

# NOUVEL HAY MAGAZINE

## SANS FRONTIÈRES

## Mets un jean



La question n'est plus de savoir si le jean est à la mode. Il est plutôt de savoir qui, aujourd'hui, ne met pas de jeans.

De la grand-mère partie en week-end à son petit-fils de quelques mois, tout le monde l'adore. De tous les tons de bleu, il est passé à la couleur, au blanc, au noir, au brun..au rouge, vert..

Il est aussi mélangé avec de l'élasthanne pour le rendre plus pratique. Ecologie oblige, on cherche à produire le jean avec le moins d'eau possible.

Pas un luxe quand on sait qu'aujourd'hui il faut presque 11 000 litres d'eau pour un jean en coton.

Mixte, pour petits et grands, le jean se vend bien s'il est de marque.

Mon seul jean est blanc , et vous ?

## **L'HISTOIRE**

L'histoire du jeans commence dans la ville de Gênes, réputée pour sa toile de coton et de lin, le jean, très similaire au velours côtelé. La République marchande de Gênes exporte ce tissu dans toute l'Europe, notamment en Angleterre (où il est utilisé dans les pantalons de marins mais aussi les voiles des navires ou les toiles de tentes) à Nîmes où les tisserands (telle la famille André) tentent de reproduire ce tissu, sans succès. À force d'expérimentation, ils développent au XVIIe siècle un autre tissu, une toile de coton à armure de serge qui devient connue sous le nom de denim. Cette toile de coton écrue, réputée pour sa résistance (elle est utilisée comme vêtement de travail des mineurs, des ouvriers), est par la suite exportée à Gênes et teintée en bleu indigo<sup>1</sup>.

L'invention du vêtement lui-même reviendrait à une collaboration entre Levi Strauss et Jacob Davis, tailleur à Reno dans le Nevada. Le premier était en effet à la tête d'un commerce de tissu et vêtements, Levi Strauss & Co., installé sur la côte ouest américaine lors de la ruée vers l'or en 1853. Il transportait alors dans ses chariots des toiles de tente et des bâches en toile denim brune qu'il vendait aux forty niners. Un de ses clients, Jacob Davis, lui achète ses toiles et taille dedans des pantalons de travail renforcés par des rivets en cuivre au niveau des points sensibles (poches, braguettes), parvenant ainsi à satisfaire les exigences en matière de solidité d'une cliente pour son mari bûcheron. Devant le succès de son pantalon auprès des bûcherons et des mineurs et pour éviter les contrefaçons, en 1872, il propose à Levi Strauss de partager les fruits de la commercialisation de son invention en échange du paiement de la somme nécessaire au dépôt du brevet. Jacob Davis joint à la lettre proposant l'affaire à Levi Strauss deux pantalons de sa fabrication selon ce procédé, dont l'un en denim.

Le brevet est accordé en mai 1873. Jacob Davis supervise cette activité de confection de vêtement de travail au sein de l'entreprise Levi Strauss & Co. Bien qu'une partie de la production soit en d'autres tissus (coutil ou duck canvas), ce sont les modèles en denim de chez Amoskeag, notamment grâce à leur couture en double X, qui assurent une réputation de solidité de la marque dans la dernière décennie du XIXe siècle.

Ce qui garantit le succès de la collaboration Davis-Levi Strauss, c'est, outre le

choix du denim (tissu exclusif à partir de 1860) et le renforcement par des rivets, le fait d'avoir privilégié le pantalon, et non, comme la concurrence, la salopette. À l'origine, le produit est désigné par son fabricant sous le terme *Waist overalls* par opposition aux *Bib overalls*, les salopettes, mais par la suite, c'est l'appellation « jeans » qui finira par s'imposer. Le mot proviendrait de la contraction de « de Gênes », déformé par la prononciation locale. Le bleu de Gênes (*blu di Genova*) désignait la teinture correspondant à la couleur originelle des bleus de travail rivetés en denim produits par l'entreprise *Levi Strauss & Co.* et les autres marques l'imitant. Le terme s'impose dans les années 1920 lorsque la marque californienne *Can't Bust'Em* lance un modèle dénommé *Frico Jeans*<sup>5</sup>.

Les jeans de production *Levi Strauss & Co.* des premiers temps conservent les attributs caractéristiques des vêtements de travail de la marque à destination des bûcherons et chercheurs d'or :

- coupe très large ;
- poche unique au dos ;
- martingale, une demi-ceinture placée à l'arrière resserrant la taille ;
- présence de boutons pour les bretelles ;
- surpiqûres en lin orange sur les poches arrière, pour les assortir aux rivets de cuivre (à partir de 1873)
- poche à outil latérale sur certains modèles...

Selon certaines sources, la présence d'une poche à gousset et d'une poche arrière sur un jeans aurait pour origine le fait que Jacob Davis soit d'abord un tailleur, confectionnant notamment des pantalons plus habillés. Il aurait utilisé un tel modèle pour la création de son premier pantalon de travail riveté.

## **Évolution et chronologie :**

Agencement des poches et des rivets en cuivre caractéristiques du jean

Les *Waist overalls* en denim produits par *Levi Strauss & Co.* connaissent rapidement un certain succès. Si les rivets constituent le plus-produit de la marque, de nombreuses firmes se développent sur le marché des vêtements de travail et concurrencent la marque californienne avec des produits en denim : *Eloesser-Heynemann Co.* *Can't bust'em* (1851, Californie), *Hamilton Carhartt* (1884, Michigan), *OshKosh B'Gosh*, (1895, Wisconsin), *Brownstein, Newmark & Louis Co* *The Stronghold* (1895, Californie), *Larned, Carter & Co* *Headlight* (1897,

Michigan), Neustadter Brothers Boss of The Road (avant 1877, Californie), Hudson Overall Company Blue bell, futur Wrangler (1904, Caroline du Nord).

La coupe des pantalons désignés par le terme « jeans » diffère initialement assez peu d'un fabricant à l'autre. Elle sera peu à peu modifiée en raison de l'évolution des usages et de la mode.

La forme considérée comme classique comporte cinq poches (la 5e, petite poche accolée à la poche droite, est un dérivé de la poche gousset<sup>7</sup>), une braguette à boutons timbrés, des surpiquûres orange assorties au cuivre des rivets et une étiquette de faux cuir cousue à la taille. Il correspond au millésime de 1947 du 501 de Levi Strauss & Co.. L'alternative également classique est représentée par le 101Z à fermeture à glissière de la marque Lee.

À l'origine, le denim utilisé est d'un poids relativement léger : 9 puis 10 Oz. Dans les années 1940, les jeans Lee sont faits à partir de denim de 11,5 Oz. Les jeans actuels « classiques » ont une toile de 13,5 ou 14 Oz. Certains fabricants, notamment japonais proposent des jeans fabriqués à partir d'un denim de 16, voire 22 Oz, aussi appelés « jeans brut » ou « raw »<sup>8,9</sup>.

À l'origine vêtement des travailleurs manuels américains à la fin du XIXe siècle, devenu ensuite vêtement emblématique des États-Unis, le port quotidien du jean est aujourd'hui répandu sur tous les continents et dans toutes les catégories sociales.

En Europe, où ce vêtement était beaucoup plus cher que dans son pays d'origine (prix trois à quatre fois plus élevé, en raison des taxes douanières auxquelles il était soumis)<sup>10</sup>, il a d'abord été populaire dans les années 1950 chez les blousons noirs, ce qui lui a donné initialement très mauvaise presse en en faisant un symbole de marginalité voire de délinquance. Au début des années 1960, son port était rigoureusement prohibé dans de nombreux lycées et collèges. Au cours de la décennie il est progressivement imposé comme tenue de loisir, d'abord chez les jeunes, jusqu'à devenir de nos jours socialement admis dans tous les milieux et dans toutes les classes d'âge.

Si l'on excepte l'attrait de son image légitimement associée à l'Amérique et à sa façon de vivre (l'American way of life), le confort et la robustesse sont probablement les atouts majeurs qui permettent au pantalon en jean de résister aux modes et bien souvent de s'y adapter.

Le chemin parcouru entre la toile taillée en forme de pantalon portée par le pionnier et les créations des plus grands stylistes portées par les hommes et femmes les plus riches et renommés de la planète est énorme. Cependant, le jean n'a pas changé de clients, il a juste élargi sa clientèle : aujourd'hui encore, les plus démunis portent des jeans, seulement, ce ne sont pas les mêmes. Quelle clientèle pour quels jeans actuellement ? Sachant que l'on peut trouver des jeans à 5 € comme à 250 €, ou encore à plus de 400 € pour des jeans de marques telles que Dior.

### **Sources :**



**WIKIPÉDIA**  
L'encyclopédie libre