

Le franc-tireur ANTHROPOLOGUE Giulia Mensitieri

“La mode érige la précarité en norme”

Qu'est-ce qui vous a amenée à vous intéresser à l'industrie de la mode ?

Au départ je m'intéressais aux élites cosmopolites produites par la mondialisation. C'était mon sujet de mémoire, et quand je suis entrée en thèse, je voulais continuer sur ces questions-là. L'idée de faire cette enquête sur la mode m'est venue en observant le monde social autour de moi à l'École des hautes études en sciences sociales (EHESS). J'avais un directeur de thèse connu, et quand je disais que j'étais doctorante, les gens me classaient dans une élite symbolique, intellectuelle, alors qu'en même temps, j'étais sans bourse, à faire des petits boulots comme enseigner l'italien... Beaucoup de gens autour de moi, appartenant à ces élites dites créatives, étaient dans la même situation de décalage entre statut social et économique : journalistes, réalisateurs, metteurs en scène...

C'est à ce moment-là que vous rencontrez Mia ⁽¹⁾, qui vous introduit dans ce milieu.

Mia est une de ces nombreuses figures qui composent les images de la mode, évoluant dans un système tentaculaire qui compte énormément de métiers.

En quoi consiste son métier exactement ?

C'est une "metteuse en scène d'images", qui est en relation avec les marques qui donnent les habits sur les photos de mode et paient les magazines pour les publicités. Mia contribue à fabriquer l'imaginaire produit par la mode. En cela, c'était un bon "passeur" pour pénétrer le milieu.

L'idée du "rêve" revient souvent dans votre livre. Pourquoi ?

L'industrie de la mode fabrique des biens matériels, mais aussi et surtout de l'imaginaire. C'est ce qui fait que les gens désirent et consomment. Derrière ce rêve, il y a une armée de travailleurs, des retoucheurs, des maquilleurs, certains spécialisés sur les cils, d'autres sur les ongles ou les lumières. Et Mia est au centre de ces imaginaires de rêves. À côté de cela, elle-même vit dans un quartier populaire de Paris, en colocation dans un deux-pièces, mais au milieu de tas de vêtements de luxe.

L'une des idées que vous développez est la suivante : la mode ne met pas en lumière, elle surexpose. Que voulez-vous dire par là ?

C'est une métaphore que j'utilise pour pointer le

fait que malgré le bombardement d'images de rêve que génère la mode, que ce soit dans la publicité ou les médias, cette surexposition rend paradoxalement opaque le contre-champ. C'est pourquoi j'ai voulu aller voir le travail qu'il y avait derrière ces images surexposées.

Et ce qu'il y a derrière la surexposition, c'est une précarité à tous les niveaux.

Oui, même s'il faut définir ce qu'on entend par précarité. Ce n'est pas forcément un manque d'argent, mais plutôt l'incertitude, l'impossibilité de se projeter vers quelque chose de solide. Or la mode est régie par cette règle-là. Il y a la cyclicité des habits – ce qui est à la mode aujourd'hui ne le sera plus demain – mais aussi une sorte de "caducité" des travailleurs, qui circulent jusqu'à ce qu'ils soient éjectés du système. Par ailleurs, il y a une normalisation du travail gratuit, ou très peu payé, y compris chez les stylistes qui dessinent les collections et sont à l'origine de tout le système. Cela contraste avec le fait que la mode est l'une des plus puissantes industries du capitalisme actuel.

Pourtant ce n'est pas un système où l'argent est visible, justement.

Il y a une démonétisation du travail, y compris dans la mode, où plus le métier est créatif, moins il est payé. Ou bien rémunéré autrement : c'est-à-dire payé en prestige, en statut social, épanouissement personnel...

L'industrie de la mode génère énormément de pression à tous les échelons de la production : comment se fait-il que ces travailleurs précaires ne se plaignent (presque) jamais ?

Parce qu'il faut entretenir cette image désirable qui occulte la réalité d'un travail très dur, mal payé, avec des horaires très intenses. Et que, malgré tous ces dérèglements, la mode a un côté positif : elle donne une place dans la société. On y trouve énormément de personnes qui viennent de province, ou qui ont des personnalités excentriques, et qui seraient mal vues ailleurs.

À quel moment vous êtes-vous rendue compte que cette précarité était non seulement la norme, mais également à l'origine de rapports de domination violents ?

J'ai pu voir cette violence systémique un peu partout, mais elle a été particulièrement visible chez certains créateurs indépendants, où la gestion des rapports était très dure malgré le manque d'argent.

Un en particulier était reconnu par la presse, mais il était lui-même dans la précarité et une grande partie de sa production était assurée par des stagiaires non rémunérés, qui enchaînaient des stages parce qu'ils avaient "la chance d'être là"⁽²⁾. Il y a cette idée implicite, dans la mode, que parce qu'on a soi-même subi des rapports inégalitaires, les autres doivent en passer par là. C'est la règle : "Tu veux être là, dans cet univers désirable ? Hé bien le prix à payer, c'est ça."

On suit ce créateur, de la confection de sa collection jusqu'au défilé à Paris, et ce n'est qu'à la fin de celui-ci, après plusieurs journées exténuantes, que le "rêve" advient. En quoi consiste-t-il ?

C'est ce qui m'a marquée pendant mon enquête : la fluctuation de la temporalité. Tout le travail, les heures, les mois, qui servent à produire 15 minutes de défilé, sont suivis par une consécration du créateur qui dure 5 minutes, backstage, avec les journalistes et les mannequins. Cette surexposition fige l'instant, ce moment magique mais éphémère, qui occulte tout le reste.

Et ce qu'il y a derrière ce moment de surexposition est loin de faire rêver : souvent les mannequins sont maigres, très jeunes, mais au moment du shooting, la magie

opère quand même.

C'est vrai, au final, on est emporté par ce dispositif de fabrication du rêve. C'est-à-dire qu'il y a une fascination, qui est là et qui marche. C'est pour ça que les travailleurs restent, en dépit de la précarité : ils sont séduits par ce rêve. C'est ce que dit Mia, en dépit de toutes les difficultés qu'elle traverse : "Ce qui me plaît, c'est l'adrénaline du shooting." Comme chez les comédiens pour la scène.

Vous dites que l'industrie de la mode reflète les évolutions du capitalisme. C'est-à-dire ?

Dans l'évolution de l'industrie textile et, avant cela, de la confection, il y a toutes les formes d'exploitation du capitalisme : le travail dans les colonies, le travail féminin, domestique et précaire, l'exploitation "classique" en usine... la mode nous montre les formes que prend la précarité dans le capitalisme actuel.

→ (1) Prénom d'emprunt. La majorité de noms et prénoms ont été anonymisés dans le livre afin de préserver l'intégrité professionnelle des intervenants.

→ (2) Titre de la thèse dont est issu "Le plus beau métier du monde".

Bio express

- ▶ 1980 Naissance à Naples
- ▶ 2004 Maîtrise de littérature hispano-américaine
- ▶ 2008 Master en sciences sociales à l'EHESS (École des hautes études en sciences sociales)
- ▶ 2011 Début de l'enquête consacrée à l'industrie de la mode
- ▶ 2016 Doctorat en anthropologie sociale et ethnologie à l'EHESS, Paris. Soutenance de la thèse intitulée "La chance d'être là : le travail dans la mode entre glamour et précarité"
- ▶ 2017 Intègre le LIEU (Laboratoire interdisciplinaire d'études urbaines) MSH/ULB.
- ▶ 2018 Sortie du livre "Le plus beau métier du monde"

Rencontre :
Clément Boileau

L'actualité

Jusqu'au 29 avril a lieu le traditionnel festival de mode de Hyères (France). L'événement fait office de tremplin pour de nombreux jeunes créateurs (Lire "Un portrait insolite de la mode", LLB 27/04).

Mais l'envers du décor peut être rude, comme en témoigne l'anthropologue Giulia Mensitieri dans son dernier livre. "Le plus beau métier du monde".

Son ouvrage a fait l'effet d'une petite bombe dans ce secteur marqué, dénonce-t-elle, par la précarité du travail.

Car ce que cachent les paillettes est parfois saisissant.

EXTRAITS

"La mode est une industrie où prévaut une division sociale très poussée. [...] Tout se passe donc comme si, d'une certaine façon, l'osmose entre le glamour des objets produits par la mode et le glamour et le prestige des travailleurs de la mode s'arrêtait

aux sphères dites 'créatives'."

"Le rêve doit rester symboliquement ancré dans les capitales de la mode, il doit rester inatteignable et exclusif. S'il venait à se savoir que les marques se déplacent afin de vendre aux populations ne correspondant pas aux standards du raffinement, cela nuirait à leur image."

"L'inégalité structurelle de cette industrie n'est pas dite par les travailleurs en termes d'injustice ou d'exploitation, mais en termes de chance et de risques, notions qui dépolitisent les inégalités et les portent à l'échelle des individus et de

leurs trajectoires personnelles."

"Dans la mode, tout se passe comme si l'exposition excessive à la lumière rendait les réalités et les règles internes de la production impénétrables, obscures, inconnues et parfois volontairement cachées."

"Très vite, tout s'arrête [...] Franck entre triomphant en backstage, à ses côtés un chariot de seaux pleins de bouteilles de champagne [...] Des dizaines de caméras sont là pour l'immortaliser en train de trinquer avec les mannequins. C'est le rêve."

SON LIVRE



"Le plus beau métier du monde"
de Giulia Mensitieri.

Editions La Découverte,
22 euros.