

L'INFLUENCE DE LA MODE



UN CÉLÈBRE économiste français, J. B. Say, mort en 1732, a fait au sujet de la mode les réflexions suivantes que nous engageons nos lecteurs à méditer.

“ La mode a le privilège d’user les choses avant qu’elles aient perdu leur utilité, souvent même avant qu’elles aient perdu leur fraîcheur ; elle multiplie les consommations et condamne ce qui est encore excellent, lent, commode et joli, à n’être plus “ bon à rien.”

Conclusion : Les changements fréquents des modes forcent les véritables élégants à augmenter leurs dépenses au bénéfice des fournisseurs, parmi lesquels le tailleur n’est pas le moins favorisé.

Malheureusement la mode reste de nos jours trop longtemps stationnaire, ce qui permet, dans un but d’économie, de porter le même vêtement jusqu’à ce qu’il soit défraîchi.

Pourquoi donc la mode subit-elle si lentement de si insignifiantes variations ? Telle est la question qu’il serait important d’étudier et d’en rechercher les causes, pour y porter remède dans la mesure du possible.

L’industrie textile doit, en grande partie, sa prospérité aux productions multiples qui ont un attrait de nouveauté et qui se rattachent non seulement à la toilette des deux sexes, mais, encore à l’ameublement et à tout ce qui constitue le côté confortable de la vie intérieure et de la vie au grand air. Le progrès en toutes choses est une mode nouvelle, à laquelle on se soumet volontiers. A la diligence que l’on trouve confortable autrefois, on préfère aujourd’hui le chemin de fer, la bicyclette et l’automobile. Aux lecteurs des courriers d’autrefois et de la poste, on préfère le télégraphe et le téléphone. L’électricité et le gaz ont démodé la lampe à huile : tant de choses enfin qui, étant consacrées par la mode, bouleversent les usages anciens.

La science transforme et révolutionne les besoins, les habitudes et nos mœurs. Le vêtement de l’homme ne subit guère l’impulsion du progrès et notre beau métier en souffre et pérille.

Si la forme actuelle de nos vêtements s’éternisait, toute idée de mode disparaîtrait et nous imiterions les peuples qui, depuis l’antiquité, ont conservé la même forme au costume national, comme l’Arabe, le Chinois, l’Esquimaux et autres peuples plus ou moins civilisés, et notre métier se ressentirait de cet état de choses.

Partout, les changements de mode sont indispensables à de nombreuses industries qui occupent, de ce fait, une grande partie de la classe laborieuse. Créer du nouveau, tel est le devoir qui s’impose ; varier plus souvent la forme de nos vêtements est une nécessité à laquelle doit songer la corporation.

Faire du nouveau dans notre partie n’est pas une impossibilité. Les choses les plus ridicules et les plus extravagantes ont souvent un succès inespéré et vivent jusqu’au jour où le hasard, le caprice et le goût trouvent autre chose qui plaît, par la seule raison que c’est nouveau : c’est la mode. On pourrait citer quelques excentricités approchant le ridicule et dont la vogue a dépassé toute prévision, entre autres : la

crinoline volumineuse, qui donnait à la jupe de robe l’aspect d’un ballon.

Pour le vêtement d’homme, n’a-t-on pas adopté le pastron américain qui dénature l’élégance et les belles proportions du torse normal.

Le pantalon à patte d’éléphant, d’un aspect si disgracieux. Le pli du pantalon actuel, fixé au fer, qui donne à cette pièce le même aspect que les pantalons à 2 ou 3 francs (40 ou 60 cts.), que l’on vend aux déballages les jours de marché, sur la place des villages. Ces inventions que le hasard seul a fait trouver, ont eu cependant, faute de mieux, un succès prodigieux.

Ces faits isolés prouvent assurément qu’il n’est pas difficile de créer du nouveau, sans mettre son imagination à la torture. Donc, vouloir c’est pouvoir.

Pour qu’une mode nouvelle s’impose sans lenteurs, sans incertitude, dès le début d’une saison, il faut qu’elle soit décrétée par un groupe de patriciens ayant la compétence nécessaire, auquel la corporation, exceptionnellement bien représentée, aura confié le mandat et donné l’autorité pour créer et faire tous les changements qui lui sembleront favorables pour relever et rétablir à tout jamais le prestige de notre profession.

Telle sera la question la plus importante qui fera le sujet des délibérations du futur congrès de 1901.

—(Le Tailleur Moderne).

LA SOIE ARTIFICIELLE

Trois usines pour la production de la soie artificielle par le procédé Chardonnet sont en pleine activité. La première à Wolston, en Angleterre, donne une production d’environ 3,000 kilogrammes par semaine de ce produit ; la deuxième à Besançon (France) en fabrique 900 kilogrammes par jour ; la troisième à Sprietenbach en produit 275 kilogrammes par jour. D’autres usines vont s’y installer probablement en Belgique et en Allemagne.

Rappelons en quelques mots, le procédé de cette fabrication qui comprend plusieurs phases. On fait d’abord la nitration du coton ou pâte de bois, ce qui donne la pyroxyline. On soumet ensuite cette pyroxyline à une forte pression pour extraire tout l’acide possible ; puis elle est lavée pendant douze à quinze heures ; enfin elle est amenée à un centrifuge qui enlève l’humidité, laquelle ne doit pas dépasser 28 p. 100.

Puis on dissout la matière dans un mélange d’alcool (49 parties) et d’éther (60 parties), en le plaçant dans un cylindre que l’on fait tourner pendant douze heures ; on obtient alors le collodion que l’on filtre par pression de 40 à 45 atmosphères. Il ne reste plus qu’à dénitrifier la soie, ce qui lui enlève la si grande inflammabilité qu’elle possédait, et cette opération se fait par le sulfhydrate de calcium.

La fibre ainsi préparée, se blanchit comme le coton ordinaire au chlorure de chaux.

MM. Kyle, Cheesbrough & Co ont ajouté nouvellement à leur Département de Soieries une ligne complète de nuances en Peau de Soie, Tamalino et Soieries du Japon. Ce sont de nouvelles lignes qui, ajoutées au Département de Soieries de cette maison déjà fortement approvisionnée, fait un tel déploiement de soieries qu’il ne peut manquer d’intéresser tout commerçant en marchandises sèches.