

Fit for Men (A study of New York's Clothing Trade), par EGAL FELDMAN. Un vol., 6 po. x 9¼, relié, 138 pages — PUBLIC AFFAIRS PRESS, 419, avenue New- Jersey, S.-E., Washington 3, D.C, 1960 (\$3.25)

Camille Martin

Volume 37, Number 1, April–June 1961

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/1001631ar>

DOI: <https://doi.org/10.7202/1001631ar>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (print)

1710-3991 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this review

Martin, C. (1961). Review of [*Fit for Men* (A study of New York's Clothing Trade), par EGAL FELDMAN. Un vol., 6 po. x 9¼, relié, 138 pages — PUBLIC AFFAIRS PRESS, 419, avenue New- Jersey, S.-E., Washington 3, D.C, 1960 (\$3.25)]. *L'Actualité économique*, 37(1), 201–201. <https://doi.org/10.7202/1001631ar>

pourquoi l'auteur, unissant les considérations d'ordre historique aux détails de la politique contemporaine, s'est efforcé de présenter une image du nationalisme nord-africain envisagé dans ses origines, son cadre naturel et à travers ses manifestations actuelles. L'histoire des mouvements nationalistes au Maroc, en Tunisie et en Algérie, met en lumière les corrélations qui les relient les uns aux autres. Mais par ailleurs, ces liens expliquent pourquoi il est si difficile de limiter les divers conflits isolés qui, depuis plusieurs années, empoisonnent les relations de l'Ouest avec l'Afrique presque tout entière.

On doit déplorer que cette tension se soit développée entre deux blocs qui ont besoin l'un de l'autre, ainsi que le démontre l'auteur. Camille Martin

Fit for Men (A study of New York's Clothing Trade), par EGAL FELDMAN. Un vol., 6 po. x 9¼, relié, 138 pages. — PUBLIC AFFAIRS PRESS, 419, avenue New Jersey, S.-E., Washington 3, D.C., 1960. (\$3.25).

Cet ouvrage fait l'historique de l'industrie de la confection à New-York, durant la période de croissance de cette dernière, soit de 1800 à 1861. La première date a été choisie un peu arbitrairement, mais la seconde marque le terme d'un important chapitre de cette industrie newyorkaise. Elle avait alors réussi à se hisser en première place à l'échelle nationale, et cela pour plusieurs raisons. New-York était l'endroit où arrivaient de l'Europe main-d'œuvre et matières premières, tandis que c'est à New-York que s'adressaient, pour satisfaire leurs besoins de vêtements, les régions non industrialisées du Nouveau-Monde. New-York était donc mieux placée que toute autre ville pour satisfaire la demande croissante de vêtements. Par ailleurs, les marchands de New-York ont su profiter de tous ces avantages et ont tout mis en œuvre: publicité, facilités de crédit, variété de marchandises, etc., pour attirer l'acheteur. Ils ont même été au-devant de lui, dans les régions non industrialisées des États-Unis, en y établissant des succursales et en y envoyant des représentants. Mais ils ne négligeaient pas pour autant le marché de New-York. En fait, l'industrie s'est tenue à la page à tous points de vue et c'est pourquoi, à la fin de la période étudiée, elle était devenue l'un des plus importants facteurs dans la vie économique de la ville.

Les bons ouvrages qui s'occupent des origines et de la montée d'une industrie dans son ensemble et dans un centre en particulier ne sont pas nombreux. Il est vrai que la documentation nécessaire n'est pas toujours disponible. Ceci était d'ailleurs le cas pour le travail rédigé par Feldmann. L'auteur a dû recourir à des sources de documentation de fortune pour suppléer les insuffisances des sources régulières. Il n'en a pas moins réussi un travail intéressant qui retiendra sûrement l'attention non seulement de ceux qui s'intéresseront à l'histoire et aux mœurs de la ville, mais aussi de ceux qui s'intéressent à l'histoire économique en général.

Camille Martin