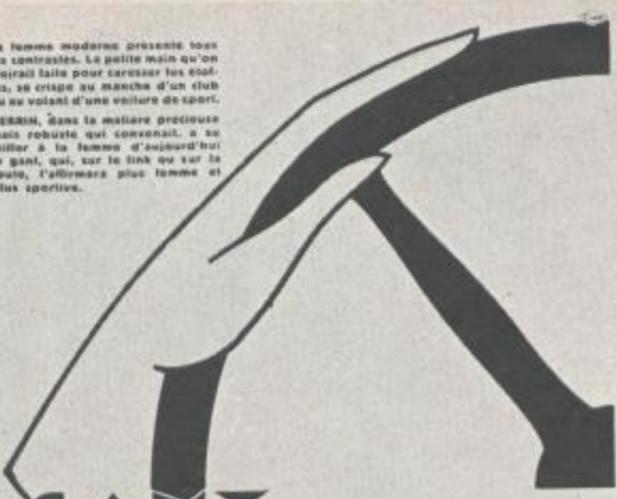


La femme moderne présente tous ses contrastes. La petite main qu'on croirait faite pour caresser les écoliers, se crispe au manche d'un club ou se voient d'une voiture de sport.

PERRIN, dans la matière précieuse mais robuste qui convenait, a su tailler à la femme d'aujourd'hui le gant, qui, sur le link ou sur le route, s'affirmera plus femme et plus sportive.

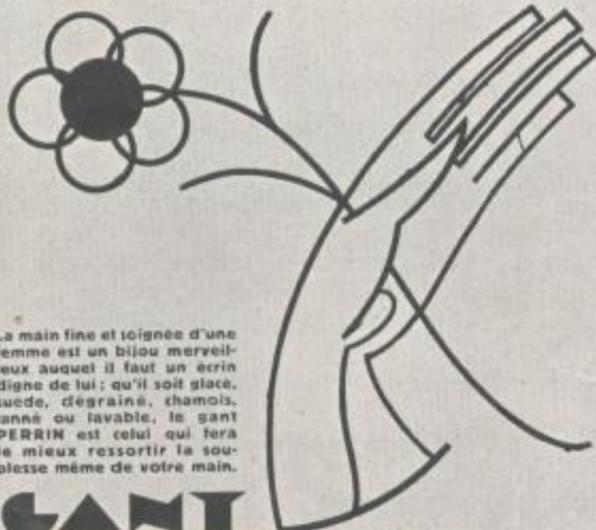


**GANT
PERRIN**

"*toujours*  *élégant*"

En 1848, dans le quartier de la rue de la Harpe, à Paris, se fonde la manufacture de gants PERRIN, 45, boulevard Haussmann - 17, rue de Valenciennes, PARIS.

La main fine et soignée d'une femme est un bijou merveilleux auquel il faut un écrin digne de lui; qu'il soit glace, suède, dégrainé, chamois, tanné ou lavable, le gant PERRIN est celui qui fera le mieux ressortir la souplesse même de votre main.



**GANT
PERRIN**

"*toujours*  *élégant*"

Voici l'époque des cadeaux, l'époque des courses fiévreuses dans les magasins. Pour ces courses, une sobre élégance: à votre main, le gant PERRIN, de coupe simple, de matière riche et robuste. Parmi vos amplettes: le gant PERRIN, que toujours vous offrirez avec la certitude de faire plaisir.



**GANT
PERRIN**

"*toujours*  *élégant*"

En 1848, dans le quartier de la rue de la Harpe, à Paris, se fonde la manufacture de gants PERRIN, 45, boulevard Haussmann - 17, rue de Valenciennes, PARIS.

Diese Ehrung Damours kann nur gerecht erscheinen, und wenn man sich seine korporative Arbeit in den nationalen und internationalen Verbänden vergegenwärtigt, so scheint Damour doch auch noch außerhalb der Verbandsarbeiten großen Einfluß auf den Geist der französischen Reklamewelt ausgeübt zu haben.

Er war natürlich weder der Erste, noch der Einzige, der die amerikanischen Publikationsmethoden in Frankreich bekanntgemacht hat. In Zusammenarbeit mit Gérin begriff er, daß Reklame nicht ein Luxus ist, den sich nur einige Phantasten leisten, um den Namen ihrer Firma auf den Mauern und in den Zeitungen lesen zu können, sondern daß die Reklamekunst eine Wissenschaft für sich ist, die ihre eigenen Gesetze hat, und die in den Händen eines Mannes, der sich ihrer zu bedienen weiß, eine gewaltige Macht darstellt.

Etienne Damour hat das große Verdienst, Ideen und Prinzipien in das Milieu der französischen Industrie und des französischen Handels getragen zu haben, die weder Klubs noch Büchern entsprangen. Wenn sich in Frankreich die früher widerspenstigen Kreise der Reklame zuwenden, wenn andererseits die Ideen des „Service“ und der wahrheitsgetreuen Reklame Allgemeingut geworden sind, so hat Etienne Damour – die Tätigkeit der „Dam-Publicité“ und der Zeitschrift „Vendre“ – nicht wenig dazu beigetragen.

Die französische Reklamewelt schuldet Damour ungeheuren Dank, der „Conseil en Publicité“ hat es allein seiner Tätigkeit zu verdanken, welche Rolle er jetzt im französischen Geschäftsleben spielt, wenn man seinen Rat erbittet und