

Denim – stylé, pratique, intemporel

Le tissu bleu et son histoire

17 octobre 2020 - 5 avril 2021

Le denim fait partie des éléments absolument basiques de la garde-robe. Presque tout le monde a un tel habit dans son armoire. Mais le denim est aujourd'hui bien plus qu'un tissu pour les vêtements. On pourrait penser que le denim et l'art n'ont rien à voir ensemble. Loin s'en faut : de nombreux artistes ont découvert le denim comme matière première. Cette exposition temporaire unique montre la polyvalence et l'histoire de ce matériau tant aimé. Des peintures de *The Master of the Blue Jeans* de la fin du 17^e siècle jusqu'aux pantalons en jean, vestes en jean, sacs, chaussures, meubles et objets utilitaires, en passant par les sculptures ou installations comme *The Secret Garden* de Ian Berry et les panthères de Afran (Milan Art & Events Center).

Le tissu le plus utilisé au monde a une histoire folle, qui commence certainement en Italie et arrive en Amérique, chez les chercheurs d'or et les stars du cinéma. Vous êtes-vous déjà demandé qui a inventé le tissu pour les jeans que vous portez tous les jours ? L'histoire est assez fascinante et la querelle à ce propos persiste entre l'Italie et la France, pour savoir dans quelle ville ce tissu robuste est né, tissu qui est devenu le plus vendu et le plus célèbre au monde, et qui s'est vite développé, passant d'un tissu pour les vêtements de travail à un protagoniste incontesté de la mode contemporaine.

Cependant, de quoi est composé le jean et d'où vient le nom ? *De Nîmes* ou plutôt *Gênes* ? Durant de longues années, les historiens ont toujours considéré comme prédécesseurs du jean deux tissus d'origine ne venant pas des États-Unis : un tissu robuste de la ville de Nîmes dans le sud de la France, de laquelle dériverait le nom *denim*, ainsi qu'un tissu de coton de la ville de Genua (Gênes) en Italie, dont le nom français *Gênes* aurait évolué pour donner le mot anglais *jeans*. Cependant, les preuves historiques manquent pour les deux explications.

Cela fait déjà plus de cent ans que le blue jean est né comme pantalon de travail robuste et pratique. Ce à quoi personne ne s'était attendu à l'époque et ce qui n'était certainement pas prévu est arrivé : le pantalon bleu en denim est devenu un article de mode. Bien qu'il soit restylé et repensé chaque année, le pantalon des chercheurs d'or et des cow-boys a conservé ses caractéristiques les plus importantes : il est confortable et robuste. Cependant, le blue jean ne s'est pas seulement transformé en vêtement tendance, il est également vu comme objet culte. En raison de son histoire, il a déjà servi de symbole de statut de différents mouvements. Aujourd'hui, il fait partie aussi bien de la garde-robe standard des travailleurs que de celle de leurs chefs. Oui, même les chefs d'État, mannequins et acteurs posent devant les caméras dans leur pantalon confortable. De nos jours, le blue jean existe pour homme et pour femme et pour presque toute occasion.

Dans cette exposition, qui comprend environ 125 objets, les visiteurs seront emportés dans un voyage à travers les diverses facettes de ce matériau fascinant. L'exposition temporaire a été

préparée en collaboration avec Madame Liza Snook du Virtual Shoe Museum de La Haye. Ainsi a-t-on pu rassembler des prêts de divers musées européens, collectionneurs privés, installations de galeries et artistes du monde entier. Cette exposition est visible sous cette forme uniquement à Bâle.

Explications et mythes concernant l'origine du matériau bleu

De Nîmes ou plutôt Gênes ? Un des mythes raconte que le tissu robuste pour les jeans vient à l'origine de la ville française de Nîmes et ainsi *serge de Nîmes* a été raccourci en *denim*. De même, aucun fait historique ne peut prouver la dérivation du terme *Blue Gênes* de la couleur et du chemin de transport de la ville portuaire de Gênes vers l'Amérique. Les recherches du Musée de la Mode et du Costume de Paris ont mené au 16^e siècle en Italie jusqu'à un matériau que l'on appelait jean. Il était fait de coton, de lin ou de laine et venait à l'origine de Gênes. Au début du 17^e siècle, il y avait en France un tissu comprenant de la soie et de la laine connu sous le nom de *serge de Nîmes*. De plus, il existait encore un autre matériau, appelé *nim*, qui se composait également en partie de laine. Les deux tissus avaient une armure en sergé, mais dans leur composition, ils se différenciaient clairement du denim connu plus tard composé à 100% de coton.

D'autres recherches concernant le terme *serge de Nîmes* ont mené à une production de tissu en Angleterre à la fin du 17^e siècle. En raison de preuves historiques divergentes et de manque de parallèles suffisants, notamment concernant la composition du matériau, l'origine exacte des termes *jean* et *denim* n'est pas claire.

Le secret du *Master of the Blue Jeans (Maître de la toile de jeans)*

Grâce à un prêt de la Galerie Canesso de Paris, l'exposition présente une œuvre-d'art unique dans l'histoire du tissu bleu et datant de la fin du 17^e siècle. Monsieur Maurizio Canesso a obtenu en 2004 la première peinture de ce maître inconnu. Dans le catalogue des ventes, elle était décrite comme *The Barber's Shop* de l'école napolitaine. Deux ans plus tard, Monsieur Canesso est tombé sur un article de Gerlinde Gruber, curatrice du musée de l'histoire de l'art à Vienne, qui se penche sur toutes les œuvres de ce peintre inconnu. Ses travaux sont connus sous le nom anonyme de *Maestro della tela jeans (Maître de la toile de jeans)*, car son vrai nom n'a jamais pu être trouvé.

En l'espace de six ans, Maurizio Canesso est parvenu à acquérir presque l'ensemble des œuvres connues du *Maître de la toile de jeans*. Toutes ces peintures génèrent la même atmosphère. Elles représentent des scènes intérieures de conditions pauvres mais pas misérables. Au moins un personnage regarde l'observateur, comme s'il était surpris de voir ce dernier. Cela se voit également sur la peinture dans l'exposition. La femme sur l'image regarde clairement le visiteur.

Comme des scènes de style caravagesque (d'après Le Caravage, peintre du baroque ancien), les peintures à l'huile représentent des gens pauvres, et sur toutes les peintures, on peut voir au moins un enfant. La palette de couleur de l'artiste va du noir-blanc et brun à l'or, au rouge et à l'orange pour les nuances de la peau, en passant par des bribes de bleu, de vert de rouge-orange, qui se trouvent principalement sur les habits. Les arrière-plans sont brun foncé.

Une grande attention est portée aux vêtements et aux morceaux de tissu, qui sont souvent déchirés, repassés, fripés, cousus en larges bandes, salis, roulés ou pliés. Et sur chaque peinture, on peut voir de la vaisselle ou de la nourriture.

Le *Maestro della tela jeans* (*Maître de la toile de jeans*) en italien est défini par les chercheurs en histoire de l'art comme un peintre de genre, qui était actif dans le nord de l'Italie entre 1675 et 1700 environ. Il viendrait éventuellement de la région de Venise. L'artiste italien au nom inconnu a obtenu ce pseudonyme, car sur toutes ses peintures, sauf une, on retrouve le tissu bleu indigo typique qui apparaît dans les vêtements de ses personnages. Celui-ci rappelle fortement le blue jean moderne. Les peintures du Master of Blue Jeans (*Maître de la toile de jeans*) montrent toujours des membres de la couche pauvre du peuple. Les travaux sont fortement tournés vers les détails des vêtements. À son époque, il était très peu commun pour un peintre de caractériser la population pauvre avec de tels détails. Sur la peinture *A Meal with a Woman and Two Children* (*Un repas avec une femme et deux enfants*) présentée à l'exposition, le tablier de la femme assise est en jean. La structure du tissu est clairement reconnaissable à l'ourlet et à une déchirure sur le côté. Actuellement, on connaît dix œuvres de cet artiste.

Cette peinture du Master of the Blue Jeans (*Maître de la toile de jeans*) chambarde les théories existantes sur l'origine de ce tissu de coton d'une solidité à toute épreuve. Le bleu du tissu sur les peintures est peint exactement dans la même nuance indigo encore utilisée de nos jours pour les jeans. On estime que les peintures de la fin du 17^e siècle viennent de la région de Venise, et non pas de celle de Gênes.

Peut-être qu'un jour, les scientifiques trouveront une réponse définitive à cette question.

Les débuts de l'histoire du jean

Löb Strauss a fait partie de ceux ayant posé la première pierre de ce qui deviendra le pantalon denim. Fils d'un colporteur juif, Strauss est né en 1829 à Buttenheim bei Bamberg en Franconie (Allemagne). Enfant, il vendait des ustensiles de ménage avec son père, dont des tissus et accessoires de couture. Ainsi, Löb a acquis très tôt de l'expérience pour le métier de vendeur.

En 1848, trois ans après la mort de son père, il a décidé d'immigrer en Amérique avec sa mère et deux de ses sœurs. Strauss a d'abord travaillé dans un commerce de marchandises textiles à New York, un commerce que ses deux demi-frères avaient déjà ouvert deux ans auparavant. Plus tard, il a pris la direction de l'ouest et de la Californie. Là, il a poursuivi sa vocation commerciale, mais aussi, comme beaucoup, la ruée vers l'or. Strauss est arrivé à San Francisco en 1853 et y a ouvert son propre commerce de gros de textile. Avec son offre variée de vêtements, tissus, mercerie et autres ustensiles de ménage, il livrait de nombreuses petites boutiques. Trois ans plus tard, Strauss fondait avec ses deux demi-frères l'entreprise Levi Strauss. Dorénavant, ils menaient ensemble, des deux sites de San Francisco et New York, un commerce de gros avec importation de textiles. Grâce à son esprit pionnier et à son inventivité, ainsi qu'à de nombreux contacts, Strauss était déjà millionnaire en 1870. Il a également joué un rôle crucial dans l'essor des États-Unis. Sa propre production de pantalons de travail et de jeans n'a commencé que plus tard en 1873. Suite à sa mort en 1902, quatre de ses neveux ont continué de diriger l'entreprise Levi Strauss & Co. Ils

ont principalement assuré la reconstruction suite au tremblement de terre et à l'incendie de San Francisco en 1906. L'entreprise reste encore aujourd'hui propriété de la famille.

Le développement du jean avec Levi's

Il existe de nombreuses histoires et mythes concernant la naissance et la véritable origine du pantalon en jean. Certains parlent de l'époque des chercheurs d'or et de leurs vêtements de travail de l'époque. Là, le surpantalon, porté par-dessus le pantalon pour le protéger pendant le travail, serait l'ancêtre de nos jeans actuels. Cependant, les faits historiques manquent pour soutenir cette thèse. Un grand nombre d'archives historiques, concernant spécialement l'entreprise Levi Strauss, ont été perdues lors du tremblement de terre catastrophique de 1906. Les premiers pantalons en jean Levi's ont été conjointement développés par Löb Strauss et Jacob Davis en 1873, puis portés comme pantalons de travail par-dessus les vêtements. Le tailleur Davis était à l'époque un client de Strauss et avait trouvé la solution, sous la forme de rivets de cuivre, contre la déchirure fréquente des coins des poches très sollicitées. Ces rivets étaient utilisés à l'époque pour sécuriser les harnais des chevaux. Strauss et Davis sont devenus partenaires d'affaires et ont partagé leur savoir et l'argent pour le brevet sur les rivets, qu'ils possédaient de 1873 à 1890. Afin d'éviter d'égratigner ou d'abîmer les bancs, selles ou autres, à partir de 1937, les rivets en cuivre étaient fixés à l'intérieur du pantalon. Aujourd'hui, on y trouve généralement des taquets, afin que les surfaces sur lesquelles on s'assoit, comme les canapés et les sièges de voiture, soient protégées contre les dommages pouvant survenir par la pression et le frottement. Très tôt, les poches arrière du pantalon ont été décorées d'une double couture en forme de V, un signe individuel et reconnaissable de Levi's. En 1880, en collaboration avec Davis, Strauss a ouvert son premier atelier de couture. Jusqu'alors, les pantalons étaient fabriqués à la maison. En 1886, on a ajouté la ceinture du pantalon, à l'arrière de laquelle se trouve un carré, à l'époque encore en vrai cuir, avec l'emblème de Levi's, les deux chevaux de trait emblématiques.

En 1890, la production du célèbre 501® a démarré et le pantalon à cinq poches avec deux poches arrière est arrivé sur le marché en 1901. Les passants sur la ceinture de pantalon ont suivi en 1922. Ainsi pouvait-on maintenir le pantalon à la taille à l'aide d'une ceinture. L'écriture originale *LEVI'S* est restée jusqu'en 1971. Ce n'est que plus tard que la forme actuelle *Levi's* est arrivée.

Au début, les pantalons Levi's étaient proposés en deux matières : toile à voile (*duck cotton* en anglais) et denim. En raison de la demande réduite de toile à voile, Strauss et Davis se sont par la suite concentrés uniquement sur les différents denims.

La marche triomphale du jean vers l'Europe

C'est dans les années 1920, alors que les deux inventeurs étaient décédés depuis longtemps, qu'a commencé la vraie marche triomphale du jean. Entre-temps, aux États-Unis, il était sur toutes les lèvres en tant que pantalon de travail. Le pantalon était encore teint dans le même bleu indigo, une nuance à laquelle le blue jean doit aussi son nom.

La coupe non plus n'avait pas changé pendant toutes ces années. Car finalement, les travailleurs étaient satisfaits de la coupe confortable du pantalon. Personne n'avait d'exigences de mode. Le blue jean devait simplement être robuste, durer longtemps et ne pas pincer lors des mouvements.

Ce n'est que vers 1930, alors que les bretelles fonctionnelles ont été remplacées par les ceintures plus à la mode, que les exigences vis-à-vis du jean ont également changé. Car seule la jeunesse américaine portait désormais l'ancien pantalon de travail. Le blue jean était un symbole de rébellion. C'était un signe visible de la protestation contre la tradition et l'autorité. Et c'est ainsi qu'a également commencé l'histoire de la mode du pantalon tendance, que l'on ne peut depuis plus arrêter.

Avec la Deuxième Guerre mondiale, lors de laquelle de nombreux soldats américains ont lutté sur le sol européen, le blue jean est arrivé en Europe. En effet, aux États-Unis, le pantalon en jean était arrivé jusque dans l'habillement de l'armée. Bien que le pantalon des soldats étrangers, qui a d'abord été connu en Allemagne sous le nom de pantalon Texas ou pantalon à rivet, n'a pas eu un démarrage facile, il a finalement pu s'imposer.

Après une résistance initiale, le pantalon tendance s'est imposé. Peu après la fin de la guerre, dans le cadre de la reconstruction, les premiers blue jeans ont été fabriqués en Europe. L'usine allemande du nom de L. Hermann à Künzelsau a pris en charge la production. Ce fabricant de jeans existe d'ailleurs encore aujourd'hui. Cependant, depuis soixante ans, on connaît l'ancienne fabrique de robes sous le nom de *Mustang*. Le nom devait refléter le style de vie du Far-West américain.

L'ancien pantalon de travail des États-Unis avait déjà atteint un niveau de popularité si élevé en Allemagne et dans toute l'Europe, qu'à plus d'un titre, il faisait office de symbole culte. Encore aujourd'hui, le jean a toujours ce statut culte.

Grâce à des prêts de collections privées, cette exposition a la possibilité de présenter l'évolution de l'histoire du jean.

Les femmes et le jean

En tant que pantalon des travailleurs et gardiens-vachers, le blue jean était évidemment à l'origine réservé aux hommes. Entre-temps, la belle pièce s'est également établie dans la garde-robe féminine. Depuis que les femmes se sont approprié le pantalon, le blue jean est devenu de plus en plus populaire. En tant que confortable pantalon des chercheurs d'or et des travailleurs, le jean devait surmonter quelques épreuves. Ainsi, sa coupe et le matériau ont été adaptés aux rudes conditions.

Le jean pour dames d'aujourd'hui est également solide, robuste et durable, tout en répondant aux exigences féminines. Aucune femme amoureuse du pantalon en denim n'a besoin de se faufiler dans les rayons homme, elle trouvera pour toute silhouette et presque toute occasion le blue jean adéquat.

Les femmes se sont également intéressées au pantalon en jean dans les années 1930, alors que le modèle *Levi's Lady L* s'imposait chez les cavalières comme pantalon résistant. Cependant, le port du jean au quotidien était encore mal vu pour les femmes à cette époque. Ce n'est que dans les années 1950 que des femmes sûres d'elles ont commencé à porter des pantalons en jean unisexe, car elles ne voulaient plus être limitées aux jupes et aux robes. En 1954, Marilyn Monroe portait le vêtement caractéristique dans une production hollywoodienne, la première femme à le faire sur grand écran.

Dès 1953, il y avait en Allemagne des modèles de jean pour femmes. Les premiers étaient désignés comme des pantalons de camping pour les filles. Comme c'était courant à l'époque, la fermeture éclair du pantalon féminin plein de style se trouvait sur le côté. Lui aussi était fabriqué dans l'usine de jean allemande L. Hermann / Mustang. Contrairement aux premiers jeans pour femme aux États-Unis, le modèle allemand n'était pas réservé aux dames de la riche classe supérieure : il était à la portée de toutes les femmes.

Ce vêtement pratique et sportif accompagne la mode depuis maintenant plus de cent quarante ans. Et cela n'est pas prêt de s'arrêter. Bien au contraire, le denim est présent dans presque tous les défilés de mode de haute couture sur au moins une pièce.

Le jean culte *Levi's 501*

Dans le monde entier, il n'y a sûrement qu'un seul vêtement qui a survécu avec succès à 140 ans de mode chez les pauvres et les riches, les grands et les petits, les gros et les minces : le jean Levi's 501.

Malgré ses nombreuses facettes avec divers lavages, différentes coupes et de multiples possibilités de styling, il est encore là, le grand-père de tous les blue jeans. Comme il s'agit du pantalon avec lequel la mode du jean a fait ses débuts, il mérite une mention particulière.

Sa coupe n'est ni trop large, ni trop serrée. Ainsi est-il parfait autant pour les hommes que pour les femmes.

Même s'il ne portait pas encore son numéro d'enregistrement à l'époque de sa conception, en 1873, il s'agit tout de même du plus vieux modèle de jean au monde. Certes, la coupe du Levi's 501 a très peu changé au cours des années, mais il a pris de la valeur idéale avec chaque décennie passée. Ce qui a autrefois été inventé comme simple pantalon de travail robuste s'est transformé en objet culte international. Même après plus d'un siècle, le grand-père de tous les pantalons en jean fait encore partie des blue jeans les plus en vue au monde.

En 1890, l'entreprise Levi Strauss & Co. a introduit des numéros d'enregistrement pour ses modèles de pantalon. Le pantalon de travail en coton avec la coupe droite et les boutons cachés a reçu le numéro 501. Un chiffre qui représente la mode intemporelle, la rébellion, l'émancipation et un morceau de l'histoire culturelle.

Alors qu'au début, le pantalon pratique n'était apprécié et convoité qu'aux États-Unis, pendant et après la Deuxième Guerre mondiale, il a entamé sa marche triomphale vers l'Europe. Les soldats américains portaient le jean Levi's 501 aussi loin de leur foyer, et c'est ainsi que les Britanniques et les Allemands en particulier ont remarqué ce vêtement confortable et solide à la fois.

Après la guerre, la télévision et le cinéma ont aidé à faire monter le niveau de popularité du blue jean. Les acteurs stars portaient ces pantalons dans des films, qui sont vite devenus des productions cultes. C'est ainsi que le Levi's 501 a lui aussi obtenu son statut culte, qu'il conserve encore aujourd'hui.

Une des stars d'Hollywood responsables de sa renommée mondiale est Marlon Brando, qui a fait du jean pour homme un symbole de statut pour une jeunesse rebelle dans son film *L'Équipée sauvage*. James Dean aussi portait des jeans Levi's 501 dans ses films. Marilyn Monroe a donné

une touche de sex-appeal au jean, car elle a été la première femme à porter ce pantalon dans le western *Rivière sans retour*. Le jean pour homme représentait désormais en même temps l'indépendance des femmes. Dans les années 1960, le pantalon en jean est devenu symbole du mouvement pacifiste, et en 1970, celui du mouvement homosexuel.

Dans les années 1980, le pantalon culte était déjà presque la marque de fabrique de Steve Jobs, le cofondateur d'Apple. Le jean Levi's 501 n'a pas seulement survécu à tous les goûts des époques, mais, en tant que vêtement hors pair, il est facilement devenu la caractéristique de divers courants. Barack Obama a compris qu'il devait intégrer le pantalon culte lors de sa campagne électorale en 2008. Pendant sa première campagne, le futur président des États-Unis s'est présenté en Levi's 501 devant ses électeurs.

La fabrication du jean

Entre la cueillette du coton dans les champs et l'achat du jean en boutique, de nombreux gestes et étapes de travail sont nécessaires. Diverses machines sont utilisées, de nombreuses forces de travail sont mobilisées et, en plus de la célèbre matière première, différentes ressources sont nécessaires. C'est un processus d'envergure, qui depuis longtemps n'a plus lieu dans un seul pays à un seul endroit, mais qui est réparti entre de nombreux sites dans plusieurs pays.

Favorisés par la globalisation, la planification et le développement du pantalon sont effectués dans le pays où le label a son siège. Cependant, la fabrication est délocalisée là où la main d'œuvre est moins chère. Et le tissu provient également d'un autre pays. Ainsi, avant que le blue jean terminé arrive dans les rayons des boutiques, il est plusieurs fois importé et exporté.

Bien sûr, il n'est pas possible de commencer directement le tissage de l'étoffe juste après la récolte du coton. En premier lieu, les fils de coton de différentes longueurs doivent être filés en un long fil de coton. Quand le fil blanc naturel est fini et enroulé, ce n'est pas encore le moment de lier les fils. Contrairement aux procédures habituelles, avec le blue jean, ce n'est pas le pantalon fini qui est teint, mais les fils de tissage. C'est ainsi que le jean obtient son aspect typique.

Ce qui est particulier avec le tissu de jean, c'est que le fil de trame est traité blanc, donc naturel. Au contraire, le fil de chaîne est teint en bleu indigo. Si ce n'était pas le fil, mais le tissu fini qui était teint en bleu, le pantalon en jean serait d'un bleu uniforme. C'est grâce à ce processus particulier que le tissu de jean obtient ce look typique.

L'étape suivante après le tissage de l'étoffe, c'est la couture du pantalon. Afin qu'elle se fasse le plus économiquement possible, la plupart des fabricants du jean ont délocalisé cette étape de la production dans des pays pauvres, où la main-d'œuvre est peu coûteuse. Bien sûr, de nos jours, un pantalon n'est plus fabriqué par une seule tailleuse, plusieurs couturières se partagent le travail.

Si le pantalon en jean était encore un simple pantalon de travail robuste, il pourrait être mis en vente après cette étape. Mais comme ce pantalon culte est aujourd'hui toujours plus sophistiqué, vient encore l'étape de l'affinage. Là interviennent diverses impressions, lavages, styles et motifs.

Les jeans et l'environnement

Aujourd'hui, la fabrication du pantalon tendance intemporel reste encore laborieuse. Ainsi, des efforts sont faits pour que le pantalon que le monde adore soit produit de façon plus écologique et socialement responsable. De nos jours, les jeans pour homme comme pour femme peuvent être vendus comme des articles de commerce équitable, des produits de masse en série ou des pièces de designer uniques.

La fabrication du denim moderne est un des secteurs de l'industrie de la mode utilisant le plus de produits chimiques et d'eau. Entre la pression de la réduction des coûts et les processus donnant au denim les styles demandés par les designers et les consommateurs, il n'est pas facile d'éliminer ces effets.

La production de jean conventionnelle peut être très toxique. Cela commence avec la culture du coton utilisé à cette fin. Engrais chimiques, pesticides et autres polluants sont souvent utilisés en grande quantité afin d'accélérer la récolte. Ainsi, 10% des pesticides utilisés chaque année finissent dans les champs de coton. Pour la fabrication d'un kilo de coton, on utilise 10 000 litres d'eau.

Pour l'affinage des jeans, on utilise également des produits chimiques. Suite au processus de traitement, ces produits chimiques sont rejetés dans l'environnement sans être filtrés et finissent dans la nappe phréatique. C'est pour cela que la production de nombreux jeans n'a pas lieu au sein de l'Europe, mais dans des pays où les lois de protection de la nature sont moins strictes. Non seulement les travailleurs dans les usines manipulent de grandes quantités de matières nocives, mais dans de nombreux cas, ils sont peu ou ne sont pas protégés. Et ici, comme dans d'autres secteurs de l'industrie textile, les travailleurs sont souvent bien loin de salaires justes. Souvent, il n'y a pas grande différence si l'on choisit un jean sans marque au marché ou un jean de marque très cher dans une boutique de styliste. Car en partie, ces différents pantalons viennent de la même production.

Qu'est-ce qui est différent avec les jeans équitables et bio ? Afin de produire du coton durable et équitable, on utilise des types de coton plus résistants aux nuisibles et la culture est installée dans une région adéquate. Ainsi, 60 à 80% des pesticides normalement utilisés peuvent être réduits et 70% de la consommation d'eau économisée. En ce qui concerne le coton pour les jeans bio, la protection de l'environnement commence dès la semence. Elle n'est ni manipulée génétiquement ni traitée chimiquement. De plus, la mention *bio* sur le jean signifie que pour la culture du coton utilisé, on n'a eu recours à aucun pesticide. À la place, les nuisibles sont combattus avec des matières à l'odeur répulsive et, dans le champ, les mauvaises herbes sont retirées à la pioche et non avec une pulvérisation. De plus, dans le reste du processus de production des jeans bio, on fait l'impasse sur les produits chimiques selon les possibilités. Par exemple avec des teintures écologiques, des méthodes naturelles pour la conservation de la couleur et l'affinage avec une technique laser. De cette façon, on réduit également la consommation d'eau, car il n'y a aucun produit chimique toxique à rincer. Pour un jean produit équitablement, le fabricant fait attention à offrir des salaires justes et des horaires de travail raisonnables. Le travail des enfants, souvent accepté ailleurs, n'est pas toléré dans le cadre

d'une production équitable. La plupart des jeans ainsi produits le sont en Europe et ne doivent pas forcément être plus chers que les modèles conventionnels.

Pour le bien de l'environnement, il serait désirable de prolonger la durée de vie d'un jean. Pour cela, il faut laver le vêtement le moins souvent possible. Lors du lavage, il est également utile de retourner le jean, de le laver à la main et à l'eau froide, puis de le laisser sécher à l'air libre. Si le jean n'est pas sale, mais sent seulement un peu, il suffit soit d'accrocher le jean dans la salle de bain lorsqu'on prend une douche, la vapeur supprimant alors l'odeur, soit de le mettre quelques heures au congélateur. Ce dernier conseil vient du chef de Levi's Chip Bergh en personne.

Le denim et l'art

Beaucoup penseront que les deux n'ont certainement rien à voir l'un avec l'autre. D'autres ont attendu très longtemps cette combinaison et sont enfin récompensés pour leur patience. Assez souvent dans la mode, notamment dans la haute couture, on trouve une fusion entre art et mode. Il n'est pas rare, lors d'une visite à une Fashion Week, de voir de véritables œuvres d'art défilé sur le podium. Également en ce qui concerne les créations sur les podiums, il est clair qu'avec le denim, il ne s'agit jamais de robes extravagantes ou de haute couture. Le caractère du denim ne peut jamais être ignoré et omis. Il est toujours visible. Aujourd'hui, tous les grands designers comme Dolce & Gabbana, Tommy Hilfiger et même Dior sont de la partie. Le denim va cependant aussi bien au-delà de la mode.

Dans l'exposition, on peut voir quelques installations et objets d'art faits à partir de ce matériau fascinant et polyvalent. Des artistes du monde entier ont adopté le denim. Souvent, les thèmes du recyclage et du surcyclage sont au cœur des œuvres, du fait que la production de ce matériau est particulièrement préjudiciable à l'environnement. Cependant, il y a aussi des interprétations poétiques comme *The Secret Garden (Le jardin secret)* de Ian Berry ou des sculptures imposantes comme les panthères d'Afran (Milan Art & Events Center). Dans l'exposition, on trouvera du surprenant, du rêve et du grotesque. Mais tous ont une chose en commun : le denim comme matériau de base.

L'indigo, le colorant des jeans

L'indigo est un composé chimique organique cristallin de couleur bleu foncé. Ce pigment possède un grand pouvoir colorant et est difficilement soluble dans l'eau. L'indigo est l'un des pigments les plus anciens et les plus connus ; il était déjà utilisé à la préhistoire pour teindre les textiles. Auparavant, l'indigo venait de sources végétales comme les feuilles du pastel des teinturiers ou de l'indigotier. À partir de 1865, Adolf von Baeyer a mené une série d'études grâce auxquelles il a développé différents chemins de synthèse pour l'indigo et déterminé sa structure chimique. En 1905, il a obtenu le prix Nobel de chimie pour ses travaux sur la chimie des colorants.

Avec le développement des processus de synthèse industriels vers la fin du 19^e siècle, la production technique à grande échelle, et donc économique, d'indigo a commencé, faisant s'écrouler le marché de l'indigo naturel. De nos jours, on produit des dizaines de milliers de tonnes d'indigo synthétique par an, qui seront principalement utilisées pour la teinture du coton de denim servant à la fabrication des blue jeans.

En 2011, la teinture des étoffes pour jean a utilisé plus de 95% de la production annuelle de l'indigo synthétique, qui s'élevait à environ 50 000 tonnes. Ainsi, il fait partie des pigments les plus utilisés pour la teinture textile avec lequel on colore plus d'un milliard de blue jeans par an.

Actuellement, la recherche sur la fabrication et l'application de l'indigo se concentre sur le développement d'un processus de teinture nécessitant moins d'eau ou bien la réduction électrochimique en leuco-indigo ainsi que sur l'utilisation de l'eau comme solvant pour la synthèse et la recristallisation de l'indigo. L'indigo était et reste une des teintures les plus répandues et utilisées depuis l'Antiquité.

Livret pour les enfants, atelier et concours

Nos jeunes visiteurs ont la possibilité de découvrir l'exposition avec notre professeur *Jeansly* et un livret. Le professeur un peu distrait pose des questions sur le thème du denim, des artistes ou des objets exposés. Pas de panique, nul besoin d'être un scientifique pour trouver la solution ; il faut juste ouvrir les yeux, faire preuve d'un peu de patience et peut-être se faire occasionnellement aider par un adulte.

Dans nos ateliers, dans le cadre de l'exposition temporaire, les adultes et les enfants à partir de six ans peuvent *relooker* leur propre sac de sport en jean. Qui possède un tel sac absolument unique ? Très peu de gens. Mais cela pourrait bien vite changer. Il suffit de venir et de participer. Diverses étoffes de jean de différentes couleurs et avec des impressions fantaisistes, des rivets, des boutons, des papillons et bien plus seront mis gratuitement à disposition. Aucune inscription n'est nécessaire.

Pour notre concours, selon la devise de l'exposition temporaire *Denim – stylé, pratique, intemporel*, nous cherchons LE chef-d'œuvre en denim unique. Les sacs de sport en jean seront distribués gratuitement au Spielzeug Welten Museum Basel à partir du 17 octobre 2020. Tous les sacs seront exposés dans nos vitrines en janvier 2021 pour être jugés.

Informations pratiques

Heures d'ouverture

Musée, du mardi au dimanche de 10 à 18 h

Musée, en décembre, tous les jours de 10 à 18 h

Ristorante La Sosta et Boutique, tous les jours de 9 h 30 à 18 h

Le *Spielzeug Welten Museum Basel* accepte le Passeport Musées Suisses et le PASS-Musées.

Entrée

CHF 7.-/5.-

Enfants jusqu'à 16 ans gratuits et seulement accompagnés d'un adulte.

Aucun supplément pour l'exposition temporaire.

Le bâtiment est accessible en fauteuil roulant.

Contact média

Vous obtiendrez de plus amples informations auprès de:

Laura Sinanovitch

Directrice/Conservatrice du musée

Spielzeug Welten Museum Basel

Steinenvorstadt 1

CH-4051 Basel

Téléphone +41 (0)61 225 95 95

sina@swm-basel.ch

www.swmb.museum

Informations générales / images en haute résolution en ligne sur: www.swmb.museum
> **Media** > **Login** > Nom d'utilisateur: facultatif, Mot de passe: **swmb** > **Identification**