



*Même dans un escalier, le tapis allie le confort à l'esthétique.*

on insérait un mince tissu de renfort d'envers dans la machine, et on réglait la densité du velours en ajustant le nombre de points par centimètre carré.

La machine à touffetage fut introduite au Canada en 1954 par les Tapis Peerless Limitée. Ces nouvelles techniques marquèrent la fin d'une époque dans l'histoire canadienne du tapis et les débuts d'une industrie prospère.

#### **Une industrie en plein essor**

Au cours des vingt années qui suivirent la « révolution » du touffetage, les ventes de tapis canadiens passèrent de 15 à 350 millions de dollars par année. Aujourd'hui, 80 % des tapis sont touffetés, bien qu'on fabrique aussi des tapis tissés et des tapis piqués à l'aiguille.

L'industrie canadienne du tapis emploie au-delà de 5 000 personnes et débite des millions de mètres carrés de tapis et de moquette chaque année. En 1979, l'industrie a fabriqué presque 90 millions de mètres carrés de tapis, et elle est en mesure de fournir un rendement encore supérieur. En effet, les fabricants de tapis canadiens pourraient produire assez de moquette pour couvrir deux fois dans une même année les planchers des huit millions de foyers que compte le Canada.

L'industrie du tapis a, elle aussi, été victime de la crise économique internationale du début des années 80. Le nombre de nouvelles maisons construites a accusé une baisse considérable, et les consommateurs ont remis les

gros achats à plus tard, en attendant une relance économique. Dès les premiers signes de cette relance, l'industrie a profité d'une demande accrue de la part des consommateurs.

Malgré la conjoncture économique, les fabricants canadiens se sont maintenus à la fine pointe des nouvelles techniques de fabrication du tapis, notamment le thermo-fixage, l'imprimerie à jet et les procédés de coloration multiple. Le Canada peut s'enorgueillir de posséder une industrie du tapis aussi avancée que celle de n'importe quel autre pays du monde.

#### **L'exportation : un défi à relever**

Dans les années 70, l'industrie avait pourvu aux besoins du marché national et elle se tourna peu à peu vers les revenus supplémentaires qu'offraient les marchés d'exportation. Durant cette décennie, les exportations augmentèrent de 2 000 %, passant de trois millions de dollars en 1971 à 65 millions de dollars en 1980. Les exportations représentent aujourd'hui un dixième de toutes les expéditions de tapis du Canada.

Au cours des années 70, l'Australie devint un important acheteur de tapis canadiens ; aussi, en 1979, la moitié des exportations canadiennes de tapis était destinée au marché australien. Le Canada se tailla par la même occasion une place de choix sur d'autres marchés étrangers, notamment au Royaume-Uni, en Europe occidentale, aux États-Unis, au Japon, dans les pays de la région du Pacifique, en Afrique, au Moyen-Orient et dans les Caraïbes.

#### **Un atout précieux**

Lorsqu'il s'agit d'exportation de tapis, les fabricants canadiens possèdent un atout précieux. En effet le Canada compte 25 millions d'habitants d'origines diverses, dispersés aux quatre coins d'un pays qui, par sa superficie, est le deuxième du monde. L'industrie du tapis doit donc plaire à des goûts très différents selon les régions du Canada. En satisfaisant aux exigences du marché national, elle a acquis les connaissances qui lui permettent de bien cerner les besoins des marchés du monde entier.

#### **Une industrie à la main de velours**

L'industrie du tapis se doit d'offrir aux divers marchés de consommation toute une gamme de styles et de fibres. C'est ce que fait l'industrie canadienne, qui offre 5 000 styles et agencements de couleurs différents.

Les tapis les plus recherchés par les

consommateurs canadiens sont les tapis de peluche saxonie, puisque ceux-ci gardent longtemps leur forme. Les tapis de velours coupé et bouclé perdent un peu de terrain, devancés par des tapis aux motifs et aux coloris plus subtils. La popularité des tapis de texture Frieze augmente sans cesse, sans doute à cause de l'aspect rustique et de la résistance à l'usure caractéristiques de ce genre de tapis. Le velours bouclé reste jusqu'à maintenant le tapis idéal des locaux à utilisation commerciale.

Les tapis les plus populaires, grâce à leur durabilité et leur souplesse, sont les tapis faits de fibres continues à voluminosité (BCF) de nylon, utilisés dans environ 40 % des constructions. Les fibres discontinues de nylon sont celles qui demeurent le plus en vogue. Les fabricants canadiens emploient aussi le polyester, le polypropylène et l'acrylique. La laine sert encore à la fabrication de certains tapis, mais son emploi a diminué depuis la découverte de fibres synthétiques perfectionnées qui offrent au consommateur, en plus des caractéristiques esthétiques de la laine, bien d'autres qualités. La plupart des tapis à utilisation commerciale sont traités de façon à cacher la saleté et à résister aux taches, sans compter que certaines fibres à résistance antistatique sont très utiles dans les bureaux d'informatique.

#### **Une tradition qui se perpétue**

S'ils furent jadis un symbole de luxe, les tapis, actuellement, font, en somme, partie de notre mode de vie. Aujourd'hui, le consommateur exige aussi de ces revêtements de sol qu'ils aient des propriétés

*(suite à la page 8)*



*Quelques échantillons de moquettes.*