

# Construire le succès d'une maison de haute-coiffure : le cas des Croisat, coiffeurs brevetés (1820-1860)

## Building the success of a house of *haute coiffure*: the case of the Croisats, patented hairdressers (1820-1860)

Lucie Roudergues<sup>1</sup>

<sup>1</sup> Laboratoire LARHRA, Université de Lyon II Lumières, France, lucie.roudergues@hotmail.fr

**RÉSUMÉ.** Coiffeurs passionnés, fondateurs d'une académie et d'un journal, inventeurs brevetés, les hommes et les femmes de la famille Croisat innovent par bien des aspects et marquent le monde de la coiffure parisienne des années 1820 aux années 1860. L'objet de cet article est de mieux comprendre, à travers l'étude de la trajectoire de cette micro-dynastie, les éléments qui structurent le marché de la haute coiffure parisienne du milieu du XIXe siècle. Systèmes d'implantation de cheveux ou brosses à teindre, les produits brevetés par les Croisat sont intimement intégrés au processus de création des coiffures d'une part et à leur stratégie commerciale d'autre part. Leur intense activité pédagogique, tant dans les journaux que dans leur académie, répond de façon originale aux contradictions entre les besoins de visibilité de l'artiste et la défense du secret des procédés de l'artisan. Par la diffusion de modèles et de savoir-faire, l'entrepreneur-innovateur participe ainsi à la construction d'un marché pour les produits qu'il imagine.

**ABSTRACT.** Passionate hairdressers, founders of an academy and a newspaper, patented inventors, the men and women of the Croisat family innovated in many ways and made their mark on the world of Parisian hairdressing from the 1820s to the 1860s. The purpose of this article is to better understand, through the study of this micro-dynasty's trajectory, the elements that structured the Parisian *haute coiffure* market in the middle of the 19<sup>th</sup> century. Hair implantation devices or dyeing brushes, the products patented by the Croisats were intimately integrated with the process of designing hairstyles on the one hand and their commercial strategy on the other hand. Their intense pedagogical activity, both in the newspapers and their academy, responded in an original way to the contradictions between the artist's need for visibility and the defense of the patentee's requirement for secrecy. Through the dissemination of models and crafts, the entrepreneur-innovator thus participates in the construction of a market for the products they imagine.

**MOTS-CLÉS.** Coiffure, brevets d'invention, marché de la haute coiffure, XIX<sup>e</sup> siècle.

**KEYWORDS.** Hairdressing, patents, haute-coiffure market, 19th century.

### Introduction

« La poudre n'est plus à la mode / Les coiffeurs seuls aujourd'hui font plaisir, / Au goût du siècle enfin je m'accommode / Quoiqu'ça m'défris', je dois en convenir. » C'est par ces mots que s'achève *Le perruquier et le coiffeur*, comédie en un acte écrite par Dartois, Dupin et Sauvage en 1824 [DAR24]. Le vieux perruquier Lahuppe reconnaît ainsi sa défaite face au jeune Mondésir, coiffeur à la mode.

L'intrigue de cette pièce, loin d'être anecdotique, témoigne de la transformation du secteur de la coiffure et de sa hiérarchie interne au cours de la période révolutionnaire et du début du XIX<sup>e</sup> siècle. Dès la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle, le droit de fabriquer des postiches fait l'objet d'un intense conflit entre la puissante communauté des perruquiers et l'ensemble des coiffeurs pour dames dont la situation juridique est plus floue. Ces derniers réclament le droit de fabriquer eux-mêmes les postiches, ce que refusent les perruquiers. Avec la fin des corporations et le déclin progressif de la mode des perruques poudrées, les hiérarchies internes au secteur de la coiffure sont lentement redéfinies au profit des coiffeurs [ROU17]. En 1851, l'enquête statistique menée par la chambre de commerce de Paris pour les années 1847-1848 évoque les « apprêteurs de cheveux, les fabricants de postiches et d'ouvrages en cheveux » mais le terme « perruquier » n'apparaît plus [CHA51]. Les auteurs de

l'enquête écartent les coiffeurs sans activité de fabrication et les domestiques. Sur 689 entrepreneurs recensés pour l'année 1847, 23 sont apprêteurs de cheveux, 28 sont fabricants d'ouvrages en cheveux et 40 sont fabricants de postiches sans être coiffeurs. Enfin, 598 sont coiffeurs et « font des postiches quand ils en ont le loisir ». Les coiffeurs conservent alors la double activité de production et de service qui caractérisait le travail des perruquiers. Le marché de la coiffure n'est pas étranger à la « production en miettes » évoquée par Alain Faure pour décrire l'organisation de la production des biens de consommation au XIX<sup>e</sup> siècle [FAU86]. Chapeliers, plumetiers, fleuristes, orfèvres, parfumeurs, fabricants de rubans ou de peignes, de multiples métiers sont nécessaires à la réalisation d'une coiffure. Le coiffeur est à même de fabriquer certains produits -tours, tourets ou postiches- et de coordonner les productions de chacun, au même titre que les artisans d'art étudiés Hans Ottomeyer pour la période 1770-1820 [OTT16].

L'accélération de la circulation sociale des produits issus des industries de luxe est un phénomène bien identifié dès la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle en Angleterre, au début du siècle suivant en France [BER05] [DAU07] [COQ15]. L'affirmation progressive des classes moyennes, le niveling progressif des distinctions de rang dans des régimes en cours de démocratisation et la réduction des coûts permise par les nouveaux procédés de fabrication industriels favorisent selon l'expression de Philippe Perrot, un « nouveau régime – démocratique – du superflu » [PER95]. L'enjeu est alors de maintenir une segmentation du marché qui soit révélatrice des identités sociales tout en autorisant une diffusion accrue. Ce processus a notamment été étudié pour les parfums par Eugénie Briot et Rosine Lheureux [BRI15] [LHE16]. Paris, capitale de la mode, accueille les jeunes coiffeurs qui contribuent à la structuration d'un marché de la haute coiffure reposant, comme la haute couture, sur la capacité à produire de la nouveauté et à orienter l'évolution des modes, pour reprendre les critères retenus par Valérie Steele [STE17]. Parallèlement, une offre de moyenne ou de bas de gamme se développe, tant à Paris qu'en province, portée autant par des coiffeurs et coiffeuses que par des domestiques voire de simples particulières munies d'une gazette, de quelques peignes et parfois de postiches. Pour autant, parce qu'elle est, par définition, attachée à la tête de la personne qui la porte, la coiffure n'est pas un produit comme les autres, ce qui influe sur l'organisation de la production. Si la massification de la production de postiches est envisageable, sur le modèle des ateliers de confection textile mécanisés ou de prêt à porter tels qu'a pu les décrire Clare Haru Crowston, la création de la coiffure en elle-même résiste à la standardisation et à la prolétarisation, au moins pour un temps [HAR01]. Les multiples brevets d'invention consacrés à l'embellissement de la chevelure - près d'une centaine de brevets entre 1791 et 1850- témoignent de la vitalité du secteur de la coiffure et de l'importance de cette segmentation. Si toutes ces idées nouvelles ne sont pas exploitées et restent donc au stade de l'invention, certaines deviennent de véritables innovations, c'est-à-dire des produits acceptés par le marché et générateurs de richesses [SAU16]. Pas de révolutions ou de rupture dans le cas de la coiffure mais une multitude de micro-innovations cumulées et portées par les professionnels du secteur.

L'enjeu du présent article est donc d'étudier une famille de coiffeur, les Croisat, véritables entrepreneurs-innovateurs au sens schumpétérien, afin de mieux appréhender les spécificités du marché de la haute coiffure parisienne et les facteurs qui expliquent son renouvellement [SCH11]. Le fondateur, Jean Croisat, appartient à une élite artisanale urbaine dont les travaux de Gabriel Galvez-Behar ont montré la prévalence dans le cercle des inventeurs [GAL08]. Coiffeurs passionnés, journalistes, inventeurs brevetés, Ferdinand Croisat et son fils Jean fondent une entreprise prospère, qui marque le monde de la coiffure parisienne des années 1820 jusqu'à la fin de la Belle Epoque. Les données concernant les Croisat sont lacunaires, comme la majeure partie des registres de l'état civil parisien avant 1860. Il est également difficile de connaître avec précision la taille de leur entreprise, le nombre d'employés et de salons ou le chiffre d'affaire. D'autres sources nous livrent cependant des indices. Entre 1826 et 1867, Ferdinand, Jean, sa femme Victorine et sa fille Léontine Bruteau déposent une vingtaine de brevets d'invention et de perfectionnement. Ceux-ci constituent le cœur de mon corpus, que je compléterai avec l'imposante littérature commerciale et

professionnelle produite par les Croisat pour mieux comprendre comment les inventions techniques deviennent des innovations acceptées par le marché et les consommateurs.

Ce texte a donc pour objectif d'analyser la stratégie originale des Croisat, qui s'appuient sur des innovations techniques et commerciales pour construire progressivement leur réussite professionnelle dans le marché spécifique de la mode capillaire.

La première partie sera consacrée au processus d'invention. Systèmes d'implantation de cheveux ou brosses à teindre, les produits brevetés par les Croisat représentent de micro-innovations incrémentales qui relèvent davantage de l'addition que de la rupture. Il convient dans un second temps d'étudier les logiques qui sous-tendent ces adaptations de savoir-faire professionnels voisins visibles dans les descriptions et les dessins issus des mémoires descriptifs. Enfin, les Croisat articulent cette exigence de secret de l'invention à une intense activité pédagogique dans les journaux et dans leur académie. Ils répondent de façon originale aux contradictions entre les besoins de visibilité de l'artiste et la défense des procédés de l'artisan. Par la diffusion de modèles et de savoir-faire, l'entrepreneur-innovateur participe ainsi à la construction d'un marché pour les produits qu'il imagine.

## 1. Le processus créatif : inventer, perfectionner, breveter

Entre 1826 et 1867, les membres de la famille Croisat déposent 23 demandes pour des brevets d'invention, de perfectionnements ou d'additions (tableau 1)<sup>1</sup>. L'institut national de la propriété industrielle (INPI) conserve le dossier complet pour huit d'entre eux.

### 1.1. Un recours systématique à la protection des brevets

Les brevets d'invention, protection temporaire accordée par le Ministère de l'Intérieur après un dépôt payant, sont massivement mobilisés par les inventeurs et entrepreneurs dès leur création en janvier 1791 [GAL08]. L'originalité de la démarche des Croisat semble davantage reposer sur le nombre et le caractère systématique des dépôts que sur le caractère disruptif de leurs innovations. En 1826, Ferdinand Croisat est le premier à avoir recours au dépôt de brevet. Il présente en 1826 un procédé de « fabrication de fleurs en cheveux » [BV 01] puis une brosse « propre à teindre les cheveux en les brossant » en 1827 [BV 02]. Avec deux brevets déposés, Ferdinand Croisat se situe déjà dans la moyenne haute parmi les coiffeurs de cette décennie : entre 1820 et 1830, seuls 11 coiffeurs enregistrent des brevets et deux seulement en déposent plus d'un, le célèbre Jacques Aubril et Ferdinand Croisat. Son héritier, Jean Croisat poursuit et généralise cette pratique. Bien que le prénom ne soit pas systématiquement indiqué, 15 dépôts peuvent lui être légitimement attribués entre 1837 et 1868, dont ses « peignes diaphanes » [BV 03] et « sa brosse de toilette » en 1837 [BV 04], son « système de postiches en cheveux perméables au peigne » en 1842 [BV 04], son « système d'implantation de cheveux » en 1845 [BV 06], ou encore sa « poudre propre à teindre les cheveux, dite café tinctorial » en 1860 [BV 13]. Sa femme, Victorine Croisat, née Lefèvre, use du même procédé pour défendre son « séparateur de cheveux » en 1853 [BV 08] puis son « système d'épingles à cheveux dites épingles frisettes » en 1857 [BV 11]. Enfin, on trouve la trace d'un brevet de « plume factice dite plumetine, pour parures », déposé en 1867 [BV 16] par Léontine-Eloïse Bruteau, née Croisat, dont on peut supposer qu'il s'agit d'une parente, probablement la fille de Jean et Victorine Croisat.

Déposer un brevet d'invention ou de perfectionnement a pour première fonction de protéger l'inventeur contre le vol et la contrefaçon, toutes formes d'escroqueries dont Jean Croisat manque d'ailleurs d'être la victime. En 1842, il dépose un brevet pour « un système de postiches en cheveux

<sup>1</sup> Lorsque des homonymes apparaissent, j'ai choisi de les écarter si le prénom, l'adresse et le domaine d'application du brevet ne correspondent pas aux éléments déjà connus. C'est le cas par exemple du brevet pour étoffe de soie déposé par Gourd, Croisat et Dubost, tous trois marchands-fabricants d'étoffes de soie à Lyon.

perméable au peigne », qu'il perfectionne dès 1843 en transformant la façon d'implanter les cheveux [BV 06]. Prudent, il ne montre ce procédé qu'à un petit nombre d'individus, ainsi qu'il l'explique dans sa demande de brevet de perfectionnement déposée en 1844 : « Le 25 septembre suivant, les sieur et dame Daniel, ouvriers implanteurs vinrent chez moi pour apprendre ce travail et la dame resta trois jours en tout à la maison. Chose à laquelle je ne consentis qu'à la condition qu'ils se livreraient, mari et femme, à ce travail et qu'ils ne feraient l'implanter que pour moi. ». Pourtant, comme il l'explique dans une lettre du 3 mars 1844 jointe au dossier et adressée au Ministre du Commerce, le couple Daniel, « profitant du retard que j'apportais à la déposition de ma demande », parvient à vendre pour la somme de 3000 francs cette innovation au sieur Caplain, coiffeur, fabricant de tours indéfrisables. Débouté en première instance, Croisat persiste et l'emporte en appel le 4 juillet 1845. Cet évènement témoigne de la difficulté pour les inventeurs à défendre leurs inventions, notamment parce que le dépôt d'un brevet ne garantit nullement sa valeur : les comités chargés d'évaluer les demandes se bornent à vérifier la recevabilité du propos, qui doit être clair et précis, et à vérifier que toutes les procédures sont respectées, notamment lorsque l'avis de l'académie de médecine est requis [GAL08]. Ce n'est que lors des procès que la valeur de l'invention et son caractère novateur sont réellement examinés. L'arrêt de la cour, rapporté par la *Gazette des tribunaux* le 6 juillet 1845, témoigne de cette nécessité [GAZ45]. La chronologie des demandes de brevet de perfectionnement ou d'invention déposées à vingt jours d'intervalle par Croisat et Caplain, respectivement les 6 et 26 mars 1844, est ainsi le premier élément établi par le tribunal. La cour cherche tout de même à dépasser l'aspect purement procédural et prend en compte le fait que le couple ait travaillé au service de Jean Croisat. Un expert, le coiffeur Normandin, est nommé pour garantir la qualité technique du brevet et la perfection de l'invention. En 1845, avant même la fin du procès, Jean Croisat dépose un nouveau brevet pour son système d'implantation de cheveux puis un brevet de perfectionnement la même année.

Nom de l'inventeur	Nom du brevet	Date	Brevet d'addition ou de perfectionnement	Date
CROISAT Ferdinand	Fabrication de fleurs en cheveux	1826		
CROISAT Ferdinand	Brosse appelée par l'auteur réservoir, propre à teindre les cheveux en les brossant	1827		
CROISAT Jean	Peignes métalliques s'appliquant à toute espèce de coiffure	1837	1	1837
CROISAT Jean	Brosse de toilette	1837		
CROISAT Jean	Nouveau système de brosse nommée brosse mécanique	1839		
CROISAT Jean	Système de postiches en cheveux perméables au peigne	1842	1	1844
CROISAT	Système d'implantation de cheveux	1845	1	1845
CROISAT Victorine madame née LEFEVRE	Instrument dit séparateur des cheveux	1853	1	1854
CROISAT	Système d'abris flexibles dits remparts volants	1855	1	1856
CROISAT madame	Système d'épingles à cheveux dites épingle-frisettes	1857	1	1858
CROISAT Jean	Tulle-filet de cheveux	1858		
CROISAT Jean	Poudre propre à teindre les cheveux, dite café tinctorial	1860		
CROISAT	Genre de postiches dits postiches inusables ou éternels	1863		
CROISAT	Bandelettes ondulées en cheveux	1865		
BRUTEAU Léontine-Eloïse madame, née CROISAT	Plume factice dite plumetine, pour parures	1867		
CROISAT	Genre de ressorts, dits ressorts fixateurs, pour voilettes et coiffures	1867	1	1868

**Tableau 1.** Tableau récapitulatif des brevets d'invention, d'addition et de perfectionnement déposés par les membres de la famille Croisat entre 1826 et 1868. Source : Institut national de la propriété industrielle [<http://bases-brevets19e.inpi.fr>]

## 1.2. Une protection juridique qui intervient tôt dans le processus de création

L'importance de l'antériorité dans les procès pour contrefaçon pousse les inventeurs à déposer leurs inventions le plus tôt possible. Dans le cas des Croisat, les dossiers déposés ne concernent pas forcément de nouveaux produits, comme en témoigne l'exemple des « postiches perméables au peigne » déposés en 1842 [BV 06] suivis par un « système d'implantation de cheveux » en 1845 [BV 07]. De plus, sur les 23 demandes déposées, 8 concernent des additions et perfectionnements, et interviennent entre quelques mois et deux ans après le premier brevet. Le recours au dépôt intervient donc assez tôt dans le processus d'innovation, bien que les argumentaires aient pour objectif de présenter une création achevée. En 1853, Victorine Croisat présente son séparateur de cheveux comme le résultat d'expériences multiples, réalisées notamment sur elle-même. L'année suivante, elle apporte plusieurs améliorations à son produit pour l'adapter aux besoins imprévus des consommateurs : « Comme il est des personnes qui appuient trop fortement dans le tirage de cette raie, je mets une rondelle à vis sur le poinçon qui sert de guide et empêche qu'on puisse écorcher le cuir chevelu avec la pointe de l'instrument » [BV 08]. Son mari, en revanche, n'attend pas d'avoir testé l'intégralité de ses produits avant de déposer sa demande de brevet pour ses peignes diaphanes en 1837, ce qu'il explique d'ailleurs à la fin de son mémoire descriptif [BV 03] : « Avant peu j'aurai l'honneur d'offrir en échange des échantillons et du dessin, ci-joints, des peignes semblables à ceux ci-dessus désignés, mais peu seront achevés, n'ayant pas encore tout ce qui m'est nécessaire, comme par exemple le n° 1. J'ai le projet d'employer pour la carcasse de légers ressorts de montre, des piques rivées, et pour les baguettes des peignes en emporte-pièce qui rendra le travail plus régulier, ainsi que du verni de copal (séché au four) pour colorer mes peignes d'une manière propre et solide ». Cette précipitation s'explique par la volonté de présenter ses peignes lors de l'exposition des produits des membres de l'Académie de l'industrie de 1837 à l'Orangerie des Tuileries. Les expositions et sociétés industrielles qui se développent dans la première moitié du XIX<sup>e</sup> siècle participent activement à la circulation de l'information technique mais contribuent aussi à apporter du crédit aux inventions et à mesurer leur valeur. Comme l'a montré Gabriel Galvez-Behar [GAL08], les distinctions qu'elles dispensent constituent des arguments commerciaux puissants. Le dépôt de brevet n'est donc pas, dans le cas des Croisat en tous cas, un couronnement, l'achèvement d'un long processus de maturation aboutissant à une invention parfaite et achevée, mais une étape intégrée à la démarche créative d'une part, au discours promotionnel et à la mise sur le marché d'autre part.

## 1.3. Les femmes de la famille Croisat, travailleuses et inventeuses

Ainsi que l'ont démontré Zora Khan et Anne Chanteux, les brevets d'invention constituent une source majeure pour renouveler l'histoire des relations complexes qu'entretiennent les femmes avec l'invention au XIX<sup>e</sup> siècle [KHA15] [CHA19]. Longtemps en effet, le récit historique écrit par les hommes a invisibilisé ces femmes et « cette histoire, nourrie par les hauts faits des grands hommes, a pu étayer par la suite les discours sur l'invisibilité des femmes et la nature cachée de leur production » [CHA19]. Dotées d'une très faible formation technique théorique, les femmes françaises sont également limitées par le statut juridique que leur impose le *Code Civil* de 1804. Les femmes mariées sont considérées comme mineures et doivent donc bénéficier de l'autorisation de leur mari pour tout acte juridique ou commercial. Déposer un brevet et, si besoin, ester en justice, sont donc des actes qui nécessitent théoriquement l'accord du mari. Dans les faits cependant, les femmes déposent des brevets et peuvent disposer d'une certaine autonomie. C'est le cas des femmes de la famille Croisat. Nous l'avons vu, Victorine Croisat, épouse de Jean Croisat, invente et fait breveter en 1853 un instrument séparateur de cheveux qu'elle perfectionne un an plus tard [BV 08] ainsi que des épingle-frisettes, déposées et perfectionnées entre 1857 et 1858 [BV 11]. En 1867, leur fille, Léontine-Eloïse Bruteau, née Croisat, a également recours à une protection juridique pour sa « plumetine », plume factice pour parure [BV 16].

Le secteur de la coiffure repose en partie sur le travail féminin et familial. Comme l'écrit Janine Lanza, « tous les travaux d'histoire du travail féminin ont souligné le contraste entre l'importance de la contribution des femmes à la vie économique et leur absence de visibilité et de reconnaissance institutionnelle » [LAN09]. Une part importante de ce travail échappe au regard de l'historien : si les sources fiscales ou notariales précisent parfois les professions féminines, elles ne le font pas de façon systématique. Si les ouvrières en textile et les brodeuses peuvent souvent être repérées, le travail des épouses chargées de tenir la boutique ou de faire les comptes des petits commerces urbains est généralement invisibilisé et échappe aux statistiques [SCH02]. Il est probable que la coiffure constitue un secteur dans lequel les femmes sont particulièrement présentes, bien qu'elles restent probablement minoritaires. En effet, la fabrication des tresses, tâche répétitive mais exigeant beaucoup de minutie, était traditionnellement confiée à des tresseuses aux XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles [GAY07]. En outre, le secteur de la coiffure s'adresse à une clientèle très largement féminine, et ce d'autant plus que les hommes désinvestissent peu à peu l'ostentation de la coiffure et de l'habit pour rechercher davantage de sobriété [BEL14].

Si des études plus approfondies sont nécessaires à l'échelle de la profession, il est clair en revanche que les Croisat ont recours à une main d'œuvre féminine et familiale. Lorsqu'il commence à produire ses postiches perméables au peigne, Jean Croisat en enseigne la technique à quelques personnes : « le huit août 1843, je faisais travailler à ce genre d'implanté : Mr Puech, Madame Nouet, Madame Tailler, ma femme et mes deux filles, toutes personnes à qui j'avais montré ma nouvelle manière d'implanter. Le 25 septembre suivant, les sieurs et dame Daniel, ouvriers implanteurs vinrent chez moi pour apprendre ce travail » [BV 06]. Ce passage nous éclaire sur la répartition du travail au sein de l'atelier. Avec deux hommes pour six femmes, dont l'épouse et les deux filles de Croisat, l'implantation de cheveux et le tressage restent des tâches largement féminines et inscrites dans l'économie familiale. Les femmes disposent donc de compétences techniques empiriques, qu'elles peuvent mobiliser pour innover et inventer. La façon dont Victorine Croisat présente son invention en 1853 témoigne de cette capacité à agir de façon autonome : « encouragée dans mes recherches et mes essais par mon mari, homme d'expérience dans l'art de coiffer et devant qui j'ai souvent expérimenté avec mon séparateur j'ai, après avoir acquis, par moi-même, la certitude qu'on peut à l'aide d'un ou de plusieurs de ces nouveaux instruments, séparer ses cheveux de toute manière, avec perfection et sans avoir besoin de l'aide d'autrui, j'ai, dis-je, pris la résolution de venir solliciter de son excellence, Monsieur le Ministre du Commerce, un brevet d'invention de quinze années afin que je puisse exploiter avec privilège, le commerce de mon nouveau système de séparateurs de cheveux » [BV 08]. En mettant habilement en avant l'expertise de son mari et ses encouragements, Victorine Croisat profite de sa réputation. Dans le même temps, son agentivité est fermement affirmée par l'usage parfois redondant de la première personne du singulier.

Le dépôt de brevets est donc une pratique massivement mobilisée par la famille Croisat pour protéger leurs produits des copies et pour développer une stratégie commerciale plus large reposant sur leur statut d'experts et d'inventeurs. Les produits proposés répondent à une analyse des besoins et des envies de la clientèle, privée et professionnelle.

## 2. Les innovations des Croisat : principes et enjeux

La perruque triomphante des XVII<sup>e</sup> et XVIII<sup>e</sup> siècles est progressivement victime d'un triple rejet : mise à distance des codes aristocratiques d'abord, refus de l'artifice des perruques, de la pommade et de la poudre au profit d'une esthétique plus naturelle, dégoût enfin face à la trop grande diffusion de cet accessoire porté à la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle par les boutiquiers et les domestiques autant que par les nobles [GAY07]. S'il ne s'agit pas de répondre à un point de blocage technique, à un goulot d'étranglement tels que ceux identifiés par Patrick Verley dans le développement de l'industrie textile ou métallurgique, les Croisat cherchent bien à répondre à un « problème » nouveau : construire des coiffures qui remplissent leur fonction de marqueur

ostentatoire tout en masquant l'artifice et en facilitant la circulation sociale des produits [VER97]. Cependant, comme l'a noté Carlo Marco Belfanti pour la mode vestimentaire, « le revenu et l'attitude des consommateurs ne représentent qu'une des deux dimensions du contexte économique ayant favorisé l'épidémie de la mode : l'autre face de la médaille est représentée par l'offre, c'est-à-dire la grande variété, en prix et en qualité, des solutions proposées au public de plus en plus vaste, des “victimes de la mode” » [BEL14].

## 2.1. Simplicité, innocuité, diversité

A la lecture des mémoires descriptifs des brevets déposés, quatre catégories de produits émergent : les postiches, les accessoires, les instruments et les teintures. Ceux-ci révèlent, en creux, les préoccupations des coiffeurs et des clients.

La simplicité est sans doute le principe le plus communément mis en avant. La simplicité d'utilisation d'une part est systématiquement évoquée ainsi que la possibilité d'utiliser le produit de façon autonome, sans avoir recours à un coiffeur professionnel. L'adjectif « simple », employé pour qualifier l'aspect général de la coiffure et associé au terme « naturel » renvoie également à un idéal esthétique. Pour y parvenir, il faut donc réussir à fixer solidement l'ensemble des parties d'une coiffure, pour éviter tout air de désordre, mais aussi choisir des postiches et accessoires qui sachent se faire oublier. Les procédés anciens utilisées pour des perruques complètes, camouflées par la poudre et la pommade, ne suffisent plus, même si les techniques mobilisées sont très proches. Les innovations apportées par les Croisat sont davantage incrémentales que disruptives, apportant des correctifs progressifs à des produits existants.

Les tours, sorte de bandeaux en cheveux, et les raies de chair, sont les parties les plus difficiles à réussir : le tissu qui forme la base du postiche doit en effet, dans l'idéal, se confondre avec la peau. Jean Croisat importe ainsi le procédé d'un fabricant de raie de chair anglais visant à « donner aux raies de chair satin, le velouté et le brillant d'un cuir chevelu naturel et des plus beaux » [BV 06]. Ses postiches perméables au peigne, inventés en 1842, proposent une solution très intéressante. Le tissu qui forme habituellement la base du postiche empêche de fixer des peignes à travers. Par conséquent, le postiche peut être amené à glisser et il est impossible d'ajouter d'autres postiches par-dessus : « Jusqu'à ce jour, c'est vainement que les dames âgées ont cherché dans l'usage du petit peigne ce raffinement de coiffure : la manière dont les postiches étaient confectionnés ne permettait pas que les dents des peignes traversent le tissu. De la sorte ces bandeaux mal tendus, tous ces petits peignes cassés et ces touffes mal comprimées. » [BV 06]. Jean Croisat propose donc de remplacer le tissu plein par un filet de cheveux, facilement traversé par le peigne. Ainsi son « système d'implantation de cheveux », développé entre 1842 et 1845, permet-il de diminuer l'épaisseur des postiches et d'éviter les « boursouflures » disgracieuses [BV 07]. Enfin, la légèreté des produits est bien souvent évoquée. Ce critère est important, tant pour le coiffeur qui doit transporter tous ses outils et postiches, que pour la personne coiffée qui doit supporter le poids accumulé des peignes, accessoires, tours et tourets. Jean Croisat insiste sur cet aspect au sujet de ses peignes diaphanes : « ils sont légers (j'en fais qui ne pèsent que deux gros), et ne se pendant pas ainsi que la corne et l'écaillle ils conservent la chevelure. » [BV 03].

Cette courte phrase rappelle aussi combien le principe d'innocuité des produits est central depuis la fin du XVIII<sup>e</sup> siècle [LAN08]. Par exemple, Victorine Croisat explique que son séparateur de cheveux permet aux femmes qui se coiffent seules d'éviter « le dépouillement des parties de la tête qu'on nomme les raies de chair », causé par l'arrachement des cheveux constamment tendus et lissés aux mêmes endroits [BV 08]. Ferdinand Croisat emploie le même argument pour défendre sa brosse à teindre. Celle-ci est d'usage facile : la teinture est introduite dans le corps de la brosse puis colore les cheveux par simple brossage grâce à de petits trous. Selon Ferdinand Croisat, « les trois couleurs s'appliquent de la même manière, de sorte que l'on a plus à craindre les effets des cosmétiques, et des eaux qui ne font aucune chose que de brûler les cheveux et en détruire la tête. » [BV 02]. Le comité consultatif des Arts et Manufactures lui donne raison et approuve sa composition : « La

poudre tinctoriale est du liège carbonisé, de la mine de plomb, de la terre d'ombre. Ces matières n'étant point insalubres, l'avis de l'Académie de médecine est inutile » [BV 02].

Enfin, Ferdinand et Jean Croisat cherchent à développer des gammes de produits à partir d'un même principe, de façon à plaire au plus grand nombre, à proposer des produits polyvalents capables de suivre l'évolution des modes et à varier l'échelle des coûts. Par exemple, Ferdinand Croisat décline son invention de fleurs en cheveux : rose, bouton de rose, feuilles, épi, marguerite double ou simple, narcisse, pensée, bouton ou encore papillon, boules de neige ou aigrettes. Il ajoute : « Comme les fleurs en cheveux ne pourront pas être d'un prix à la portée de tout le monde, j'ai essayé de les faire en soie [...], et j'ai obtenu les mêmes résultats et la variété des couleurs me donne la facilité d'approcher du naturel. » [BV 01]. Tout peut varier : les matériaux, les formes, les couleurs, les prix. Ferdinand Croisat brevète donc ici un principe plus qu'un produit standardisé et se laisse la possibilité de faire évoluer son produit. Il fait de même avec ses brosses à teindre, dont Jean Croisat reprend et perfectionne le principe en 1837, pour créer des brosses mécaniques permettant de nettoyer et de graisser les cheveux ou la barbe et de brosser les dents. Jean Croisat résume ainsi son ambition : « ce système de brosse peut être établi en soie de porc, aussi bien qu'en soie de sanglier ; les brosses sont faites avec ou sans décors, s'adressent à toutes les bourses, et peuvent devenir, par là, d'un usage universel » [BV 04]. Le prix de ses brosses varie ainsi de 27 à 60 francs la douzaine [CRO36].

## 2.2. *La vente aux coiffeurs de produits semi-finis : mécanisation et segmentation de la filière*

A partir de la fin des années 1830, Jean Croisat vend une large part de ses produits à des coiffeurs, ce qui lui permet de réaliser des ventes en gros ; relativement courante pour les objets et accessoires, la pratique est moins commune en ce qui concerne les postiches.

Avec la fin de l'encadrement corporatif des métiers, les coiffeurs ont acquis le droit de fabriquer tous les tours et postiches mais tous ne disposent pas de la formation, du temps ou de la main d'œuvre nécessaires. C'est ce qu'écrit Jean Croisat en 1842 dans son mémoire descriptif pour des postiches perméables au peigne : « Voulant offrir aux coiffeurs non seulement des postiches perméables entièrement confectionnés ainsi que j'en proposerai incessamment aux consommateurs mais encore leur vendre séparément les accessoires et pièces qui sont courantes à la composition desdits postiches, et notamment des montures toutes faites dans le genre du n° 6 avec ou sans raie de chair ; c'est pourquoi je me suis attaché à la perfection des raies en tulle (suppression des têtes) et à mon moyen expéditif d'implantation sur gros de Naples, persuadé que s'ils trouvent à acheter à des prix modiques des montures aussi commodes que les miennes, ils les emploieront pour leur vente ordinaire et qu'ils préféreront offrir à leur client de mes raies de chair plutôt que de passer un temps infini à en établir eux-mêmes aux crochets et à la main. » [BV 06].

Pour produire ces postiches, Jean Croisat cherche à mécaniser le procédé : « La raie de chair ainsi que je l'ai dit ci-dessus est encore d'un prix trop élevé et c'est pour la mettre à la portée de toutes les bourses que j'ai cherché à l'établir par un procédé expéditif, par un procédé mécanique. Quoique que je ne sois pas encore d'une habileté extrême dans ce genre de travail, je n'en prévois pas moins une grande économie dans la main d'œuvre car déjà j'ai fait par jour de 100 à 120 centimètres de long sur 4 de largeur » [BV 06]. La machine consiste en une roue actionnée par une pédale faisant se mouvoir un crochet perforant un tissu de façon à faire passer les cheveux au travers. Celle-ci reste néanmoins difficile d'utilisation. Dans son brevet d'addition, Jean Croisat ajoute : « je fais beaucoup planter à la main, tout le monde n'étant pas apte à bien conduire ladite mécanique, du reste ma nouvelle manière d'implanter est facile et peu fatigante surtout pour la poitrine, et qui plus est, on fait le double d'ouvrage que par les procédés anciens ». Les sources ne permettent pas de savoir dans quelle mesure Jean Croisat a pu développer cette activité de production mécanisée. Toutefois le produit en lui-même connaît un succès important si l'on en croit la réitération d'une demande de brevet en 1858 pour « tulle-filet de cheveux » [BV 12].

Dans ce marché de la coiffure en pleine transformation, les coiffeurs-entrepreneurs innovent et tentent à la fois de répondre aux problèmes soulevés par les coiffures « naturelles » et d'agir sur l'offre en proposant des produits nouveaux. Le processus d'innovation des Croisat repose donc sur un diagnostic des freins et difficultés rencontrés par les consommateurs, privés ou professionnels, auxquels ils tentent d'apporter des réponses dont « simplicité » est le maître mot. Surtout, ils cherchent à créer des gammes de produits capables d'évoluer avec les changements de mode et de toucher un public socialement diversifié. Enfin, ce processus créatif s'inscrit dans une stratégie commerciale et publicitaire originale.

### 3. Du peigne à la profession, une stratégie commerciale multiscalaire et intégrée

Le rôle prépondérant de l'image dans la création de la valeur associée à un produit de luxe est bien connu. Le cas des parfums parisiens du XIX<sup>e</sup> siècle étudiés par Eugénie Briot est particulièrement révélateur de ce phénomène : alors que l'industrialisation des procédés de fabrication fait baisser les dépenses de production au risque de banaliser leurs produits, les parfumeurs choisissent de reporter la charge symbolique -et les coûts- sur les flacons [BRI15]. Dans le domaine de la coiffure, le déclin des perruques complètes au profit d'éléments plus petits et donc moins chers fait peser un risque similaire sur le marché de la coiffure. La réponse des coiffeurs parisiens n'est donc pas seulement technique. Pour assurer le succès de leurs produits et la pérennité du marché de la haute coiffure, ils mettent en œuvre une stratégie commerciale de grande ampleur. Pensée à l'échelle de la profession dont ils se font les porte-paroles, elle mobilise des outils variés et novateurs.

#### 3.1. La stratégie des Croisat : accumulation, cohérence et surprise

Le discours publicitaire mis en œuvre par les Croisat vise avant tout à promouvoir leur nom : le patronyme devient marque. De façon très révélatrice, le prénom disparaît peu à peu des diverses publications ou écrits publicitaires, au point qu'il devient difficile de distinguer les écrits de Ferdinand, qui signe parfois dans les années 1820, de ceux de Jean Croisat qui n'emploie son prénom que pour les brevets. La communication, intense, des Croisat vise alors à agréger des caractéristiques à cette figure de « parfait coiffeur » qu'ils construisent. Sur la page de titre de sa *Méthode de coiffure* parue en 1832, Ferdinand Croisat se présente comme « professeur », « coiffeur du journal des modes » et « breveté du gouvernement » [CRO32]. La même méthode d'accumulation est employée sur la page de titre des *Cent-un Coiffeurs de tous les pays*, ouvrage « fondé par Croisat, professeur de coiffure » [CRO36]. Son nom apparaît dans le récapitulatif des « artistes qui ont fourni des coiffures » et dans celui des « écrivains ». A la fin de la troisième année, un encart publicitaire consacré à des brosses mécaniques indique ainsi « Croisat, breveté » (figure 1) [CRO36]. En revanche, les femmes de la famille sont très peu visibles dans la littérature commerciale produite par Ferdinand et Jean Croisat. Le séparateur de cheveux mis au point par Victorine Croisat fonctionne et elle le vend, comme en témoignent les adaptations qu'elle lui apporte l'année suivante pour répondre aux besoins des consommateurs. Son procédé n'est cependant à aucun moment mentionné dans les encarts commerciaux ni associé au nom de la famille Croisat.

Les Croisat mobilisent également des techniques commerciales novatrices, intégrant les différents aspects de leur activité. Par exemple, en 1837, dans les *Cent-un Coiffeurs de tous les pays* paraît l'annonce suivante : « Avis à messieurs les coiffeurs. A partir du 1<sup>er</sup> septembre prochain, le professeur CROISAT donnera des leçons de coiffure dans les bureaux du journal, rue Croix-des-Petits-Champs, 2, tous les jours jusqu'à midi ; les leçons du soir seront données comme de coutume à son domicile, rue de l'Odéon, 33. NOTA. Tout coiffeur prenant une douzaine de peignes diaphanes aura droit à une leçon gratuite » [CRO36]. Le journal sert donc à faire la promotion des cours de coiffure, qui eux-mêmes permettent de faire la promotion des peignes diaphanes, lesquels peuvent aussi attirer quelques coiffeurs dans les cours en question. Ferdinand et Jean Croisat portent

une réelle attention à la mise en scène et organisent des événements, très théâtralisés, dont leurs journaux se font l'écho. Le 31 octobre 1838, Croisat organise une démonstration publique de confection de coiffures « à la Renaissance », devant un public de 230 personnes, composé de coiffeurs expérimentés, mais aussi de fleuristes, bijoutiers, modistes et peintres de portraits. Il en fait une description vivante et animée, sur un ton presque épique. Après avoir rappelé le programme, il décrit l'étonnement du public et l'envie de ses collègues mal intentionnés puis présente ses différentes réalisations en insistant sur sa rapidité d'exécution : « La promenade a lieu, la musique joue, et après le cérémonial, j'attaque la coiffure N° 3. [...] Cette opération terminée, je prends ma brosse mécanique oléoïne pour lisser et lustrer mon derrière de coiffure, je fais aller la clé pour que l'huile sorte ; alors j'entends quelqu'un qui dit : Ah !... Je ne doutai pas que cette exclamations signifiât que j'en étais toujours avec mes brosses nouvelles. Mais le silence imposé à ce contradicteur par la généralité, me fit voir que j'étais en bonne compagnie, et alors je donnai pleine carrière à mon imagination ». Ce type d'événements publics renforce la figure du coiffeur-artiste, applaudie et jalousee. La mise en scène mobilise plusieurs sens à la fois, la vue, l'ouïe et l'odorat puisque des produits cosmétiques parfumés sont très probablement employés, notamment dans les fameuses brosses, inventées par Croisat lui-même.

<i>Exposition de 1839.</i>			
<b>BROSSES MÉCANIQUES</b>			
Inventées par CROISAT, breveté			
Rue de l'Odéon, N. 33, à Paris.			
Toutes ces brosses de toilettes sont autant de nécessaires qui réunissent à une propriété excessive l'avantage de rendre inutiles plusieurs accessoires, elles accélèrent considérablement le travail du barbiliage, du nettoyement de la bouche et de celui des cheveux.			
N° 1 à 6 tubes, avec décors	la douzaine	60 f.	
2 id.	id.	54	
3 à cinq tubes	id.	48	
id. à filets	id.	52	
4 à quatre tubes fonds bois	id.	56	
4 1/2 id.	id.	33	
5 à trois tubes pour eau athénienne.	id.	30	
Petites brosses bandeauline en buflle	id.	27	
<i>Brosses à Dents.</i>			
En ivoire, manche en cristal.	id.	42	
id. en étain.	id.	36	
Buffle ou os, beaux manches.	id.	30	
id. en étain.	id.	24	
Brosses à ongle, tête en buffles	id.	27	
<i>Pinceaux Mousseux.</i>			
Manches en cristal garniture ivoire	id.	60	
id. en os	id.	48	
id. métal avec décors	id.	42	
id. à filets	id.	56	
id. id. moins épais	id.	35	
id. id. soie blanche	id.	21	
Eau athénienne pour ôter les pellicules, la livre,			
2 f. 50 c. 12 flacons, 12 f.			
Huile philotrique-liquide la l. 4 f. 12 flac. 7 f. 50			
Gelée brillantine id. 1 id. 6			
Eau dentifrice et des fumeurs id. 3 id. 9			
Crème d'amandes liquide id. 2 id. 12 6			

**Figure 1.** Jean Croisat, *Publicité pour des brosses mécaniques, Les Cent-un coiffeurs de tous pays, 1836-1841, vol 3, p 94.*

La pratique des démonstrations publiques ne semble plus utilisée après les années 1840, mais Jean Croisat ne renonce pas à susciter la surprise. En 1860, il utilise son activité de journaliste pour

le *Moniteur de la coiffure* afin de faire la promotion de son café tinctorial, cette fois-ci non sous forme d'avis ou d'encart publicitaire, mais dans un article complet, intitulé « Les étrennes du jour de l'an et la teinture des cheveux chez les anciens » [CRO60]. Il revient d'abord longuement sur l'histoire de la teinture, puis annonce avec malice une opération commerciale plutôt surprenante : « Oui, cher lecteur, je prends la liberté, en vous souhaitant une bonne et heureuse année, de venir vous offrir une tasse de café !... Offrir une tasse de café à une grande clientèle d'abonnés qui est disséminée sur toute la surface du globe, cela pourra paraître un peu original ; et bien, c'est cependant au sérieux, c'est pour tout de bon, et je m'en vais vous convaincre. Pour nos abonnés de la France, nous n'avons pas, il est vrai, un fil électrique qui puisse servir de conducteur pour verser le moka à nos invités. Oui, mais nous avons la poste ». Tout abonné au *Moniteur de la coiffure* qui le demande se voit ainsi offrir gratuitement un échantillon du café tinctorial, accompagné d'une instruction imprimée. Un poème conclut l'article :

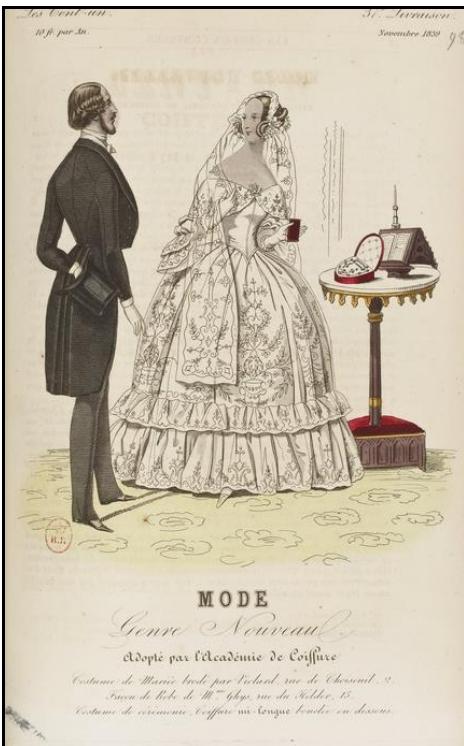
« Jean Croisat vous invite à prendre son café,  
Café tinctorial dont vous serez coiffé ;  
Car il vient d'arriver au but qu'il veut atteindre,  
*A teindre*  
Cheveux, barbe, sourcils, favoris et consorts.  
Blanc j'entre chez Croisat, noir ou châtain j'en sors,  
Et des neiges du temps je n'ai plus à craindre ;  
Désormais, comme au Dieu des coiffeurs, je crois à  
CROISAT »

### **3.2. L'Académie de coiffure : artification et structuration du marché**

Pour finir, la stratégie commerciale des Croisat est étendue à l'échelle de la profession. Les Croisat présentent une vision holistique de la coiffure, conçue comme un art complet, auquel ils veulent donner de nouvelles lettres de noblesse. En 1834, Ferdinand Croisat ouvre une Académie de coiffure ayant pour but, d'après les statuts publiés dans *Les Cent-Un coiffeurs de tous pays* en 1837, de « donner à l'état de coiffeur l'éclat qu'il avait autrefois » [CRO36]. Sa devise, « Tous les arts se tiennent », est révélatrice de ses ambitions : faire admettre la coiffure au rang des Beaux-Arts. Le processus correspond à ce que Roberta Shapiro définit comme un processus d'artification, c'est-à-dire le processus par lequel on passe d'une activité quelconque à un art, d'un praticien à un artiste [HEI12]. L'Académie se donne comme première tâche de réaliser une histoire des coiffures et des costumes, ce à quoi Croisat s'emploie dans *Les Cent-Un coiffeurs de tous pays*. Outre la description par période et par aire géographique des évolutions des modes capillaires, Croisat publie des notices biographiques consacrées à des perruquiers et coiffeurs célèbres, modèles et précurseurs. L'étude du passé doit permettre dans un second temps de déterminer des lois fondées sur la raison et sur le bon goût. L'enjeu est de fonder des principes généraux et une méthode permettant à chaque coiffeur de s'adapter ensuite à la mode, forcément volatile, ainsi qu'au goût de chaque cliente et à l'air de son visage. Tout l'art du coiffeur réside justement dans cet équilibre. Pour ce faire, la pratique du dessin est très vivement encouragée pour permettre aux coiffeurs d'acquérir le sens des proportions, et, encore une fois, le périodique de Croisat transmet cette prescription. Chaque numéro est richement illustré de dessins colorés, précis et esthétiques à la fois. Des principes de dessin, des esquisses et des modèles sont publiés, tant dans le journal que dans les méthodes de coiffure et ouvrages pédagogiques que proposent les Croisat [CRO32].

Enfin, les membres de l'Académie de coiffure considèrent « qu'il serait non-seulement national, mais encore très avantageux pour toute la corporation, que des artistes habiles s'entendissent pour diriger la mode et la faire changer souvent, en créant des coiffures nouvelles et de bon goût ». Toujours d'après les statuts de l'Académie de coiffure, une mode nouvelle doit être créée tous les

ans, lors d'une séance au mois d'octobre à laquelle sont invités « tous les hauts industriels s'occupant de la toilette des femmes, afin de s'entendre sur l'harmonie du costume ». A travers son Académie, Croisat propose ici une vision globale et intégrée de la mode féminine, perçue de façon très précoce comme un secteur industriel spécifique. Il analyse le marché de la mode sur le modèle de la filière inversée telle que la définit Galbraith en 1968 [GAL68] : l'offre crée la demande et si la mode est un secteur à part entière, il devient possible pour les acteurs impliqués de coordonner leur action de façon à orienter les attentes des consommateurs.



**Figure 2.** Illustration par Croisat de la mode nouvelle proposée par l'Académie de Coiffure pour l'année 1839, *Les Cent-un coiffeurs de tous pays*, 1836-1841, novembre 1839, vol 3, p. 95.

Légende : « *Mode Genre Nouveau adoptée par l'Académie de coiffure. Costume de mariée brodé par Vielard, rue du Choiseul, 2. Façon de Robe de Mme Ghys, rue du Helder, 15. Costume de cérémonie, Coiffure mi-longue bouclée en dessous* ».

Si le processus d'artification amorcé par Croisat s'essouffle au cours du siècle et ne parvient pas à faire reconnaître la coiffure comme un art à part entière -l'Académie semble s'éteindre après quelques années d'existence- en revanche l'idée d'une structuration concertée du marché de la mode par les acteurs et industriels participe à l'élaboration de l'image de Paris comme capitale de la mode [STE17].

## Conclusion

En 1910, Albert Parent, auteur d'un rapport consacré à l'industrie du vêtement lors de l'exposition universelle de Bruxelles, présente avec chaleur la vitrine organisée par Camille Croisat, membre du jury. Il insiste sur « l'importance déjà considérable » de cette maison qui « s'est trouvée accrue par la réunion à sa clientèle des maisons Laurency et Gassard » [PAR10]. A la fin de la Belle Epoque, la maison Croisat domine donc toujours le secteur de la coiffure, preuve du succès d'une stratégie fondée sur l'articulation intime de trois éléments : création de coiffures, dépôts de brevets, innovation commerciale. Cette approche est originale : rares sont en effet les coiffeurs qui mobilisent aussi systématiquement et efficacement ces trois leviers commerciaux ou qui affichent à ce point leur volonté d'élever la coiffure au rang d'art et d'œuvrer pour le contrôle du marché. Au-

delà de la singularité de la démarche, l'étude de la trajectoire de cette micro-dynastie permet de mieux appréhender les éléments structurants du marché de la haute coiffure en particulier, et de l'industrie du luxe en général, au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle.

## Références

[ANO 45] ANONYME, « Cour royale de Paris, Audience du 3 juillet », *Gazette des Tribunaux, journal de jurisprudence et des débats judiciaires*, n°5618, p. 1-2, 6 juillet 1845.

[BEL 14] BELFANTI C., *Histoire culturelle de la mode*, IFM, Paris, 2014.

[BER 05] BERG M., *Luxury and Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, Oxford University Press, Oxford, 2005.

[BRI 15] BRIOT E., *La Fabrique des parfums, Naissance d'une industrie du luxe*, Vendémiaire, Paris, 2015.

[CHA 51] CHAMBRE DE COMMERCE DE PARIS, *Statistique de l'industrie à Paris résultant de l'enquête faite par la Chambre de commerce pour les années 1847-1848.*, Guillaumin & Cie, Paris, 1851, ark:/12148/bpt6k97519966

[CHA 09] CHANTEUX A. « Les inventives. Femmes, inventions et brevets en France à la fin du XIX<sup>e</sup> siècle », *Documents pour l'histoire des techniques*, n°17, p. 90-97, 2009. r <http://journals.openedition.org/dht/519>

[CHA 19] CHANTEUX A. « Autour de "La Fronde" : femmes, techniques et inventions au XIX<sup>e</sup> siècle. » *Technologie et Innovation*, n°4, septembre 2019. <https://www.openscience.fr/Autour-de-La-Fronde-femmes-techniques-et-inventions-au-XIXeme-siecle>

[COQ 11] COQUERY N., *Tenir boutique à Paris au XVIII<sup>e</sup> siècle. Luxe et demi-luxe*. Éditions du Comité historique et scientifique, Paris, 2011.

[COQ 15] COQUERY N., BONNET A. (dir), *Le Commerce du luxe. Production, exposition et circulation des objets précieux du Moyen âge à nos jours*, Mare & Martin, Paris, 2015.

[COR 94] CORRE A., « Les anciennes corporations brestoises : les Perruquiers, Barbiers, Baigneurs, Etuvistes. », *Bulletin de la Société archéologique du Finistère, Tome 21*, p. 377-425, 1894.

[CRO 32] CROISAT, *Méthode de coiffure*, Paris, 1832.

[CRO 36] CROISAT, *Les Cent-un coiffeurs de tous pays*, rue de l'Odéon, Paris, 1836-1841.

[CRO 60] CROISAT J., « Les étrennes du jour de l'an et la teinture des cheveux chez les anciens. » *Le Moniteur de la coiffure, journal mensuel de l'art du coiffeur*, p. 197, janvier 1860.

[DAR 24] DARCOIS A., DUPIN H., SAUVAGE T., *Le Perruquier et le coiffeur*, Duvernois, Paris, 1824.

[DAU 07] DAUMAS J-C., DE FERRIERE LE VAYER M., « Les métamorphoses du luxe vues d'Europe », *Entreprises et histoire*, n° 46, p. 6-16, 2007. <https://www.cairn.info/revue-entreprises-et-histoire-2007-1-page-6.htm>

[DUB 11] DUBOIS S., *Métiers d'art et société au XVIII<sup>e</sup> siècle, L'exemple de Dijon*. EUD, Dijon, 2011.

[FAU 86] FAURE A., « Petit atelier et modernisme économique. La production en miettes au XIX<sup>e</sup> siècle », *Histoire, économie et société*, 5-4, p. 531-557, 1986.

[GAL 68] GALBRAITH J., *Le nouvel Etat industriel*, Gallimard, Paris, 1868.

[GAL 08] GALVEZ-BEHAR G., *La République des inventeurs. Propriété et organisation de l'innovation en France (1791-1922)*, PUR Rennes, 2008.

[GAY 07] GAYNE M., *The wigmakers, the public, and the state: cultural and material production of eighteenth-century French hairstyles*, PHD, Cornell University, 2007.

[HAR 01] HARU-CROWSTON C., *Fabricating Women, The Seamstresses of Old Regime France, 1675-1791*, Duke University Press, Durham, 2001.

[HAR 05] HARU-CROWSTON C., « L'apprentissage hors des corporations. Les formations professionnelles alternatives à Paris sous l'Ancien Régime ». *Annales. Histoire et Sciences Sociales*, n°60, p. 409-441, 2005.

[HEI 12] HEINICH N., SHAPIRO R., *De l'artification : enquêtes sur le passage à l'art*. EHESS, Paris, 2012.

[HIL 13] HILAIRE-PEREZ L., *La pièce et le geste, artisans, marchands et savoirs techniques à Londres au XVIII<sup>e</sup> siècle*. Albin Michel, Paris, 2013.

[JAR 12] JARRIGE F., CHARPY M., « Introduction. Penser le quotidien des techniques. Pratiques sociales, ordres et désordres techniques au XIX<sup>e</sup> siècle », *Revue d'histoire du XIX<sup>e</sup> siècle*, n°45, p. 7-32, 2012.

[KAP 01] KAPLAN S. L., *La fin des corporations*, Fayard, Paris, 2001.

[KHA 15] KHAN Z., *Invisible Women: entrepreneurship, innovation and family firms in France during early industrialization*, NBER, Working Paper 20854, 2015. <http://www.nber.org/papers/w20854>

[KOB 16] KOBILJSKI A., HILAIRE-PEREZ, L., & CARNINO, G., *Histoire des techniques : Mondes, sociétés, cultures (XVI<sup>e</sup>- XVIII<sup>e</sup> siècle)*, Presses Universitaires de France, Paris, 2016.

[LAN 08] LANOË C., *La poudre et le fard, Une histoire des cosmétiques de la Renaissance aux Lumières*, Champ Vallon, Paris, 2008.

[LAN 09] LANZA J., « Les veuves dans les corporations parisiennes au XVIII<sup>e</sup> siècle », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, n° 56, p. 92-122, 2009.

[LHE 16] LHEUREUX R., *Une histoire des parfumeurs : France, 1850-1910*, Champ Vallon, Ceyzérieux, 2016.

[OTT 16] OTTOMEYER H., « Innovation by Design as Strategy for Luxury Goods » dans N. Coquery, J. Ebeling, A. Perrin Khelissa et P. Sénéchal (dir), « *Les progrès de l'industrie perfectionnée* », *Luxe, art décoratifs et innovation de la Révolution Française au Premier Empire*, PUM, Fenouillet, 2016.

[PAR 10] PARENT A., *Industrie du vêtement : section française, groupe XII B, classe 86, Exposition universelle et internationale, Bruxelles*, Comité français des Expositions à l'étranger, A. Dencède, Paris, 1910.

[PER 19] PERRIN C., « Inventions et histoire des techniques. Repères historiographiques et problématiques », *Technologie et innovation*, n°19-4, 2019. <https://www.openscience.fr/Inventions-et-histoire-des-techniques-Repères-historiographiques-et>

[PER 95] PERROT P., *Le luxe. Une richesse entre faste et confort, XVIII<sup>e</sup>-XIX<sup>e</sup> siècle*, Le Seuil, Paris, 1995, cité par DAUMAS J-C., DE FERRIERE LE VAYER M. *Op. Cit.*

[ROU 17] ROUDERGUES L., « Barbiers-perruquiers et baigneurs-étuvistes : la définition d'un champ professionnel de la fin du XVIII<sup>e</sup> au milieu du XIX<sup>e</sup> siècle », *Grandes et petites mains de la beauté : production, entretien et distribution*, 12-13 octobre 2017, Université Paris Est Créteil [non publié].

[SAU 16] SAULAIN P. « Une étude exploratoire des ponts entre invention, innovation et droits de propriété intellectuelle », *Technologie et innovation*, n°16-1, 2016. <https://www.openscience.fr/Une-étude-exploratoire-des-ponts-entre-invention-innovation-et-droits-de>

[SCH 11] SCHUMPETER J. A., *Théorie de l'évolution économique*, Dalloz, Paris, 1911 (édition 1983).

[SCH 02] SCHWEITZER S., *Les femmes ont toujours travaillé. Une histoire du travail des femmes aux XIX<sup>e</sup> et XX<sup>e</sup> siècles*, Editions Odile Jacob, Paris, 2002.

[STE 17] STEELE V., *Paris fashion: a cultural history*, Bloomsbury Londres, 2017.

[ZDA 96] ZDATNY S., « La mode à la garçonne, 1900-1925 : Une histoire sociale des coupes de cheveux », *Le Mouvement social : bulletin trimestriel de l'Institut français d'histoire sociale*, n°174, p. 23-56, 1996, Récupéré sur ark:/12148/bpt6k5621042n

## Brevets d'invention étudiés, par ordre chronologique

Brevets conservés par le service d'archive de l'Institut national de la propriété industrielle (INPI) et disponibles en ligne [<http://bases-brevets19e.inpi.fr>].

[BV 01], 1BA2420, CROISAT Ferdinand, *Fabrication de fleurs en cheveux*, 1826

[BV 02], 1BA2578, CROISAT Ferdinand, *Brosse appelée par l'auteur réservoir, propre à teindre les cheveux en les brossant*, 1827

[BV 03], 1BA5679, CROISAT Jean, *Peignes métalliques s'appliquant à toute espèce de coiffure*, 1837 (1 addition, 1837)

[BV 04], 1BA6717, CROISAT Jean, *Brosse de toilette*, 1837

[BV 05], 1BA6717(1), CROISAT Jean, *Nouveau système de brosse nommée brosse mécanique*, 1839

[BV 06], 1BA9273, CROISAT Jean, *Système de postiches en cheveux perméables au peigne*, 1842 (1 addition, 1844)

[BV 07], 1BB1106, CROISAT, *Système d'implantation de cheveux*, 1845 (1 addition, 1845)

[BV 08], 1BB16093, CROISAT Victorine madame née LEFEVRE, *Instrument dit séparateur des cheveux*, 1853, (1 addition, 1854)

[BV 09], 1BB22333, CROISAT, *Système d'abris flexibles dits remparts volants*, 1855

[BV 10], 1BB26713, CROISAT Jean, *Perfectionnements apportés aux abris flexibles*, 1856

[BV 11], 1BB30434, CROISAT madame, *Système d'épingles à cheveux dites épingle-frisettes*, 1857, (1 addition, 1858)

[BV 12], 1BB36219, CROISAT Jean, *Tulle-filet de cheveux*, 1858

[BV 13], 1BB43940, CROISAT Jean, *Poudre propre à teindre les cheveux, dite café tinctorial*, 1860

[BV 14], 1BB59841, CROISAT, *Genre de postiches dits postiches inusables ou éternels*, 1863

[BV 15], 1BB68614, CROISAT, *Bandelettes ondulées en cheveux*, 1865

[BV 16], 1BB75294, BRUTEAU Léontine-Eloïse madame, née CROISAT, *Plume factice dite plumetine, pour parures*, 1867, (1 addition, 1868)