

# Créer des chapeaux

## La pratique du métier de modiste

Christine Godin

Volume 4, numéro 2, été 1988

La mode : miroir du temps

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/7217ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

### Éditeur(s)

Les Éditions Cap-aux-Diamants inc.

### ISSN

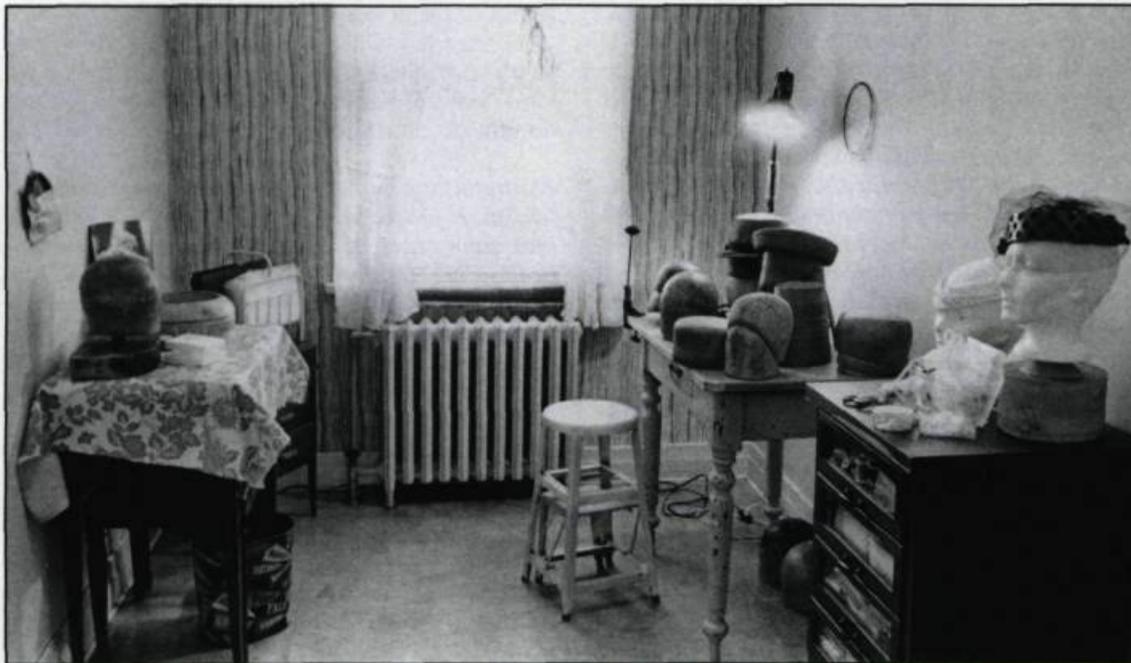
0829-7983 (imprimé)

1923-0923 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

### Citer cet article

Godin, C. (1988). Créer des chapeaux : la pratique du métier de modiste. *Cap-aux-Diamants*, 4(2), 51–54.



*L'atelier de confection de la chapelière Marguerite Matte, à Québec. (Photo de Michel Bourassa, Service des ressources pédagogiques, Université Laval).*

# CRÉER DES CHAPEAUX

## LA PRATIQUE DU MÉTIER DE MODISTE

par Christine Godin\*

Jusqu'en 1965, le chapeau est un accessoire indispensable de la toilette féminine. Deux raisons expliquent son port généralisé: l'obligation de se couvrir la tête pour assister aux offices religieux et le chic investi dans la coiffure. Le chapeau véhicule des valeurs symboliques de respect et d'élégance en plus d'obéir aux valeurs esthétiques internationales de la mode.

Inscrit dans un contexte de consommation de masse, le chapeau ne circulait pas d'une manière anonyme et standardisée. Au contraire, il était conçu pour personnaliser la détentric, à la fois sur le plan de la silhouette et sur le plan vestimentaire.

La conformité à des pratiques coutumières influence le commerce du chapeau féminin. Les fêtes calendaires, plus spécialement Pâques et Noël, correspondent à des «périodes de bourée» dans le cycle saisonnier de la production et de la vente. Plusieurs circonstances et certains rites de passage, tels la graduation, le mariage ou le deuil, suscitent des besoins particuliers en matière de parures de tête. Des professionnels de la chapellerie féminine évoquent leurs souvenirs.

### Au service de la clientèle

*«Les premières années que j'avais mon magasin, il arrivait que les gens viennent me déranger le dimanche. Dans ce temps-là les gens portaient du noir pour la mortalité. Alors si quelqu'un mourrait le samedi, dimanche matin les clientes arrivaient car il leur fallait un chapeau pour aller au salon mortuaire». – Marguerite*

La confection sur mesure privilégie les relations d'affaires entre la modiste ou la chapelière et sa cliente. Afin d'accommoder les futures mariées qui travaillaient le jour, Angéline acceptait de les recevoir le soir, «sur rendez-vous seulement», après la fermeture du magasin. Cette grande disponibilité permettait de faire face à l'imprévu, mais aussi multipliait les heures consacrées à l'exercice du métier. Malgré des efforts pour rationaliser l'horaire des visites et les périodes vouées à la production, les obligations professionnelles empiétaient sur la vie privée.

*«C'était compliqué, parce que le lundi, j'allais m'approvisionner chez les marchands de gros.*

\*Ethnologue

*Les autres jours de la semaine, je recevais seulement l'après-midi, sur rendez-vous, sinon, je n'aurais pas eu le temps de fabriquer les chapeaux promis. Si une journée je prévoyais que deux clientes viendraient faire des essayages, et que deux de plus venaient choisir des modèles ou des tissus, mon après-midi était fichu. Et la fin de semaine, j'avais un nombre précis de chapeaux à livrer. Il y avait les mariages le samedi...je ne pouvais pas retarder la cérémonie. Je travaillais les soirs, je n'avais plus le temps de vivre.» – Virginie*



*Le grossiste S.-F. Lockwell, dans son magasin de la rue Saint-Joseph. (Collection privée).*

La dimension personnalisée de la mise en marché incitait les propriétaires des ateliers-boutiques à s'adjoindre un personnel pour la confection.

*«S'initier au métier de modiste ne se limitait pas à la formation technique. Il s'agissait aussi d'acquiescer une discipline de travail. La présence régulière de la clientèle dans les ateliers-boutiques préparait l'apprentie à un aspect essentiel de son rôle professionnel: celui de servir le public avec courtoisie et bonnêteté. Pour pratiquer ce métier-là, il faut être patiente. Cette qualité doit être innée pour la développer naturellement sans trop d'efforts. Satisfaire la clientèle est primordial. Pour bien coiffer la personne, il faut essayer de comprendre son idée mais parfois, de la convaincre que certains modèles ne lui conviennent pas du tout.» – Jeanne*

--Gaby Côté (Louis F Côté) confection pour dames 1755 de la Canardière  
 --Jacqueline (Mme Jacqueline Auger) confection pour dames 129 Côte du Passage (L)  
 \*\*\*\*\*  
**SALON JADE ENR, (Germaine Gauthier) Robes et Confection pour Dames, 1148 St-Jean angle Côte du Palais Tel 523-6819**  
 \*\*\*\*\*  
 --La Régence (Antoinette Fleury & Françoise Dion) confection pour dames 956 Cartier Av  
**SALON LEA NADEAU ENRG, (Mme B Simard) Location et Vente de Robes de Mariées, Soirées, Fourrures, 2017 1ère Av Tel 524-3724**  
 --Martel Cécile Enrg (Cécile Martel) confection 935 St-Jean apt 2

*Inscriptions de diverses maisons associées au domaine de la confection de vêtements féminins en 1961. (Marcotte's Quebec City Directory. p. 820).*

## Au delà de la vente

La majorité des établissements cumulait les activités de vente au détail et de confection, de l'ajustement ou du remodelage des chapeaux.

*«Autrefois, on ne se permettait pas de couper les feutres. Il fallait faire attention parce qu'on savait que l'année suivante la cliente reviendrait pour faire remodeler son chapeau. On travaillait dans l'intérêt de la personne et dans notre propre intérêt.» – Simone*

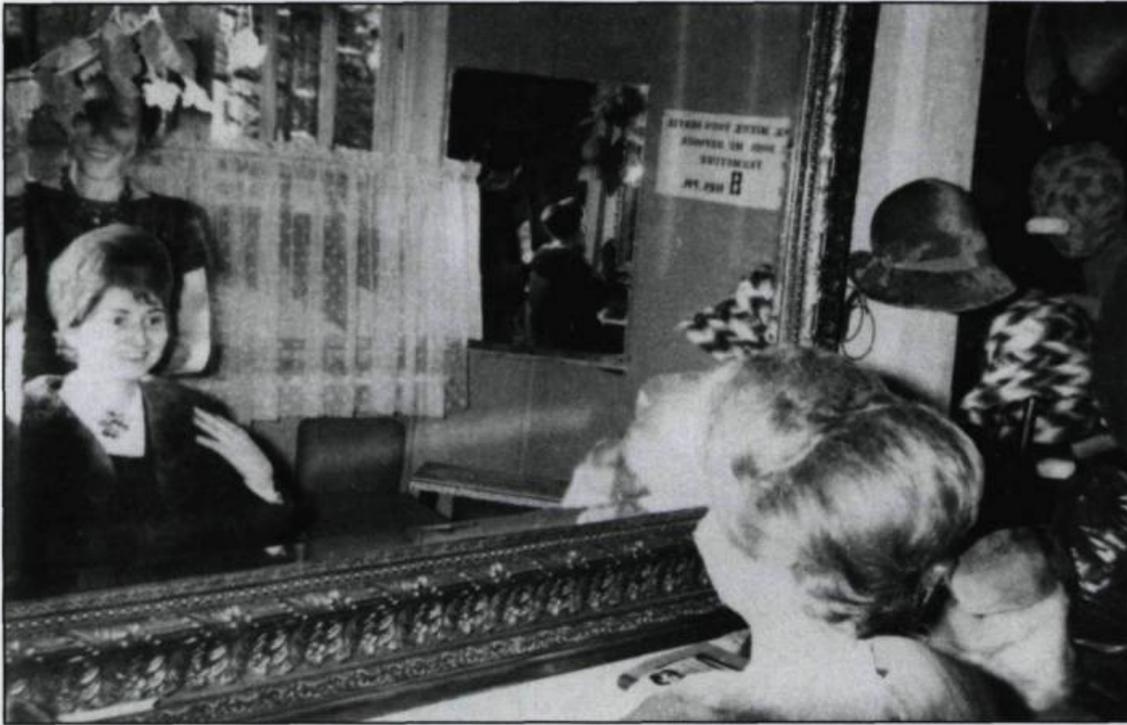
Les ateliers-boutiques se regroupaient autour de trois grandes orientations:

- concevoir, confectionner ou remodeler les chapeaux, suivant les demandes de la clientèle et les commandes des marchands de gros; proposer des modèles de sa composition et les adapter en fonction des goûts et des besoins de la clientèle;
- présenter les nouveautés de la saison dans le prêt-à-porter. Ces importations ou ces créations de manufacturiers faisaient, par la suite, l'objet de copies avec variations;
- vendre «le chapeau tout-fait» et à l'occasion le modifier quelque peu, par exemple en changeant la garniture.

*«Ma patronne, une Française, importait directement d'Europe, des chapeaux brodés de dentelle et de perles. La marchandise arrivait par bateau, dans des boîtes de bois. On avait donc hâte de les voir! On voulait en acquiescer mais c'était juste pour le magasin. Elle disait: «Celui-là c'est pour madame une telle, je la vois avec ce chapeau». Elle avait beaucoup de goût et elle connaissait son affaire. Ces chapeaux-là étaient exclusifs. Quand on les copiait, des fois différemment, la patronne diminuait les prix. C'était dans les règlements très sévères de la maison. La cliente savait toujours que son chapeau avait été copié une fois, deux fois, trois fois, mais pas plus.» – Adeline*

La fabrication du chapeau féminin touchait aussi le commerce de gros. En plus d'être des fournisseurs de matières premières et d'outils, les grossistes et importateurs, comme B.-E. Leclerc et H. St-Hilaire approvisionnaient les ateliers-boutiques en chapeaux. Les modèles étaient réalisés dans des manufactures attenantes aux magasins et ils servaient d'échantillons pour les commandes. Des expositions de mode permettaient de les diffuser.

*«Durant l'hiver, on préparait l'exposition de mode du printemps. On faisait deux expositions par année, une au printemps et l'autre à l'automne. On préparait nos modes une saison à l'avance. Une fois que tous les chapeaux étaient faits, on les présentait pendant une journée ou deux au Château Frontenac. Nos clientes venaient d'un peu partout. Elles s'occupaient toutes de la mode, elles avaient des magasins de chapeaux.» – Jeanne*



◁ Simone et sa «première main» Suzanne, dans le salon d'essayage, chez Féminité Garneau enr., en 1963, à l'Anicimie-Lorette. (Collection privée).

Jeanne Vallerand, la «première main», au centre d'un groupe d'employées, à la manufacture Saint-Hilaire enr., rue Saint-Joseph à Québec vers 1948. (Collection privée). ▽

Aussi, des voyageurs circulaient d'un atelier-boutique à l'autre et de région en région pour rejoindre une clientèle plus dispersée.

«Quand j'ai commencé à voyager, on couvrait la ville de Québec, le Bas du fleuve, la Gaspésie, le Lac Saint-Jean et la Beauce. On s'installait dans les hôtels puis on avisait nos clientes qui venaient placer leurs commandes. Nous voyagions alors à toutes les semaines.» – monsieur Paul

Partie intégrante du commerce, la confection de chapeaux était réalisée dans la majorité des établissements. Ainsi, les ateliers-boutiques et les manufactures détenues par les grossistes devenaient des lieux favorables à la transmission du savoir technique.

### Une question de compétence

La direction de l'établissement revenait au propriétaire, souvent désigné sous le titre de chapelier ou chapelière. Ses responsabilités englobaient l'administration, la promotion, l'embauche, l'approvisionnement et l'entretien de l'équipement. Le service à la clientèle pouvait être partagé avec un commis de magasin ou avec les autres membres du personnel. Même si, dans certains cas le propriétaire ne participait pas directement à la fabrication des chapeaux, il contrôlait le rendement et la qualité des réalisations. Afin de satisfaire les échéanciers, il s'avérait important de s'entourer «d'assistantes» de confiance.

La modiste ou première main, possédait toutes les compétences requises pour concevoir,



confectionner ou remodeler des chapeaux. Au gré des saisons, elle transposait les tendances de la mode internationale aux demandes locales. Quelques fois initiée par sa patronne, elle répondait aux exigences techniques de cette dernière. De plus, elle se voyait confier la formation des apprenties. Dans les ateliers de grande envergure, des modistes agissaient comme ouvrières professionnelles (deuxième main). Elles étaient affectées à la création de modèles ou à la production en série. Elles jouissaient donc d'une certaine autonomie.

*travailler les autres. Elles avaient chacune leur équipe de deux ou trois aides pour produire les chapeaux. Au début de l'automne, en septembre, il fallait que toute la sélection soit prête. Elles préparaient les modèles puis elles les faisaient approuver par le patron, avant de les mettre en vente. C'était valorisant pour la personne qui créait lorsque son modèle se vendait bien. S'il y avait une commande de trente, quarante ou cinquante chapeaux d'un certain modèle, elle le reproduisait en série. C'était pourquoi elle avait besoin d'ouvrières pour l'entourer.* – Sarah



*Le pressage au fer à la vapeur; manufacture Saint-Hilaire enr., vers 1948. (Collection privée).*

La «prépareuse» (troisième main) avait pour tâche de transformer les matières premières: mesurer, tailler et bloquer les feutres, les pailles, les fourrures et les tissus; monter des formes en sparterie ou en bougran.

Jeanne, la première main, oeuvra dans cette manufacture pendant vingt-deux ans. Tout en encadrant les apprenties et les prépareuses, elle supervisait des équipes techniques plus autonomes et elle participait à la création des nouveautés dans le prêt-à-porter.

L'apprentie accomplissait principalement les travaux de couture: poser la doublure, la broche autour du chapeau, le ruban d'entrée de tête et les garnitures; habiller les broches et tresser la paille. La période de formation pouvait durer trois ans. Les différents procédés de fabrication étaient enseignés et exécutés en fonction du cycle saisonnier, des matières premières utilisées.

Gertrude se rappelle des conditions de travail difficile: *«Il faisait chaud là-dedans à en mourir! C'était tout éclairé avec des néons à la grandeur. Et les gros fers à la vapeur, puis les blocs électriques utilisés pour bloquer, chauffaient intensément!»*

Par exemple, la manufacture intégrée au magasin de gros H. St-Hilaire, fonctionnait selon une structure hiérarchique basée sur les niveaux de compétence. *«On était vingt, il y en avait cinq seniors qui créaient les modèles et qui faisaient*

Le chapeau féminin personnalisé au goût des clientes suscita l'épanouissement des activités professionnelles de la modiste ou de la chapelière. La diversité de la demande s'est répercutée sur les modalités d'exercice du métier. La mise en marché, l'organisation du travail, la transmission du savoir et la composition des équipes de production, témoignent de la souplesse liée au contexte de la mode du début du XX<sup>e</sup> siècle. ♦