

gros, à 70 commis aux écritures 150 commis à la vente et 50 commis.

La situation des patrons qui commandent à cette armée d'ouvriers et ouvrières est très variable au point de vue pécuniaire. Pour les maîtres-tailleurs, le chiffre d'affaires varie suivant le nombre de clients naturellement, mais aussi suivant les prix. Ainsi, un tailleur du quartier des Ecoles, vendant sur échantillons, demandera pour une jacquette de 70 à 100 frs, alors qu'un tailleur marchand d'étoffes des grands boulevards demandera de 110 à 150 frs. On pourra avoir un pantalon chez le premier entre 18 et 30 fr., chez le second entre 50 et 60 frs, etc. Sur les 2,300 à 2,500 tailleurs qu'on compte à Paris, 1,000 feraient entre 25,000 et 30,000 frs d'affaires, une trentaine 300,000 francs, un seulement atteindrait le million. Le bénéfice brut oscille entre 30 et 50 0/0 du prix de vente ; il faut en déduire les frais généraux : location du magasin ou de l'appartement, éclairage, etc. ; il reste de 15 à 35 0/0 de bénéfice net. Ce bénéfice net n'est pas toujours complètement recouvré. On sait que les tailleurs sont obligés de faire à leurs clients un crédit souvent important et très prolongé. Ainsi, tel tailleur des grands boulevards qui fait 400,000 fr. d'affaires par an reçoit seulement 100,000 fr. dans l'année. Pour se garantir contre ces retards dans les paiements, les tailleurs font varier les prix suivant la solvabilité supposée chez l'acheteur. En outre, les journaux de la corporation publient la liste des interdits et celle des individus pourvus d'un conseil judiciaire, et la Société philanthropique, la Chambre syndicale, l'Union fraternelle des tailleurs renseignent leurs adhérents sur la solvabilité des clients. Les tailleurs se prêtent une aide mutuelle contre les mauvais débiteurs. Quand l'un d'eux n'est pas payé, il signale le nom de son débiteur à son association et on arrive à avoir ainsi une liste d'insolvables.

Le large crédit que les tailleurs sont obligés de faire à leur clientèle a une répercussion sur les relations des tailleurs avec leurs marchands d'étoffes. On estime qu'un dixième seulement des tailleurs parisiens paient à 30 jours et bénéficient ainsi de 8 0/0 ou de 3 0/0 de remise, suivant les maisons. Les autres règlent à six mois (trois dixièmes environ) ou donnent simplement des acomptes, ne réglant qu'après un long délai. Les prix sont, dans ce dernier cas, majorés de 2 ou 3 0/0.

Les maisons de gros connaissent

aussi la vente à crédit, mais aux marchands de détail qui sont souvent par là dans une étroite surveillance vis-à-vis du fabricant. Les marchands au détail constituent leur principale clientèle ; mais elles vendent maintenant directement à des clients qui leur sont amenés par de petits courtiers. Ces courtiers, à l'imitation de certains grands magasins de détail, pratiquent l'abonnement, c'est-à-dire qu'ils se font rembourser par de petites sommes espacées. Certains confectionneurs désirent même beaucoup s'occuper de cette vente à crédit au consommateur, car leur clientèle de petits détaillants diminue chaque jour, ruinée par les grands magasins de vente à crédit. Ces grands magasins sont encore assez souvent des clients du fabricant en gros, mais des clients que leur puissance rend indépendants et avec lesquels les gros bénéfices sont rares, parce qu'ils produisent directement les articles les plus avantageux.

L'exportation qui constituait pour les fabricants en gros parisiens un débouché considérable est aujourd'hui en décroissance marquée. Les statistiques douanières attestent une diminution de plus de 50 0/0. Ainsi, en 1877, on avait exporté pour 38,804,378 frs de vêtements d'hommes confectionnés, alors qu'en 1894 le chiffre ne s'élève qu'à 12,388,032 frs pour 1892 et 1893, on avait encore enregistré les chiffres de 17 et 18 millions. Par contre, le marché intérieur s'est heureusement développé ; le nombre des pièces vendues par la confection en gros de Paris, a, paraît-il, double depuis vingt-cinq ans, bien que la concurrence étrangère soit assez vigoureuse ; l'importation qui pour les vêtements d'hommes et de femmes ne représentait qu'une valeur de 981,500 frs a atteint en 1893 pour les seuls vêtements d'hommes, le chiffre de 2,220,750 frs. Les centres producteurs de la province, Lyon et Lille, entre autres, ont aussi développé notablement leur production. Les maisons de gros de Paris, au nombre, nous l'avons vu, d'une quarantaine, font dans ces conditions un nombre d'affaires assez considérable. Ainsi, un fabricant en gros du quartier du temple qui a un atelier à Paris pour la petite mesure et un autre dans le département du Nord pour la fabrication de la série ou confection proprement dite, réalise un bénéfice net de 35,000 à 40,000 frs. Il fabrique surtout des complets depuis 14 frs. jusqu'à 60. La plupart de ces maisons sont des associations en nom

collectif ou des commandites. Quelques-unes d'entre elles font dans les 300,000 à 400,000 frs. d'affaires. Voici une maison du centre de Paris qui a comme spécialité les complets pour enfants et jeunes gens ; ses prix vont de 15 à 45 frs. ; elle fait pour 3 millions d'affaires. Son personnel commercial se compose de 11 personnes, plus 3 garçons de magasin. L'atelier de Paris comprend 21 personnes (1 chef coupeur, 15 coupeurs et 5 femmes doubleuses). L'atelier de province est d'une importance égale. Les prix payés aux ouvrières en chambre sont de 0 fr. 50 à 2 frs. dont il faut déduire les fournitures. Elles gagnent de 1 fr. 50 à 2 frs. par jour. La morte-saison est insignifiante. Les bénéfices bruts sont évalués à 35 0/0. Une autre maison de la rue de la Banque fait, dit-on, 10 millions d'affaires. Les bénéfices nets de ces maisons peuvent être estimés à 7, 8, 10 0/0 du chiffre d'affaires.

Nous avons ainsi passé en revue les principaux éléments de production du vêtement civil d'homme. Nous aurions pu joindre à cette étude celle de l'économat d'une grande Compagnie de transport qui comprend un atelier de vêtements dont les ouvrières, au nombre de 410, sont recrutées parmi les femmes, les veuves ou les filles d'agents de la Compagnie. Ses clients sont des agents de la Compagnie. Les bénéfices sont employés à des diminutions de prix de vente. Nous aurions pu décrire aussi l'organisation d'une grande maison qui fait la mesure et la confection et dont les affaires annuelles sont énormes ; mais ce ne sont là que des exceptions, et nous avons voulu nous borner à l'étude des types plus généraux. Nous examinerons dans un prochain article le vêtement de femme.

EDOUARD PAYEN.

## VALEURS ALIMENTAIRES

### DU PAIN BLANC ET DU PAIN BIS

M. A. Girard, dont nous avons fait connaître les remarquables travaux sur le pain blanc et le pain bis, vient de faire de nouvelles et non moins intéressantes communications, aux séances des 8 et 15 juin de l'Académie des sciences. M. A. Girard a conclu d'analyses scientifiques que le pain blanc, provenant de farines pures, est aussi nourrissant que le pain bis provenant de farines mélangées de son.