueillir les documents historiques et statistiques si intéressants qui ont trouvé place dans la troisième partie de ce rapport.

Je veux aussi mentionner, en terminant, les remarquables rapports de MM. Leduc (Paris, 1889), Schorestène (Chicago, 1894), Hayem et Mortier (Paris, 1900), dans lesquels j'ai puisé de précieux renseignements et dont je me suis efforcé de suivre la méthode et la grande impartialité.



TABLE DES MATIÈRES

AVANT-PROPOS	v
------------------------	---

PREMIÈRE PARTIE

Comité d'admission et d'installation.

Comité d'admission	3
Comité d'installation	9
Extrait du Rapport de M. Villeminot	11
Nomenclature des exposants par classe.	18
Allocution de M. Dehesdin	25
Réponse de M. Mermilliod	27

DEUXIÈME PARTIE

Inauguration de la Section française à Saint-Louis.

Visite de S. E. l'Ambassadeur de France au Groupe 61.

Description du groupe.

Inauguration de la Section française ; visite de l'Ambassadeur de France	33
Description du Groupe 61.	39
Classe 384. Modes, fleurs artificielles, plumes, cheveux et coiffures.	39
Classe 385. Lingerie.	43
— 388. Tissus élastiques	47
— 386. Bonneterie	47
— 390-391. Boutons, boucles.	49
— 392. Eventails et écrans	50
— 383. Chapellerie	52
— 389. Canes, parapluies, ombrelles	57
— 387. Corsets	57
Récompenses du Groupe 61.	61
Sections étrangères	69

TROISIÈME PARTIE

Section Américaine.

Les Industries du Groupe 61 aux Etats-Unis	79
Classe 383. CHAPELLERIE. — Historique	81
Le chapeau de laine	82
Le chapeau de feutre	83
Statistique	83
Visite d'une fabrique de chapeaux de feutre	84
Le chapeau de paille	86
Visite d'une fabrique de chapeaux de paille	87
Le commerce des chapeaux	91
Le Jobber' Strade	92
Le chapeau pour dames	93
Visite de fabriques de chapeaux pour dames	95
Statistique	101
Classe 384. MODES, FLEURS, PLUMES	102
Fleurs artificielles	102
Visite d'une maison de fournitures pour modes	102
Plumes	104
Statistique	105
Classe 385. LINGERIE	107
Chemises et lingerie pour hommes, femmes et enfants	107
Visite d'une maison de nouveautés en gros	108
Visite d'un atelier de lingerie	109
La lingerie aux Etats-Unis	111
Historique	111
Statistique	112
Classe 386. BONNETERIE	116
Bonneterie de coton, laine, soie, bourre de soie	116
La bonneterie aux Etats-Unis	117
Statistique	119
Classe 387. CORSETS	121
Corsets et fournitures pour corsets	121
Le corset aux Etats-Unis	122
Statistique	123
Classe 388. TISSUS ÉLASTIQUES	124
Statistique	125

TABLE DES MATIÈRES	199
Classe 389. CANNES, FOUETS, OMBRELLES, PARAPLUIES	126
Statistique.	127
Classes 390, 391, 392. BOUTONS DE PORCELAINES, DE BOIS, DE MÉTAL, DE NACRE. BOUCLES ET ŒILLETS. ÉVENTAILS. ÉCRAN	128
Le bouton de nacre aux États-Unis	128
Historique	128
Statistique	131

QUATRIÈME PARTIE

Les Industries du groupe 61 en France	135
LA CHAPELLERIE FRANÇAISE.	136
Les chapeaux de laine	136
Les chapeaux de feutre	137
Chapeaux de drap. La casquette	138
Chapeaux de soie.	139
Chapeaux de paille	140
Fournitures pour chapellerie.	149
La coiffe.	149
Les cuirs.	149
Les galons chapellerie.	150
Œuvres patronales. Organisations syndicales.	150
LES FLEURS ARTIFICIELLES.	151
LES PLUMES	156
Matières premières	156
Main-d'œuvre	158
La fourrure en plumes	158
Œuvre d'assistance et de mutualité	159
LA FANTAISIE POUR MODES	160
LES CHEVEUX.	161
LA LINGERIE FRANÇAISE	164
La lingerie pour hommes.	166
Matières premières	166
Matériel	167
Main-d'œuvre	167
Lingerie pour femmes et enfants	168
Œuvres d'assistance et de mutualité.	170
LA BONNETERIE FRANÇAISE.	171
Matières premières.	171

Matériel	173
Main-d'œuvre	173
FABRICATION FRANÇAISE DE CORSETS ET BUSCS	175
Matières premières	175
Main-d'œuvre	177
Matériel	177
Œuvres d'assistance et de mutualité	178
Corsets de détail. Corsets sur mesure	179
FABRICATION FRANÇAISE DES TISSUS ÉLASTIQUES, BRETelles, JARRE- TELLES, etc	179
FABRICATION FRANÇAISE DES CANNES, PARAPLUIES ET OMBRELLES	179
Matières premières et fournitures	180
Main-d'œuvre	180
FABRICATION FRANÇAISE DE BOUTONS	181
Bouton de nacre	182
Bouton de métal	184
Les éventails français	185
CONCLUSIONS	187
REMERCIEMENTS	193

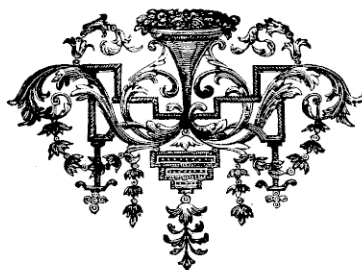


Tableau I.

Situation de l'Industrie des Chapeaux de Paille aux Etats-Unis de 1890 à 1900.

1900					1890					
Rapport % au Chiffre d'Affaires.	Montant total en Dollars.	Moyenne par Personne.	Montant en Dollars.	Nombre.	Exploitation.					
					Nombre des Etablissements					
	2.050.802			24		Nombre.	Montant en Dollars.	Moyenne par Personne.	Montant total en Dollars.	Rapport % au Chiffre d'Affaires.
					Capital					
					Frais Généraux Employés et Directeurs.					
7.03	252.410	1171.33	185.644	57		92	249.568	1238.78	363.536	6.82
					Main d'œuvre					
					Hommes au-dessus de 16 ans					
					Femmes au-dessus de 16 ans					
					Enfants au-dessus de 16 ans					
26.09	937.155	535.53	727.253	1358		2220	980.030	441.45		
		299.99	195.295	651		1121	251.661	224.50	1.249.976	23.45
		147.54	14.607	99		159	18.285	115. "		
56.85	2.042.202				Valeur des Matières employées					
					Valeur des Produits (Chiffre de Affaires)					
	3.591.940								5.329.921	52.57
										82.84
89.97										

Tableau II.

Situation de l'Industrie des Chapeaux de Feutre aux Etats-Unis en 1900.

Exploitation.		Nombre.	Montant en Dollars.	Moyenne par Personne.	Montant total en Dollars.	Rapport % au Chiffre d'Affaires.
Nombre des Etablissements	New-Jersey	59	171			
	Connecticut	58				
	Pensylvanie	20				
	New-York	15				
	Massachusetts	11				
	Autres Etats	8				
Capital	Terrains		1.501.514		16.701.308	
	Bâtiments		3.023.693			
	Matériel		3.043.261			
	Fonds de Roulement		9.132.840			
Frais Généraux Miscellaneous Expenses	Patrons et Employés principaux	726	943.998	1.300.27	3.304.733	11.88
	Administrateurs des Sociétés	76	242.734	3.193.87		
	Directeurs techniques et com- merciaux et employés	650	701.264	1.078.87		
	Loyers des Usines		95.217			
	Impôts		51.566			
	Loyers des bureaux, Intérêts, Assurances, Frais Divers		1.172.011			
	Travaux achetés à forfait (Contract Works)		97.948			
		1.452				
Main d'œuvre	Hommes au-dessus de 16 ans	13.187	7.231.777	548.40	9.119.264	32.78
	Femmes au-dessus de 16 ans	5.436	1.840.454	338.56		
	Enfants au-dessous de 16 ans	257	47.033	183. "		
		18.880				
	Valeur des matières employées				13.513.668	48.59
	Valeur des Produits (Chiffre d'Affaires)	1.882.372	Douzaines		27.811.187	
						93.25

Situation des Industries du Groupe 61
dans les principales États des États-Unis en 1900.

États.	Établissements	Capitales en Dollars	Salaires		Frais généraux non compris les profits des ventes de l'établissement	Matières employées en Dollars	Produits en Dollars
			Nombre	Montant en Dollars			
I. Chapeaux de paille.							
Illinois	48	321,489	429	213,642	56,211	479,406	951,668
Massachusetts	50	1,798,071	2,245	1,038,768	211,025	2,290,217	4,383,486
	98	2,119,560	2,674	1,252,410	267,236	2,769,623	5,335,154
II. Corsets.							
Connecticut	18	3,982,271	4,868	1,622,751	548,681	3,089,618	6,274,867
Illinois	18	531,545	1,095	244,192	93,110	462,566	1,045,327
Massachusetts	14	959,636	1,085	331,334	300,555	544,145	1,541,366
Michigan	14	1,260,883	1,489	375,618	184,260	705,982	1,702,603
Minnesota	6	30,950	36	11,015	4,267	20,009	43,850
Missouri	7	114,820	108	32,454	12,601	58,949	129,187
New Jersey	10	546,466	1,332	423,737	39,311	579,287	1,304,886
New York	74	930,479	1,524	461,307	211,945	892,271	2,000,226
Ohio	10	8,450	28	8,806	3,419	15,997	35,056
Pennsylvanie	14	78,470	157	52,152	5,271	72,003	185,010
	185	8,443,250	11,722	3,633,366	1,303,420	6,440,827	14,222,458
III. Fleurs artificielles de Plume.							
Illinois	7	16,835	22	8,015	4,107	23,826	51,320
Massachusetts	3	1,905	10	3,612	1,987	10,731	20,700
New Jersey	10	33,225	32	10,720	5,620	29,984	63,032
New York	157	2,981,273	4,109	1,251,143	331,711	2,198,956	5,016,463
Pennsylvanie	25	545,056	873	208,889	54,012	467,129	949,990
	202	3,578,424	5,046	1,572,359	397,437	2,730,626	6,101,505
IV. Modes en Défil.							
Connecticut	237	541,350	673	225,153	89,529	826,322	1,540,513
Illinois	1,372	1,768,519	2,746	769,185	272,333	2,714,603	5,541,177
Massachusetts	874	1,600,520	2,216	839,513	407,622	2,481,469	5,075,501
Michigan	315	733,729	1,086	359,247	147,923	1,160,829	2,343,306
New-Hampshire	191	410,123	341	129,073	46,207	390,027	770,379
New Jersey	203	704,220	659	241,123	91,805	761,323	1,477,305
New York	1,721	4,084,912	5,135	1,733,528	845,301	5,378,989	10,844,072
Ohio	1,231	1,697,807	2,396	603,478	352,923	2,487,632	4,756,099
Pennsylvanie	1,344	3,264,454	2,946	805,195	391,659	3,276,413	6,178,960
Rhode Island	148	388,041	368	135,823	48,312	445,207	889,704
	7,736	15,213,675	18,566	5,871,318	2,693,714	19,922,934	39,447,016
V. Modes en Gros.							
Connecticut	6	65,750	105	37,788	4,513	142,386	234,323
Illinois	26	515,521	1,517	396,003	49,590	1,041,558	2,103,124
Massachusetts	25	706,454	993	481,046	39,543	1,024,114	1,818,967
New Jersey	17	103,285	108	37,909	7,464	57,882	172,240
New York	393	7,720,991	11,274	4,031,573	1,139,227	11,102,021	21,037,782
Ohio	20	220,808	392	96,489	18,821	322,944	547,510
Pennsylvanie	41	670,499	791	301,202	83,269	792,429	1,564,008
	528	10,003,308	15,180	5,382,010	1,342,437	14,483,334	27,447,954

Situation des Industries du Groupe 61 aux États-Unis en 1900.

	Nombre des Établissements	Capital en Dollars.	Nombre d'ouvriers.	Salaires en Dollars	Frais Généraux en Dollars.	Valeur des Matières employées en Dollars.	Valeur des Produits en Dollars.
Chapeaux de laine..... (Dans tous les États) ...	24	2. 050. 802	2. 108	937. 155	185. 644	2. 042. 202	3. 591. 940
Chapeaux de feutre..... (Dans tous les États) ...	171	16. 701. 308	18. 880	9. 119. 264	1. 416. 787	13. 513. 668	27. 811. 187
Chapeaux de paille et divers. (Dans 209 États).....	610	6. 675. 227	9. 994	3. 978. 406	851. 950	8. 517. 533	17. 170. 371
Meubles artistiques et plumes (Dans les principaux États)	202	3. 578. 424	5. 046	1. 572. 359	397. 437	2. 730. 626	6. 101. 505
Meubles en gros et dentelle..... (Dans les principaux États)	528	10. 003. 308	15. 130	5. 382. 010	1. 342. 437	14. 483. 334	27. 477. 954
Meubles en détail..... (Dans les principaux États)	7. 736	15. 213. 675	18. 566	5. 871. 318	2. 693. 714	19. 922. 934	39. 417. 016
Chemises..... (Dans 209 États).....	764	16. 255. 467	26. 717	8. 784. 742	4. 400. 392	19. 431. 622	39. 823. 765
Costes et manchettes..... (Dans tous les États).....	57	10. 216. 317	17. 115	5. 658. 969	1. 128. 887	6. 012. 156	15. 769. 132
Montreterie..... (Dans tous les États).....	921	81. 860. 604	83. 387	24. 358. 027	6. 599. 865	51. 071. 859	95. 482. 566
Corsets..... (Dans les principaux États)	185	8. 443. 950	11. 722	3. 633. 366	1. 303. 420	6. 440. 827	14. 222. 458
Boutons..... (Dans tous les États).....	238	4. 212. 568	8. 685	2. 836. 238	393. 862	2. 803. 246	7. 695. 910
Canues et parapluies..... (Dans 209 États).....	246	4. 393. 339	5. 378	1. 796. 159	609. 598	8. 248. 712	13. 456. 878
Écrans élastiques..... (Dans 209 États).....	192	26. 666. 072	13. 421	5. 357. 046	2. 108. 891	22. 406. 027	36. 169. 244

Nota. — Les Frais Généraux indiqués dans ce tableau ne comprennent pas les prélèvements des États et des emplacements au Personnel employé.

Gableau IV-A

*Situation de l'Industrie des Cote et Manchettes
aux Etats-Unis en 1900.*

I. — Exploitation. II. — Détail des Matières

Tableau IV-B
employés.

II. — *Détail des Matières employées.*

	Nombre	Montant en Dollars.	Moyenne par Peronne	Montant total en Dollars.	Rapport % au Chiffre d'Affaires.
Nombre des Etablissements	57				
Certains des Etablissements					
Batiments — 2 ^e —		303,347			
Matériel — 2 ^e —		1,113,140			
Fonds de Roulement		964,363			
		7,835,467		10,216,317	
Prestans et Employes					
Sous-Prestans des Usines	508	583,087	1,147,80		
Employés		78,588			
Sous-Employés, Apprentis, Ouvriers, Pâtissiers		14,188			
Etrangers à forfait (Contract Workers)		679,829			
		363,232			
Montants au début de 16 ans	2,391	1,115,685	466,60		
Termes au début de 16 ans	14,543	4,515,856	310,50	5,653,969	35,83
Emplois au début de 16 ans	181	27,428	151,55		
Valeur des Matières employées				6,019,156	38,12
Valeur des Produits (Chiffre d'affaires)				15,762,132	
					84,80

III. — *Détail des Produits fabriqués.* Gallienus

	Quantité	Valeur en Dollars
Ciments	57,602.200	4,255,930
	3,214,901	995,907
Divers	Scieries, Bouteaux, Rubans, Fils, etc.	192,240
	Combustibles	64,862
	Liquor de force et vapeur	8,941
	Scieries	50,459
	Ciments hydrauliques (Boites, Canots, Carous, etc)	306,955
	Grands ports	199,862

III. — Détail des Produits fabriqués.		Valeur en Dollars
Céramiques	10,086,045	9,077,700
	858,868	5,864,671
Textiles	81,948	650,228
		176,533
Céramiques		15,769,132

Droits réservés au Cnam et à ses partenaires

Situation de l'Industrie de la Bonneterie aux États-Unis.

I. Détail du Matériel et des Matières employées en 1890 et 1900.

1900		1890	
Poids en Pounds	Nombre.	Nombre.	Poids en Pounds.
Matériel			
89,047	Spinning Machines (Machines à filer)	36,327	
591,871	Spindles (Broches)	389,353	
Détail des Matières employées			
17,953,907	Laines étrangères	2,734,804	
14,507,069	Laines domestiques	18,905,089	
3,446,838		21,639,393	
Filés non fabriqués dans les Usines			
10,496,592	Wetinos	6,386,370	
2,631,893	Laine	4,146,035	
5,893,215	Wetinos	10,532,405	
Coton			
181,371,369	Raw Cotton and cotton warp and Yarn (Fils de coton non fabriqués dans les usines de bonneterie)	64,681,466	
1,093,854	Chemical hair (Poils)	424,496	
3,770,626	Shoddy (Déchets non fabriqués dans les Usines)	4,735,144	

II. Détail des Marchandises fabriquées en 1900.

		Données.		Valeur en Dollars.	
Wool	$\left\{ \begin{array}{l} \text{Laine} \\ \text{Mélanges et Mélange} \\ \text{Coton} \\ \text{Soie} \end{array} \right\}$	1.176.705	$\left\{ \begin{array}{l} 2.267.681 \\ 659.959 \\ 13.275.732 \\ 186.413 \end{array} \right\}$	16.399.785	
		426.891			
		15.028.073			
		12.572			
Chemical	$\left\{ \begin{array}{l} \text{Laine} \\ \text{Mélanges et Mélange} \\ \text{Coton} \end{array} \right\}$	939.957	$\left\{ \begin{array}{l} 1.738.535 \\ 1.384.764 \\ 7.906.945 \end{array} \right\}$	41.080.244	
		957.520			
		11.352.081			
Filés et Caleçons	$\left\{ \begin{array}{l} \text{Mélanges et Mélange} \\ \text{Coton laine} \\ \text{Coton coton} \\ \text{Soie ou Mélange de Soie} \end{array} \right\}$	2.675.416	$\left\{ \begin{array}{l} 13.293.829 \\ 4.980.818 \\ 26.882.902 \\ 518.045 \end{array} \right\}$	45.675.594	
		1.085.046			
		12.058.431			
		54.807			
Combinations	$\left\{ \begin{array}{l} \text{Mélanges} \\ \text{Coton laine} \\ \text{Coton coton} \\ \text{Soie ou Mélange de Soie} \end{array} \right\}$	139.994	$\left\{ \begin{array}{l} 1.133.328 \\ 201.667 \\ 2.240.566 \\ 116.286 \end{array} \right\}$	3.691.847	
		9.501			
		894.632			
		12.728			
Leggings et Garters (guêtres)		71.038		248.587	
Gants et Mitaines		1.898.587		248.587	

Situation de l'Industrie du Bouton aux Etats-Unis en 1900.

I. — Exploitation.

Etablissement	Nombre	Montant en Dollars.	Moyenne par Etablissement	Montant total en Dollars.	Rapport % au chiffre d'affaires.
Grands Sociétés en nom collectif Sociétés en commandite	116 70 52	238			
Certains Bâtimens Matériel		145.960 433.368 1.310.442			
Fonds de roulement		2.323.598		4.212.568	
Propriétaires et Associés Principaux employés Administrateurs	267 339 51	296.858 76.966 219.392	875.68 1509.30 761.75		
Directeurs techniques et commerciaux et employés	238	84.279	986.578		12.85
Logers des usines		14.436			
Impôts		207.107			
Logers des agences, Intérêts, etc		88.040			
Trains à forfait (Contrat Verbs)					
Communes au-dessus de 16 ans	4.086	1.753.133	429.05		
Personnes au-dessus de 16 ans	4.131	997.827	241.50	2.826.238	36.70
Enfants au-dessous de 16 ans	468	75.248	160.95		
Matières premières		2.386.396			
Combustibles		46.665			
Loyer de force et vapeur		33.275		2.803.246	36.45
Fourneaux à usine		32.428			
Autres matières (emballage)		252.496			
Transports		52.286			
Value des Produits (Chiffre d'affaires)				7.695.910	
					86.00

II. — Détail des Produits Fabriqués.

Boutons.		Grosses.	Valeur en Dollars.
Os		297.180	137.401
Céram. (Céram.)		1.372.870	468.121
Plâtre (Composition)		2.407.319	246.410
Corne		717.047	237.874
Métal (Bronze-Cuivre)		3.713.144	739.922
— 2° — (Cuivre-Métal)		1.046.527	147.599
Plâtre (Frais Water-Plâtre - Plâtre de Rivière)		4.308.584	1.176.285
— 3° — (Céram-Plâtre - Plâtre de Mer)		4.049.452	1.951.558
Corrugé (Végétalé Ivory)		2.661.823	1.444.677
Cordes autres sortes		680.072	217.526
Boutons bruts (Blanks Water)			656.036
Valeur de tous autres produits			272.501
Total		21.254.018	7.695.910

Les boutons bruts sont décaillés dans les usines de l'Europe et terminés dans les usines de l'Est.

Les boutons bruts sont décaillés dans les usines de l'Europe et terminés dans les usines de l'Est.

Tableau VIII.

Commerce Général Français Industries du Groupe 61. Année 1903.

		Importation en francs.	Exportation en francs.
Chapeaux de Feutre de Poils		1.862.133	598.298
Chapeaux de Feutre de Laine		392.544	663.034
Chapeaux d'écorce, de fibre tressés d'une pièce		5.802.580	566.560
Chapeaux de paille cousus et remmaillés		1.554.528	7.077.357
Chapeaux de drap et Casquettes		110.660	274.911
Chapeaux de soie		9.613	68.929
Cravates pour Chapellerie		12.700.487	1.639.656
Bonneterie de Soie	Ganterie	143.065	28.800
	Tissus en pièces	110.055	28.140
	Tous autres objets	424.125	685.410
	Articles brodés	25.320	24.300
Bonneterie de Laine	Ganterie	1.181.928	29.055
	Tissus en pièces	179.670	88.635
	Tous autres objets	654.480	3.099.559
	Articles brodés	19.184	816
Bonneterie de Coton	Ganterie	1.502.125	244.800
	Tissus en pièces	1.886.016	597.870
	Tous autres objets	706.904	12.588.795
	Articles brodés	27.173	18.240
Lingerie cousue		1.755.000	17.396.000
Ouvrages de Modes		78.914	96.666.166
Fleurs artificielles		176.420	26.461.618
Cheveux ouvrés		611.800	517.464
Tissus élastiques		862.106	2.476.608
Boutons		195.449	8.803.432
Eventails	Bois, Papier, Plumes	182.265	527.956
	Nacre, Ivoire, Ecaille	6.552	264.635
Parapluies	Coton	48.570	1.450.869
	Alpaga	3.811	10.176
	Soie	117.638	248.951
Corsets	Corsets	56.253	1.509.102
	Buses	8.466	272.189

Situation de l'Industrie Générale des Etats - Unis par Périodes Décennales.

Année.	Nombre d'Établissements.	Capital en Dollars.	Nombre d'Ouvriers.	Salaires en Dollars.	Frais Généraux en Dollars.	Matières employées en Dollars.	Valeur des Produits en Dollars.
1850	128. 025	553. 245. 351	957. 059	236. 755. 434			1. 019. 106. 616
1860	140. 438	1. 009. 855. 715	1. 311. 246	378. 878. 966			1. 885. 861. 676
1870	252. 148	2. 118. 208. 769	2. 053. 946	775. 583. 343			4. 232. 325. 442
1880	258. 852	2. 790. 272. 606	2. 732. 505	947. 953. 795			5. 369. 579. 191
1890	355. 415	6. 525. 156. 486	4. 251. 613	1. 891. 228. 321	631. 225. 035	5. 162. 044. 076	9. 372. 427. 283
1900	512. 329	9. 835. 086. 909	5. 316. 802	2. 328. 691. 254	1. 028. 035. 611	7. 348. 144. 755	13. 014. 287. 498