



HAL
open science

“ Le gant, c’est fini ” Millau, Paris, USA

Manuel Charpy, Philippe Artières

► **To cite this version:**

Manuel Charpy, Philippe Artières. “ Le gant, c’est fini ” Millau, Paris, USA. *Modes pratiques. Revue d’histoire du vêtement et de la mode*, 2024, 6, p. 283-297. halshs-04869041

HAL Id: halshs-04869041

<https://shs.hal.science/halshs-04869041v1>

Submitted on 6 Jan 2025

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

« Le gant, c'est fini »

Millau, Paris, USA

- ICONO 1 Vue actuelle de la façade du siège social de la ganterie Poujade, Millau, avril 2024. Manuel Charpy.
- ICONO2 Mireille Refregiers de Millau et Jacky de Saint-Junien avant leur départ pour la tournée publicitaire américaine en 1966. Archives municipales de Millau, 51 J 68.
- ICONO 3 Vitrites de gants dans les grands magasins parisiens in *Ganterie : revue technique des industries du gant : organe de la ganterie française*, Chambre syndicale des fabricants de gants de Grenoble et des Chambres syndicales de la ganterie française, 1^{er} mars 1935, p. 121.
- ICONO 4 Page des gants pour femmes du catalogue du Printemps, 1923. Collection InVisu.
- ICONO5 Modèles de gants d'automne pour femmes, in *Ganterie : revue technique de la ganterie française*, septembre 1920, n°9
- ICONO6 *Adam, revue des modes masculines en France et à l'étranger*, 15 mars 1929.
- ICONO7 Jean Pottier, Piétonnes et piétons sur le boulevard Haussmann à Paris, 1974. Crédits La Collection / Kharbine-Tapabor
- ICONO8 Gants en laine, couverture du catalogue des 3 Suisses, hiver 1976. Collection InVisu. Archives municipales de Millau, 51 J 68.
- ICONO9 Plaquette publicitaire « Voilà ! A show of hands », notes historiques sur l'histoire du gant français, 1966.
- ICONO10 La salle de montage à la ganterie Louis Meyers & Son, vers 1920, à Gloversville, État de New York (D. R.) L'industrie du gant y décline à partir des années 1950 pour s'effondrer dans les années 1970.
- ICONO 1 MILLAU photo façade avec traces de typographie
- ICONO 2 x 2 MILLAU MIREILLE + JACKY Mireille Refregiers de Millau et Jacky de Saint-Junien, 1966. Archives municipales de Millau, 51 J 68

La jeune femme se nomme Mireille Refregiers. Elle participe à l'une des démonstrations promotionnelles du gant français aux États-Unis du 26 septembre au 3 novembre 1966. Cette équipée publicitaire parcourt 13000 miles (plus de 20 000 km), en passant par Washington, Pittsburgh, Philadelphie, New York, Boston, Chicago, Dallas, Denver, Los Angeles, et enfin San Francisco... La campagne a pour slogan : « les gants s'adaptent à la grâce des mains, affinent leur expression, expriment une délicatesse de goût, soulignent votre personnalité et vous confèrent un attrait

inégalé¹ ». Mireille Refregiers a été choisie au terme d'un casting mené par les gantiers de Millau. Couseuse, elle est ainsi présentée au public américain : « Aussi loin qu'elle se souvienne, Mireille a toujours été entourée de gants. Sa mère coud des gants à la maison et son père est coupeur de gants. Dès qu'elle a pu quitter "légalement" l'école à l'âge de 14 ans, elle s'est précipitée dans une usine de gants et est rapidement devenue une experte en couture. Rêvant de mode, elle confectionne ses propres robes, car le prêt-à-porter qu'elle peut s'offrir ne satisfait pas ses goûts et ses désirs en matière de style et de qualité. Elle aime voyager en moto et visiter les magnifiques paysages des environs de Millau. Son voyage aux États-Unis répondra à son grand désir de voyager² ». Mireille qui appartient donc au pôle aveyronnais de l'industrie du gant français est accompagnée de « Miss Amiguet » de Grenoble, elle aussi aux « magic fingers », et de Jacky Gaudy, coupeur de Saint-Junien (Haute-Vienne). Le trio représente les trois principaux sites de l'industrie gantière en France.

Au cours d'animations en matinée ou l'après-midi dans les magasins les plus prestigieux comme les plus populaires des cités visitées, Mireille, Jacky et Miss Amiguet portent les vêtements traditionnels de leur région respective, manière d'inventer une tradition et de célébrer un artisanat manuel et censé être hors du temps. Devant le public, six paires de gants sont produites et offertes à chaque session publicitaire.

L'opération, accompagnée d'une plaquette en anglais, est un succès. Soudain, l'espoir revient que le marché américain qui s'est fermé avec la Seconde Guerre mondiale puisse redevenir cet espace d'exportation de plusieurs millions de paires par an qu'il a été depuis le début du vingtième siècle et qui a contribué à la

¹ Archives municipales de Millau, 51 J 68. "The gloves fit the gracefulness of hands, Refine their expression, Express a delicacy of taste, Emphasize your personality, And bestow unrivalled attraction." (notre traduction en français).

² Archives municipales de Millau, 51 J 68. "As far back as she can remember Mireille has been surrounded with gloves. Her mother sews gloves home and her father is a glove cutter. The minute she could "legally" leave school at 14 year of age, she ran to a glove factory and soon became an expert glove sewer. Dreaming of fashion, she makes her own dresses, since the ready to wear she can afford would not satisfy her taste and impulse for style and quality. She loves travelling on a motor-bike, and visit the beautiful scenery around Millau. Her trip to the USA. will fulfill her great desire for travels." (notre traduction en français).

richesse des gantiers français³. L'industrie du cuir à Millau, qui a été l'un des fleurons du commerce de luxe à travers le monde dans l'Entre-deux-guerres, est en effet bien inquiète au milieu des années 1960.

Des agneaux du Larzac aux vitrines parisiennes

C'est à partir des années 1880 que Millau devient, avec Grenoble, la capitale de la ganterie française. À Grenoble, Xavier Jouvin a l'idée dans les années 1830, après avoir étudié des mains à l'hôpital, de les classer en 322 types et 32 tailles. Après avoir noté les correspondances entre les différentes proportions – longueurs des doigts, taille du poignet, etc. –, il fixe 7 tailles qui couvrent presque toute la population. Le gant, jusque-là produit sur mesure, peut être dorénavant produit à l'avance. À Millau, le succès est lié avant tout à la nature des matières premières et à l'économie du travail. Du fait du succès croissant du Roquefort sur les causses alentours, des agneaux sont disponibles – ils sont tués autour de l'âge d'un mois pour conserver le lait des brebis. L'eau du Tarn qui coule le long de la cité, au pied du Larzac, facilite en outre l'installation de mégisseries et de tanneries. Enfin, l'industrie du gant se développe grâce à la présence dans les fermes durant l'hiver d'une main-d'œuvre féminine peu coûteuse, soumise, non syndiquée, mobilisable pour monter et coudre à domicile, à façon, des centaines de milliers de paires. L'industrie du gant est très peu mécanisée : à côté des coupeurs – des hommes – employés qui coupent le cuir à l'aide de mains de fer (des emporte-pièces), l'essentiel des tâches de la fabrication est mené par des femmes et à domicile. Coutures, finitions, broderies, éventuellement doublures... toutes ces étapes sont faites à domicile avant un retour en atelier où le gant est placé sur une « main chaude ». Dans les années 1930, 75 % des gantières de Millau travaillent à

³ Archives municipales de Millau, 51 J 68, « Promotion USA », 1966.

domicile⁴. Dans le même temps, tanneries et mégisseries de Millau prennent une place grandissante comme en témoignent les archives des entreprises millavoises et les rapports de la chambre de commerce et d'industrie : à côté des gantières et gantiers, les chimistes, stylistes, manutentionnaires, commerciaux... se multiplient.

Il faut dire que la production est massive dès le début du XIX^e siècle. Vers la fin des années 1830, Millau produit déjà chaque année 100 000 douzaines, soit 1,2 millions de paires. Les maisons restent cependant familiales. Jonquet, Buscarlet, Guibert... ont conservé des dimensions modestes, contrairement à celles de Grenoble où E. & S. Jay et Perrin deviennent énormes, exportant, pour la première, vers l'Australie et pour l'autre vers New York et Montréal grâce à des bureaux d'exportation. À Millau, même si les entreprises demeurent de petites tailles, l'exportation joue aussi un rôle central. Dès les années 1880, près d'un tiers de la production est exporté vers les États-Unis, le reste partant vers les villes d'Europe – Paris, Londres et Bruxelles au premier chef.

En 1931, Millau vend pour le marché français 188 000 douzaines de paires mais 54 000 douzaines pour le marché américain et 14 000 pour le marché anglais⁵. Longtemps, cet équilibre perdure, même après la crise des années 1930 et la concurrence croissante de l'Allemagne, de la Belgique, de la Tchécoslovaquie et de l'Italie, et après la Seconde Guerre mondiale. En 1963, à en croire l'organisation professionnelle du gant de Millau, les 75 ganteries de Millau emploient 2000 ouvrières et ouvriers et 3 à 4000 à domicile pour vendre 322 000 douzaines en France et 73 000 douzaines vers l'étranger.

Les plus petites maisons utilisent des représentants, notamment à Paris. « Pour écouler, écrit-on en 1931, leurs produits les petites ganteries (qui emploient moins de dix personnes) utilisent un

⁴ L.-E. Courrier, « La ganterie à Millau », *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest. Sud-Ouest européen*, 1934, 5-1, p. 110-120.

⁵ *Ibid.*

représentant qui, en travaillant pour une maison de mode ou autre, s'occupe de placer cet autre accessoire du vêtement : le gant. Plusieurs petits patrons livrent leur production à de grandes ganteries qui leur passent commande pour une forme particulière de gant qu'un client réclame en quantités assez faibles. Ce sont les gantiers de cette dernière catégorie qui, une fois lancés travaillent à leur compte et deviennent les fournisseurs attirés de tel ou tel magasin de Paris⁶ ». À Paris, les fabricants utilisent non seulement des représentants en mode mais aussi les réseaux des Aveyronnais qui ont émigré vers la capitale pour y ouvrir brasseries et débits de boissons sur les boulevards, et qui deviennent des personnages installés.

Pour les maisons plus importantes, les acheteurs commandent en masse à Millau. Les grands magasins sont des vitrines pour cet accessoire aussi inutile qu'indispensable. Alors qu'ils encombrant les petites boutiques, ils font l'objet de déploiements extraordinaires au Printemps ou aux Trois Quartiers.

ICONO 3

Ganterie : revue technique des industries du gant : organe de la ganterie française : édité sous les auspices de la Chambre syndicale des fabricants de gants de Grenoble et des Chambres syndicales de la ganterie française, 1^{er} mars 1935, photographies de vitrines de grands magasins parisiens, p. 121.

Les vendeuses parisiennes, interrogées dans une étude en 1974, se souviennent des vitrines encore mirifiques dans les années 1950 et quelques-unes tentent de maintenir la tradition. M^{me} Guéronic qui s'occupe de l'achat des gants pour la boutique Franck & fils, dans la très bourgeoise rue de Passy, déclare : « Ici, nous avons une exposition de gants dans des vitrines toute l'année ; [...] on essaye de varier et on en expose beaucoup ; on essaye de faire des ensembles et des assortiments avec des sacs, des chaussures, des tenues entières⁷ ».

⁶ L.-E. Courrier, « La ganterie à Millau », *Revue géographique des Pyrénées et du Sud-Ouest. Sud-Ouest Européen*, 1934, 5-1, p. 116.

⁷ Archives municipales de Millau, 51 J 37, « Situations et perspectives du marché du gant. Annexe : compte rendu des entretiens avec la distribution », Promogant, COFREMCA-TBWA, 1974, entretien avec M^{me} Guéronic, Franck & fils, rue de Passy, Paris, p. 53.

« Le pyramidion de l'obélisque social »

Le grand chambardement vestimentaire de la Révolution française n'était pas le gant ; il devient au contraire, à mesure que le vêtement bourgeois se règle, un accessoire désormais incontournable⁸. Dès 1830, Balzac publie dans *La Silhouette*, une « Étude de mœurs par les gants »⁹. Dix ans plus tard, *Le Figaro* synthétise : « les gants sont le criterium de la civilisation. Ils sont l'expression de la somme des progrès obtenus par l'humanité pendant dix-huit siècles de travaux. C'est le pyramidion de l'obélisque social. Le gant a atteint l'apogée de la gloire ; il est au zénith de la renommée, il ne peut plus que décroître, et le monde touche à son déclin. À l'heure où nous écrivons ces lignes empreintes de sagesse, le gant gouverne la société ; c'est son étoile, son phare, son raga. Jadis on jugeait les hommes sur l'apparence [...]. Maintenant on regarde les gants de l'inconnu, et ses gants révèlent son passé, son présent et son avenir à ceux qui ont l'intelligence des sciences palingénésiaques¹⁰ ». Le critique s'inquiète même du fétichisme qui se développe chez les dandys anglais : « Deux gentilshommes anglais viennent de proclamer la charte qui doit régenter à l'avenir le monde *fashionable*. Désormais pour obtenir le grade de lion, pour passer dandy, il est indispensable de se soumettre à la consommation quotidienne de gants décrétés par les autocrates de la *fashion*.

Voici cette charte, telle que lord Wilmore et lord Dudley, l'ont octroyée :

Un fashionable doit consommer neuf paires de gants par jour, savoir ;

Une paire de gants chamois pour fumer un cigare ;

Une paire de gants de daim pour courir le cerf ;

Une paire de gants de castor pour chasser le renard.

⁸ Voir Philippe Perrot, *Les dessus et les dessous de la bourgeoisie. Une histoire du vêtement au XIXe siècle*, Paris, Fayard, 1981.

⁹ 9 janvier 1830.

¹⁰ « Jaunes ou gris, blancs ou noirs », *Le Figaro*, 13 septembre 1840.

Une paire de gants d'agneau pour manger une côtelette de mouton.

Une paire de gants fourrés et rembourrés pour ferrailler.

Une paire de gants glacés pour se parer du froid.

Une paire de gants de Suède pour conduire une Paméla à Greetna-Green.

Une paire de gants blancs pour aller au rendez-vous le soir.

Une paire de gants paille pour incendier le cœur des belles.

Le monde est averti. L'humanité en peau de chevreau marchera à la conquête de l'avenir, chaque jour la main fera neuf fois peau neuve [...]. L'univers aura pour enseigne un énorme gant multicolore planté sur le pôle au bout d'un mât de cocagne ». Marque efficace du statut social, pour les hommes le gant « beurre frais », en peau de chamois – une peau d'agneau chamoisée produite notamment à Millau –, est le plus salissant possible. L'homme qui le porte ne travaille pas à l'évidence de ses mains, ne touche rien du monde extérieur comme l'a noté dès 1899 Thorstein Veblen¹¹.

Pour les femmes plus encore, les mains abîmées signent des ouvrières ou des domestiques – à qui l'on demande dans les riches maisons de porter gants blancs. Sortir gantée pour la bourgeoisie, c'est, comme le souligne une contributrice de l'hebdomadaire illustré *L'Art d'être jolie*, le moyen de « garder vos mains fines et blanches »¹². La mode du gant tient aussi à ce qu'il participe de la sensibilité nouvelle de l'hygiénisme. Les gants protègent des miasmes de la ville industrielle, des contacts non souhaités dans la foule qui se presse sur les boulevards.

Le gant est aussi un objet de mode car, comme le souligne une chroniqueuse dans *La Femme* en 1894, si chacun de nos vêtements a une utilité immédiate et incontestable, « les gants seuls font exception à la règle, et, chose bizarre, raisonnement

¹¹ Thorstein Veblen, *Théorie de la classe des loisirs*, Paris, Gallimard, 1970 (1899), p. 12 et sq.

¹² *L'Art d'être jolie : publication hebdomadaire illustrée, sous la direction de M^{me} Liane de Pougy*, n°2, 6 août 1904, p. 20-21.

absurde en apparence ! Il y a une foule de circonstances où les gants ne sont jamais plus indispensables que lorsqu'ils sont inutiles, et ne sont jamais plus inutiles que lorsqu'ils paraissent indispensables¹³ ».

[ICONO 4 Printemps]

Les grandes maisons s'y mettent. Reine Bontoux en 1935 constate non sans satisfaction, dans un article dans le journal professionnel de la ganterie, que toutes s'accordent sur un point principal : le port du gant de peau à toute heure de la journée. « Les tailleurs "sport", écrit-elle, sont encore partout à l'honneur et nous avons vu des ensembles en lainage fantaisie, des pieds de poule, des jerseys, dont les jupes droites et les vestes courtes s'accompagnaient d'une ceinture de cuir à large boucle et de gants saxe en chevrette, cousus sellier, du même ton brun que les chaussures et le sac. [...] La mode d'après-midi offre cette année, suivant les couturiers, un contraste saisissant par la forme des robes qui sont tantôt collantes par des plis plats, tantôt d'une largeur démesurée. [...] Sur les tailleurs foncés l'on porte beaucoup le gant clair et sur les robes claires le gant foncé ; ce dernier, en chevreau noir par exemple, s'orne parfois au poignet d'un vrai bracelet de fleurs blanches que nous retrouverons sur le corsage, à l'encolure, et autour de l'immense chapeau. [...] Cependant pour nos blouses "chemisier" nous adopterons le col empesé, genre garçonnet, que l'on peut porter dans tous les tons pastels : bleu pâle, rose, vert nil et blanc ; pour ceux-là alors il est une sorte de gant dont la main est en chevreau et le poignet en tissu fortement empesé, tels les manchettes d'homme. »¹⁴

[ICONO 5 Ganterie : revue technique de la ganterie française, septembre 1920, n°9]

Ainsi la main est-elle un élément central de la féminité à la Belle époque et les habiller une marque de distinction. Sur les scènes des music-halls, le gant n'est pas que l'apanage d'Yvette Guibert avec ses longs gants noirs ; il devient un accessoire pour les

¹³ H. Audeval, « Les Gants », *La Femme*, 1^{er} août 1894, p. 115.

¹⁴ Reine Bontoux, « Le printemps, la mode et les gants », *Ganterie : revue technique de la ganterie française*, mars 1935, 17^e année, n°3, p. 147 et sq.

chanteuses et les danseuses. À partir de la fin des années 1920, le cinéma hollywoodien comme allemand s'empare du gant ; impossible d'imaginer une actrice sans gants ni chapeau. À l'écran, il est érotisé pour les femmes – songeons par exemple à Rita Hayworth gantée dès les années 1930. Pour les hommes, il fait désormais partie de la panoplie de l'homme moderne – qu'il soit d'ailleurs gentleman-sportsman international ou *gangster* désireux d'échapper à l'identification par empreintes digitales. Le gant accompagne le développement de l'automobile, et tous les guides de bonne conduite le recommande. Il offre au conducteur un plus grand confort hiver comme été, lui garantit une meilleure sécurité et enfin, lui donne une allure sportive comparable à celle du cavalier. Il est d'autant plus distinctif qu'outre l'équitation, le gant se porte pour les excursions, le golf, le polo...¹⁵

[ICONO 6 X 2 *Adam, revue des modes masculines en France et à l'étranger*, 1^{er} juin 1927 + 15 mars 1929]

La Seconde Guerre mondiale marque un coup d'arrêt pour ce commerce largement mondialisé. Si les années 1950 laissent espérer un retour du gant, la fin de la décennie suivante voit l'industrie gantière française entrer dans une crise profonde, d'autant plus violente qu'à Millau elle fait vivre une large part de la population de la petite ville et des alentours. L'incompréhension est d'autant plus grande que les fabricants n'ont rien vu venir, trop étrangers aux nouvelles sensibilités de la jeunesse urbaine.

Crise et sondages

Une première crise du gant français surgit dans les années 1930 mais elle semble dépassée dès les lendemains de la guerre. En réalité, l'érosion de la consommation est déjà à l'œuvre chez les jeunes femmes. La chaîne du gant se révèle n'être plus en phase avec les nouvelles habitudes des jeunes consommatrices des dites

¹⁵ *Adam : revue des modes masculines en France et à l'étranger*, 1^{er} juin 1927.

« Trente glorieuses » : il faut du temps pour faire un gant et par conséquent les fabricants ne sont pas en mesure, quand un modèle rencontre du succès, de le réassortir rapidement¹⁶. Les maisons ont du mal à remettre en cause leur fonctionnement et n'adhèrent d'abord que frileusement à la publicité devenu l'outil-clé du *marketing*. Les revendeurs se plaignent de l'absence de renouvellement des modèles (« ils font tous le même modèle¹⁷ » dit l'un d'eux à un enquêteur) et les commerçant·e·s soulignent les problèmes de stockage que les gants posent : 7 tailles par modèle et trois couleurs différentes au moins¹⁸... ce qui impliquent des stocks colossaux et de nombreux invendus. Dès le début des années 1970, la crise devient manifeste : dès 1971, l'une des plus importantes maisons, celle de Jonquet, ferme son usine et fait faillite.

Les gants de peau sont par ailleurs concurrencés par ceux en tricot, moins chers et plus modernes car de fantaisie, et par les gants de vinyle imitation cuir qui arrivent du Japon, de Hong-Kong et de Corée, peu chers et plus élastiques¹⁹. On souligne la qualité d'imitation du cuir ; en réalité, c'est l'aspect plastique et plus facilement coloré du vinyle qui séduit la jeune clientèle.

Les gants de peau ne sont, par ailleurs, plus portés, ni par les mariés, ni par les communiant·e·s. Ils disparaissent, comme les chapeaux, des cérémonies. Une vendeuse parisienne interrogée en 1974 s'attriste des femmes qui « ne portent plus de gants pour sortir, même pour aller au théâtre on n'en voit plus²⁰ ». Même son de cloche en province. À Poitiers, la même année, la patronne âgée d'une petite maroquinerie s'étonne : « Jamais je ne serais

¹⁶ Archives municipales de Millau, 51 J 37, « Situations et perspectives du marché du gant. Annexe : compte rendu des entretiens avec la distribution », Promogant, COFREMCA-TBWA, 1974, entretien avec l'acheteur Madelios gants pour homme, p. 6.

¹⁷ Archives municipales de Millau, 51 J 37, « Situations et perspectives du marché du gant. Annexe : compte rendu des entretiens avec la distribution », Promogant, COFREMCA-TBWA, 1974, entretien avec la vendeuse de VOG 24, rue Tronchet, Paris.

¹⁸ Archives municipales de Millau, 51 J 37, Rapport, 1974, p. 24, 52, 58-59.

¹⁹ Archives municipales de Millau, 51 J 37, « Situations et perspectives du marché du gant. Annexe : compte rendu des entretiens avec la distribution », Promogant, COFREMCA-TBWA, 1974, entretiens avec Monsieur Dry, acheteur pour les hommes de PRISUNIC, p. 25-26, et l'acheteur d'Arguy, 76 bis rue de Rennes, Paris.

²⁰ *Ibid.*, entretien avec une vendeuse d'À la peau de porc, 2, rue Caumartin, grosse maroquinerie, vend bagages, sacs tout ce qui est cuir.

sortie sans chapeau, maintenant plus personne n'en porte, même pour sortir, même pour aller au théâtre, on ne s'habille plus²¹». Du théâtre et même jusqu'à l'église, la société avance désormais main nue.

À ces constats, s'ajoute l'augmentation des tarifs douaniers pour l'important marché américain qui a pour conséquence l'augmentation des prix de vente outre-Atlantique – « les gants de peau [ont été inscrits] sur la “liste noire” pour le “Kennedy roud” » écrit en 1968 Marcel Jonquet, fabricant de Millau et Président de l'Association confédérale et interprofessionnelle du gant, pour décliner l'invitation à retourner aux États-Unis y faire une nouvelle tournée de promotion comme en 1966²².

Au début des années 1970, devinant la catastrophe qui se profile, les gantiers de Millau commandent une étude à l'attelage COFREMCA-TBWA²³. Les deux entreprises incarnent alors le monde nouveau d'une société de consommation qui se sait fragilisée : la COFREMCA, créée en 1953, prend son essor en 1969 comme agence d'analyse des « comportements » et des « mentalités » par sondages et cherche à définir des « styles de vie ». TBWA est une jeune agence de publicité créée à Paris en 1970, par des Français et des Américains. Associées, les entreprises doivent établir le diagnostic du marché du gant et proposer des perspectives – nécessairement appuyées sur la publicité. À la manière de Sylvie et Jérôme, le couple des *Choses*, le roman de Georges Perec paru en 1965, des enquêtrices et enquêteurs sont envoyés dans les grands magasins comme les petites boutiques pour interroger vendeuses et vendeurs, responsables de rayons et d'achats, et critiques de mode sur le désamour dont le gant fait l'objet. Perec résume ce désir de saisir

²¹ *Ibid.*, « Petite maroquinerie. Dame un peu âgée, petit magasin, vend aussi des sacs, parapluies. 34, rue Gambetta, Poitiers ».

²² Archives municipales, 51 J 68, note lettre du 6 décembre 1968 de M. Jonquet, Président de l'Association confédérale et interprofessionnelle du gant à son homologue new yorkais Norman Blum.

²³ Archives municipales de Millau, 51 J 37, « Situations et perspectives du marché du gant. Annexe : compte rendu des entretiens avec la distribution », Promogant, COFREMCA-TBWA, 1974.

la société par ses consommations et réciproquement²⁴ : « il s'agissait, écrit-il, la plupart du temps, d'aller dans les jardins publics, à la sortie des écoles, ou dans les HLM de banlieue, demander à des mères de familles si elles avaient remarqué quelques publicités récentes, et c'est qu'elles en pensaient. Ces sondages express, appelés testings ou enquêtes-minutes, étaient payés cent francs. C'était peu, mais c'était mieux [...] que tous les emplois dérisoires [...] traditionnellement réservés aux étudiants. »²⁵.

Magnétophones en main, enquêtrices et enquêteurs de la COFREMCA vont à Paris, ville centrale du commerce du gant de luxe, et à Poitiers, regardée comme exemplaire d'une petite ville de province.

« Pas un n'en avait »

L'imposante enquête remise aux gantiers millavois comprend un volume conséquent de verbatims, fruits des entretiens avec les acteurs de la distribution et de la vente. Elle dévoile de façon crue, bien davantage qu'une évolution, des changements dans les sensibilités dont le gant n'est qu'une victime secondaire. À l'unanimité, les actrices et acteurs du secteur s'accordent d'abord pour reconnaître que le gant en tant qu'accessoire de la mode féminine et masculine est en très net recul au profit de ses seules fonctions utilitaires. Ils peuvent protéger du froid en hiver, d'une blessure lors de l'entretien de ses rosiers... S'ils reculent pour l'automobile, ils accompagnent le développement du sport de loisir : le gant de ski, avec la construction de stations dans les Alpes, est un produit phare mais dont la vente est très limitée dans la saison. Le Centre national du commerce extérieur lance deux enquêtes sur les débouchés possibles au Canada et en Allemagne

²⁴ Voir sur cette construction en miroir, Anthony Galluzzo, *La fabrique du consommateur. Une histoire de la société marchande*, Paris, La Découverte, 2023.

²⁵ Georges Perec, *Les Choses. Une histoire des années 60*, Paris, Julliard, 1965, p. 27.

en 1969²⁶. « La vente de vêtements de sports d'hiver, affirme le rapport, s'est accrue en RFA de 40 % de 1967 à 1968. Cette tendance continue à s'affirmer. Le gant de ski qui se vend en Allemagne, note encore le rapport, est semblable à son homologue français. Il est pratiquement toujours de couleur noire avec poignet tricot ou poignet en cuir. Il est souvent fourré tricot, toujours entièrement imperméabilisé. » Constat sans issue : le gant français n'a de chance ni au Canada, ni en RFA. La Grande-Bretagne n'est pas non plus un marché pour le gant masculin. Alors qu'il faisait partie de la panoplie du *gentleman*, un responsable du magasin Old England, boulevard des Capucines à Paris déclare : « Les gants anglais, on en a pas mal, mais c'est la même chose chez eux, la vente du gant a baissé. Il existait 20 maisons de gants en Angleterre, il n'en reste plus que deux, c'est absolument général, c'est une question de mode, ça ne se fait plus, question de vie actuelle, c'est complètement passé dans l'oubli²⁷ ».

Une clientèle masculine continue cependant à acheter des gants pour l'automobile ou la vespa... Monsieur Margarita qui se dit « vieille France » se félicite de ce maintien pour des gants faits encore en partie à Millau : « Les hommes portent pas mal de pécaris, c'est très bien porté la couleur porc²⁸ ».

Monsieur Faure, acheteur et directeur commercial des magasins Parunis, Dames de France et Radar, à Paris mais aussi à Nice, à Cannes et à Toulouse²⁹ qui s'occupe du rayon homme et qui rentre juste de Millau au moment de l'entretien déplore le « changement d'époque » « depuis la guerre, et même après la guerre ». Il l'explique par le confort nouveau : « évidemment avec les appartements chauffés, les voitures chauffées, il n'y a plus

²⁶ Archives municipales de Millau, 51 J 43, « Le marché de la ganterie de peau au Canada » et « Le marché des gants de peau en Allemagne fédérale », enquêtes réalisées par des stagiaires, Centre national du Commerce extérieur, Paris, 1969.

²⁷ Archives municipales de Millau, 51 J 37, « Situations et perspectives du marché du gant. Annexe : compte rendu des entretiens avec la distribution », Promogant, COFREMCA-TBWA, 1974, entretien avec l'acheteur du magasin Old England, boulevard des Capucines, Paris.

²⁸ *Ibid.*, entretien avec Monsieur Margarita, acheteur de gants pour hommes des grands magasins du Printemps, p. 47-48.

²⁹ *Ibid.*, entretien avec Monsieur Faure, acheteur et directeur commercial Parunis, Dames de France et Radar, p. 3.

besoin de gants ». La vie des nouveaux « cadres » se prêtent mal aux gants qui se perdent dans le mouvement du « nouveau genre de vie ». Monsieur Faure observe : « Par exemple, en allant à Millau, j'étais à Orly avec un jeune acheteur et dans l'avion pas une paire de gants, pourtant en voyages d'affaires Air-Inter ce sont des cadres et des gens qui devraient porter des gants mais pas un n'en avait. » Seul secteur qui semble tenir : le gant de moto, utilitaire et de style, mais il est de plus en plus loin de la qualité de Millau ou Grenoble, les fabricants de motos japonaises prenant le marché.

Démoder la « femme du Préfet »

Quant au marché féminin, il est sinistré. L'évidence s'impose : les femmes ont changé et changent, et avec, leur façon de s'habiller. Les jeunes n'assortissent plus gants, sac et chaussures. Le gant apparaît aux yeux des urbaines, et notamment des Parisiennes, comme « vieux jeu », porté par les femmes plus âgées et provinciales, comme le soulignent de nombreuses vendeuses, à l'image de celle du boulevard Saint-Michel confrontée à de jeunes femmes qui travaillent ou fréquentent les universités³⁰. Les plus jeunes préfèrent la ganterie fantaisie, en laine, plus conforme à l'image de la femme nouvelle. Tou·te·s les enquê·t·e·s le disent : le mot d'ordre est la « décontraction ». Déploration chez de nombreux vendeurs. Même dans les quartiers les plus chics où les femmes dépensent d'importantes sommes en sacs à main et foulards, elles « portent ce qu'elles veulent maintenant, on ne suit pas la mode de très près, on s'habille d'une façon décontractée et le gant ça ne va pas du tout avec cette mode-là³¹ ». Une vendeuse qui se dit elle-même de la « vieille école », dans le magasin parisien de chaussures Pinet qui longtemps vendait des gants assortis au cuir des chaussures, déclare : « En fait on n'en porte plus, vous savez bien, avec cette mode de nu-pieds, de pantalons,

³⁰ *Ibid.*, entretien avec Carina, lingerie, 50 bd Saint-Michel, Paris.

³¹ *Ibid.*, entretien avec le vendeur du magasin de chaussures Bally, rue de PASSY, 16^e, Paris.

de décontracté, il n'y a plus de gants. Moi personnellement j'aime les gants mais je suis de la vieille école, les femmes n'en portent plus ; même quand on s'habille un peu, on voit facilement des femmes dans un cocktail qui n'ont pas de gants. On oublie. Finalement, on a oublié le gant³² ». Faure, le puissant acheteur pour les magasins Parunis, Dames de France et Radar assène : « Le style de vie actuel est décontracté et ce n'est pas comme le gant qui est astreignant, contraignant et il faut le mettre ; c'est un vestige ancien comme la cravate, il y a une chute importante dans la cravate, on n'en porte plus, il y a une baisse de 10 à 17 %. Tout se supprime avec la mode actuelle, plus de cravate, plus de gants ; on arrivera à ne plus porter un article comme le soutien-gorge, parce que le style est décontracté³³ ».

[ICONO 7 ICONO PARIS, BOULEVARD HAUSSMANN - Stock Photos, Illustrations and Images - Album Crédits : Album / Jean Pottier/KHARBINE-TAPABOR]

La déploration est récurrente chez ces vendeuses et vendeurs qui voient leur monde s'effondrer : la décontraction de la jeunesse en est la cause, et implicitement, cette nouvelle jeunesse bercée par la culture américaine d'une part et marquée par mai-juin 68. Si les femmes défilant pour De Gaulle sur les Champs-Élysées le 30 mai 1968 portent volontiers des gants, ce n'est pas le cas des insurgées du quartier Latin.

La nouvelle liberté dans les goûts et les modes déboussole le marché. « Les femmes, dit la vendeuse de Carina lingerie, boulevard Saint-Michel, s'habillent un peu comme elles veulent, [...] on cherche une mode confortable, pratique. Pour relancer le gant, en ce moment ça ne va pas du tout. On porte tellement de pantalons, toutes les femmes sont en pantalon, ça ne va pas du tout avec. Si on revient à la jupe ce serait sûrement mieux comme complément du gant... Pourtant on a bien essayé de supprimer le pantalon, finalement c'est tellement pratique que les femmes font ce qu'elles veulent. Même ici dans ce quartier où on ne suit pas la

³² *Ibid.*, entretien avec le vendeur du magasin de chaussures Pinet, Paris.

³³ *Ibid.*, entretien avec Monsieur Faure, acheteur et directeur commercial Parunis, Dames de France et Radar.

mode des grands couturiers, les jeunes ont des idées comme ça, du moment que c'est rigolo elles le portent »³⁴. Elles « font ce qu'elles veulent ». Un vendeur, lassé, dans une maroquinerie du Faubourg Saint-Denis qui a arrêté le gant, résume : « Le gant est quelque chose d'habillé ; autrefois quand on allait à un mariage, à une soirée, on portait des gants, de mon temps toutes les femmes portaient des gants. Maintenant quand on sort, qu'on veut s'habiller, on met une jupe paysanne, un pantalon et on ne met pas de gants. Actuellement on s'habille sport, on met des sabots, des jeans, on ne va pas mettre des gants³⁵ ».

Sabots, jeans, jupe paysanne, pantalons... le bouleversement de la garde-robe emporte le gant. De fait, comme en contrepoint, le gant se charge d'une image de ringardise, de bourgeoisie provinciale figée dans une mode dépassée ou un monde compassé. Le gant renvoie ainsi une image de droite conservatrice. Dans le magasin de prêt-à-porter de luxe et de pièces de grands couturiers Pignon, à Poitiers, on confirme, : « Par exemple la femme du Préfet portera gants et chapeau, donc beaucoup de femmes de ce milieu porteront des gants et des chapeaux³⁶ ». Quelques vendeuses notent des restes de pratiques surannées : « Nous en vendons pas mal pour les mariages par exemple mais des gants en tissu » note l'acheteuse de la Samaritaine... ce qui achève de mettre hors-mode l'accessoire³⁷. « Même si les jeunes portent des gants, résume une vendeuse du boulevard Saint-Michel à Paris, elles vont chercher quelque chose qui est en accord avec leur bourse, quelque chose de nouveau, pour l'instant le gant de cuir ça fait vraiment la femme un peu âgée, démodée, classique, ce qu'on vous obligeait à porter quand vous étiez petite, comment voulez-vous faire porter ça aux jeunes

³⁴ *Ibid.*, entretien avec Carina, lingerie, 50 bd Saint-Michel, Paris.

³⁵ *Ibid.*, entretien avec le vendeur de la maroquinerie 9, faubourg Saint-Denis, « magasin moyen qui vend des articles de cuir ».

³⁶ *Ibid.*, entretien avec la vendeuse du magasin Pignon, rue Carnot, Poitiers, « boutique de luxe : prêt-à-porter de luxe, grand couturier, Dior, St-Laurent, vend aussi des chaussures et des gants ».

³⁷ *Ibid.*, entretien avec Madame Consangra, acheteuse à la Samaritaine.

? Non, l'avenir du gant de cuir moi je crois que c'est bien mal parti !³⁸ ».

D'ailleurs, relèvent plusieurs interviewé·e·s, il ne fait plus l'objet d'articles dans les magazines de mode. Sans appel, une vendeuse de Dorothée Bis, nouvelle boutique de prêt-à-porter pour jeunes déclare : « Nous on ne vend que des gants de laine. On n'a pas du tout envie de faire des gants de cuir, c'est une question de matière, ça fait trop classique, l'image du gant de cuir c'est trop « vieille France »³⁹ ».

[ICONO 8 PUB gants en laine fantaisie 3 suisses]

Le gant se perd

C'est aussi, qu'au-delà des questions de style, le mouvement même des corps change. Et le gant est réputé inadapté au pantalon, avec lequel il s'accorde mal, et incompatible avec une activité professionnelle — il faut sans cesse l'enlever et le remettre : « D'abord tout le monde travaille, note une vendeuse, tout le monde écrit, on ne peut pas écrire avec des gants⁴⁰ ». Les gants comme accessoires sont aussi très contraignants : comme le chapeau, il faut continuellement les mettre et les retirer, selon les situations sociales – ne serait-ce que pour serrer une main –, selon les lieux, les heures... Il est tantôt porté sur les mains, tantôt à la main. Conséquence : le gant se perd, qui force à une attention permanente. La « chef » du rayon Femme de PRISUNIC, boulevard Haussmann, donne l'explication : « Plus personne ne porte de gants, on les perd, je ne sais pas pourquoi on ne fait pas attention ; moi j'en porte tous les jours pour ne pas m'abîmer les mains, je les achète aussi pour assortir à quelque chose, j'en change souvent, mais on manque de finesse dans la façon de s'habiller. De toutes façons, ça fait beaucoup plus détendu, c'est la mentalité moderne, on ne veut plus de contraintes. La plupart

³⁸ *Ibid.*, entretien avec Carina, lingerie, 50 bd Saint-Michel, Paris.

³⁹ *Ibid.*, entretien avec la vendeuse de Dorothée Bis, 39, rue de Sèvres, Paris.

⁴⁰ *Ibid.*, entretien avec la vendeuse d'Arguy, 76 bis rue de Rennes, Paris.

du temps les femmes le considèrent comme une contrainte⁴¹ ». Il fait partie de tous ces accessoires avec le sac à main et le chapeau qui encombrant les femmes et régissent leurs gestes. À la rubrique des « objets perdus et trouvés » dans la presse des années 1870-1920, les gants sont partout. Dans les années 1960-1970, perdre un gant dans un taxi, un bus ou une rame de métro est si ordinaire qu'il ne fait plus l'objet d'annonces.

Illusions publicitaires

Le prolongement logique des enquêtes de la COFREMCA-TBWA associée à l'agence de publicité est l'élaboration de campagnes. La publicité du gant se fait dans la presse, par des articles payés ou des publicités. Elle se fait aussi sur le lieu de vente. À la Samaritaine, les « démonstratrices » sont encore présentes dans les années 1970 mais la crise guette. L'acheteuse du grand magasin précise en 1974 : « Ici on travaille avec démonstratrices, elles sont payées par les maisons de gants ; par exemple les gants Poujade envoient une démonstratrice deux mois par an parce que ça leur revenait top cher de laisser une démonstratrice toute l'année ; elles travaillent en novembre et décembre essentiellement. De toutes façons les gantiers sont très radins ils ne payent pas leurs filles. Mais s'ils n'envoient pas de filles, il est sûr que leur vente de gants au rayon tombera complètement, les démonstratrices [...] ont un petit fixe par la maison, elles seront payées essentiellement sur le nombre de gants qu'elles auront vendus, donc elles forceront toujours sur telle ou telle maison qui leur donneront un pourcentage intéressant⁴² ».

Mais tous les vendeurs le pressentent alors, c'est tout un imaginaire qu'il faut infléchir. L'acheteur de Madelios pense qu'il faudrait jouer sur la peur hygiénique : « Car comme on fait toujours comme tout le monde, déclare-t-il, on se protégerait dans

⁴¹ *Ibid.*, entretien avec le « chef de rayon Femme de PRISUNIC, boulevard Haussmann (entretien téléphonique) », p. 33.

⁴² *Ibid.*, entretien avec Madame Consangra de la Samaritaine, p. 36-41.

le métro, il y a toujours 50 % de malades dans le métro. Porter l'accent sur ça et faire penser aux gens que le gant est un moyen de se protéger contre la saleté ; [...] par ce biais-là on peut toucher les jeunes ça irait tout seul par une publicité bien faite. »⁴³ Mais même ce « monsieur âgé très vieille France et traditionnel » comme le note l'enquête, croit en la puissance de la publicité pour susciter du désir. L'homme en est convaincu : « il faudrait stimuler les jeunes ; si par exemple on voyait Johnny Halliday avec des gants, des acteurs de théâtre, de cinéma qui se dégagent, comme publicité ça marcherait. Si on touchait seulement 5 personnes par salle de cinéma vous vous rendez compte ce que ça serait formidable ! ». L'organisation professionnelle du gant comme celle des gantiers de Millau lancent plusieurs campagnes de publicité et des prospectus soigné, emboutissages de carton à la manière des découpes de gants. [ICONO 9 GANT découpé] La publicité ne suffit pas à réformer les imaginaires et les nouvelles manières de se comporter. Il n'y a alors que la prophétesse du magazine *Elle*, Brigitte de Perinof chargée de la rubrique mode, qui annonce la renaissance du gant : « actuellement, il y a une très nette tendance [...] à reporter du gant, malgré ce temps d'arrêt ; la mode ça tourne, je suis sûre que l'hiver prochain les femmes vont reporter des gants ; en tous cas on en présente dans toutes les collections avec les jupes et les robes. C'est le renouveau du féminin, le gant en fait partie. C'est une mode plus souple, enfin il y a beaucoup plus de jupes, les pantalons c'est terminé. Alors le gant va très très bien avec ça⁴⁴ ».

Conclusion

La prophétie ne s'est pas réalisée. En 2024, après la fermeture de toutes les usines, les gants et les mains chaudes sont sous vitrine au musée municipal et les Millavois célèbrent la patronne des gantiers, Saint-Anne, en vêtements folkloriques et au son de

⁴³ *Ibid.*, entretien avec l'acheteur de Madelios, gants pour homme, « Monsieur âgé très vieille France et traditionnel », (non paginé).

⁴⁴ *Ibid.*, entretien avec Brigitte de Perinof « Chargée du service « mode » d'ELLE » (non paginé).

l'accordéon. Quant à la parole ouvrière, elle fait l'objet d'une mémoire vivante, enregistrée à l'aide de magnétophones dès les années 1980 par l'Association pour la promotion des métiers et des cultures populaires⁴⁵. Femmes et hommes interviewées évoquent le monde du gant et le monde ouvrier, engloutis ensemble. Alors que les usines ferment, toutes et tous se souviennent de la grève des ouvrières et ouvriers d'usine de 1935 qui a duré 5 mois, réprimée par la gendarmerie, et à l'issue moins favorable que la grève de 1923 où la CGT arrive à imposer les premiers congés payés. Elles et ils se souviennent de la pauvreté, du travail à domicile, des vendanges... et du gant, comme seul horizon ou presque. On y découvre que Mireille, en tournée publicitaire aux USA en 1966, suit les traces d'autres ouvrières, parties dès les années 1910 travailler à Gloversville, la ville du gant aux États-Unis. En 1982, M^{me} Pradeille, née en 1892 à Millau, se souvient de sa sœur cousant des gants, de leur départ et de leur installation dans un village où réside une colonie millavoise, à 7 km de Gloversville. « Ma sœur aînée, se souvient-elle, ne cousait que des petits gants pour enfants (on gantait les enfants à l'époque !). Il faisait froid dans la région où nous étions, située à égale distance de New York et de la frontière canadienne. Le jour où j'ai quitté cet atelier, en dix heures de travail, je pouvais faire quatre à cinq douzaines de fermage, plus le pouce. [...] Ma sœur cadette laissait le ménage à Louise, elle préférait faire des gants. Elle gagnait plus que certains hommes, toujours en dix heures de travail par jour. [...] Quand les gens de Millau arrivaient aux États-Unis, ils ne connaissaient pas un mot d'anglais. On se formait sur place. On apprenait l'indispensable. Quand on allait dans un magasin, on suivait quelqu'un qui parlait un peu mieux que nous et on répétait. [...] Quand on connaissait les Français, on nous faisait bon accueil, nous avions bonne

⁴⁵ Les bandes audio sont déposées au Musée de Millau. L'association « La main chaude » mène par ailleurs un travail important d'édition d'une revue au titre éponyme qui fait l'histoire ouvrière de Millau et en particulier dans la ganterie.

réputation. On savait bien que nous travaillions bien⁴⁶ ».

Toutes et tous, pourtant, assistent à la fin du gant : d'abord le recul massif des exportations, notamment vers les États-Unis, puis l'érosion du marché français. En 1982, Veyssière, ouvrier du gant se souvient : « Parfois, les patrons envoyaient des ouvriers former des apprentis à l'étranger, en Amérique, en Afrique. Maintenant, on n'exporte plus. On importe. Mais ce qui a tué Millau, c'est qu'on ne porte plus de gants. Les conséquences ont dépassé la ville, et touché toutes les campagnes des alentours où le travail des femmes était un appoint très intéressant. [...] D'abord les commandes passaient par des "entrepreneuses" qui au passage prenaient leur dime. Et puis pour les syndicats, ces gens qui acceptaient d'être sous-payés posaient, faisaient question. Mais dans les campagnes, il n'y avait rien d'autre à faire. En gardant les brebis, faire des gants c'était un apport d'argent. » Et de tenter une explication, comme en écho aux vendeurs et vendeuses parisiens : « Les causes de cet effondrement sont vraiment multiples, la voiture a joué contre le chapeau, donc contre la toilette. La vie n'est plus la même, on était plus pauvre. La ville était plus petite. [...] C'est peut-être pour ça que les changements de mentalité qui sont partout semblables dans le monde se ressentent si fortement à Millau⁴⁷ ».

[ICONO 10] La salle de montage à la ganterie Louis Meyers & Son, vers 1920, à Gloversville, État de New York (D. R.) L'industrie du gant y décline à partir des années 1950 pour s'effondrer dans les années 1970.

⁴⁶ Monique Fournier et Michel Delmouly, *Paroles ouvrières, paroles gantières*, Millau, Association des amis du musée de Millau, 1998, p. 88 et 92.

⁴⁷ *Ibid.*, p. 120.