

## Au plaisir des catalogues

Marie-Claire Pasquier

Je m'inspire ici du titre d'Emile Zola, *Au Bonheur des dames*, sur l'ascension d'un grand magasin. Lu quand j'avais douze ans, et beaucoup aimé. Publié en 1883, mais je n'en savais rien. On m'avait dit que le roman était en partie inspiré du Bon Marché, le premier des Grands Magasins (qu'on avait d'abord appelés « les grands bazars »), qui vendaient ce qu'on appelait des « nouveautés », et qui avaient peu à peu détruit le petit commerce (ça nous rappelle quelque chose...).

Et le Bon Marché, dans ma famille, ça voulait dire quelque chose, à cause de mon arrière-grand-père maternel, Jean-Baptiste Cattelain, père de Jeanne Cattelain, ma grand-mère, qui avait épousé mon arrière-grand-mère, Albertine Panseron. La formule « épousé mon arrière-grand-mère » est malencontreuse, elle ne l'était pas encore, cette jeune personne de dix-sept ans, arrachée à un orphelinat. Jean-Baptiste Cattelain, donc, avait fait toute sa carrière au Bon Marché, dans le style de l'époque, en commençant comme commis de magasin pour devenir l'un des administrateurs : du moins c'est ce que l'on racontait dans ma famille, mais je n'ai pas trouvé son nom dans les événements marquants du Bon Marché.

Le Bon Marché : créé en 1852, sous le nom « Au Bon Marché » par Aristide Boucicaut, à partir d'une simple échoppe du même nom, mercerie qui vendait non seulement des tissus mais aussi de la literie et des parapluies. Aristide Boucicaut : beau nom anapestique (« with a leap and a bound ») qui évoque le galop : tagada tagada, et convient à un talent d'entrepreneur. L'inverse rythmique du dactylique *Christ-opher Isherwood (Adieu à Berlin)*.

Parenthèse : anapestique comme mon amoureux Olivier Burgelin qui, lui, ne l'était pas du tout, entrepreneur : plutôt un intellectuel rêveur, amoureux de La Fontaine et érotomane

à ses heures. Il m'avait envoyé une série de dessins peints, très suggestifs, ou plutôt explicites, que j'ai retrouvée récemment, dans mes archives, intitulée : « Pour ton boudoir » !

A l'époque Aristide n'était pas un nom rare, pas plus qu'Emile, Jules, ou Narcisse (nom des collaborateurs d'Aristide), ou encore Eusèbe, Pancrace ou Zéphyrin, prénoms donnés au baptême au futur Savant Cosinus. Prosper, Anselme, Alfred, Ernest, Anatole, Alphonse, Barthélémy, Amédée, Urbain, Léonce ou Fortuné n'ont pas connu de retour en grâce, pas plus même que le gracieux Joseph-Marie, (contrairement à Augustin, Désiré ou Ferdinand). La femme d'Aristide s'appelait Marguerite. Ce prénom, contrairement à d'autres, parfois simple mise au féminin d'un prénom masculin (Athanaïse, Léontine, Albertine, Julienne, Ernestine, Antoinette), est, lui, resté dans l'usage, ou même redevenu à la mode. Comme Henriette ou Pauline ou Juliette. Mais pas comme Olinde, Nélida, Agélie, Zélia, Célestine ou Célinie (troisième prénom de Blanche, la femme de Paul Doumer, mon autre arrière-grand-mère, donc, fille d'un inspecteur de l'enseignement primaire), disparues même du calendrier. On a exhumé quelques jolis prénoms d'antan, portés à la connaissance du public grâce à la notoriété des prénomées : Ludivine, Ségolène, Mazarine. Les parents peuvent aller jusqu'à inventer un prénom : je connais une Abeille !

Marguerite Boucicaut fut pour beaucoup dans le fait que cette entreprise familiale ait aussi fait œuvre de pionnière dans le domaine de la philanthropie. Dans le magasin même, on s'occupa du confort des « demoiselles » du magasin (qui remplacèrent assez vite les vendeurs afin de rassurer les maris de ces dames qui ne voyaient pas d'un bon œil leurs épouses disparaître du foyer conjugal des heures entières pour leurs emplettes...) C'est Marguerite qui créa – mais oui – plusieurs établissements, en province, pour les femmes « séduites et enceintes » ! Il y eut également un autre gage de philanthropie : l'aide aux « veuves et orphelins du Bon Marché » (comme ceux des pompiers aujourd'hui, mais leur métier est plus dangereux, en principe, que celui de vendeur). On créa des « privés » (ancien nom donné aux toilettes ou « cabinets d'aisances ») pour les employées et pas seulement pour les clientes. Certaines de ces « demoiselles » avaient une chambre au dernier étage, évitant ainsi la perte de temps et la fatigue des transports (un bon patron doit penser à tout). Elles pouvaient bénéficier de repas gratuits dans un réfectoire (on ne disait pas « cantine »). Pour éviter toute promiscuité, les commis, eux, étaient logés à un autre étage, sous les combles.

Autre version, fournie par les adversaires de l'industrialisme en pleine expansion et du capitalisme de l'époque, le Bon Marché, on ne peut le nier, en étant l'un des fleurons. Est appelée « philanthropie », disent les censeurs, ce qui n'est qu'une forme de paternalisme. On « enferme », font-ils remarquer, les employées célibataires dans des sortes de « pensions-monastères », qui permettent de les surveiller en dehors de leurs heures de service. Les primes dont bénéficient les employés ne leur sont versées qu'à leur départ à la retraite, ce qui les enchaîne à vie à leur employeur.

Fleuron du capitalisme ? En effet, très vite, Au Bon Marché a des succursales un peu partout : à Vichy, à Alger, et même au Caire.

Dans les années 1890, rappelons-le, la France est en pleine expansion coloniale, ce qui favorise le commerce jusqu'en Extrême-Orient. C'est en 1897 que Paul Doumer, quarante ans à peine, est nommé par M. Chautemps, alors Ministre des colonies, Gouverneur général d'Indochine, « dépositaire des pouvoirs de la République », véritable « vice-roi ». Pour cinq ans, c'est la règle. Et il sera le chantre, sans états d'âme, de ce que la France a à gagner à conquérir ainsi des zones d'influence politique et commerciale.

Car la France n'est pas la seule des « nations coloniales ». Elle a des concurrents : l'Angleterre, bien sûr, puis l'Allemagne. Écoutons le nouveau Gouverneur général d'Indochine : « A l'heure où les nations coloniales de l'Europe cherchent à arriver les premières dans des places encore vacantes, où elles s'efforcent de prendre leur part d'un domaine immense qui s'offre aux plus diligents, le Tonkin est, pour notre pays, une incomparable base d'opérations politiques et militaires ».

On remarquera qu'il met en avant « militaires » – pas de honte à y envoyer des soldats, pardon, des « corps expéditionnaires », pour dompter les « rebelles » – plutôt que commerciales. Certains, en métropole, il le sait bien, s'opposent à cette politique. En 1905, à la fin de son mandat, Doumer en fait le compte rendu, non sans lyrisme (il fut un temps journaliste). Il rédige alors « L'Indochine française, Souvenirs ». En ouverture, il déclare ne pas s'adresser « à ceux qui prennent quelque ombrage du chapitre d'histoire que j'ai écrit sur la terre d'Asie ». Il reconnaît, toujours lyrique, que « le Tonkin n'était pas aimé. La conquête avait coûté beaucoup de sang et beaucoup d'or. »

Doumer est mû par cet esprit d'entreprise qui caractérise aussi les grands acteurs du développement industriel et commercial de l'époque. Aussi par un esprit d'indépendance : la distance et la lenteur des transports favorisent un autoritarisme « éclairé », qui s'abrite derrière la connaissance du terrain. Il suffit d'ignorer les directives lancées par des télégrammes courroucés. Le Gouverneur général ne fera que son devoir « s'il sait s'affranchir, comme il convient, de la tutelle tatillonne, impuissante mais malfaisante souvent des bureaux de la métropole. » On ne s'étonnera pas si, à son retour en France, il s'était fait quelques ennemis...

Très vite il comprend l'importance vitale qu'il y a à développer un réseau de chemins de fer. Il s'en explique, et on ne saurait être plus clair : « C'est par lui que le sud de la Chine peut être entamé. Les chemins de fer tonkinois, s'ils valent quelque chose par eux-mêmes et pour les pays qu'ils traversent, valent surtout comme instrument de pénétration de l'Empire du Milieu. Ils peuvent l'ouvrir, au moins en partie et aux produits français et à l'influence française. »

Grâce à l'excellence de ses arguments, et à son éloquence, Doumer qui, chaque fois, rentrait en France pour plaider sa cause (un mois de voyage, à l'aller comme au retour), obtient en 1898 du gouvernement de la métropole la création du Transindochinois, grâce à un emprunt contracté par le gouvernement de l'Indochine, de deux cents millions de francs, remboursables en soixante-quinze ans. Voyons, soixante-quinze ans, cela nous mène à quand ? 1973 ! Même un administrateur avisé et entreprenant ne saurait tout prévoir ! Il s'en retournerait sa tombe, Paul Doumer, si on lui faisait connaître la Seconde Guerre mondiale, les camps d'extermination, la bombe atomique, la destruction d'Hiroshima, la guerre du Vietnam, Diên Biên Phu, l'indépendance de l'Algérie, bref, la fin des colonies et des empires coloniaux... En 1975, deux ans après la date-butoir pour la fin de l'emprunt, Saïgon devenait Hô Chi Minh-Ville !

Ce fut toute une épopée, la construction de ce chemin de fer. Elle s'effectua par tronçons, et s'étala sur des décennies, pour des problèmes techniques, mais principalement pour des raisons financières (malgré ce fameux emprunt). Il y avait quatre classes, comme pour les cabines des paquebots, de la première, grand luxe avec fumoir, wagon-restaurant et cabines-couchettes, à la quatrième où presque tous les voyageurs, malgré quelques banquettes en bois le long des parois, se tenaient debout, avec enfants, bébés, bêtes et

bagages. Pour un voyage qui, de Hanoi à Saigon, quand le train fut terminé, en 1936, prenait trois bonnes journées. Au début, pas de gares, le train s'arrêtait en rase campagne, à la demande : comme les diligences, ou les *stage-coaches* des films américains. Puis on créa des gares ou au moins des arrêts fixes aux endroits les plus demandés.

Doumer aurait-il admiré De Gaulle ? On ne le saura jamais. D'ailleurs la question n'a pas de sens. La question inverse en aurait à la rigueur davantage : De Gaulle admirait-il/a-t-il admiré Paul Doumer ?

Restera tout de même, à Hanoi, une autre initiative dont le Gouverneur général se montra légitimement fier : le Pont Paul Doumer (aujourd'hui Pont Long Biên) : long de mille six cent quatre-vingts mètres, inauguré en février 1902, il ne fut pas détruit pendant la guerre du Vietnam, mais restauré, élargi. Seuls les trains, les vélos et motos y circulent encore, mais plus les automobiles. C'est l'entreprise Daydé et Pillé qui avait remporté le marché. Les poutres d'acier arrivaient de France : fructueux marché en effet pour la sidérurgie française. Comme le soulignait Doumer, les ingénieurs étaient français, la main-d'œuvre annamite. Et l'ancien Gouverneur général pouvait conclure, toujours lyrique : « Notre génie scientifique, notre puissance industrielle ont conquis moralement une population que les armes nous avaient soumises ». « Moralement conquises » : n'oublions pas qu'on était, lors de cette rédaction, en 1905 !

Revenons à notre Bon Marché, fleuron du capitalisme. A Saigon même, il avait fait des petits, si l'on ose dire. Auguste Courtinat, fils d'un tailleur de pierres, né en 1860, qui, dès l'âge de quatorze ans, avait travaillé au Bon Marché, alla fonder à Saigon, à vingt-quatre ans, sur le modèle du grand magasin de la rue de Sèvres, le « Bazar saïgonnais », devenu par la suite la maison A. Courtinat & Cie : au coin de la rue Catinat (devenue la rue Tu Do, pour qui la chercherait) et de la rue Amiral Dupré (aujourd'hui Dong Du). La sœur d'Auguste ayant épousé un agent des douanes affecté à Saigon, c'est elle qui lui donna l'idée. Le bureau d'achats était à Lyon, et l'un des fournisseurs de Courtinat était François Revel, célèbre par ses parapluies qu'il vendait dans le monde entier, surtout les pays où il pleut beaucoup ! C'est là qu'Auguste trouva sa femme, Caroline née Créniault qui, telle Marguerite Boucicaut, fut très active dans le développement du magasin. Son frère aîné, Joseph Créniault, devint un associé d'Auguste. Les affiches de Revel étaient en tôle métallique, résistant ainsi à l'eau ! Le magasin tint bon longtemps, grâce aux enfants et petits-enfants et fut finalement racheté en 1958 par le

gouvernement de la République du Vietnam ; il devint alors un hall d'exposition et d'artisanat vietnamien, avant d'être détruit en 1998 pour faire place à l'Hôtel Sheraton.

Les premières publicités disent « alimentation, cigarettes impériales, tissus en tous genres, hydroglisseurs ». (C'est quoi, un hydroglisseur ? « une coque planante à grande vitesse ! » Ah bon... Précieux pour un fleuve qui connaît des périodes de « basses eaux », un delta boueux et des canaux ou « arroyos » difficilement navigables). Plus tard, chez Cortinat, autre genre de spécialisation, qui fait hausser les sourcils : « ses chemises, ses cravates, ses pyjamas, ses robes de chambre ». En 1934 : « le plus beau salon de parfumerie de tout l'Extrême-Orient ». (Exclusivité Elizabeth Arden). Puis la Maison sera représentante pour le sud-Vietnam des Galeries Lafayette et des Etablissements Léviton. En 1931, un « comprador » (intermédiaire autochtone) part avec la caisse... En 1935, la S.A. affiche un capital de quatre millions de francs. Malgré un concurrent, créé plus tard, les Grands magasins Charner, qui rend le commerce plus problématique, sans l'affecter vraiment. C'est en 2014 seulement que le bâtiment qui abritait les magasins Charner sera détruit, pour faire place à une tour de quarante-cinq étages.

Au Bon Marché rachète à Paris, en 1924, le grand concurrent, le « Palais de la Nouveauté » (Etablissements Dufayel), qui risquait de lui faire de l'ombre... Même si, situé Boulevard Barbès, celui-ci s'adressait, au départ, à une tout autre clientèle, se vantant d'être « le temple de la consommation populaire ».

Ces Etablissements Dufayel, ouverts en 1856, on découvre avec étonnement et admiration leur épopée fabuleuse, car ils sont moins connus aujourd'hui, forcément, que le Bon Marché. Leurs principaux bâtiments, près de la Goutte d'Or, ont en effet été, au cours des âges, soit détruits, soit transformés, même si leurs somptueuses, pompeuses façades ont parfois été conservées au titre de témoignages de la dite « Belle Epoque ». Leur devise auto-proclamée : « Les plus vastes et les plus beaux du monde dans leur genre ». On remarquera la modération assumée du « dans leur genre » ... La façade monumentale du bâtiment principal était ornée d'un groupe sculpté : « le Progrès entraînant dans sa course le Commerce et l'Industrie, sous le regard protecteur de la Science et de l'Art ». A l'antique, le Progrès était dans un char tiré par deux chevaux. Certains ont dit « par des lions », mais j'ai bien regardé : ce sont des chevaux. Un phare « électrique » surmontait le tout, illuminant Paris comme aujourd'hui la Tour Eiffel, pour signaler les spectacles et autres attractions.

Car, parmi les « immenses agrandissements » du Palais de la Nouveauté, on vit s'édifier un véritable théâtre, destiné au divertissement populaire. Ce théâtre, « avec des rideaux de soie, des guirlandes en blanc et or et des miroirs immenses », permettait d'accueillir trois mille personnes. Pour voir quoi ? Des « attractions », des concerts, (musique militaire, vogue du « café-concert », du « music-hall ») et, dès que ce fut possible, du « cinématographe » (films de Lumière ou de Méliès). Des pantomimes « en ombres mimées », de la « sorcellerie noire ». Du vaudeville. On note des intitulés tels que « Les Mémoires de Mimi-Bamboche », « Fleur de Vertu », ou « Une dent et un chapeau ».

De quoi rendre jalouse la Maison Boucicaut ? Pas vraiment, car dans le quartier « chic » du septième arrondissement, les bourgeois ne manquaient pas de théâtres ou de Grands ou Petits « Palais » (inaugurés à l'occasion de la Grande Exposition universelle de 1900) pour leurs distractions, surtout s'ils voulaient bien traverser la Seine. Un grand hôtel de luxe comme le Lutétia, initiative des Boucicaut, était plus approprié et plus à même d'être apprécié.

L'invention géniale de Georges Dufayel fut celle des achats à crédit ou, comme on disait à l'époque, « à tempérament ». Georges Dufayel, ou « le Napoléon des achats à crédit ». Des receveurs allaient au domicile des clients collecter les sommes dues. Un exemple : sur les affiches publicitaires (sur tous les murs de Paris) on annonçait « Vélocipèdes de tous systèmes, vendus par abonnements et au comptant ». Dufayel avait aussi créé, autre idée géniale, « une grande piste gratuite pour les clients ». Côté équipages, imaginons un magasin où le premier étage était occupé par les écuries – quatre salles, donnant sur une large galerie, et pouvant loger jusqu'à cent-vingt percherons, connus pour être le plus fiable des chevaux de trait. La formule « écurie de commerce » était la formule consacrée, pour la distinguer du haras, destiné aux champs de courses, ou du rôle premier du cheval, son rôle militaire, en France comme ailleurs : que serait un champ de bataille sans ses chevaux, *My kingdom for a horse* !

A mi-étage, un bassin où les bêtes pouvaient se rafraîchir. Le tout entretenu dans l'ordre et la propreté par des escouades de palefreniers, portant la casquette de la maison : ces grands commerçants avaient tous compris l'importance de l'uniforme pour imposer à leurs employés une discipline quasi militaire – et faire, du même coup, la « réclame » de leur entreprise. Et les voitures ? Garées dans une remise, au sous-sol, avec un monte-charge qui permettait de les faire accéder au rez-de-chaussée. En cas d'incendie, les chevaux auraient été évacués par une sortie de secours, de plain-pied avec la rue.

Au moment des grandes fêtes religieuses, Pâques, Noël, ou à la saison des premières communions, Dufayel faisait distribuer des images pieuses : par exemple le Sacré-Cœur : les « pauvres », comme les appellent alors nos grands commerçants, sont censés adorer ça. Rappelons que Boucicaut consentait des rabais aux ecclésiastiques : dans le quartier, autour de Saint-Sulpice, ils étaient nombreux – et bons clients. Mais rappelons aussi que ce sera La Belle Jardinière, créée en 1854, deux ans après le Bon Marché (« vêtements confectionnés et sur mesure ») qui se spécialisera dans les « vêtements ecclésiastiques » et les « ornements d'église ».

On a presque honte de répéter les paroles du « philanthrope » Georges Dufayel – si elles sont exactes : « Moi, messieurs, je ne travaille qu'avec les pauvres. Vous ne pouvez pas imaginer ce qu'il y a d'argent chez ces bougres-là ! » On se croirait dans la scène finale du film de Chabrol, *Masques*, où l'animateur de télévision, démasqué, déclare tout à trac sa haine pour son public de vieillards qui l'adorent et croient à sa bonté ! Sublime Philippe Noiret.

Au moment de l'apogée de ses magasins, si j'en crois mes sources, Dufayel avait plus de quatre cents succursales... Ses voitures de livraison circulaient dans Paris, il avait créé sa propre agence de publicité, « L'Affichage national Dufayel », et acquis le droit de couvrir de ses affiches les murs et les palissades de Paris. Il avait son catalogue, *L'Indicateur Dufayel*, et pratiquait, en pionnier, là encore, les sondages. Certains ont dit que Dufayel s'était suicidé, d'autres qu'il était mort de pulmonie foudroyante, le 28 décembre 1916 : *sic transit gloria mundi*.

En 1927, acquisition par le Bon Marché de « Au Gaspillage », à Toulouse, (l'appellation existe encore en Corse), de « Priminime » ailleurs (tous ces ancêtres de Monoprix ou autres « Prisunic » ou « Franprix », dont les enseignes marquent encore les origines). On ne pense pas « pas cher » quand on lit « Au Bon Marché », pas plus qu'on ne pense à une belle Irlandaise quand on achète un « Larousse », alors qu'on rit de « Au Gaspillage » ou de « Priminime », ou même de l'ancien « Au Gagne petit » (noble bas-relief au 23 avenue de l'Opéra...) On sourit du clin d'œil parodique du magasin discount « Au troifoirien ». Si l'on veut rire vraiment, il suffit d'ouvrir *Le Figaro* du 21 mai 1931, (ou son fac-similé,) qui relate un grand banquet aux frais du Bon Marché, à l'Hôtel Lutétia (lui-même créé pour faciliter le logement, tout près des magasins, de la noble clientèle de province, des fournisseurs, des commanditaires, etc.).

On lit dans le journal qu'il y avait « plus de six cents convives », dont le Ministre du commerce, Louis Rollin, et le Maréchal Lyautey lui-même qui, en hôte courtois, revendiqua le titre de « plus ancien client du Bon Marché ». L'article conclut : « Un brillant concert termina cette soirée familiale » !

Revenons à la vision bienveillante, voire hagiographique. La vérité n'est pas entre les deux, il serait plus juste de dire que les deux coexistent, c'est une question de point de vue. Autres initiatives nouvelles pour l'époque : prix fixe, affiché (et plus « à la tête du client »). Entrée libre : on voit encore, avec surprise, cette mention à l'entrée de certaines boutiques, anachronisme involontaire. Les commerçants voyaient avec méfiance entrer des inconnus dans leur boutique. Mais comment vendre si les clients n'entrent pas dans votre boutique ? Dilemme. Événements saisonniers : pour meubler la période creuse d'après les fêtes, « La Grande exposition du Blanc » ou « La Saison du Blanc » (linge de maison à prix promotionnel), qui attirait des foules. Mais, avant cela, « les Etrennes » : exposition pendant tout le mois de décembre. Une période de l'année où l'on dépense sans compter, avec l'excuse de faire des cadeaux de Noël.

Au Bon Marché, en février, à nouveau période creuse, d'où la « foire des gants et des dentelles » ! A chaque nouvelle saison, pour écouler les invendus et renouveler les stocks, des « nouveautés » annoncées avec, déjà, des soldes et promotions, devenues pratique courante. Surtout depuis que fut établie la coutume de la « mode de saison ». L'initiative en revient, dit-on, au couturier du XIXe siècle d'origine anglaise Worth, qui créa, avec la « Maison Worth » la notion de « haute couture » et inventa les collections saisonnières – d'automne-hiver ou printemps-été. On invitait clairement les femmes à changer périodiquement, bien avant l'usure, leur garde-robe, sous peine de n'être plus au goût du jour, suprême humiliation pour une élégante... Voilà comment on retrouvait les domestiques du beau monde portant les toilettes de l'année précédente de leur maîtresse...

Et puis, comme le dit fort bien Zola : « Conquérir la mère par l'enfant ». L'enfant, bichonné, qu'on traîne avec soi comme alibi. Même en ville, c'est encore la vie domestique... A l'intention des enfants, Boucicaut crée des « images-réclames » ou chromos publicitaires que l'enfant va adorer collectionner. Ce sont des images de petit format (uniforme, pour qu'on puisse constituer des albums, « images et chromos, reliés toile » vendus au rayon « papeterie »). On distribue gratuitement ces images aux enfants des clientes. Avant les

ballons, autre belle invention qui a fait fortune. La publicité sous toutes ses formes : encarts dans les journaux, affiches, prospectus, à l'enseigne de « La Maison A. Boucicaut ». La publicité, pardon, la « réclame ». « Vise la réclame », chantera encore Léo Ferré : « Mon thé t'ôtera ta toux, c'est pour cent sous » ... « Mon savon ça fait des ronds, ça blanchit même le charbon » ... « Vlà les murs qui bavardent » ...

Et puis le droit au « retour », dont les clientes ont tendance à abuser, il a fallu mettre des limites : pas si le produit a déjà été utilisé. Et pas si trop de temps a passé depuis l'achat.

Et puis, surtout, la vente par correspondance, sur catalogue. Boucicaut ne l'a pas inventée, loin de là, mais, dès 1865, il l'applique au Bon Marché. Zola décrit fort bien l'importance du « Service des expéditions » et de la « cavalerie » (même remplacée par les « omnibus », eux-mêmes, au début, tirés par des chevaux, qui conduit les marchandises jusqu'à la gare, le train les expédiant jusqu'aux clientes des plus lointaines provinces. N'oublions pas qu'au départ, avant d'être automobile, et devenir l'autobus, jusqu'en 1913 un « omnibus » est « un véhicule à traction hippomobile », avec ou sans impériale, conduit par un cocher. Un danger constant dans la ville. Zola évoque, dans *Au Bonheur des dames* ces « voitures à caisse brune », « faisant le trajet de la Bastille aux Batignolles », et le jour où l'une d'elles, dont le cocher, « debout sur son siège », dut « retenir ses deux chevaux noirs qui se cabraient ».

Les catalogues, fameuse trouvaille. En plus des affiches, des « brochures dépliantes », des chromos publicitaires. Une exposition récente nous rappelle que les catalogues du Bon Marché étaient tirés, à la belle époque, à cinq cent mille exemplaires ! Et que les clientes y trouvaient des échantillons collés qui leur permettaient de juger de la qualité des tissus. Main-d'œuvre gigantesque pour exécuter ce travail, dans des conditions qui restaient artisanales. Faute de documents, on ne peut qu'imaginer ces ateliers et leurs occupantes.

On a tous connu le catalogue de la « Manufacture française d'armes et cycles de Saint Etienne », dite « Manufrance », première société française de vente par correspondance, avec son slogan : « Bien faire et le faire savoir », et son magazine mensuel, *Le Chasseur français*, sous-titré : « Journal cynégétique et sportique » ! On peut à juste titre penser que pour les armes et cycles, un magasin ou entrepôt n'était pas la formule la mieux adaptée à la vente. Et quand on regarde des cartes postales anciennes des ateliers (atelier des fraiseuses, salles de

la cartoucherie, canonnerie, brossage des canons de fusils, bronzage des canons de fusils, émaillage des cadres, presses à découper et à emboutir), on est loin de toute image philanthropique, on se croirait plutôt dans *Les Temps modernes* de Chaplin, ou dans le Jack London du *Peuple de l'abîme*, ou même dans une enquête récente d'Elise Lucet pour « Cash Investigation », sur l'envers du décor de l'industrie du luxe : à savoir comment, dans des pays soit proches de nous comme c'est le cas pour les tanneries de Toscane, où les ouvriers de toutes origines sont exploités de façon indigne, inhumaine, de l'absence de salaire à la brutalité meurtrière ; soit la façon dont, dans des pays lointains, incontrôlables, sont traités les animaux, pour fournir les douces peaux de lapin qui feront de magnifiques pelisses.

Pour la petite histoire, *Le Chasseur français*, après la guerre de 14-18 qui avait privé la France de beaucoup d'hommes, se spécialisa aussi, avec un grand succès, dans les petites annonces matrimoniales.

Sur les images du Bon Marché qui se veut alors l'emblème de la modernité éclairée, on voit ouvriers et ouvrières dans d'immenses entrepôts qui n'ont rien d'un atelier, au sens presque intime auquel le terme renvoie encore, à cause sans doute des « ateliers d'artiste ». Chacun ou chacune est debout devant sa tâche ultra spécialisée. Ne sont assises sur un tabouret que certaines ouvrières pour des postes bien précis, pour les autres : chaise interdite. Sur une des cartes postales, on voit chaque ouvrière isolée, enfermée dans sa petite loge comme dans une cabine téléphonique : aucun contact avec les autres. Sur une autre carte, on voit un vieillard à moustache blanche et, à deux postes de là, un enfant qui ne peut pas avoir plus de douze ans (s'il en a treize, c'est qu'il est bien chétif...). Et souvent un surveillant à moustache, pantalon de ville, qui veille sur tout son petit monde : discipline quasi militaire.

Les catalogues du Bon marché, à l'autre pôle, côté « bonheur des dames », sont un véritable musée du temps passé, et de la bourgeoisie parisienne ou provinciale, à qui elle est destinée. J'ai feuilleté celui de 1894, le catalogue « Etrennes », qui nous ouvre des horizons sur la clientèle « visée » (rappelons qu'Aristide est mort en 1877, mais que sa veuve puis son fils puis un conseil d'administration ont pris le relais). Et sur des us et pratiques disparus, qui nous charment, avec le recul, comme un exotisme.

Le rayon « papeterie », entre autres, fait rêver : « papeterie de voyage », en cuir anglais, « complètement garnie » (c'est une ravissante mallette, qui fait envie : merci aux

antiquaires qui en ont préservé certaines...). « Portemine en argent tors vif » (« tors », autre forme de « torse » : en torsade, tout simplement. « Argent vif » ? Non, pas de rapport avec le « vif-argent ». « Or vif/argent vif », s'oppose à « or mat », « argent mat ». Pour preuve, on peut lire dans *La Traversée du temps perdu*, parcours-spectacle, en 1978, de Simone Benmussa, l'extrait d'un document à propos d'une recette-miracle : « La dorure reprend aussitôt sa vivacité ». Vif est donc ici le contraire de terne ou terni). On trouve aussi des objets en « argent guilloché », ou en « argent craquelé ». Les encriers, toutes formes et tous prix, le plus cher « en cristal de Baccarat, forme courbe à torsade, bouchon nickelé ». Plus abordable : « demi-cristal, tors, godet intérieur ». Ou encore « encrier métal, imitation vieil argent ». Un encrier « de bureau », à deux godets, est en métal nickelé. Presse-papiers « en véritable bronze ». « Véritable » fait monter les prix, mais on imite volontiers les matières nobles. Un portecrayon (en un seul mot) en métal guilloché, imite le vieil argent. Un « éphéméride » en imitation de vieux tissu, est orné d'un galon doré. Le cuir se doit d'être anglais, pour les « sous-mains » de bureau, ou les « buvards », dont l'intérieur est en « soie moirée ». Voilà pour les cadeaux aux maris. Mais il y a aussi le papier à lettres, décliné en multiples variétés – la pratique épistolaire est répandue, chez les clientes. Il est toujours présenté dans des boîtes raffinées, il va jusqu'à être « en vélin parfumé, orné de violettes en filigrane » (c'est-à-dire par transparence, dans le corps du papier). N'oublions pas l'indispensable pèse-lettres « à plateau-pied en bois ». Et puis, pour les jeunes filles qui accompagnent leur mère, le « carnet de bal », en ivoire et nacre... Pour les dames ayant des « vapeurs », à force d'être serrées dans des corset trop étroits, les « flacons à sels ».

Toujours pour les maris, il y a les articles pour fumeurs. En haut de page, petite annonce : « Marque B.M. Toutes nos pipes sont de fabrication française, en écume sublime et ambre premier choix, livrées en écrin. » On a ensuite toutes les variétés : la Persane, la Génoise, la Hongroise, la pipe de voyage (pliant, dans son écrin rond qui se termine en chapeau pointu) : « bruyère, cercle et virole argent gravé, bout ambre » ; la pipe de chasse (?), la pipe avec tête ou feuillage sculptés sur le foyer ou la tête de la pipe (tiens, « tête de pipe », ça vient de là ? Parmi les modèles favoris, le zouave, ou le Méphisto. On en trouve encore dans un magasin spécialisé sous les arcades du Palais-Royal : cela vaut la visite.

Et puis bien sûr le porte-cigares, ou le porte-cigarettes (« maroquin écrasé, doubles soufflets, cadre doré »). « Ecrasé » ? Passé à la calandre pour en atténuer le grain, lui faire

prendre un aspect plus lisse, comme glacé. (A l'époque du catalogue, tout le monde comprenait). La blague (inutile de dire « à tabac », tout le monde comprend) : « chevreau doublé caoutchouc, fermoir nickel ». Annoncé comme « une nouveauté », le pot à cigares : « lampe de fumeur et allumoir, corne, garniture métal argenté ». Bien d'époque, la machine à cigarettes (pour les rouler soi-même) : « système breveté, peinture au feu » (la technique reste mystérieuse) et le moule à cigarettes (« cuivre nickelé »).

« Conquérir la mère par l'enfant » : il a une place de choix, l'enfant, dans le catalogue. Et les jouets et jeux, autre objet d'émerveillement. Voyons, cela date de quand, *Les Malheurs de Sophie* ? 1858. En pleine mode des poupées de cire. Sophie rendra la sienne aveugle, en l'exposant au soleil, car la cire chaude fond autour des yeux qui tombent à l'intérieur de la tête en faisant un bruit de grelot. Pour récupérer les yeux, il faudra séparer la tête du corps, avant de la recoudre. Puis Sophie la rendra chauve : le fer à friser était trop chaud, les cheveux restent dans les papillotes. Puis les pieds de la poupée fondront, à cause d'un bain d'eau bouillante : les pieds restent dans le seau. A la fin du fin, Sophie et son frère Paul convoqueront Camille et Madeleine pour faire à la poupée un bel enterrement : « On n'avait jamais vu un enterrement si gai. Il faut dire que la morte était une vieille poupée sans couleurs, sans cheveux, sans jambes et sans tête et que personne ne l'aimait ni ne la regrettait. » Tout ce petit monde a hâte de casser une autre poupée, pour refaire un enterrement aussi amusant...

Dans le catalogue du Bon Marché, « Mignonnette » : « tête et corps en biscuit ». « Biscuit » ? : « Porcelaine cuite, mais non encore pourvue de sa glaçure ». Parfait pour les poupées. « Bébé complètement articulé, habillage riche, soie et dentelle ». « Bébé siamois, costume national, avec yeux ouvrants ». « Trousseau, avec bébé articulé ». « Bébé » est la dénomination courante, même si la poupée a plutôt l'air d'avoir quatre ou cinq ans, et est habillée comme une demoiselle. Et qu'elle est enfermée dans une « malle de voyage ».

Tous les articles pour enfants, garçons et filles, imitent les objets et activités, ou environnement de la famille, à Paris ou à la campagne : « Ferme, avec animaux », « écurie rustique, bois verni, avec un cheval ou deux chevaux ». « Bergerie, moutons garnis peau, avec huit moutons ou douze moutons – et la bergère ! » Beaucoup de jouets mécaniques : « Âne récalcitrant, jouet mécanique, marchant en avant et en arrière » ! « Le lapin cuisinier, jouet mécanique roulant ». Et puis tous les modèles possibles de maisons de poupées, avec ou sans étage, avec ou sans escalier, mobilier pour poupées, salon, chambre, cuisine « bourgeoise »

avec ses accessoires, salle à manger « de jardin » – avec parasol. Théâtres miniatures, « décoration très soignée », – pour six, douze acteurs ou même davantage.

A la page « Jouets en métal », pour les garçons (on dit plutôt, en tous cas en confection, « garçonnets », par opposition à « fillettes », la catégorie des huit à seize ans étant dénommée les « jeunes gens »), ce sont bien sûr les soldats de plomb qui s'imposent, vendus le plus souvent par boîtes de douze, dix-huit ou vingt-quatre figurines, à pied ou à cheval. Moulés à parti d'un mélange d'antimoine, d'étain et de plomb (comme les caractères d'imprimerie), peints à la main, avec un grand réalisme dans la représentation des uniformes – uhlands, dragons, hussards, lanciers, grenadiers de la garde, zouaves, tirailleurs algériens, ils font aujourd'hui la joie des collectionneurs. Voir le succès d'une boutique comme « Au Plat d'Etain », rue Guisarde, dans le sixième. On dit « soldats », mais il y avait aussi des figures historiques – maréchal d'Empire, mamelouks de la Garde impériale, Napoléon, à cheval ou à pied, en grand uniforme, étant le grand favori. Il y eut longtemps - jusque dans les années 1970 – un spécialiste réputé, du nom de Jacques Bittard, dans les galeries du Palais-Royal. J'avais le plus grand plaisir à lui rendre visite, même si je n'achetais rien. La boutique est maintenant située place Colette : « Aux Drapeaux de France ».

On est émerveillé, dans ces catalogues « fin de siècle », ou « Belle Epoque », par le nombre d'objets qui ont disparu de nos vies parce que leur usage a cessé de se faire sentir. On ne peut pas tous les nommer, mais tout de même : le « broc à champagne, avec tube à glace intérieur » : un ingénieux rafraîchisseur, mais on y perd le charme de la bouteille et de son étiquette, il sera avantageusement remplacé par le seau à champagne. Existe aussi, selon le même principe, la « jatte à glacer les fruits ». Au rayon des couteaux et fourchettes, l'ingéniosité est sans limites : fourchette à viande froide, à sardines, à huître, couteau à peler les oranges, serpette à glace, cuiller à fraises, truelle à poisson, pelle à hors-d'œuvre, cuiller à sauce... Les fourchettes ont des dents aux écartements divers ou sont même fermées par une barre transversale : pour attraper l'huître sans la percer. Pourquoi pas une cuiller, alors ? Pour laisser passer l'eau de mer ! Ingénieux, vous dis-je. Quand on dresse la table, ou quand on y dîne, il s'agit de ne pas se tromper : charme discret de la bourgeoisie. Les initiés sont la maîtresse de maison, les domestiques, les invités. Un imprudent qui boirait dans un rince-doigts... N'oublions pas le « timbre de table », aux formes diverses, qui fait surgir le personnel sur simple appel de la maîtresse de maison.

Le mobilier et la vaisselle eux aussi, reflètent les modes d'alors. Signalons l'influence prédominante du Japon : laque ou porcelaine du Japon – on vante le charme de la « porcelaine d'Imari », célèbre dès le XVIIIe siècle. Il faut souligner qu'il y eut, pendant toute la fin du XIXe siècle, une mode du japonisme. Les spécialistes ne manquent pas de rappeler l'importance du traité commercial entre la France et le Japon en 1858. Et le fait que le Japon, du coup, fut présent aux différentes Expositions universelles, en particulier celle de Paris en 1867.

Influence sur certains meubles ou leur décoration, en particulier pour ce que les catalogues appellent les « petits meubles de fantaisie », tels que les guéridons, les paravents, les « écrans » (pour protéger les bougies), les colonnes (sur lesquelles on posait une plante en pot), les consoles (à galerie et tiroirs), les chiffonniers-secrétaires, les « liseuses », (petites tables rondes encadrées d'étagères où poser les livres). Utilisation du bambou pour tous ces meubles légers ; motifs japonais tels que les papillons ou les fleurs de pommiers, dans les décors laqués ou incrustés de marqueterie ; mode du « cabinet », sorte de commode qui s'ouvre par deux portes, comme les meubles d'Extrême-Orient, avec, au-dessus ou en dessous, un tiroir, et servant en principe à enfermer les objets précieux, ou de collection.

Emile Gallé, le grand maître verrier, celui qui créa avec l'ébéniste et décorateur Louis Majorelle l'Ecole de Nancy, le « magicien du verre », comme on l'appelait, a beaucoup fait pour propager cet amour du Japon, et mettre à la mode le japonisme. Rappelons que Gallé, qui meurt en 1904, fut lui-même un temps influencé par la venue à Nancy (où il passa trois ans, de 1885 à 1888), de Hokkai Takashima, peintre, ingénieur et botaniste, fervent admirateur d'Hokusai. C'est cet artiste qui contribua à développer la connaissance qu'avait déjà Gallé de l'art de l'estampe japonaise. Un vase célèbre comme « La Carpe », même s'il fut créé dix ans plus tôt (puisqu'il fut présenté à l'Exposition universelle de 1878), reflète bien cet engouement communicatif (presque trop à son goût) de Gallé pour le « japonisme ». A côté de sa signature, Gallé avait parfois pris l'habitude d'ajouter « alla japonica » : on pourrait dire que chez ce Lorrain l'influence italienne, parmi tant d'autres, était par-là revendiquée elle aussi. Il ne voulait surtout pas que le Japon fût considéré comme son unique source d'inspiration, ni que cela suscitât trop de plagiat et contrefaçons - ce qui fut le cas.

Et la mode, dira-t-on ? Ce qu'on trouve au Bon Marché, ce sont surtout les accessoires, car les robes elles-mêmes sont confectionnées par des couturières à domicile. Pour l'inspiration, et pour suivre la mode, les élégantes consulteront *Le Moniteur des Dames et des*

*Demoiselles, Le Moniteur de la Mode* (sous-titré « Journal du grand monde » : tout un programme !), *L'Art et la Mode* (depuis 1890), *La Revue de la Mode*, ou bien *La Mode Illustrée*, avec ces gravures de mode pour la plus grande joie des antiquaires, qui les découperont, page à page, les colorieront à l'aquarelle et les encadreront... Et *Le Jardin des Modes* ? Non, ça c'est bien plus tard (1922).

Ce qu'on achète, dans un Grand Magasin, c'est le tissu au mètre : « Les robes sont fournies par métrages de six et de sept mètres ». Ceci au comptoir des « étoffes nouvelles ». On a le choix, à des prix divers, entre la « cheviotte mélangée », le drap vosgien, la « neigeuse armurée », le « sergé vigoureux » et le « broché boursouflé ». « Boursouflé » n'a sûrement pas le sens péjoratif qu'il a pris depuis. Est-ce que ça veut dire souple et extensible, comme aujourd'hui ? Ou plutôt à plis bouffants, matelassé, gaufré, en *seersucker* (tissu indien, à l'origine, même si c'est l'Amérique, dans la deuxième moitié du XXe siècle, qui l'a remis à la mode), molletonné, à smocks, avec ouatine ? Et puisque « broché » veut dire « avec des motifs en relief », « boursouflé » voudrait dire peut-être avec un relief accentué.

Au comptoir des fourrures, on trouve des cravates-ratons en mongolinette blanche, des toques en astrakan, ou en skungs du Canada (ce que nous appelons « sponce » aujourd'hui), des manchons, des collets de lapin ou de lièvre « façon renard noir », « avec tête naturalisée » (tête de renard, sans doute, plutôt que tête de lapin...), des boas en plumes de coq, ou en plumes d'autruche « frisée ». Au comptoir des dentelles s'exhibent des mantilles « en blonde de Grenade », des fichus « Marie-Antoinette » ou « Arlésienne », des cravates-plastrons « à pans très froncés ». Côté ganterie, des gants en chevreau ou en suède « à deux, trois ou quatre boutons ». Des gants à boutons : ça fait rêver !... Quand ils sont « extra », ils sont plus chers que s'ils sont « de première qualité ». Faut de le savoir, on croit qu'on achète ce qu'il y a mieux en choisissant « de première qualité ». Au Bon Marché, on veille à toujours flatter la cliente... Côté passementerie, l'escot de coton, par coupe de cinq mètres, est réputé « indestructible ». C'est recommandable, car il est destiné aux tabliers d'écoliers... Le « pongé du Japon » (orthographié « pongée », à l'anglaise, « pongee »), laine et bourre de soie) est destinée soit aux « petits rideaux », soit aux abat-jours... En lingerie fine, il existe des « chemises de jour » à poignets, des parures « formant écharpe nouée ». Elles peuvent être « en jaconas fin, avec entredeux, jours et petits plis, ouvertes devant ». Jaconas ? « Fine étoffe de coton, entre la mousseline et la percale ». Quant aux chemises de nuit, elles sont plus chères que les simples

« camisoles » (même « en beau madapolam »). En « satin mordant » (on a toujours envie d'ajouter « sic »), c'est le grand luxe. Il existe toutes sortes de cols : col bavette, col Agnès, col Réjane, collier « Walkyrie ». Le col Claudine n'apparaîtra que dans les années 1900, d'après le roman de Colette. Et puis des chemisettes-corsages, des peignoirs en « bon pilou » (coton duveté) ou en molleton d'Alsace.

\*\*\*

Pour peu qu'on cherche, on trouve et on trouve justement ce qu'on ne cherchait pas. On découvre, on aurait dû le savoir, qu'outre le Bon Marché, le XIXe siècle a vu l'essor des grands magasins, de leurs capitaux et de leurs succursales. Il y fallait un environnement favorable : l'aventure, encore brandie comme un trophée, malgré ses aléas, de la colonisation, en Asie et en Afrique, qui, offrait, nous l'avons vu, de nouveaux débouchés économiques et commerciaux. Le développement, au détriment des campagnes, de la métropole urbaine. Les liens facilités par le chemin de fer entre la province et Paris. Les progrès technologiques qui permettaient la production de masse : tant d'inventions récentes, scientifiques ou techniques, multipliant le potentiel de production et de diffusion. Dans le désordre, l'électricité, l'automobile, les hauts-fourneaux, les aciéries (adieu, les anciennes forges), le télégraphe, le téléphone (premiers abonnés en France, 1878). Plus modestement, dans le secteur de la « confection », la machine à coudre : en 1830, merci Barthélémy Thimonnier. Pas tout à fait aussi importante que celle du métier à tisser Jacquard, mais presque. On ne sait où placer, dans la liste, la nouveauté qu'est le travail salarié en grand nombre des femmes, ouvrières ou vendeuses, il y faudrait tout un chapitre.

Et puis, en parallèle, l'institution des grandes foires commerciales, ou des Expositions Universelles, de plus en plus fréquentées (jusqu'à des millions de visiteurs), qui servaient de vitrine à toutes les innovations du siècle. La première Exposition universelle eut lieu à Londres, en 1851 sous le nom « The Great Exhibition ». A Paris, ce fut en 1855, puis en 1867, au Champ-de-Mars. Dans mon enfance, j'ai longtemps cru que j'avais connu celle de 1900. Je confondais avec celle de 1937, où l'on m'emmena, au Trocadéro, lorsque j'avais quatre ans. Oui, celle-là, j'affirme (mais sans preuve) m'en souvenir. Et l'on ne me contredira pas, quel serait l'intérêt, si je dis que j'ai visité celle de Bruxelles, la « World's Fair », de 1958 : un événement impressionnant, dans mon souvenir, et dont il reste encore comme témoignage le

spectaculaire Atomium, culminant à plus de cent mètres, avec ses neuf sphères connectées, figurant un cristal élémentaire de fer.

Les premiers grands magasins, en France, se sont développés selon un modèle qui avait tendance à être plus ou moins le même : une petite boutique sans prétention se développe, en gardant souvent le mode familial d'origine, grâce à l'esprit d'entreprise d'un fils, soutenu dans ses efforts par une épouse montrant les mêmes qualités. On peut citer *La Belle Jardinière*, Maison ouverte en 1824, à partir d'une modeste « mercerie-nouveautés » du nom de « A la Belle Fermière », et qui fut active jusqu'en 1972. Le *Bazar de l'Hôtel de Ville*, centré sur le bricolage, ouvert en 1860 par Xavier Ruel, commerçant venu de Lyon. Aujourd'hui *BHV Marais*, « bazar version luxe ». Les *Grands Magasins du Louvre*, qui ne ferment leurs portes qu'en 1974, juste quand je m'installais dans le quartier : pas de chance... Les *Magasins Réunis* : Antoine Corbin, qui les fonda, avait lui aussi commencé comme camelot, à Nancy. Le magasin « Etoile » était, à Paris, à l'angle de l'avenue des Ternes et de l'avenue Niel. J'habitais Neuilly, j'allais y acheter mon papier à lettres, du papier vergé, à l'ancienne, que je ne trouvais nulle part ailleurs. C'est aujourd'hui la *FNAC Etoile -Ternes* qui occupe l'ancien emplacement. Et puis le *Printemps*, qui ouvre en 1865. La même année ouvre la *Samaritaine*, créée par Théodore-Ernest Cognacq, qui commence à quinze ans comme commis de magasin. Il ouvre à son compte « Au Petit Bénéfice », se retrouve camelot au Pont-Neuf à vendre des tissus dans une tente (grand parapluie renversé). Assisté de son épouse Marie-Louise Jaÿ, première vendeuse au *Bon Marché*, il ouvrira la *Samaritaine* en 1870. Au début : deux employés seulement. Ils agrandiront le magasin, achetant petit à petit les immeubles à proximité. Ils vendent des vêtements de chasse, des uniformes pour les établissements scolaires, pas seulement pour les militaires. Dans un effort de diversification, Ils créeront boulevard des Capucines, en 1917, une « Samaritaine de luxe ». Ils rassemblent alors une collection d'œuvres d'art du XVIIIe siècle, destinée à y être exposée. N'ayant pas d'enfants, ils la lègueront à la Ville de Paris. Le musée Cognacq-Jay est né de là. Et « Cognacq-Jay » est quasiment devenu un vocable unique, comme Roux-Combaluzier, ou Lagarde-et-Michard.

Les catalogues sur papier, pour en revenir à eux, il faut en profiter, ils seront bientôt remplacés par le commerce en ligne. Les magasins de mode, où l'on traîne avant de se décider, ceux que les Américains appellent « brick and mortar », pour évoquer à la fois leur solidité et leur côté suranné, vont bientôt, sinon disparaître, tendre à se raréfier. Deux diplômées de la

Harvard Business School ont fait récemment le raisonnement suivant : si les hommes louent un habit ou un smoking pour une noce ou une cérémonie, pourquoi les femmes ne pourraient-elles pas louer pour une soirée, ou pour un simple dîner en ville, une robe habillée qu'elles n'auront pas l'occasion de remettre ? Mettant en pratique ce principe, elles ont acheté en gros des vêtements « de marque », et créé un abonnement mensuel : une femme peut « emprunter » jusqu'à quatre vêtements par mois, l'affranchissement du retour est pré-payé. Pas besoin de publicité, c'est le bouche-à-oreille (sur les réseaux sociaux) qui fonctionne. Les vêtements sont gardés dans un entrepôt, ceux qui reviennent sont aussitôt soumis à un nettoyage à sec, des petites-mains s'emploient à réparer d'éventuels accrocs ou déchirures, et c'est reparti pour la cliente suivante. Détail dont il a fallu tenir compte : l'odeur corporelle a parfois du mal à disparaître, et réapparaît quand la nouvelle cliente impose sa propre chaleur... L'entreprise s'appelle « Rent the Runway ». Louez votre tenue de mannequin... Tout étant affaire de mode, contrairement à ce qu'on aurait pu craindre, les clientes ont été séduites à l'idée que leur vêtement avait été porté par une femme qui avait les mêmes goûts qu'elles...

Depuis que je ne sors guère, l'arrivée des catalogues chaque matin, trop nombreux certes et qui m'encombrent, ont pris une grande place dans ma vie. Parfois je me demande pourquoi. La première raison, toute simple, c'est qu'ils m'évitent d'aller faire des courses, je peux tout commander – y compris nombre des choses inutiles qui, à leur tour, m'encombrent. Mais pour le vin, c'est précieux, hop, livré à domicile, et direct dans le cagibi, à un demi-étage, qui me sert de fourre-tout, de rangement de l'aspirateur, et aussi et surtout, de cave. Je profite des soldes et des promotions. Viniphile est mon favori, mais aussi Giordano où les noms des vins que je commande ont un parfum à la fois d'exotisme et de familiarité : « Primitivo di Manduria », dont le nez « exhale des notes de figue, de fruits méditerranéens et de vanille », et dont la finale veloutée (je cite) « enchante le palais de l'amateur » ! De vrais poètes, vous dis-je, rédigent ces notes ! Voici « l'Appassimento Rosso Puglia » « avec des notes de fruits mûrs et de fruits secs et même de confiture de pruneaux » (!) Et que dire du Lambrusco di Modena : même si je n'aime pas trop les vins pétillants, même secs, comment résister à « sa robe rouge rubis pâle aux bords violets, son bouquet pétillant aux nuances intenses de mûre et de fruits rouges mûrs. » De mûre ou pas, les « nuances intenses » me font rêver. Si j'étais aquarelliste, quel choix demandant une presque impossible réflexion...

J'ai « appris à boire » à vingt-et-un ans, aux Etats-Unis, chez mes hôtes du Connecticut, par les cocktails d'avant dîner, préparés par le maître de maison, qu'on « rafraîchissait » plusieurs fois, (les cocktails) et qu'on amenait à table – où, parfois, on ne servait pas de vin. Coutume barbare, les cocktails pendant les repas ! « Shall I fix you a drink? », formule rituelle. Ce qu'on vous servait le plus souvent, c'était un « highball » (whisky et ginger-ale) ou un « old-fashioned » (bourbon avec du soda, des angostura bitters, et un zeste d'orange), le tout avec des glaçons, « on the rocks », bien sûr.

Mes cocktails préférés, jusqu'à aujourd'hui : le « Bloody Mary », vodka, jus de citron, épices traditionnels (Worcester sauce, Tabasco) et jus de tomate, avec plein de glace pilée ; et le « Martini » ou, pour les barmen français, un « Dry Martini Cocktail », s'il vous plaît, (afin de ne pas le confondre avec le Vermouth italien du même nom) : au mixer, dry gin (Bombay Sapphire mon préféré) et une petite mesure de vermouth, avec deux ou trois olives (que je préfère au zeste de citron) plantées sur un cure-dents ou, dit de façon plus élégante, un pic à cocktail ; le tout dans un verre de forme conique, avec un long pied (qui évite de réchauffer de la main le verre rafraîchi). Rien qu'à évoquer ce verre, je me croirais déjà dans le lounge de l'Hôtel du Louvre, vers six heures du soir..

Je ne reconnais rien que j'aurais envie de boire dans les descriptions « romancées » des cocktails d'aujourd'hui : « green drink à la bergamote », et al. Un exemple, tout récent : le « Moulin-Rouge » : « liqueur de Chambord, jus de cranberry et d'abricot, crème de pêche, champagne et vodka » ! Pouah ! Ailleurs on trouve « coulis de fraise au xérès » et « quelques gouttes d'absinthe » (si, si, je vous jure !). Ou encore le « Trocadéro » : « dry Curaçao, vermouth rouge, citron, Perrier). Pourquoi pas, pendant qu'ils y sont, algues de la mer d'Iroise, ou jus de crevettes grises. Recommandons-leur d'aller s'inspirer chez les sorcières de Macbeth...

\*\*\*

Les catalogues du Bon Marché, ça existe encore, je les reçois, deux fois par an : « Bon Marché Rive Gauche, les jours TBM, très bon marché ». Mais je les feuillette sans plaisir, et les jette très vite. Pourquoi ? Papier épais, luxueux, mise en scène sophistiquée (avec par exemple un cordon rouge qui, d'une page à l'autre, joue avec les formes géométriques, encadre, emballe, embobine les articles, les fait virevolter, qu'il s'agisse de vêtements ou de mobilier.

Articles photographiés en plongée, disposés en unités distinctes, avec effet graphique, mettant au second plan l'aspect fonctionnel, ou utilitaire : par exemple deux chaussures dépareillées, ou sur deux supports différents. Accent mis sur le design, les « marques », priorité donnée aux innovations techniques.

Mais surtout, à part – et encore – quelques produits « d'appel », aux prix dits « TBM », (un carnet « Moleskine » est tout de même à 13 € 90), les principaux articles montrés sont hors de prix – hors de ma portée, en tous cas. Ils représentent, idéalement peut-être, un mode de vie qui ne représente ni moi ni mon entourage, qui ne me concerne pas et qui, en plus, ne me plaît pas tellement. Je vois une table basse, elle est vendue, en TBM, 2380 €. Une table ovale, haute, plateau en marbre, modèle dit « Tulip », design Eero Saarinen. Très chic, ça se paye : 6730 € (au lieu de 7920). Un fauteuil « Utrecht », recouvert de flanelle et de laine, presque rustique, design G.T. Rietvelt, ça aussi ça se paye : 2520 € (au lieu de 3150). Une lampe de table, prix TBM, 885 € (au lieu de 1116 !). Non, tant qu'à faire, je préfère chiner chez les brocanteurs...

A la grande Epicerie de Paris, tout est fait pour vous tenter – et vous tente. Mais est-ce raisonnable de payer 18 € 50 soixante-dix grammes de jambon ibérique ? Si je veux m'offrir du caviar, c'est là que j'irai, mais sinon ?

Sinon je lis, mais ne vais pas jusqu'à déguster, les recettes de plats exotiques qui font les délices des journalistes et qui me laissent souvent rêveuse : poitrine de porc vapeur à l'anis étoilé, bisque de crustacés à la pêche blanche et à la mélisse, blettes au fromage de brebis et citron, couteaux sautés au piment fermenté ; ceviche de dorade (citron, piment, herbes, curcuma), avec pour garniture quinoa, légumes rôtis, chou cru, purée de patates douces au gingembre; gnocchis posés sur un jaune d'œuf confit, ravivés d'arroche (cousine rouge de l'épinard), de poutargue et nappés de beurre monté... Ça se mange, tout ça ? Et les desserts, est-ce que ça me tente ? Je recopie : cerise et basilic, gelée d'herbes (salsepareille, chèvrefeuille, forsythia, chrysanthème), baignée de lait de soja et de fruits rouges... Et on me dit que ça « calme le jeu » ! La journaliste (E. Payani pour Télérama) analyse de façon quasi exhaustive : « du sucré, du piquant, de l'amer, du croquant, du fondant » ! Ai-je besoin de tout ça ? Non, je n'en demande pas tant. A moi la Bretagne. Donnez-moi les sardines « de Bolinche » (pêchées à l'épuisette), les filets de maquereau au naturel ou le thon blanc Germon de la Pointe de Pen Marc'h.

Et pour la haute gastronomie qui dépayse, c'est avec délices que je tombe sur un menu de fête du début du XIXe siècle, dont je ne sais pas si les convives doivent goûter de tout ou faire un choix. Moi, si je faisais un choix (qui m'empêche ?), je sélectionnerais, voyons :

- les Truites du Lac Léman au beurre de Nanterre
- les Croustades de grives de Camarès
- puis les Perdreaux à la Périgueux

Avec une pause pour des « sorbets au kirsch », suivis de :

- Bécasses à la Brillat-Savarin
- Faisans de Bohême truffés (truffes au Madère et champignons de Paris à la Crème)

Et enfin, *last but not least* :

- Jambon de Mayence glacé
- Homards (oui, avec un "s") à la Vert-Pré.

« A la vert-pré » ? Autrement dit « à la printanière ». S'agirait-il, comme j'ai pu le lire ailleurs, d'une garniture faite d'un mélange de petits pois, haricots et pointes d'asperge ? Mais avec un homard ? Bizarre. Remarquez, les Américains le mangent bien avec du maïs « on the cob ». Et voilà que je tombe sur une recette de homard « au beurre vert anisé et son gratin de fenouil ». Et que je découvre que, pour le beurre soit anisé, rien de plus simple que d'y verser une cuillerée de pastis ! C'est certain, le homard était accompagné d'un beurre aromatisé – et coloré – au pastis ! Ou plutôt, vu l'époque, à l'absinthe ! Oublions haricots et petits pois.

Le dessert (au Champagne), ce sera une Bombe frappée à la vanille, et des Gâteaux mille-feuilles.

(Tout cela reproduit avec la mise en page originelle, dans *La Traversée du temps perdu*, p.264.)

\*\*\*

Pause. Je crains que mes associations ne tournent au jeu J'en ai marre-marabout-bout d'ficelle-selle de ch'val, jadis appelé « le jeu des queues » : menu à l'ancienne/Festin de Babette/Commune de Paris/Basilique de la butte Montmartre...

\*\*\*

On remarquera que, pour un repas de fête, les noms des plats sont accompagnés de leur lieu d'origine, ou de ce qui les rattache à une tradition gastronomique : « à la Périgieux », « de Camarès », « à la Brillat-Savarin ».

Ce menu signale une cérémonie qui entre dans la catégorie « Noces & Banquets », puisque la famille l'a gardé dans ses « souvenirs ». Il y a rue du Bac, à Paris, près de la Seine, une boutique qui expose en vitrine de tels menus. On doit pouvoir les acheter, soit l'original, soit, moins cher, en fac-similé.

Si l'on parle menus-de-fête, comment ne pas penser au *Festin de Babette*, le film de 1988 de Gabriel Axel (d'après une nouvelle de Karen Blixen).

Babette quitte la France pour fuir la répression (« semaine sanglante ») de la Commune de Paris, en mai 1871, et part se réfugier, grâce à une relation, dans un petit village du Jutland, au Danemark, chez deux vieilles demoiselles, Martine et Philippa, filles d'un pasteur luthérien. Grisaille, rudesse du climat et austérité, la petite communauté locale a fait vœu de renoncer à tous les plaisirs, quels qu'ils soient.

Au bout de douze ans de bons et loyaux services, ayant gagné 10.000 francs à la loterie, (billet oublié, soudain gagnant !) Babette décide d'offrir à ses patronnes, pour les remercier, avec tout cet argent inespéré, un « festin » pour douze convives. Ce que tout le monde ignore, c'est qu'elle a été, à Paris chef cuisinière au Café Anglais, boulevard des Italiens. C'est le diable à notre porte, pensent les grincheux invités, qui décident : « Nous ferons comme si nous n'avions jamais eu le sens du goût ». Pari heureusement impossible à tenir, au fur et à mesure que se déroulent les agapes et que les langues se délient. Même si nul ne se doute du savoir-faire qu'il faut, et même du talent, pour mettre en œuvre un tel repas. Chez Karen Blixen, Babette se veut artiste. Mais elle n'est pas la seule.

A la suite d'Antonin Carême, les grands cuisiniers du XIXe siècle entendent bien hisser la cuisine, et l'art culinaire, au rang des Beaux-Arts. Délaissant les « grandes maisons » remplacées peu à peu par la bourgeoisie, ils ont investi les restaurants, en pleine expansion. Girod de la Reynière a instauré « L'Almanach des Gourmets », et lancé un jury de « juges dégustateurs », auxquels est soumis, chaque trimestre, un panorama complet des nouveautés gastronomiques (dont les plus réussies seront alors publiées).

Ce qu'on apprend, c'est qu'au cours de la grande mutation du rôle et de l'importance de la haute cuisine, le service à la russe a progressivement remplacé le service à la française. C'est-à-dire ? A la française, les plats sont présentés simultanément, dans toute leur beauté, sur une grande desserte que les convives peuvent contempler avant de passer à table et ils peuvent ensuite demander aux valets de leur servir ce qui leur convient. Chaque mets leur est alors apporté, directement de la cuisine s'il s'agit de plats chauds. A la russe – c'est le cas pour Babette – les plats sont servis dans l'ordre successif prévu par le chef-cuisinier : hors-d'œuvre, entrée, rôti, entremets, etc. D'où l'importance du menu, d'invention récente, sur le modèle des programmes de théâtre, ou d'opéra. Les juges dégustateurs reçoivent le leur à domicile la veille de la séance ! D'ailleurs, on verra que Babette a prévu des assiettes individuelles (blinis, caille...) apportées à chaque convive par son jeune marmiton improvisé.

On peut voir un inconvénient dans le service « à la française » : c'est que chaque convive se compose son repas individuellement, donc il ne mange pas forcément la même chose, en même temps, que son voisin de table : adieu la convivialité, c'est plutôt comme un petit déjeuner à l'anglaise, chacun le nez dans son assiette. La conversation y gagne, mais pas l'appréciation de la bonne chère.

Après des semaines de préparation et d'importation, par bateau, non sans mal, de produits rares (y compris une tortue géante), et un mystérieux voyage de dix jours, hors de l'île, de Babette, voici le menu tel qu'il fut finalement élaboré, et servi :

- soupe de tortue géante
- blinis Demidoff au caviar
- cailles en sarcophage au foie gras et sauce aux truffes
- salade d'endives aux noix
- fromages
- savarin et salade de fruits glacés, fruits frais, babas au rhum.

Seul un ancien général qui fut jadis l'hôte du pasteur, et qui est par hasard amené par sa tante, aristocrate voisine et amie du village, a vécu à Paris et saura reconnaître, éberlué, l'Amontillado, le champagne Veuve Clicquot d'une année exceptionnelle, et les cailles en sarcophage du Café Anglais – dont le chef cuisinier était, fait rarissime, une femme.

C'est au Café Anglais qu'avait eu lieu, en 1867, pour l'Exposition Universelle, le légendaire « Dîner des Trois empereurs », qui avait duré huit heures (intermèdes musicaux inclus). Rien n'interdit d'imaginer que Babette (ou la femme qui servit de modèle à Karen Blixen) était aux fourneaux ce jour-là, et sans doute depuis la veille, pour les préparatifs.

Je souhaiterais en revenir au « beurre de Nanterre », qui m'avait fort étonnée. Avant de découvrir que les banlieues de Paris étaient restées en grande partie rurales : un peu d'agriculture, un peu d'élevage. Primeurs, pépinières, cultures fruitières. On trouve sur un autre menu de l'époque une « salade de Montfermeil » et des « asperges d'Argenteuil », tout aussi inattendues de nos jours.

Un annuaire des habitants de Nanterre présente la « réclame » d'un commerçant qui se dit « laitier nourrisseur ». A Paris, et en banlieue, des fermes s'étaient installées sur les anciens terrains ecclésiastiques laissés vacants. (Faubourg Saint-Jacques, aux Batignolles, par exemple). Deux mille « nourrisseurs » banlieusards fournissaient 220 000 litres de lait par jour aux Parisiens. Certains d'entre eux pratiquaient la vente de lait chaud « à la tasse ». Celui de Nanterre, C. Poupard, se présente comme « Grande Vacherie Normande », car il vend du beurre de Normandie. Il annonce fièrement : « On porte à domicile. On traite devant les personnes ». Les « nourrisseurs » achètent les tourteaux, le son, les aliments complets, pour nourrir leurs vaches. Des Auvergnats sont montés à Paris et pratiquent ce commerce, à Paris ou en banlieue. Pas du tout l'image qu'on se fait de la banlieue, de Nanterre en particulier. Ni des « bougnats », marchands de charbon ou tenanciers de cafés-charbons.

A Nanterre, un pharmacien fait lui aussi sa réclame. « Les ordonnances sont exécutées scrupuleusement et avec tout le soin et l'attention nécessaires par le pharmacien ou sous sa surveillance effective ». Apparemment, il y avait encore peu de pharmacies modernes, qui ont en stock les médicaments en tous genres, et en plus, souvent, des produits d'hygiène ou de beauté : capital important indispensable.

C'était un commerce « de proximité » où un pharmacien effectuait les ordonnances qui, le plus souvent étaient des lotions, potions ou mélanges concoctés et prescrits individuellement. Le pharmacien de Nanterre assure : « Produits garantis purs et sortants des meilleures Maisons de Droguerie ». Autres commerces : Madame Duval, « grande fabrique de corsets », rue de la Croix. « Corsets sur mesure en tous genres ». Et un maréchal-expert déclare : « traitement pour pieds malades et autres maladies » ; le maréchal-ferrant se fait aussi, à l'occasion, vétérinaire. Un peintre, Henckel et Cie, annonce : « peintures préparées en toutes nuances pour peindre soi-même ». Tout un monde qui n'existe plus.