Zeitschrift: Revue économique franco-suisse
Herausgeber: Chambre de commerce suisse en France
Band: 46 (1966)
Heft: 3: Élégance, sport et industrie

Artikel: Tradition sport et élégance
Autor: Guerrand, Jean-René
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-887377

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

Download PDF: 12.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

TRADITION SPORT ET ÉLÉGANCE

Jean-René GUERRAND

Directeur général de la Maison Hermès

Dans l'esprit du grand public, l'influence du Sport sur la Mode ne remonte guère plus loin qu'au début du XXe siècle; dans la réalité, celle-ci est antérieure de près d'un demi-siècle. L'histoire de la Maison Hermès, fondée en 1837, le prouve.

A cette époque, Thierry Hermès était harnacheur et si ses descendants n'avaient pas su judicieusement s'adapter aux goûts des générations successives, cette maison aurait sans doute disparu comme la majorité de ses concurrents. Il est donc intéressant de se pencher sur son histoire et de voir avec quelle intelligence les qualités professionnelles de base ont été systématiquement utilisées, dans tous les domaines de la mode.

Thierry Hermès, artisan d'élite, avait installé ses ateliers à Paris, au fond d'une cour dans la rue Basse-du-Rempart, sur l'emplacement actuel de « l'Olympia ». Épris de qualité, il y fabriquait pour la revente les plus beaux harnais de Paris. Mais la rue était condamnée à la disparition. Devançant cette première épreuve, son fils Émile, en 1878, transfèra l'affaire au 24 du faubourg Saint-Honoré et faisant montre de l'esprit d'entreprise qui sera la marque de la famille, il ajouta à son métier de harnacheur, celui de sellier. Renonçant d'autre part à la vente en gros, il inaugura une formule nouvelle : la vente directe à la belle clientèle du célèbre Faubourg Saint-Honoré, admise à venir acheter dans les ateliers mêmes.

Le succès et la notoriété récompensèrent ces initiatives. Bientôt, une nouvelle et troisième génération, succédant à ces premiers pionniers, devait faire face à un danger nouveau, mais combien grave : *la naissance de l'automobile*. Les fins cavaliers ne croyaient pas à l'automobile et encourageaient les petits-fils de Thierry Hermès à persévérer dans la ligne où ils étaient déjà passés maîtres, sans se soucier autrement de cette concurrence éphémère.

Nous sommes en 1890 et l'affaire a pris nom de « Hermès Frères » sous la direction des deux petits-fils Adolphe

Amazone dans la forêt de Pierrefonds (Collection Hermès).

et Émile-Maurice. Elle a la clientèle, non seulement des grandes écuries, mais de plusieurs cours d'Europe. Le jeune Émile-Maurice, à peine âgé de 20 ans, a décidé de devenir fournisseur du Tzar de Russie. Il part pour Saint-Petersbourg, en plein inconnu, muni d'une recommandation de son parrain, le célèbre carrossier des Champs-Élysées, Muhlbacher. Il en revient triomphant. Le général commandant les grandes écuries de son Altesse Impériale Nicolas II avait fait mettre ses officiers au garde-à-vous, en grande tenue, pour accueillir le jeune français dont la visite était considérée comme un honneur. Émile-Maurice rapportait des commandes de harnais pour les voitures de sa Majesté et de selles pour les officiers de la garde.

Mais ces succès n'aveuglaient pas Adolphe et Émile-Maurice que le bruit des moteurs des premières automobiles empêchait de dormir. Hardiment, ils décidaient de lancer quelques uns de leurs ouvriers sur la fabrication des portefeuilles, des sacs de dames, puis des bagages. L'événement était d'importance. Il n'était autre que la naissance du style sellier. On n'avait pas vu jusqu'ici de maroquinerie chez les selliers, elle était l'apanage des maroquiniers. Ce « cousu sellier » fut un triomphe. La sellerie n'en n'était pas moins active pour cela et Hermès absorbait l'un après l'autre, tous les selliers connus, dont Beck, Morrow et Haste n'étaient pas les moindres.

Du coup, Émile-Maurice eut toutes les audaces. Rachetant en 1922 la part de son frère et prenant seul l'affaire en mains, il acquit l'immeuble dont Hermès Frères jusque-là n'étaient que locataires. Il le modernisa, l'exhaussa, s'adjoignit l'immeuble suivant et donna à l'affaire une extension qui ne devait pas s'arrêter. L'un de ses premiers gros succès fut le lancement en France de la fermeture « éclair », appelée alors « fermeture Hermès » et dont il avait pressenti les innombrables possibilités.

Tandis que ses modèles de sacs de dames et ses premiers bagages donnaient le ton, la sellerie conservait bien entendu sa place. Seule la vente des harnais faiblissait, l'auto tuant lentement les beaux équipages. Mais qu'importait puisque, désormais, tant de rayons nouveaux voyaient le jour : ganterie, orfèvrerie, haute couture, horlogerie, bijouterie. Tous ces rayons, axés sur le sport, la chasse, le golf et le voyage étaient nés par une sorte de réaction « en chaîne », soit sur l'initiative de la Maison, soit sur les suggestions de ses clients. La fermeture à glissières posée sur les casaques en cuir avait donné le jour au rayon de couture, le bracelet de cuir au rayon d'horlogerie qui lui-même appelait la bijouterie, etc. Toutes ces créations avaient un lien commun : un extrême souci de beauté, de simplicité et de qualité, ayant le cuir pour dénominateur commun.

Émile-Maurice Hermès avait un violon d'Ingres : Il collectionnait. Il collectionnait les objets et les tableaux se rapportant à son métier et le musée qu'il a su créer, et que l'on peut visiter, est une source constante d'inspirations pour les créations nouvelles de la maison. Puisant également dans cette collection, ses étalagistes ont su faire de leurs vitrines, les plus belles de Paris et sans doute les plus célèbres du monde.

Aujourd'hui, comme hier, Hermès est toujours la même affaire familiale, mais sa renommée est mondiale. Deux grands départements nouveaux ont ajouté des fleurons à sa couronne, celui de l'agenda Hermès et celui des « carrés » que les femmes affectionnent tout particulièrement.

A Paris, l'État-Major décide de certains thèmes que les dessinateurs de la Maison expriment en maquettes. Puis, durant des semaines, s'opère, en liaison étroite avec les dessinateurs de la Maison, la mise au point des dessins adoptés. Chaque détail du dessin aura été soigneusement étudié afin d'être le reflet exact de la pensée d'Hermès et de son style, et, quand il s'agit d'un carré documentaire, de n'être entaché d'aucune erreur.

Sitôt terminée et ratifiée, la maquette fait l'objet de dépôts français et internationaux, en raison de la contrefaçon trop souvent systématique de toute création. Alors entre en jeu le plan de réalisation mené en étroite collaboration avec les techniciens lyonnais de la gravure et de l'impression.

Le graveur — l'un des meilleurs au Monde — a la charge de faire une décomposition des couleurs à partir de la maquette confiée et de réaliser le matériel d'impression approprié, matériel consistant en un nombre très variable de « cadres », chaque cadre correspondant à une des couleurs du dessin.

Ce matériel est remis à l'usine d'impression qui commence par réaliser le carré dans les coloris de la maquette, puis, jouant avec le matériel et la gamme des nuances, compose des harmonies de couleurs, tant de sa propre initiative que d'après les tendances et suggestions des coloristes.

Tous les échantillons ainsi réalisés sont examinés un à un, critiqués, maintes fois remaniés jusqu'à l'adoption des harmonies jugées les meilleures. A ce stade, il arrive encore que tel cadre soit refait, ou bien encore que tels autres soient ajoutés.

Les pièces imprimées, chaque carré sera ensuite roulotté à la main par une ouvrière spécialisée, puis repassé et plié, et enfin, présenté dans les célèbres vitrines du Faubourg Saint-Honoré.

Un département de parfumerie a été lancé et une usine a été construite à cet effet. « Calèche », son premier parfum a fait une entrée brillante dans le monde de la parfumerie.

Hermès occupe maintenant plus de 600 personnes mais a su rester une affaire exclusivement artisanale. Ce dernier rempart de luxe et de goût raffiné, dont Paris a le monopole, occupe au Faubourg Saint-Honoré, un bastion solidement défendu; son point de départ il ne l'oublie jamais et se flatte de conserver toutes ses traditions de qualité et d'élégance que le Sport à ses débuts, a su lui inspirer.

J.-R. G.