



HAL
open science

**La création vestimentaire dans l’Afrique du Sud
post-apartheid : expression d’interactions
multiculturelles**

Lakshmi Pather

► **To cite this version:**

Lakshmi Pather. La création vestimentaire dans l’Afrique du Sud post-apartheid : expression d’interactions multiculturelles. Histoire. Université Panthéon-Sorbonne - Paris I, 2013. Français. NNT : 2013PA010745 . tel-03443330

HAL Id: tel-03443330

<https://theses.hal.science/tel-03443330>

Submitted on 23 Nov 2021

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L’archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d’enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.



UNIVERSITE DE PARIS I PANTHEON-SORBONNE

UFR D'HISTOIRE DE L'ART ET D'ARCHÉOLOGIE

ED 441 Histoire de l'art

La création vestimentaire dans l'Afrique du Sud post-apartheid: expression d'interactions multiculturelles.

Thèse présentée et soutenue publiquement en vue de
l'obtention du grade de docteur en Histoire de l'art par

Lakshmi Pather

Directeur de thèse : Jean Polet

Soutenue le 27 avril 2013 devant un jury composé de :

M. Jean Polet

M. Manuel Valentin

Mme. Victoria Rovine

M. Olivier Gosselain

RÉSUMÉ

Le passage à la démocratie à la fin des années 1990 et au début des années 2000 a marqué la création vestimentaire en Afrique du Sud qui s'est enrichie de formes nouvelles drainées par l'arrivée plus visible de stylistes africains et par le développement d'une instance officielle de la mode dans le pays : la « *South African Fashion Week* » et l' « *African Fashion International* ».

La thèse s'attache à présenter une analyse de la création vestimentaire en Afrique du Sud qui reflète les multiples interactions socioculturelles qui se sont développées à travers le pays et qui a pris forme dans un système double de la mode :

- un réseau institutionnalisé, médiatisé, donc ouvert.
- un réseau dit « de l'ombre » moins connu, et de fait confidentiel.

La thèse tente de répondre à trois questions majeures :

- La première interroge les procédures mises en œuvre par les stylistes s'inspirant des vêtements traditionnels de l'Afrique du Sud qui ont pour effet de véhiculer une nouvelle identité sud-africaine post-apartheid.
- Le deuxième vise à étudier de quelles manières les tensions sociales et identitaires de l'Afrique du Sud se manifestent dans la création vestimentaire.
- La troisième pose la question du fonctionnement des deux réseaux du système de la mode.

Très peu de recherches universitaires ont été menées sur le sujet spécifique de la mode en Afrique du Sud. Notre travail est fondé sur l'étude d'articles de journaux et sur l'analyse de nombreux entretiens menés avec les stylistes et professionnels de la mode lors de travaux de terrain réalisés en 2009 et en 2010, dans la ville de Johannesburg mais également celle du Cap.

Cette recherche couple donc Sociologie et Histoire de l'Art pour tenter de comprendre les significations des vêtements produits par les stylistes sud-africains et immigrés africains, et les relations complexes qui se jouent entre les acteurs des deux réseaux de la mode à la lumière du contexte socioculturel de l'Afrique du Sud.

Sartorial creation in post-apartheid South Africa : expression of multicultural interactions.

The transition to democracy at the end of the 1990's and beginning of the 2000's has been a milestone for dress creation in South Africa which has enriched with new forms brought by the noticeable arrival of african fashion designers and by the development of an official fashion authority in the country : the « South African Fashion Week » and the « African Fashion International ». The thesis aims at presenting an analysis of dress creation in South Africa which reflects the multiple socio-cultural interactions developed through the country which took shape in a double fashion system :

- an institutionalized fashion network, with media coverage, so « opened ».
- a so called network in the shadow, less known, and so confidential.

The thesis is attempting to answer to three main questions :

- How do fashion designers draw their inspiration from so-called traditional dresses, conveying a new post-apartheid south-african identity ?
- How are social and cultural tensions of South Africa reflected in dress creation ?
- How do the two fashion networks work ?

Very few academic researches have been carried out on the specific topic of fashion design in South Africa. Besides using books and research articles, this work leans particularly on press articles and on several interviews with fashion designers and other fashion professionals during fieldworks conducted in 2009 and 2010, mainly in the city of Johannesburg and as well in CapeTown.

This research couples together Sociology and Art History in order to try to understand meanings of dresses made by south african and african immigrants fashion designers, and grasp the complex relations built between actors from both fashion networks by the light of the socio-cultural context of South Africa.

Mots clés : mode, vêtement, identités, Afrique.

Key words : fashion, dress, identities, Africa.

TABLE DES MATIERES

LISTE DES ABRÉVIATIONS SIGLES ET ACRONYMES	16
Introduction.....	17
Chapitre I. Vêtements sud-africains et interactions socioculturelles.....	38
I. Apports extérieurs : une constante de l’histoire du vêtement.....	38
A. Parures et habits, témoins des contacts humains.....	38
1. Du cuir au vêtement textile.....	38
a. L’élaboration d’une image fantasmée de l’apparence des Africains à travers les récits de voyages (15 ^{ème} -17 ^{ème} siècle).....	38
b. Cuir et perles de verre.....	43
c. Les onguents.....	52
2. Passage à un nouveau système vestimentaire.....	58
a. Contexte socioculturel en transformation : la christianisation.....	58
b. Déploiement du nouveau système vestimentaire.....	70
B. Vêtement et immigration contemporaine.....	73
1. Des stylistes immigrés.....	73
a. L’immigration à partir de la transition démocratique, les années 1990.	73
b. Contexte de xénophobie 1990- 2011.....	75
c. Localisation des stylistes immigrés.....	77
2. Des vêtements panafricains.....	82
a. Tissus et vêtements en provenance d’Afrique de l’ouest et d’Afrique centrale.....	84
1) Tissus/Particularités.....	85
Le <i>shweshwe</i>	87

Le <i>bogolan</i>	88
Tissus brodés et dentelle.....	88
2) Coupes de vêtements/Singularités formelles.....	89
Le boubou.....	89
Le pagne.....	90
b. L’Afrique du Sud : cadre récepteur de nouveautés.....	93
II. Le vêtement et le rapport à l’autre.....	96
A. Vêtements et identités : deux cas d’étude.....	96
1. Les costumes religieux.....	96
a. Les Églises Africaines Indépendantes (EAI).....	96
b. Le costume religieux, signe d’appartenance communautaire.....	100
c. Costume et pouvoirs de guérison.....	109
2. Les compétitions vestimentaires des <i>oswenkas</i>	112
a. Les origines des <i>oswenkas</i> : des travailleurs migrants sud-africains. 113	
b. La mise en place d’un style vestimentaire.....	116
c. Vêtement et dignité.....	117
B. Le vêtement, une arme à double tranchant.....	119
1. Lutter contre les stéréotypes.....	119
2. Effet pervers : conforter les stéréotypes sur les vêtements africains. ..	125
Chapitre II. Réseau institutionnalisé de la mode.....	128
I. La mode des <i>Fashion Weeks</i>.....	128
A. Instance dominante.....	128
1. Une mode donnée comme référence.....	128
a. SAFW.....	132
b. AFI.....	135
c. La mode des Fashion Weeks, une industrie haut de gamme.....	137

2.	Une instance de décision.....	139
a.	Rôle des médias.....	140
b.	Rôle des organisateurs.	141
c.	Rôle des stylistes.	142
B.	Une institution qui exclut.	144
1.	Assister aux semaines de la mode : une pratique culturelle élitiste.	144
	<i>High fashion</i> et « haute culture ».	144
2.	Un réseau élitiste.....	148
a.	Lien entre les écoles de mode et le réseau institutionnalisé de la mode. 149	
b.	Février 2011, un réseau élitiste qui se déplace en centre-ville.....	153
II. La place du patrimoine culturel dans la création vestimentaire des créateurs de mode actuels.		156
A.	Un rapport ambivalent ou un rapport direct au patrimoine sud-africain.....	156
	« Touche vestimentaire ».	156
1.	« Touche vestimentaire globale ».	158
a.	Gavin Rajah.....	158
b.	David Tlale.....	164
2.	« Touche vestimentaire africaine ».	170
a.	Nkensani Manganyi Nkosi (<i>Stoned Cherrie</i>).	171
b.	Amanda Laird Cherry.	177
c.	Marianne Fassler.	183
B.	Le patrimoine culturel dans la mode : un outil commercial.	185
1.	La mode sud-africaine dans l'industrie de la mode.	185
2.	<i>Fashion Fusion Project</i>	189
Chapitre III. Réseau de la mode de l'ombre.		194
I. La mode de l'ombre.....		194
A.	Des artisans de la mode.	196

1.	Réinvention des vêtements dits traditionnels grâce à de nouvelles coupes, à la broderie et au perlage.....	196
a.	Nouvelles coupes et combinaison de tissus, le travail de Léo, styliste nigérian.....	197
b.	La broderie de fil de coton.....	199
1)	Tawfik : Styliste ghanéen.....	200
2)	Hillaly, styliste burundais.....	205
c.	Le perlage.....	206
1)	Léo, styliste nigérian.....	206
2)	Prince, styliste sud-africain.....	206
2.	Les jeunes stylistes sud-africains de la génération ambitieuse et dynamique post-apartheid.....	208
a.	Des formations hétérogènes.....	208
b.	Une inspiration aux multiples références culturelles.....	209
c.	Marketing intelligent.....	212
d.	Lien trans-générationnel avec la couture. Le rôle matriarcal dans la transmission d'une histoire.....	213
B.	Processus de reconnaissance participatif.....	218
1.	Une mode reconnue par le peuple.....	218
a.	Processus de légitimation populaire.....	218
b.	Les mariages comme vecteurs de nouveaux modèles vestimentaires.	222
2.	Des standards de beauté dans lesquels les femmes se reconnaissent...	228
a.	L'impact visuel de la télévision et des magazines.....	228
b.	La mode de l'ombre et le corps.....	230
II.	La relation du réseau de l'ombre avec le réseau institutionnalisé.....	233
A.	Relations des stylistes de l'ombre avec les stylistes médiatisés.....	233
1.	Lutte silencieuse.....	233

a. Les « petites mains » : quand les stylistes de l’ombre sous-treatent pour les grands noms de la mode sud-africaine.	238
b. Cas de quatre stylistes congolais (RDC).	240
1) Christophe Masamba.	240
2) Séraphin Kolongui.	242
3) Marc.	243
4) Jacques.	244
2. Relation préférentielle.	245
Manque de réciprocité : l’art de la non-collaboration.	248
B. Une articulation entre les deux réseaux.	251
1. Les balbutiements d’une réelle collaboration.	251
2. Investir certains endroits du centre-ville de Johannesburg pour créer des lieux de mode.	256
a. <i>Fashion District</i> et <i>Fashion Kapitol</i>	256
b. 70 Juta Street.	261
Conclusion	265
Bibliographie	278
Annexe 1	298
Annexe 2	324
Annexe 3	343
Annexe 4	349

TABLE DES ILLUSTRATIONS.

FIGURE 1 : « HOTTENTOTS », 16 ^{ÈME} SIECLE.....	42
FIGURE 2 : UN VIEIL HOMME ET UNE JEUNE FEMME KHOISANS, 17 ^{ÈME} SIECLE.....	42
FIGURE 3 : DANSEUSES ZOULOUES DU ROI, 1849.....	49
FIGURE 4 : GARÇONS TSWANAS EN PERIODE D'INITIATION, 2000.....	53
FIGURE 5 : FILLES TSWANAS EN PERIODE D'INITIATION, 2000.....	54
FIGURE 6 : JEUNE FILLE INITIEE PEDIE COUVERTE DE LETSOKO (MELANGE D'ARGILE ROUGE ET DE GRAISSE), 2000.....	54
FIGURE 7 : JEUNES HOMMES INITIES XHOSAS COUVERTS D'ARGILE BLANCHE, 2000.....	54
FIGURE 8 : UNE FEMME ZOULOUE PORTANT UNE COUVERTURE PERLEE, ANNEES 1970.....	56
FIGURE 9 : UNE FEMME NEDEBELEE PORTANT UNE COUVERTURE PERLEE, ANNEES 1990.....	56
FIGURE 10 : CAPE NDEBELEE (LINAGA) EN MATIERE SYNTHETIQUE. PLASTIQUE, PERLES ET AUTRES MATIERES, 94CM X 121CM, DEUXIEME MOITIE DU 20 ^{ÈME} SIECLE'.....	57
FIGURE 11 : PHOTOGRAPHIE DATANT DE 1895 INTITULEE « À L'AUBE DE LA CIVILISATION. UNE FAMILLE CHRETIENNE CAFRE ».	61
FIGURE 12 : UN MARIAGE CHRETIEN EN 1905.....	61
FIGURE 13 : UN MARIAGE CHRETIEN DANS LES ANNEES 1890.....	62
FIGURE 14 : GARÇONS CONVERTIS, LISANT LE JOURNAL, FIN 19 ^{ÈME} /DEBUT 20 ^{ÈME} SIECLE. PHOTOGRAPHIE NON DATEE.....	62
FIGURE 15 : PUBLICITE POUR LA MACHINE A COUDRE, 1900/CA.....	71
FIGURE 16 : PUBLICITE POUR LA MACHINE A COUDRE, 20 ^{ÈME} SIECLE.....	71
FIGURE 17 : VITRINE DE LA BOUTIQUE DE TAWFIK, STYLISTE GHANEEN. <i>SHOP N°4, HIS MAJESTY'S BUILDING, JOUBERT STREET, BETWEEN COMMISSIONER AND FOX STREET, JOHANNESBURG, 2009.....</i>	79
FIGURE 18 : VITRINE DE LA BOUTIQUE DE TAWFIK, STYLISTE GHANEEN. <i>SHOP N°4, HIS MAJESTY'S BUILDING, JOUBERT STREET, BETWEEN COMMISSIONER AND FOX STREET, JOHANNESBURG, 2009.....</i>	79
FIGURE 19 : JEUNE HOMME CONGOLAIS DANS LES RUES DU CAP, 2009.....	81
FIGURE 20 : COMMERÇANT SENEGALAIS DANS UN MARCHÉ DU CAP, 2009.....	81
FIGURE 21 : COMMERÇANTE CAMEROUNAISE DANS UN MARCHÉ DU CAP, 2009.....	81
FIGURE 22 : BOUTIQUE-ATELIER DE LEO, STYLISTE NIGERIAN, <i>BREE STREET, JOHANNESBURG, 2009.....</i>	83
FIGURE 23 : CREATIONS DE LEO, STYLISTE NIGERIAN, 2010.....	87
FIGURE 24 : ROBES DE DENTELLE DU NIGERIA, 2009.....	91
FIGURE 25 : ROBES DE DENTELLE DU NIGERIA, 2009.....	91
FIGURE 26 : VETEMENT <i>KABA</i> , ANNEES 2000.....	91
FIGURE 27 : UN GUERISSEUR DANS SON COSTUME RELIGIEUX, 2008.....	100
FIGURE 28 : VETEMENTS PEDIS, ANNEES 1960.....	101
FIGURE 29 : VETEMENTS PEDIS, 2009.....	102
FIGURE 30 : VETEMENT PEDI, 2009.....	102
FIGURE 31 : ÉGLISE SIONISTE A <i>DELTA PARK</i> , JOHANNESBURG.....	105
FIGURE 32 : ÉGLISE SIONISTE A <i>DELTA PARK</i> , JOHANNESBURG, 2008.....	106

FIGURE 33 : FIDELES D'UNE EGLISE SIONISTE VETUS DE LEURS COSTUMES RELIGIEUX, JOHANNESBURG, 2008.....	108
FIGURE 34 : FIDELES D'UNE EGLISE SIONISTE VETUS DE LEURS COSTUMES RELIGIEUX, JOHANNESBURG, 2008.....	111
FIGURE 35 : DINGANI ZULU, UN <i>OSWENKA</i> , ANNEES 2000.....	115
FIGURE 36 : DINGANI ZULU, UN <i>OSWENKA</i> , ANNEES 2000.....	115
FIGURE 37 : <i>OSWENKAS</i> , 20 ^{EME} SIECLE.....	116
FIGURE 38 : CEINTURE PERLEE, FIN 19 ^{EME} SIECLE.....	175
FIGURE 39 : TABLIER PERLE, FIN 19 ^{EME} SIECLE.....	175
FIGURE 40 : CEINTURE PERLEE, 20 ^{EME} SIECLE.....	175
FIGURE 41 : JEUNES FILLES ZOULOUES PAREES DE PERLAGES, 20 ^{EME} SIECLE.....	177
FIGURE 42 : FEMME NDEBELEE, 20 ^{EME} SIECLE.....	181
FIGURE 43 : TABLIER PERLE NDEBELE (SUPPORT DE CUIR), 20 ^{EME} SIECLE.....	182
FIGURE 44 : FEMME XHOSA, ANNEES 1960.....	203
FIGURE 45 : FEMME EN TENUE XHOSA, 20 ^{EME} SIECLE.....	203
FIGURE 46 : JUPE XHOSA, 20 ^{EME} SIECLE.....	204
FIGURE 47 : LE STYLE DES « <i>SMARTEEZ</i> » A SOWETO, JOHANNESBURG, 2010.....	221
FIGURE 48 : TENUE SWAZIE REINVENTEE PAR UN STYLISTE CONGOLAIS, 2009.....	222
FIGURE 49 : TENUE SWAZIE REINVENTEE PAR UN STYLISTE CONGOLAIS, 2009.....	222
FIGURE 50 : FEMME EN TENUE VENDA, 2009, JOHANNESBURG.....	231
FIGURE 51 : MARIAGE ZOULOU EN VILLE, 2009.....	232
FIGURE 52 : MARIAGE ZOULOU EN VILLE, 2009.....	233
FIGURE 53 : <i>FASHION KAPITOL</i> , JOHANNESBURG, 2010.....	262
FIGURE 54 : <i>FASHION KAPITOL</i> , JOHANNESBURG, 2010.....	257
FIGURE 55 : <i>FASHION KAPITOL</i> , JOHANNESBURG, 2010.....	257
FIGURE 57 : <i>70 JUTA STREET</i> , JOHANNESBURG, 2010.....	263
FIGURE 56 : <i>70 JUTA STREET</i> , JOHANNESBURG, 2010.....	268
FIGURE 58 : <i>70 JUTA STREET</i> , JOHANNESBURG, 2010.....	269

LISTE DES DOCUMENTS EN ANNEXES.

Annexe 1 : Créations des stylistes du réseau institutionnalisé de la mode.

Photographie n° 1: Collection *Nuances de lumières*, printemps/été 2007, 23 juillet 2007 à Paris. Gavin Rajah. (www.joyce.fr).....p 306.

Photographie n° 2: Collection *Nuances de lumières*, printemps/été 2007, 23 juillet 2007 à Paris. Gavin Rajah. (www.joyce.fr)p 307.

Photographie n° 3: Collection *Jaipur, Cape Town Fashion Week*, Juillet 2011. Gavin Rajah. (www.stylesociety.co.za)p 308.

Photographie n° 4: Collection *Jaipur, Cape Town Fashion Week*, Juillet 2011. Gavin Rajah. (www.capetownbuzz.com).....p 309.

Photographie n°5: *Cape Town Fashion Week*, 8 août 2007. David Tlale. (www.dailylife.com)..... p 310.

Photographie n° 6: Collection printemps/été, *Joburg Fashion Week* 2008. David Tlale. (www.jamati.com).....p 311.

Photographie n° 7: Collection printemps/été, *Joburg Fashion Week* 2008. David Tlale. (www.jamati.com).....p 312.

Photographie n° 8: Planche d'images et de croquis qui ont servi à créer la collection : *Cultural Intimacy* (2009). David Tlale. (www.bellanaija.com).....p 313.

Photographie n° 9: Collection *Cultural Intimacy, New York Fashion Week*, Septembre 2009, *Bryant Park* New York. David Tlale. (www.bellanaija.com)...p 314.

Photographie n° 10: Collection *Cultural Intimacy, New York Fashion Week*, Septembre 2009, *Bryant Park* New York. David Tlale. (www.bellanaija.com)...p 315.

Photographie n° 11: Collection *Cultural Intimacy, New York Fashion Week*, Septembre 2009, *Bryant Park* New York. David Tlale. (www.bellanaija.com)...p 316.

Photographie n° 12: Collection présentée en février 2007 à l'*Audi Joburg Fashion Week*. Stoned Cherrie. (www.youngtanzaniafashion.blogspot.fr).....p 317.

Photographie n° 13: Collection présentée en février 2007 à l'*Audi Joburg Fashion Week*. Stoned Cherrie. (www.youngtanzaniafashion.blogspot.fr).....p 318.

Photographie n° 14: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town fashion Week*, décembre 2010. Stoned Cherrie. (ciaafrique.com).....p 319.

Photographie n° 15: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town fashion Week*, décembre 2010. Stoned Cherrie. (ciaafrique.com).....p 320.

Photographie n° 16: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town fashion Week*, décembre 2010. Stoned Cherrie. (ciaafrique.com).....p 321.

Photographie n° 17: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town fashion Week*, décembre 2010. Stoned Cherrie. (ciaafrique.com).....p 322.

Photographie n° 18: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town fashion Week*, 2011. Stoned Cherrie. (ciaafrique.com).....p 323.

Photographie n° 19: Collection été 2009/2010, présentée à la SAFW. Amanda Laird Cherry. (www.designindaba.com).....p 324.

Photographie n° 20: Collection été 2009/2010, présentée à la SAFW. Amanda Laird Cherry. (www.designindaba.com).....p 325.

Photographie n° 21: Collection été 2009/2010, présentée à la SAFW. Amanda Laird Cherry. (www.designindaba.com).....p 326.

Photographie n° 22: Collection *Street Juju*, printemps 2012, *Africa Fashion Week* 2011. Marianne Fassler. (www.ramp.sdr.co.za).....p 327.

Photographie n° 23: Collection *Street Juju*, printemps 2012, *Africa Fashion Week* 2011. Marianne Fassler(www.ramp.sdr.co.za).....p 328.

Photographie n° 24: Collection *Street Juju*, printemps 2012, *Africa Fashion Week* 2011. Marianne Fassler. (www.ramp.sdr.co.za).....p 329.

Annexe 2 : Les créations des stylistes du réseau de l'ombre.

Photographie n° 25: robe en tissu *wax*, tissu de coton et satin.
Léo, styliste nigérian. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Léo, *Bree Street*, Johannesburg, le 27/08/2009.....p 332.

Photographie n° 26: robes en tissu *shweshwe*, tissu *wax* et satin.
Léo, styliste nigérian. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Léo, *Bree Street*, Johannesburg, le 27/08/2009.....p 333.

Photographie n° 27: robe en tissu *basin* et tissu de coton imprimé.
Tawfik, styliste ghanéen. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street*, Johannesburg, le 11/08/2009.....p 334.

- Photographie n° 28: robe en tissu *basin* décorée de broderies.
Tawfik, styliste ghanéen. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg*, le 11/08/2009.....p 335.
- Photographie n° 29: robe en tissu de coton décorée de broderies.
Tawfik, styliste ghanéen. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg*, le 11/08/2009.....p 336.
- Photographie n° 30: robe en tissu *basin* et tissu de coton décorée de broderies.
Tawfik, styliste ghanéen. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg*, le 11/08/2009.....p 337.
- Photographie n° 31: robe en tissu *basin* et coton imprimé.
Tawfik, styliste ghanéen. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg*, le 11/08/2009.....p 338.
- Photographie n° 32: robe en satin décorée de broderies.
Hillaly, styliste burundais. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Hillaly, *Long Street, Cape Town*, le 25/08/2009.....p 339.
- Photographie n° 33: chemise homme décorée de broderies.
Hillaly, styliste burundais. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Hillaly, *Long Street, Cape Town*, le 25/08/2009.....p 340.
- Photographie n° 34: chemise homme décorée de broderie.
Hillaly, styliste burundais. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Hillaly, *Long Street, Cape Town*, le 25/08/2009.....p 341.
- Photographie n° 35: robe en tissu feutre et en tissu nylon (soutien-gorge) décorée de perles de verre et de perles plastique.
Léo, styliste nigérian. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Léo, *Bree Street, Johannesburg*, le 27/08/2009.....p 342.
- Photographie n° 36: robe en tissu de coton noir, tissu satiné, décorée de perles de verre et de perles plastique.
Prince, styliste sud-africain. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Prince : « *Prince's traditional wear, room 12, 4th floor, standard house, 67 Simmonds and Cnr Bree Street, Johannesburg* », le 7/09/2009.....p 343.
- Photographie n° 37: robe en tissu satiné, décorée de perles de verre.
Prince, styliste sud-africain. Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Prince : « *Prince's traditional wear, room 12, 4th floor, standard house, 67 Simmonds and Cnr Bree Street, Johannesburg* », le 7/09/2009.....p 344.

Photographie n° 38: combinaison de tissu *denim*.
Lethu (*White Dove*), styliste sud-africain. Photographie personnelle prise devant la boutique-atelier de Lethu, *Yeoville*, Johannesburg, le 21/11/2009.p 345.

Photographie n° 39: ensemble veste/pantalon en tissu *denim* et tissu *sack*.
Lethu (*White Dove*), styliste sud-africain. Photographie personnelle prise devant la boutique-atelier de Lethu, *Yeoville*, Johannesburg, le 21/11/2009.....p 346.

Photographies n° 40, 41, 42 : tunique de tissu de coton imprimé, pantacourt de tissu de coton imprimé, collier/boucles d'oreilles en perles de bois, short en jean peint à la main.

Thandeka (*No Ohdar*), styliste sud-africaine. Photographies personnelles prises à *Newtown* devant la salle de concert *Basslines*, Johannesburg, le 22/10/10.....p 347.

Photographies n° 43, 44, 45 : jupe tricotée en laine orange et rouge appelée « *bubble skirt* », robe courte tricotée en laine rose, robe courte tricotée en laine verte et bleue.

Photographies personnelles. Créations de Richy, styliste sud-africain, rencontré à *Newtown* en décembre 2009 à Johannesburg.....p 348.

Annexe 3 : Drum Magazine et la mode

Subcollection: Drum Social Histories
Image number: dm2002070305
Caption: DM2002070305: GCP: SOCIAL: BEUTY: FASHION: 28JAN1971
Spectators Immorality - (Photograph by Len Kumalo © BAHA)
Date: 2008-02-15 20:49:15 (www.baha.co.za).....p 351.

Subcollection: Drum Social Histories
Image number: dm2002070502
Caption: DM2002070502: SAED: SOCIAL:PERSONALITY: 18OCT1970 – Pinkie Paka and Felicia Mabuza - (photograph by Drum Photograph BAHA)
Date: 2008-02-15 20:02:43 (www.baha.co.za).....p 352.

Subcollection: Drum Social Histories
Image number: dm2001040305
Caption: DM2001040305: SAED: SOCIAL: AUG1960 - Real High-Life Dolls – Patty Patience is a full time model in a shop. What beautiful girls! They are all models. And apart from all being stage and recording stars, they have another thing in common: They're all unmarried. (Photographs by Peter Magubane BAHA)
Date: 2008-02-15 19:32:25 (www.baha.co.za)..... p 353.

Subcollection:
Drum Social Histories
Image number: dm2000080804
Caption: DM2000080804: SAED: SOCIAL: NODATE - Retail, apartheid, fashion,
general clothing store. (Photo by Drum photographer BAHA)
Date: 2008-02-15 19:29:40 (www.baha.co.za).....p 354.

Annexe 4: Cartes de la ville de Johannesburg.

Carte n° 1 : LOCALISATION DES STYLISTES DE L'OMBRE.....p 357.

Carte n° 2 : STYLISTES OFFICIELS : LOIN OU PROCHES DES STYLISTES
DE L'OMBRE.....p 358.

Carte n° 3 : LOCALISATION DES SEMAINES DE LA MODE À
JOHANNESBURG.....p 359.

LISTE DES ABRÉVIATIONS SIGLES ET ACRONYMES

SAFW : South African Fashion Week

AFI : Africa Fashion International

LISOF : London International School of Fashion

EAI : Eglises Africaines Indépendantes

Introduction

Partie en Afrique du Sud pour étudier les costumes religieux au sein des communautés chrétiennes, dans le cadre d'un Master II, un autre objet d'étude s'imposa avec évidence comme une fulgurance. Le désir impérieux de poursuivre cette nouvelle quête s'ancra comme une nécessité intérieure. Ce premier contact avec la « nation arc-en-ciel » permit de saisir toute l'étendue de sa création vestimentaire et suscita des possibilités d'approche multiples. L'objet de cette recherche trouve donc son origine dans le premier travail de terrain effectué de février à avril 2008 à Johannesburg. Engager de nouvelles réflexions sur cette expression artistique contemporaine a impliqué la rencontre des acteurs africains eux-mêmes et de s'immerger dans les scènes artistiques de ce continent afin de mieux comprendre leur mode de développement. La création vestimentaire dans l'Afrique du Sud actuelle est avant tout issue d'une histoire dont les clés de compréhension sont posées par la « porosité » d'un vaste ensemble de pièces d'habillement, de parures et d'accessoires les plus divers qui se sont enrichis d'apports extérieurs.

Notre sujet pose la question de l'inscription du vêtement dans le champ de l'histoire de l'art. La création vestimentaire est une forme d'art qui est imbriquée dans le mercantilisme. En cela elle s'apparente aux caractéristiques de la mode en général, car comme l'écrit Frédéric Godart, la mode se caractérise par « une dualité fondamentale, puisqu'elle est à la fois activité économique et activité artistique »¹. L'aspect commercial n'oblitére d'aucune façon son caractère artistique. L'art vestimentaire est investi dans différents domaines: la musique, le cinéma, le théâtre à travers les tenues de scène et les costumes, la photographie, la publicité dans lesquelles les vêtements sont souvent utilisés comme des symboles d'un « concept », d'un message. Bon nombre de ces industries, dites culturelles, utilisent le vêtement comme un marqueur culturel ayant une place dans la vie quotidienne. Les vêtements sont des biens de consommation. Ils sont révélateurs de changements sociaux, eux-mêmes s'inscrivant dans la continuité d'une histoire socioculturelle. L'« art vestimentaire » est une expression utilisée en Afrique francophone, du Burkina Faso à la République Démocratique du Congo, et

¹ Frédéric Godart, *Sociologie de la mode*, Paris: La Découverte, 2010, p 6.

appliquée à des vêtements dits traditionnels. Elle est aussi utilisée en France pour qualifier de précieux ouvrages nés de savoir-faire particuliers (tissage, broderie), comme cela était démontré dans l'exposition *L'Orient des femmes vu par Lacroix*, présentée du 8 février au 15 mai 2011 au musée du Quai Branly. On y dévoilait « une sélection de robes traditionnelles venues d'une vaste zone située en plein coeur du « Croissant fertile », du nord de la Syrie à la péninsule du Sinaï »². Le Proche Orient situé au croisement de l'Asie, de l'Europe et de l'Afrique, les créatrices de ces vêtements se sont nourries d'échanges multiples. De la même façon, l'Afrique australe, terre d'échanges, a été témoin de la rencontre de nombreuses populations au cours des siècles, qui n'ont cessé de doter l'histoire du vêtement de nouvelles formes en conservant des constantes. Au sein de la *South African National Gallery* dans la ville du Cap en Afrique du Sud, Carol Kaufmann, conservatrice des collections africaines, se donne pour mission de valoriser l'histoire de ces formes. En 2010-2011, l'exposition *Imaging Beauty-Body Adornment* présentait des créations vestimentaires contemporaines de divers créateurs de mode africains. Elle identifiait la dimension artistique et la notoriété des formes vestimentaires en Afrique du Sud.

Cependant, l'art du vêtement n'est pas toujours exposé dans des galeries de musées, les œuvres d'art existent aussi dans l'espace public et privé. À l'instar de l'anthropologue Marcel Mauss, il est considéré qu'un objet d'art est un objet reconnu comme tel par un groupe et selon la posture duchampienne, un objet d'art est toujours un choix de l'artiste par son seul décret³. Les stylistes choisissent les tissus, les couleurs, les formes et définissent de fait un processus artistique. Ils ne se définissent pas comme des artisans mais comme des artistes, n'utilisant jamais le terme « *craft* » qui, en Afrique du Sud, s'applique plus souvent à des personnes qui réalisent des perlage. Ils déclarent se considérer comme des artistes et présentent la création de vêtements comme une activité artistique : l'art naît donc du pouvoir décisionnel de l'artiste. Si la création vestimentaire est une forme d'art, les vêtements sont-ils pour autant des objets d'art ? Ils sont certainement des ouvrages produits par des artistes, chacun disposant de son libre arbitre pour décider du statut de sa création. Sur le terrain, le terme « *piece of art* » n'a jamais été choisi par les stylistes pour qualifier leurs créations. Pourtant la dimension esthétique du vêtement est avérée, « les vêtements font partie des

² *L'Orient des femmes vu par Christian Lacroix* [en ligne] (consultée le 5/12/2012). Disponible sur : <http://www.quaibrantly.fr>

³ Philippe Collin. Marcel Duchamp, archives du XX^{ème} siècle (01/01/1967, 15 min 31s) [en ligne] (vidéo consultée le 5/12/2012). Disponible sur : www.ina.fr

techniques d'embellissement corporel »⁴. C'est ici que nous pouvons retrouver la visée duchampienne et le concept de *ready made*, et occultons pour l'heure l'idée du beau et du laid. Les vêtements sont trop souvent soumis au seul jugement esthétique, rapportés aux goûts et à l'appréciation d'autrui, et réduits à leur « visualité »⁵. Comme Duchamp qui refuse l'idée de juger un tableau uniquement sur son effet rétinien, nous préférons aborder les vêtements du point de vue des formes et des sens véhiculés, en tentant de comprendre les choix faits par l'artiste. Toujours d'après Frédéric Godart, la mode est une activité artistique « parce qu'elle produit des symboles », elle crée donc « des objets porteurs de sens »⁶. À travers les intentions du créateur, du porteur, le type d'acheteur visé et les autres récepteurs potentiels, le vêtement est intrinsèquement polysémique, communiquant divers messages. Les récepteurs achètent du *design*, des formes auxquelles ils s'identifient. Colorée, expressive et changeante, la création vestimentaire est un art vivant. Son caractère mouvant et éphémère est aussi l'une de ses particularités. Le vêtement s'insère dans un fonctionnement évolutif de la mode : le renouvellement des formes, le fait qu'il soit acheté, porté, usé, passé de mode et abandonné, induit une forme de consommation et de renouvellement permanent. Ceci en fait un objet artistique atypique, voué à circuler entre les personnes, à être récupéré, parfois recyclé ou même jeté, ce qui à terme désacralise aussi son statut artistique car l'œuvre ou l'objet d'art doit être logiquement pérennisé. Il offre la possibilité de créer des dérivés, des « avatars » en subissant des transformations.

La mode s'inscrit dans un long processus qui fait intervenir un ensemble de personnes qui participent à la réalisation du vêtement. Elle induit une intervention et une implication des porteurs du vêtement. Le styliste entretient des rapports particuliers avec ses clients. Un échange d'idées et les souhaits du client ont une influence certaine sur la création du vêtement. À la manière d'un commanditaire qui passe commande d'œuvre d'art, le client se rend chez son styliste pour commander son vêtement qui sera réalisé sur mesure.

Intimement liés au corps, à la personne et son histoire, ses sens sont toujours reflets d'identités. En Afrique du Sud, le régime d'apartheid qui opprimait les Noirs a contraint ces derniers à utiliser différents moyens politiques, sociaux et artistiques (musique,

⁴ Marc-Alain Descamps, La psychologie de la mode [en ligne] (page consultée le 13/10/2012). Disponible sur : <http://europsy.org/marc-alain/psymod.html>

⁵ Terme utilisé par Marcel Duchamp dans Philippe Collin. Marcel Duchamp, archives du XXème siècle (01/01/1967, 15 min 31s) [en ligne] (vidéo consultée le 5/12/2012). Disponible sur : www.ina.fr

⁶ Frédéric Godart, *Sociologie de la mode*, Paris: La Découverte, 2010, p 7.

chants, vêtements) pour clamer leur existence et de ce fait revendiquer leurs droits. Les vêtements et les parures étaient utilisés pour affirmer les statuts identitaires et aussi défier le pouvoir en place. L'affirmation des identités collectives par une esthétique particulière du vêtement « traditionnel », s'est opérée par le recours au perlage (parure de perles) plus particulièrement. Symbole d'une culture sud-africaine constamment enrichie de contacts, les perles ont été l'objet d'échanges multiples au cours de l'histoire de cette région. Le mot « perlage » est la plus proche traduction du terme anglais *beadwork*, abondamment utilisé par les chercheurs anglophones étudiant l'art des perles en Afrique du Sud, au Cameroun, en Afrique de l'est. Ce néologisme est assez récent dans le vocabulaire des historiens de l'art français, bien qu'il décrive un art des ornements ancré dans le continent africain depuis plusieurs siècles, et particulièrement en Afrique du Sud. Les perlages sont des objets entièrement constitués ou décorés de très petites perles de verre de couleurs diverses, de forme sphérique légèrement aplatie. Celles-ci mesurent à peine quelques millimètres de largeur, sont opaques ou translucides, plus ou moins « régulières dans leur taille et forme »⁷. Elles sont importées depuis les pays d'Europe comme la Pologne ou l'Italie. Bien que le verre reste très apprécié, depuis quelques décennies les artisans font aussi usage de perles modernes en plastique, petites ou grosses, de forme sphérique, plus accessibles que les perles de verre. Dans leur utilisation concrète, les perlages sont des objets qui permettent de couvrir certaines parties du corps, de les revêtir d'une matière originale et particulière. Ce sont des éléments de parure qui embrassent les champs du vêtement dit traditionnel (ceintures, cache-sexes, tabliers, capes) et des ornements divers (colliers, bracelets, boucles d'oreilles, diadèmes, ornements de chevilles, broches) portés lors d'occasions particulières telles que les cérémonies de mariage. Cet art est pratiqué par des hommes et des femmes, issus de toutes les populations du pays. Il résulte de la maîtrise de procédés spécifiques à travers lesquels se révèle l'habileté de l'artiste. Ce dernier doit maîtriser avec la plus grande dextérité la broderie de perles sur un support (cuir, tissu coton, plastique), que la surface soit plane ou tubulaire, ainsi que la combinaison des couleurs et des motifs à travers une répartition presque toujours symétrique des éléments de la composition. D'ailleurs ces techniques sont aujourd'hui enseignées dans le cadre de formations dans des écoles de mode, de design, des associations, ou bien de façon moins organisée, par les pairs, dans un groupe d'artisans sur les bords des routes

⁷ Bronwyn V. Brottem et Ann Lang, « Zulu Beadwork », *African Arts*, vol. 6, n° 3, spring 1973, p 8.

ou dans les marchés. Depuis une vingtaine d'années, la signification du terme évolue au gré d'une production de plus en plus large et diversifiée. Il désigne aussi de nouvelles formes plus récentes, destinées à la vente, comme des figurines perlées ou des bijoux fantaisie.

Au cours des 19^{ème} et 20^{ème} siècles, les ethnologues et les historiens de l'art sud-africains collectèrent ces perlage qui entrèrent dans les collections d'art au cours des années 1980. Les collections muséographiques, publiques et privées, qui ont acquis ces vêtements, répertoriés, classés, informés et datés, montrent que les parures de perles sont reconnues comme appartenant au patrimoine national. Les Sud-Africains parlent d'*heritage*, traduit en français par « patrimoine ». La notion de patrimoine peut se définir par « l'ensemble des données culturelles et sociales qu'un peuple aura élaboré et légué »⁸. Pour que ces données soient léguées et conservées par les successeurs, il faut que les instances politiques et culturelles nationales ou internationales décident de les prendre en compte et de les préserver.

Les perlage sud-africains tiennent une place prépondérante dans ce patrimoine vestimentaire sud-africain et font l'objet d'expositions. Leur passage de la vie sociale au musée d'art les transforme en objets d'art. La *South African National Gallery* à Cape Town conserve dans ses réserves de magnifiques perlage datant de la fin du 19^{ème} siècle et du 20^{ème} siècle. En 1993-1994, l'exposition *Ezakwantu-Beadwork from the eastern Cape*, présentait des perlage exécutés sur des supports comme le costume ou bien tout objet du quotidien tels que des pipes décorées de perles. Ils sont souvent mis en avant à travers les ouvrages et sont également connus par le biais des bijoux fantaisie de perles destinés au marché touristique ou exportés en Europe.

Cette représentation dominante des perlage pourrait nous laisser penser que les Noirs sud-africains portent ces costumes au quotidien. Cependant le perlage n'apparaît qu'occasionnellement. Il fait office de marqueur social, définit des statuts dont les sens sont effectifs au regard d'un groupe donné, lors de cérémonies spécifiques qui se déroulent plus souvent en contexte rural. Il semblerait qu'il y ait un décalage entre ce qui est montré au sein des institutions artistiques sud-africaines et des artisanats locaux, et la réalité vestimentaire sud-africaine. Cette vision cache toute une création vestimentaire parallèle et plus récente provenant d'interactions multiculturelles. Le cœur des villes accueille d'innombrables boutiques-ateliers de création de vêtements

⁸ Le patrimoine culturel et historique [en ligne] (page consultée le 24/10/12). Disponible sur : www.afriquepatrimoine.org

tenus par des Africains d'origines diverses depuis la fin du régime d'apartheid. La liberté rendue possible par la toute nouvelle démocratie et le développement économique du pays ont attiré de nombreux Africains étrangers à l'Afrique du Sud.

C'est la raison pour laquelle l'objet de notre étude s'est concentré sur les espaces urbains, où la juxtaposition, le brassage et le métissage démographique ont favorisé un foisonnement de styles vestimentaires. Bien qu'aujourd'hui une diversité de vêtements composés de différentes matières textiles vienne enrichir l'ensemble des costumes dits traditionnels dans le pays, les perles restent omniprésentes dans l'imagerie sud-africaine, devenant presque un symbole identitaire du pays. Ces perles ont un rôle manifeste dans l'histoire vestimentaire du pays et nous sommes en droit de nous demander quelles sont les raisons fondamentales qui déterminent cette importance. Ils marquent une période d'échanges entre les populations noires sud-africaines et les cultures extérieures au continent africain. Les perles ont été des vecteurs de liens culturels entre les communautés de langue bantoue (Nguni, SothoTswana, Tsonga et Venda), les Arabes, et les Européens. Leur place est aussi centrale dans l'histoire de l'art sud-africain car ils ont contribué à nourrir la création et la réinvention des formes vestimentaires déjà existantes des populations de cette région de l'Afrique. L'histoire semble en faire un marqueur du vêtement.

Aussi il paraît difficile de faire l'économie de l'utilisation du terme « traditionnel » bien que celui-ci soit le plus souvent connoté de façon péjorative. Dans cette recherche, l'appellation « vêtement traditionnel » est entendue de manière ouverte. Elle recouvre une large palette de formes vestimentaires dont le port s'étend sur une période historique du 16^{ème} siècle (date des premiers récits décrivant les habitants du Cap) jusqu'à nos jours. C'est la raison pour laquelle seront abordés trois types de vêtements dits traditionnels :

- Des vêtements traditionnels anciens (du 16^{ème} siècle au 20^{ème} siècle), faits de peaux et de fibres d'origine végétale, ainsi que des parures de perles, constituant l'unique système vestimentaire jusqu'à l'arrivée des Européens.

- Des vêtements marqués par des transformations formelles au moment de l'introduction de nouveaux codes vestimentaires européens au 19^{ème} siècle et au cours du 20^{ème} siècle.

- Des vêtements « d'inspiration traditionnelle ». L'expression « vêtements d'inspiration traditionnelle » se réfère à des formes en constante évolution. Ces nouveaux vêtements sont nés à la fin du 20^{ème} siècle et au début du 21^{ème} siècle grâce à

une immigration africaine aux diverses cultures vestimentaires. Les stylistes majoritairement immigrés africains s'inspirent des vêtements traditionnels des diverses populations sud-africaines pour inventer de nouvelles formes en y combinant des tissus et des décorations de leurs pays d'origine. Aujourd'hui, tous les vêtements dits traditionnels en Afrique du Sud ont subi des transformations formelles dans les matériaux choisis, les techniques de confection, et surtout l'ornementation (broderies, motifs décoratifs). L'expression « vêtement traditionnel » (*traditional dress/clothing*) est aussi utilisée pour qualifier cette production contemporaine car c'est précisément la locution que les stylistes et les clients continuent d'utiliser. Il est évident que ce terme qualifie une vaste réalité vestimentaire dont les limites sont extrêmement larges.

Cet écart entre les perlage devenus des symboles de l'Afrique du Sud et la réalité contemporaine, masque également l'ampleur des « Semaines de la mode sud-africaine » dans le pays et sur le continent. Les défilés de mode sud-africains présentent des créations formellement éloignées des perlage ou de toute autre forme de vêtement dit traditionnel. Les créateurs de mode utilisent peu les perles et les motifs des perlage traditionnels dans leurs créations. Johannesburg, Cape Town, Durban, entre autres métropoles africaines, voient fleurir depuis plus d'une décennie un art de la création vestimentaire constamment enrichi par de nouveaux stylistes. Une découverte importante pour la suite de nos recherches s'est opérée lors de déplacements dans Johannesburg en mars 2008. Un événement majeur présenté par des affiches publicitaires placardées en de multiples endroits de la ville se déroulerait prochainement: la *Joburg Fashion Week*.

Les longs mois de terrain ont permis l'accès aux semaines de la mode, très fréquentes dans le pays. La base de nos informations et de nos matériaux fut ainsi obtenue lors de ces événements particuliers. Des entretiens purent être réalisés durant trois grandes semaines de la mode:

- L'*Arise Africa Fashion Week*, en juin 2009, au *Convention Centre* de Sandton (Johannesburg), le plus important quartier d'affaire du pays.

- La *Cape Town Fashion Week*, en août 2009, au *Convention Centre* de la ville du Cap.

- La *Sanlam Fashion Week*, en septembre 2009, au *Convention Centre* de Sandton (Johannesburg).

Être de ces événements fut un privilège pour intégrer un milieu fermé et élitiste. Les rencontres avec des journalistes permirent d'obtenir des laissez-passer pour assister à

des défilés et accéder au salon privé où acheteurs, journalistes et créateurs de mode se retrouvaient après ces temps forts. Pour la *Cape Town Fashion Week* en août 2009, un simple courrier envoyé aux organisateurs permit d'obtenir une accréditation pour accéder librement à la semaine de la mode, ce qui montre la variabilité du mode d'accès dans ce milieu. Aussi, l'observation et les entretiens avec les personnes du salon privé, ont permis de définir les contours d'un réseau jusqu'alors très opaque, car fermé au public. Chaque semaine de la mode permettait de rencontrer de nouveau les mêmes personnes et d'intégrer cette sphère de façon immersive qui a permis d'interagir directement avec les professionnels de la mode. L'intégration avec des acteurs de ce réseau s'est développée en assistant aux défilés et en foulant l'espace privé réservé aux créateurs de mode.

La création vestimentaire implique une précision terminologique qu'il est nécessaire d'explicitier en la mettant en lien avec le contexte propre à la recherche. Nombre de termes usités ont une large acception et induisent une confusion. Le cadre de nos recherches implique de les définir clairement.

Cette recherche traite d'un moment particulier de la création vestimentaire en Afrique du Sud. Le terme de création est choisi car il permet d'englober une large production de vêtements. Elle consiste à produire des formes vestimentaires originales, nouvelles, singulières, à partir de données préexistantes. Elle est utilisée comme l'équivalent du mot : « mode » faisant référence à des vêtements, des goûts vestimentaires, des tendances. Elle désigne en même temps un système composé de deux réseaux.

- Le premier réseau est celui de la mode institutionnalisée, composée des SAFW⁹, de l'AFI¹⁰, des écoles de mode, des stylistes connus, des médias, produisant une définition unique de la mode.
- Le second réseau représente la mode dite « de l'ombre », constituée de nombreux stylistes anonymes, sud-africains et immigrés africains, apportant des nouveautés formelles dans les vêtements produits, surtout les vêtements dits traditionnels.

Il apparaît intéressant de préciser en quoi cette création vestimentaire peut-elle constituer un système de la mode ? À travers ces deux réseaux qui ne s'entrecroisent

⁹ *South African Fashion Weeks* (SAFW).

¹⁰ *African Fashion Week* (AFI).

que rarement, la mode en Afrique du Sud s'ordonne en un système, un ensemble d'éléments qui fonctionnent de manière autonome et parfois en synergie lorsque les membres des deux réseaux communiquent. Ces éléments sont considérés dans leur inter-relation à l'intérieur d'un espace: le champ de la création vestimentaire. À l'intérieur du système, des groupes de personnes créent des possibilités de canaux de communication entre les deux réseaux.

Des systèmes vestimentaires se rencontrent au sein de ces réseaux. Ils sous-tendent des codes vestimentaires. Ces derniers constituent une combinaison de signes qui véhiculent des informations sur la personne (statut social, position politique...). Ils s'ordonnent en un ensemble de règles régissant les façons de s'habiller, qui font partie d'un système vestimentaire. En Afrique du Sud les vêtements dits traditionnels, les costumes religieux, les uniformes propres à chaque fonction professionnelle (agent d'entretien, gardien de bibliothèque...), les vêtements de style occidental, représentent différents systèmes vestimentaires qui coexistent. Ils sont perméables, souples, et sont voués à changer. Le terme de « système vestimentaire », que nous devons à Roland Barthes est utilisé dans cette recherche de façon élargie. Un système vestimentaire contemporain se caractérise par sa perméabilité, la souplesse de ses structures. Consommateurs et stylistes, ensemble, ont la capacité de faire changer un système vestimentaire. Dans leurs façons de s'habiller, les personnes vont intégrer et jouer avec les normes du vêtement. C'est donc par l'habillement que les normes d'un costume (un habit avec ses codes) vont être déplacées, transformées, mélangées à des normes extérieures, et que le système va changer. L'évolution du temps permet difficilement de définir un système vestimentaire précis. En fait, plusieurs systèmes s'entrecroisent.

Ce sujet présente l'approche de différentes populations et ainsi de différentes identités dans l'Afrique du Sud post-apartheid. L'identité est définie comme le fait d'appartenir à un groupe et de le ressentir. Plus précisément selon le dictionnaire de sociologie contemporaine, l'identité désigne : « un ensemble de traits spécifiques qui singularise et sert à la distinction des individus et des entités sociales »¹¹. La question de l'identité se pose particulièrement en Afrique du Sud où la lutte pour les territoires ainsi que la politique de développement séparé n'ont fait que mettre en avant la multiplicité identitaire de ce pays. Le passage à la démocratie a accéléré l'arrivée et la visibilité de

¹¹ Akbar Molajani, *Dictionnaire de sociologie contemporaine*, Paris : Zagros, 2004.

nouvelles identités africaines dans le pays, qui se reflètent particulièrement dans l'ensemble des professionnels travaillant dans le réseau de l'ombre.

Les différences terminologiques entre la langue anglaise et la langue française ont posé des difficultés de traduction pour qualifier les professionnels du système de la mode. Le choix et l'usage de certains termes ont parfois représenté une tâche difficile à cause des problèmes de traduction. Lors du travail de terrain, la langue utilisée était l'anglais mais la prise de note se faisait en français. Pour cette raison, tous les propos des stylistes et autres personnes interrogées sont directement rapportés en français. Les professionnels de la mode interrogés ont souvent utilisé les termes de « *fashion designer* », « *taylor* », « *dressmaker* », « *seamstress* ».

Ainsi, les acteurs du monde médiatisé de la mode utilisent systématiquement le terme « *fashion designer* » qui signifie « créateur de mode » ou « styliste », pour désigner les stylistes de leur réseau. En revanche ils ne choisissent jamais ce terme pour évoquer les stylistes anonymes installés dans les ateliers en plein cœur de la ville. Ces derniers sont décrits comme des « *tailors* » (tailleurs), des « *dressmakers* » et des « *seamstresses* » (couturiers), de simples exécutants qui copient ou assemblent des patrons, ne faisant aucunement du « *fashion design* ». Pourtant, les stylistes de l'ombre anglophones interrogés se définissent comme des « *fashion designers* ». Les Congolais, avec qui les entretiens se déroulèrent en français, se définissent comme des « couturiers » (au sens français du terme, équivalent de « styliste ») ou des « stylistes couturiers ». De même, les deux stylistes sud-africains du réseau de l'ombre se qualifient de « *fashion designers* ». En France, les termes permettant de qualifier les acteurs du monde de la mode ne sont pas si différenciés et n'ont pas la même connotation qu'en langue anglaise. Le terme de couturier, équivalent de « *dressmaker* » et « *seamstress* », peut désigner à la fois un couturier anonyme dans un atelier qui exécute un travail à partir de patrons qu'il n'a pas dessinés lui-même, ou bien un créateur de mode connu auquel cas il sera considéré comme un « Grand couturier ». En français, « styliste » et « créateur de mode » sont des mots synonymes, même si « Créateur de mode » est réservé aux « Grands couturiers ». De façon générale en France, les métiers de l'artisanat sont reconnus, et dans certains cas une couturière ou un couturier peut légitimement se dire « couturier et créateur de vêtements ». Il travaille pour des clients qui, ne parvenant pas à s'habiller dans le prêt-à-porter distribué en magasins, cherchent une tenue pour une occasion particulière, ou qui veulent se vêtir sur mesure en ayant le choix du tissu, de la coupe. Un couturier peut aussi travailler pour

des maisons de mode. Il doit savoir dessiner, prendre des mesures, tracer un patron, connaître les tissus et conseiller ses clients. Ces compétences font de lui un styliste. La clientèle lui permet d'être reconnu comme « créateur de mode », au sens où il crée des tendances en vendant ses créations. Les recherches de terrain permettent de constater qu'en Afrique du Sud, les stylistes de l'ombre sont considérés comme de simples exécutants et non de réels stylistes par les acteurs du réseau officiel de la mode. En revanche, leurs nombreux clients les considèrent comme des stylistes à part entière. Le terme « créateur de mode » sera privilégié pour parler des stylistes du réseau institutionnalisé de la mode, car ils sont reconnus comme tels dans la société sud-africaine à travers le vocable « *fashion designer* ».

Le choix d'utiliser les termes « stylistes » et « créateurs de mode » permet de mettre en avant les capacités créatrices et artistiques de chacun : ils connotent l'inventivité et la créativité artistique. Tous les artistes interrogés dans cette recherche sont donc des stylistes, quel que soit le réseau auquel ils appartiennent. Toutes confusions qui seraient induites par le terme français de « couturier », sont ainsi écartées. Quand « couturier » est utilisé dans le texte, il sert uniquement à citer les employés des stylistes.

Même si ces différents termes sont souvent associés à la haute couture française, l'expression « haute couture » ne sera pas utilisée dans cette recherche car sa définition est très rigoureuse et spécifique à la France. L'expression « haute couture » constitue une appellation juridiquement protégée en France et dont, selon la Chambre syndicale de la haute couture, ne peuvent se prévaloir que les entreprises figurant sur la liste établie chaque année par une commission siégeant au ministère de l'Industrie. Comme le rappelle l'historienne de la mode Florence Müller :

« Seules quelques marques comme Chanel, Dior, Gaultier ou Givenchy répondent aux normes imposées par la Chambre Syndicale de la haute-couture. Elles exigent des mannequins cabines, un certain nombre de modèles à présenter, un nombre fixe d'employés ... Elles sont difficiles à respecter car la haute-couture a de moins en moins de clientes depuis les années 70 et la généralisation du prêt-à-porter.¹² »

¹² Qu'est ce que la haute couture aujourd'hui ? Müller Florence, historienne de la mode interrogée par le site internet PureTrend [en ligne] (page consultée en juillet 2012). Disponible sur le site internet : www.puretrend.com

Frédéric Godart, dans *Sociologie de la mode*, présente aussi la haute couture comme étant « une spécialité française ». Il explique que c'est une appellation protégée dont la liste des Couturiers est régulièrement révisée par le ministère de l'Industrie:

« De nombreux créateurs français ou étrangers créent des modèles de qualité comparable à ceux des couturiers, mais ne sont pas inclus dans les défilés « haute couture » du fait de la protection de l'appellation »¹³.

Ainsi, de nombreux stylistes à travers le monde créent des vêtements de grande qualité, pour autant ils ne font pas de la « haute couture ».

Compte tenu de la spécificité française et de la définition très stricte de ce terme, il ne sera pas utilisé dans cette thèse pour qualifier la création vestimentaire sud-africaine. Concernant le réseau institutionnalisé de la mode en Afrique du Sud, les termes de « mode officielle », « mode médiatisée », parfois celui de « *high fashion* » souvent utilisé par les professionnels de la mode sud-africains, lui seront préférés.

Une réflexion sur les termes français les plus appropriés à la réalité du terrain anglophone a donc fait partie de l'approche méthodologique: utiliser les termes adéquats en fonction des personnes interviewées, puis utiliser les mots justes pour décrire et analyser les informations collectées. Ce travail a été particulièrement difficile mais passionnant car il existe peu d'études approfondies sur la mode sud-africaine dans les départements d'histoire de l'art. Victoria Rovine, maître de conférence en histoire de l'art à l'université de Floride, qui travaille particulièrement sur la mode en Afrique, a procédé à de multiples entretiens avec des stylistes à travers tout le continent africain dont l'Afrique du Sud. Erica De Greef, enseignante à LISOF Johannesburg, a également encadré un séminaire de Master en histoire de l'art sur la production vestimentaire du créateur de mode sud-africain Clive Rundle. Nous sommes encore peu nombreux à étudier la mode africaine. Une histoire du vêtement et de la mode en Afrique du Sud reste à construire et il appartient donc aux historiens de l'art de s'atteler à cette tâche, de restituer l'histoire de ses expressions esthétiques, à l'image d'une histoire des Formes, et de les inscrire dans l'histoire de l'art universelle.

¹³ Frédéric Godart, *Sociologie de la mode*, Paris : La Découverte, 2010, p 30.

Notre thèse s'attachera à étudier une production matérielle dans ses formes et ses significations, ainsi que des réseaux humains. Elle exige une approche au moins double, couplant l'Histoire de l'Art et la Sociologie, cette dernière permettant de saisir les questions socioculturelles et les relations qui se jouent entre les acteurs du système de la mode. Plusieurs sources d'information de nature différente ont permis d'analyser et de comprendre le système de la mode : recherches en bibliothèques, écoutes d'émissions radiophoniques et de conversations, observations directes lors d'occasions événementielles (assister aux semaines de la mode, aller à la rencontre des créateurs de mode et des consommateurs en ville ...), et entretiens (non directifs et semi directifs) avec de nombreux créateurs de mode, stylistes, des professionnels de la mode, et des consommateurs ; le tout permettant d'étudier de manière approfondie une histoire sociale et culturelle du vêtement et de démontrer l'importance des interactions culturelles et sociales dans la création vestimentaire et dans la constitution du système de la mode sud-africain.

Les considérations de Pierre Bourdieu concernant la sociologie des œuvres culturelles nous ont apporté un éclairage précieux. Cette discipline « doit prendre pour objet l'ensemble des relations [...] entre l'artiste et les autres artistes, et, au-delà, l'ensemble des agents engagés dans la production de l'œuvre ou, du moins, de la valeur sociale de l'œuvre (critiques, directeurs de galeries, mécènes, etc.) »¹⁴. Suivant ce même principe qui accorde une grande importance aux interactions entre les différents acteurs d'un système, il a fallu, tout au long du travail d'investigation empirique, étudier la nature des relations que pouvaient entretenir les différents stylistes avec leur patrimoine culturel, avec la société sud-africaine, avec les autres cultures vestimentaires.

Pour mieux identifier les interactions qui se jouent entre les professionnels de ce champ, il nous est apparu nécessaire de distinguer des ensembles et de procéder à une approche systémique. Les stylistes interrogés ont été divisés en cinq groupes distincts pour des raisons de méthodologie qui nous permettront de poser notre analyse.

La numérotation de ces ensembles de personnes répond à la constitution de groupes qui sont formés selon deux critères :

- le réseau dans lequel les stylistes s'inscrivent (réseau institutionnalisé ou réseau de l'ombre)

¹⁴ Pierre Bourdieu, « Mais qui a créé les créateurs ? » in *Questions de sociologie*, Paris : Editions de Minuit, 1984/2002, p 209.

- le lien entretenu par chacun d'eux avec le réseau opposé

Pour ce qui concerne les stylistes du réseau institutionnalisé de la mode, le choix s'est porté sur les plus emblématiques, les plus connus. Il était aussi important que cet échantillon soit représentatif de plusieurs générations de Sud-Africains pour considérer une vue d'ensemble de cette création officielle. L'approche de ces stylistes s'est opérée tout d'abord grâce au réseau internet. Les ouvrages livresques abordant le sujet de la mode africaine se limitent à un petit nombre d'individus reconnus comme créateurs de mode par les observateurs occidentaux. Les livres abordant explicitement la mode africaine, comme *L'Afrique est à la mode*¹⁵, font surtout référence à des créateurs de mode d'Afrique de l'ouest, ce qui a pour effet d'occulter ainsi les créations vestimentaires qui existent sur le reste du continent. Concernant plus précisément l'Afrique du Sud, seules trois références non disponibles dans les bibliothèques et les librairies françaises traitent de la mode dans le pays :

- *Nine Takes The Fashion Fusion Project*

- *10x SA FashionWeek: Voices Et Images From Ten Years Of South African Fashion Week*, Johannesburg: Anthony Tischhauser, Channel F Publishing, July 2006, 187 p.

- Jennings Helen, *New African Fashion*, Munich, London, New York: Prestel, 2011, 239 p.

Ces écrits ont été rédigés à l'initiative de membres du réseau officiel de la mode, celui de la « *South African Fashion Week* » (SAFW), avec peu de contributeurs extérieurs, ce qui nous laisse à penser que le contenu de ces ouvrages manquerait d'un regard objectif et extérieur. Ils donnent une image sélective de la mode puisque les stylistes du réseau de l'ombre n'y sont jamais mentionnés.

Certains sites de journaux en ligne, notamment « *Ifashion* », couvrent les nombreuses semaines de la mode sud-africaine. Les informations sur internet font mention de stylistes connus et les défilés sont souvent disponibles sur *Youtube*. La sélection a donc pu se faire en amont du travail de terrain.

Sur place, de nombreux courriels, contacts téléphoniques et des rencontres établies lors des semaines de la mode ont permis d'interroger les acteurs du monde officiel de la mode. Les neufs stylistes connus et médiatisés faisant partie du réseau institutionnalisé

¹⁵ Bérénice Geoffroy- Schneiter, *L'Afrique est à la mode*, Paris: Assouline, 2005, 79 p.

de la mode, interrogés lors des travaux de terrain, sont reconnus officiellement et présentent chaque année leurs collections dans les semaines de la mode du pays. Le plus jeune (David Tlale) a aujourd'hui 37 ans et l'aînée de ce réseau (Marianne Fassler) a 63 ans. Ces neuf stylistes sont divisés en deux groupes appelés groupes 1 et 2 :

- Groupe 1 : les créateurs de mode connus et reconnus par le monde institutionnalisé de la mode qui n'ont pas de contact avec le réseau de l'ombre : Marianne Fassler, Gavin Rajah, Manganyi Nkhensani Nkosi pour la marque *Stoned Cherrie*, David Tlale. Les interviews ont été réalisées dans leurs ateliers qui parfois sont installés dans leur maison, ou bien dans leur boutique, située pour la plupart dans la banlieue résidentielle de Johannesburg (voir la carte en annexe 4: *Stylistes officiels: loin ou proches des stylistes de l'ombre*). L'interview de Gavin Rajah s'est déroulée dans un café très intime et huppé de la ville du Cap. L'entretien n'a été possible qu'au terme d'une longue attente de plusieurs mois ce qui atteste d'une accessibilité difficile pour certains d'entre eux.

- Groupe 2 : les créateurs de mode connus et reconnus par le monde institutionnalisé de la mode qui ont la volonté de travailler en lien avec les stylistes de l'ombre immigrés: Bongive Walaza, Thabo pour la marque *Thunderstorm*, Lisa Jaffe pour la marque *Guillotine*, Ephraïm pour la marque *Ephimol*, Justine pour la marque *Just Clothing*. Ils sont à l'initiative d'un début de collaboration avec le réseau de l'ombre. Les entretiens ont eu lieu dans leur atelier ou dans leur boutique, dans le cœur de la ville (voir la carte en annexe : *Stylistes médiatisés : loin ou proches des stylistes de l'ombre*). Seule Justine a été interrogée dans sa boutique du très prisé *44 Stanley Avenue*, un espace très « tendance » regroupant des boutiques, des galeries et des restaurants dans le quartier de *Milpark*, à la limite du centre-ville et de la banlieue de Johannesburg.

Pour ce qui concerne les groupes de stylistes du réseau de l'ombre décrits ci-dessous, ils sont composés principalement d'immigrés africains qui ont entre 30 et 40 ans aux côtés de quelques Sud-Africains, et d'une jeune génération de stylistes sud-africains non connus ayant entre 25 et 30 ans. Les stylistes de l'ombre foisonnent dans le centre-ville de Johannesburg et habillent une importante partie de la population pour des occasions particulières. Vingt-quatre d'entre eux ont été interrogés pour notre étude. Les stylistes de l'ombre se divisent en trois groupes nommés groupes 3, 4 et 5 :

- Groupe 3 : majoritairement immigrés africains¹⁶, seuls deux de ces stylistes (Phindi et Prince) sont sud-africains. Célio, Paul, Hubert, Léo, Tawfik, Juliette, Phindi, Hillali, Iyami, Prince, Néné sont spécialisés dans les vêtements d'inspiration traditionnelle de style panafricain. Ils ont tous été interrogés dans leurs boutiques-ateliers situées dans le cœur de la ville.

- Groupe 4 : les stylistes immigrés africains qui travaillent pour leur compte au sein du réseau de l'ombre aussi bien que pour des maisons de mode au sein du réseau institutionnalisé. Ils produisent ainsi pour les deux réseaux. Marc, Jacques, Christophe, Séraphin réalisent principalement des vêtements de style occidental (costumes homme/femme). Tawfik, qui fait des vêtements dits traditionnels, a déjà été amené à travailler pour des créateurs de mode réputés pour les aider à faire leurs broderies.

- Groupe 5 : la jeune génération ambitieuse de stylistes sud-africains: Andrew, Cindy, Molilo, Nokwanda, Nonhlanhla, Richy, Sokhana, Thandeka, Lethu. Ils ne constituent pas l'avant garde, ni une communauté unie. Ils sont simplement jeunes et déterminés à monter leur entreprise. La plupart n'ont pas d'atelier ou de boutique, et ils se retrouvent sur les marchés ou dans des lieux spécifiques de la ville comme *Newtown* ou le *Fashion Kapitol*¹⁷. Ces jeunes stylistes créent des vêtements colorés qui s'inscrivent dans la culture urbaine de Johannesburg. Certains ont été interrogés dans leur atelier, dans leur école de mode, alors que d'autres ont été rencontrés aux abords d'un café dans la ville.

La rencontre avec les stylistes de l'ombre nécessitait une démarche de repérage et de recherche de leurs boutiques-ateliers dans le cœur de la ville. Leur sélection ne pouvait se faire en amont de notre premier travail de terrain. C'est uniquement en pénétrant en ville, en arpentant les rues et les avenues que la rencontre a pu se produire. Munie d'un appareil photographique, il arriva que la prudence prenne le dessus sur la volonté de capturer des images, ainsi certaines rencontres avec des stylistes du cœur de la ville furent impossibles à saisir par l'image. L'état d'esprit d'une telle recherche resta toujours confiant même quand l'entourage sud-africain ne cessait de préconiser prudence et attention permanente lors des déplacements en ville. La pratique du terrain a été dominée par la conviction que les enquêtes en ville seraient fructueuses. Les indices, les pistes, ont constitué des repères forts pour la dynamique de recherche.

¹⁶ Nigéria, Ghana, République démocratique du Congo, Burundi, Malawi, Zimbabwe.

¹⁷ Voir les cartes en annexe 4.

Huit mois de terrain ont été nécessaires à la constitution d'un réseau de contacts. Gagner la confiance des personnes nécessite du temps. Les qualités humaines des personnes, leur accueil, leur générosité, ont été des facteurs remarquables sans lesquels une partie de la création vestimentaire dans le pays nous serait restée inconnue. Certains d'entre eux acceptaient de répondre aux questions et de communiquer les noms et adresses d'autres stylistes. Le milieu étudiant de l'Université du Witwatersrand à Johannesburg, très cosmopolite et donc propice aux rencontres, a aussi permis de découvrir des quartiers de la ville avec leurs stylistes. Des étudiants congolais et zimbabwéens ont également facilité les visites du quartier de « *Yeoville* » qui abrite « *Gambela Market* », ainsi que le quartier de « *Hillbrow* ».

Les créations du réseau de l'ombre présentées dans le corpus photographique en annexe 2 ou dans le corpus textuel, n'ont pu être malheureusement présentées en vêtements portés (excepté quelques créations de deux jeunes stylistes). Il faut garder à l'esprit que les stylistes anonymes de l'ombre ne participent à aucun défilé, et ne font l'objet d'aucune médiatisation. Il n'y a pas de photographie officielle de cette partie du monde de la mode. Aucun client n'a pu être photographié car le seul fait d'être munie d'un appareil photographique suscite des regards intrigués et occasionne une gêne.

Les stylistes de l'ombre ont accordé des rencontres à des moments calmes. Pendant l'entretien, ils continuaient à travailler. Aussi, seule la saisie photographique de vêtements présentés sur des cintres ou au mieux sur des mannequins en plastique ou des bustes de mannequins de couturier en matière textile a été possible. Dans le corpus, seuls quelques vêtements de jeunes stylistes sud-africains sont portés par des jeunes femmes. De fait, les créations des stylistes de l'ombre sont moins bien mises en valeur que les créations des stylistes connus, dont les photographies officielles des semaines de la mode sud-africaines présentent des « top models » préparés, coiffés, maquillés, ne pouvant que sublimer le vêtement sous la lumière des projecteurs.

L'absence des stylistes des groupes 3, 4 et 5 aux grands événements de la mode (*South African Fashion Week* et *African Fashion International*) contrastait avec les résultats des recherches en ville, où étaient installés une quantité considérable de stylistes, sud-africains et immigrés africains, travaillant ainsi dans l'anonymat. Cette apparente contradiction est porteuse de deux des problématiques de la recherche : elle est, plus largement, un reflet des tensions socioculturelles dans la société sud-africaine et elle pose la question du fonctionnement des réseaux de la mode. Ils ont connaissance de l'existence des uns et des autres sans communiquer pleinement entre eux.

Trente-deux stylistes au total ont été interrogés, dont neuf faisant partie du réseau institutionnalisé de la mode et vingt-trois du réseau de l'ombre. Les entretiens avec quatre autres personnes du réseau officiel ont été importants :

Lucilla Booyzen : fondatrice de la SAFW.

Rees Mann : initiateur de la rénovation du *Fashion District* et fondateur du *Fashion Kapitool* dans la ville de Johannesburg.

Lisa Benson : à l'époque étudiante à l'école de mode LISOF à Johannesburg.

Erica De Greef : enseignante à LISOF.

D'autres stylistes et professionnels du milieu officiel de la mode ont été interrogés, ou simplement croisés. Tiffany Amber styliste nigériane, ou encore l'un des stylistes de la maison de mode nigériane *Odio Mimmonnet*, ont été rencontrés. Sydney Kley, l'un des rédacteurs en chef de la branche sud-africaine du magazine *Arise*, ou encore Dr Precious Moloi-Motsepe, fondatrice de la *Joburg Fashion Week*, ont été croisés et quelques propos échangés. Ces données ne sont pas directement exploitées dans la recherche, même si elles ont permis de structurer l'analyse. Leurs comportements et leurs discours ont été indispensables à l'analyse et à la compréhension du système de la mode sud-africaine. Ainsi, de nombreuses personnes rencontrées de manière fortuite ne sont pas citées mais elles ont participé à l'imprégnation d'un milieu ambiant et ont permis de mieux saisir les mentalités des différents acteurs.

En outre, cette recherche propose une méthode d'analyse des vêtements, toutes « catégories » confondues - une sorte de méthode de « vestologie » - constituée de trois approches successives et complémentaires, qui soit applicable à des créations vestimentaires dans d'autres parties du monde.

Les deux premières étapes sont descriptives. La structure du vêtement permet de le décomposer en trois parties : le haut, le buste et le bas. Il est important de décrire la forme du vêtement, sa coupe avec les matières (tissus, perles, cuir) et les couleurs utilisées. Cet ensemble peut évoquer des volumes, la lourdeur, la fluidité, la rigidité ... Les « matières ont une consistance, une couleur, un grain »¹⁸. La structure, les matières,

¹⁸ Henri Focillon, *Vie des formes*, dans le cadre de la collection : « Les classiques des sciences sociales », dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi, p 36 [en ligne] (page consultée le 25/12/12).

Disponible sur : http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

les couleurs, les accessoires peuvent aussi faire référence à des objets de façon mimétique.

L'étape de l'analyse consiste à mettre en lien ces aspects formels du vêtement avec les propos de l'artiste. D'une part, quand le discours énoncé par le styliste sur ses créations a pu être recueilli, une attention portée aux termes utilisés a pu affiner l'analyse. Cette étape peut révéler des cohérences et des contradictions. Une contextualisation est nécessaire, qui intégrerait la dimension socioculturelle et l'histoire dans lesquelles le styliste, les autres professionnels de la mode et les clients s'inscrivent.

Ce qui importe n'est pas uniquement la description du vêtement, mais la mise en relation des formes créées par le styliste avec un contexte social et historique de création beaucoup plus large que l'espace de l'atelier de l'artiste et de ses employés. Se révèle alors une Histoire qui permet l'articulation à l'Histoire des Formes donc à l'Histoire de l'Art.

Le corpus des vêtements (annexes 1 et 2) analysés à travers les différents chapitres comprend des créations des groupes de stylistes 1, 3 et 5. Elles ont été choisies pour leur pertinence au regard de la problématique qui atteste les vêtements comme reflets des nouvelles identités sud-africaines. Les créations du groupe 1 affirment des identités tiraillées entre Afrique et Occident, celles du groupe 3 révèlent l'apport des immigrés africains dans le pays, et celles du groupe 5 mettent en évidence l'inventivité de la jeune génération sud-africaine urbaine en devenir.

Au début de ces quatre années de recherche, il était très difficile d'imaginer quel développement allait connaître le sujet. Après avoir consacré les six premiers mois de la première année de thèse (2008-2009) à effectuer des recherches bibliographiques, les mois de Juin à Décembre 2009 furent consacrés à recueillir, en Afrique du Sud (Johannesburg et Cape Town), une quantité de données qualitatives qui fondent le socle de la thèse.

Au retour des six mois de terrain, le temps fut consacré à l'analyse des données, l'ébauche d'un plan et l'écriture d'articles. La problématique initiale était la suivante: comment les stylistes sud-africains s'inspirent-ils des vêtements « traditionnels », éléments majeurs de leur héritage culturel ? Quelles nouvelles identités sud-africaines véhiculent-ils ? Le terrain permit de tenter de répondre à ce premier questionnement mais aussi de mettre au jour le système double de la mode.

Les informations recueillies ont conduit à trois nouvelles questions: de quelles manières les tensions socio-culturelles de la société sud-africaine se reflètent-elles dans la création vestimentaire ? Il est apparu alors nécessaire de comprendre comment fonctionnaient les deux réseaux de la mode, ce qui les caractérisait et les relations qu'ils entretenaient.

Le deuxième séjour, d'octobre à novembre 2010, servit à dénouer les liens que ces réseaux entretenaient. C'est à ce questionnement que tentent de répondre cette thèse.

Dans le chapitre I, il est nécessaire de parler de l'évolution du vêtement en Afrique du Sud et de ses moments novateurs. La première partie du chapitre montre que cette histoire est marquée par des apports extérieurs, particulièrement celui des Européens. Construits à travers les interactions socio-culturelles, les codes vestimentaires de l'Afrique du Sud sont en évolution continue, aujourd'hui plus que jamais avec la présence forte d'immigrés africains qui, malgré un contexte de xénophobie, constituent une véritable force créative. Le vêtement s'enrichit d'apports extérieurs aux frontières nationales, mais aussi, à l'échelle d'une société, d'apports extérieurs à un groupe donné, et de manière individuelle, d'apports extérieurs à soi. Dans la deuxième partie du premier chapitre, l'étude des costumes au sein de la sphère religieuse chrétienne ainsi que l'analyse des compétitions d'élégance entre travailleurs pauvres montreront l'importance du vêtement dans l'expression d'identités, enracinée dans une histoire de perpétuel face à face Africains/Européens. Ce face à face, au travers duquel de nombreux stéréotypes sur l'apparence des Africains ont été élaborés, fait du vêtement un outil de revendication.

Quand la création vestimentaire s'institutionnalise, elle fait « La » mode. La première partie du chapitre II propose une analyse du concept de mode en tant qu'institution constituée de deux types de semaines de la mode en Afrique du Sud, celles de la SAFW (*South African Fashion Week*) et celles de l'AFI (*African Fashion International*). Leur position dans le système de la mode en fait un réseau élitiste qui exclut toute création vestimentaire ne répondant pas aux critères qu'il a établis, dont celle du réseau de l'ombre. Il convient alors de se demander : quelle vision les stylistes officiels ont-ils des vêtements appartenant à leur propre patrimoine, et quel rapport ont-ils avec ces formes qu'ils semblent rejeter ? Ces liens sont ambivalents. La deuxième partie du chapitre II propose ainsi une interprétation de la nature des liens que ces

créateurs de mode entretiennent avec leur patrimoine culturel, à travers une analyse formelle de leurs créations et une attention particulière portée à leurs discours.

Mais n'y a-t-il pas une limite à cette mode officielle ? Elle ne permet pas de reconnaître les autres formes de création vestimentaires bien qu'il existe aussi un monde non médiatisé de la mode. Le chapitre III se focalise sur ce « réseau de l'ombre » qui produit une mode « de l'ombre » (mais qui a vocation d'être portée en plein jour). Dans la première partie de ce chapitre, il est montré que les stylistes « de l'ombre », majoritairement immigrés africains, apportent des nouveautés formelles particulièrement grâce à la broderie et au perlage. Ils ne sont pas médiatisés et ne font pas partie des « Semaines de la mode », néanmoins ils créent pour une partie non négligeable de la population, qui, en portant leurs créations participent à leur reconnaissance. Ils répondent à une demande soutenue et représentent donc une force compétitive face aux stylistes officiels.

Les créateurs des deux réseaux se connaissent. Se côtoient-ils ? Collaborent-ils parfois ? La dernière partie du chapitre III décrit les relations qui se jouent entre les stylistes du réseau de l'ombre et les créateurs de mode du réseau institutionnalisé de la mode. Certains stylistes de l'ombre travaillent ponctuellement pour des créateurs de mode. Bien qu'une barrière symbolique les sépare, quelques échanges s'opèrent entre eux. Une articulation serait-elle en train de se construire entre les deux réseaux ?

Chapitre I. Vêtements sud-africains et interactions socioculturelles.

Pour comprendre la création vestimentaire contemporaine en Afrique du Sud, il importe de la saisir dans le contexte historique de son avènement et de ce qui se passe hinc et nunc, après son émergence et un développement croissant dans un pays en pleine mutation. Le vêtement a connu un certain nombre de changements reflétant les échanges interculturels qui marquèrent l'histoire du pays. Cependant, il est difficile d'en faire un état précis, tant en raison de manques matériels, de lacunes dans les archivages des collections muséales anciennes qu'en raison d'a priori, en l'occurrence culturels. Les témoignages des Européens ayant séjourné au Cap sont effectivement partiels et doivent être considérés avec des réserves.

I. Apports extérieurs : une constante de l'histoire du vêtement.

A. Parures et habits, témoins des contacts humains.

1. Du cuir au vêtement textile.

- a. L'élaboration d'une image fantasmée de l'apparence des Africains à travers les récits de voyages (15^{ème}-17^{ème} siècle).

Les premiers contacts durables entre Européens et populations de la région, s'ils ne modifièrent pas immédiatement la forme des vêtements africains, furent néanmoins marquants pour les Blancs et les populations sud-africaines.

Au milieu du 15^{ème} siècle, la recherche de nouvelles voies de commerce par les Européens coïncida avec l'invention et le développement de l'imprimerie. De nombreuses descriptions et illustrations de l'Afrique, fantasmées et irréalistes, purent ainsi être diffusées en Europe. La façon dont les Blancs saisirent l'apparence des Noirs

fut brutale, empreinte d'hostilité, c'est ainsi qu'ils la transposèrent dans les récits de voyages qui attestent du regard dominant marqué de préjugés et fatalement méprisant porté sur les habitants.

Les premières représentations de la population de langue Khoisan du Cap réalisées par des graveurs qui n'étaient jamais allés en Afrique, étaient très éloignées de la réalité.

Guy Gauthier dans son article *Image et texte : le récit sous le récit*, analyse le lien entre le texte et l'image, le récit et l'illustration:

« Il ne semble pas que les illustrateurs aient bénéficié d'une grande liberté dans le choix des images. En ce qui concerne les récits d'explorateurs, ils étaient tributaires des documents rapportés par l'auteur du récit : croquis, photographies, souvenirs visuels plus précis »¹⁹.

Comme l'explique l'archéologue Andrew B. Smith²⁰ : « ... les images avaient tendance à guider les concepts de sauvagerie, plutôt que d'essayer de montrer la réalité »²¹ [Notre traduction]. A cette époque, selon les Européens, tout le reste du monde qui leur était encore inconnu devait abriter des « races monstrueuses »²² [Notre traduction]. Les Troglodytes²³, les Blemmyes²⁴, les Garamantes²⁵ étaient considérés

¹⁹ Guy Gauthier, *Image et texte : le récit sous le récit*, In: Langages, 19e année, n°75, 1984. p 11.
doi : 10.3406/lgge.1984.1176

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge_0458-726X_1984_num_19_75_1176

²⁰ Andrew Smith est professeur émérite au sein du département d'Archéologie de l'Université de Cape Town.

²¹ Andrew B. Smith, « Different Facets of the Crystal: Early European Images of the Khoikhoi at the Cape, South Africa », *Historical Archaeology in the Western Cape*, Goodwin Series 7, South African Archaeological Society, vol 7, June 1993, p 8: « Thus the pictures tended to be guides to concept of « savagery », rather than attempts to show reality ».

²² Andrew B. Smith, « Different Facets of the Crystal ... », p 9: « Beyond the experience of the Europeans the world was inhabited by monstrous races. These had been originally defined by Pliny in his *Historia Naturalis* ».

²³ Habitant d'une excavation naturelle dans les falaises, d'une demeure creusée dans le roc ou s'appuyant sur des failles. Dans l'Antiquité, le peuple des Troglodytes, qui vivait en Égypte, à proximité de la mer Rouge, s'était installé dans les anfractuosités des rochers.

²⁴ Peuple guerrier de Nubie. Pline (*Histoire naturelle*, V, 8) et Solin (ch. X-XII) affirmaient que les Blemmyes n'avaient pas de tête, et que leur bouche et leurs yeux étaient situés au niveau de leur poitrine. Au 19^{ème} siècle, M. Revillout donna un éclairage sur la possible origine de cette croyance dans Revillout Eugène, « Mémoire sur les Blemmyes d'après divers documents coptes », dans *Comptes-rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres*, 15e année, 1871, p 26, doi : 10.3406/crai.1871.67759 : « M. Revillout donne lecture d'un Mémoire sur les Blemmyes d'après divers documents coptes, etc. A l'occasion de cette lecture, M. Henan demande à M. Revillout s'il n'est pas tenté de voir dans ces Blemmyes des Touaregs. Il y a dans les traditions anciennes sur les Blemmyes, que ces hommes n'avaient pas de cou, qu'ils avaient les yeux au milieu du corps. L'aspect bizarre des Touaregs pourrait donner l'explication de ces fables. Ils sont accoutrés de telle sorte que leur tête semble tenir sans séparation au tronc et qu'on dirait qu'ils ont les yeux et la bouche à la hauteur de la poitrine. En Nubie, d'ailleurs, on rencontre encore aujourd'hui des peuplades de langue Touareg. — M. Maury ajoute qu'il y a

comme telles. Ainsi, les perceptions européennes faussées par des croyances ancrées donnèrent lieu à des descriptions effrayantes des êtres rencontrés sur ces contrées lointaines. Les premiers dessins représentant la population de langue Khoisan²⁶ n'avaient pas de valeur documentaire, mais étaient simplement conformes aux descriptions contemporaines²⁷. Dans sa thèse sur l'apport européen dans la culture matérielle des populations d'Afrique australes 1488- 1820 et les interactions entre Khoisans, Bantous et Européens, Manuel Valentin souligne la déconsidération des Européens pour les Noirs :

« Les Européens considérèrent avec un mépris avoué les habitants de la péninsule du Cap. Non seulement ils étaient vêtus de guenilles en peaux d'animaux, mangeaient la viande presque crue, mais les bruits qu'ils produisaient lorsqu'ils parlaient étaient absolument incompréhensibles »²⁸.

Ils étaient présentés comme les âmes les plus bestiales jamais rencontrées²⁹. Au 17^{ème} siècle, les voyageurs tenaient des propos péjoratifs en faisant largement usage de champs lexicaux très négatifs exprimant de la condescendance à leur endroit en les dévalorisant avec dédain. Les thèmes de la saleté et de la laideur récurrents dans leurs récits, insistaient sur le dégoût suscité par l'apparence « sale » et « hideuse » des populations de la région. Plus précisément, les notions de puanteur, de mutilation et de nudité étaient largement investies pour décrire les onguents, les vêtements et les parures. Ruelle écrivait en 1666 : « On les sent plutôt qu'on ne les voit, par la puanteur qui sort des boyaux qu'ils portent pour habillement »³⁰. Olfert Dapper rapportait aussi :

eu de grandes migrations de Touaregs et qu'on a signalé des rapports entre ces Touaregs et les Blimah, dont, le nom rappelle les Blemmyes » [en ligne] (Page consultée en novembre 2010). Disponible sur : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/crai_0065-0536_1871_num_15_1_67759

²⁵ Gabriel Camps, Conducteurs de chars et bâtisseurs dans le Fezzan antique [en ligne] (page consultée en novembre 2010). Disponible sur : <http://www.clio.fr> : « Le cœur de cette civilisation se trouvait dans le sud de l'actuelle Libye, en bordure du massif du Fezzan ».

²⁶ Population de langue khoisan : San/Bushmen et Khoikhoi/Hottentots.

²⁷ Andrew B. Smith, « Different Facets of the Crystal: Early European Images of the Khoikhoi at the Cape, South Africa », *Historical Archaeology in the Western Cape*, Goodwin Series 7, South African Archaeological Society, vol 7, June 1993, p 12.

²⁸ Manuel Valentin, *L'apport européen dans la culture matérielle des populations d'Afrique australe (1488- 1820) : une étude des interactions culturelles entre Khoisan, Bantou et Européens*, thèse de doctorat non publiée, Paris 1, Histoire, 1994, sous la direction de Jean Boulègue, p 26.

²⁹ Andrew B. Smith, « Different Facets of the Crystal: Early European Images of the Khoikhoi at the Cape, South Africa », *Historical Archaeology in the Western Cape*, Goodwin Series 7, South African Archaeological Society, vol 7, June 1993, p 16. « ... the Khoikhoi were being placed on the lowest level of humanity ».

³⁰ Dominique Lanni, *Fureur et barbarie. Récits de voyages chez les Cafres et les Hottentots. 1665-1721*, Paris: Cosmopole, 2001, p19.

« Il y en a qui se font des incisions dans la peau, et les remplissent de graisse et suif, de sorte qu'ils sentent de cinquante pas de loin »³¹.

Ces portraits résument les représentations « intégrées par l'imaginaire collectif occidental »³².

Pourtant des images plus réalistes des populations du Cap ont été attestées³³.

Dans l'article des archéologues sud-africains Ronald Singer et Werner Jopp sur les toutes premières illustrations des Hottentots³⁴ datant de 1508, les populations khoisans dessinées par Hans Burgkmair l'Ancien (1473-1531), peintre et graveur sur bois allemand), d'après les récits de voyage de Balthasar Springer, apparaissent portant des cache-sexes et des capes de fourrures. Les femmes sont aussi représentées coiffées d'une toque de fourrure. Quelques perles de verre, morceaux de cuivre, boutons et pièces décorent leur chevelure³⁵, ce qui met en évidence le souci de leur apparence, car elles sont présentées richement parées.



Figure 1 : « Hottentots », 16^{ème} siècle.

³¹ Dominique Lanni, *Fureur et barbarie...* p 52.

³² Dominique Lanni, *Fureur et barbarie...* p 191.

³³ Les illustrations qui vont suivre proviennent de l'article d' Andrew B. Smith, « Different Facets of the Crystal: Early European Images of the Khoikhoi at the Cape, South Africa », in Hall, M. & Markell, A (eds) *Historical Archaeology in the Western Cape*, Goodwin Series 7, South African Archaeological Society, vol 7, June 1993, p 15, 16, 17. Illustrations sans auteur ni dates.

³⁴ Selon l'encyclopaedia universalis, Hottentots, p 596: « Les Hottentots s'appelaient eux-mêmes Khoi-Khoin. L'origine du nom « Hottentot » est discutée : est-ce un mot africain, ou est-ce un sobriquet donné par les colons ? Dans ce dernier cas il viendrait d'un terme signifiant « bègue » en hollandais ancien, allusion aux « clics », claquements de langue caractérisant l'idiome des Khoi-Khoi. Les dialectes hottentots sont en effet classés, avec ceux des Bochimans, parmi les langues à clics, ou khoisan. »

D'après François-Xavier Fauvelle-Aymar dans la préface du livre d'Henry Francis Fynn, *Chaka roi des Zoulous*, Toulouse : Anacharsis Editions, 2004, p 15 : « Ce mot est sans doute, à l'origine, un sobriquet forgé par les marins et soldats embarqués sur les flottes néerlandaises ; il pourrait venir d'une chanson de bienvenue chantée par les Africains sur la plage à l'arrivée des navires [...] les Africains qui vivent aux abords de la colonie sont communément appelés Hottentots ».

³⁵ Ronald Singer and Werner Jopp, « The Earliest Illustration of Hottentots: 1508 », *South African archaeological Bulletin*, vol. 22, n° 85, June 1967, p 16.

Les postures en chiasme ou en contraposto des personnages adultes, leur allure rappelant *La naissance de Vénus* de Sandro Botticelli, et la ressemblance des enfants avec des chérubins, laissent penser qu'Hans Burgkmair était influencé par la Renaissance italienne du 15^{ème} siècle. L'illustration répondait à des attentes précises, elle obéissait à des systèmes de code et de représentation comme l'explique Guy Gauthier: « Un répertoire de convention se constituait peu à peu, chaque illustration obéissant à des codes aussi stricts que le tableau de genre ... »³⁶.

Néanmoins les principales pièces de vêtements présentées dans certains dessins paraissent vraisemblables.



Figure 2 : Un vieil homme et une jeune femme khoisans, 17^{ème} siècle.

Dans le courant du 17^{ème} siècle, des artistes hollandais tels que Jan Victors, Esias Bourse, tous deux étudiants de Rembrandt, voyagèrent sur les vaisseaux de la Compagnie hollandaise des Indes Orientales. Certains d'entre eux réalisèrent des dessins à l'encre représentant les habitants du Cap dans leurs vêtements et activités quotidiennes, des dessins réalistes qui rendent compte d'une dimension humaine qui contredit la caricature du « sauvage » publiée dans la littérature de l'époque³⁷. Malheureusement ils ne furent jamais publiés et se retrouvèrent finalement dans la section « Iconographie » de la *South African Library*³⁸. Ces images présentant la

³⁶ Guy Gauthier, *Image et texte : le récit sous le récit*, In: Langages, 19e année, n°75, 1984. P 11.
doi : 10.3406/lgge.1984.1176

http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/lgge_0458-726X_1984_num_19_75_1176

³⁷ Andrew B. Smith, « Different Facets of the Crystal: Early European Images of the Khoikhoi at the Cape, South Africa », *Historical Archaeology in the Western Cape*, Goodwin Series 7, South African Archaeological Society, vol 7, June 1993, p 14.

³⁸ Andrew B. Smith, « Different Facets of the Crystal... », p 15.

population de langue khoisan comme des hommes, auraient certainement desservis les intérêts coloniaux.

Johnny van Schalkwyck résume, dans le catalogue d'exposition *Ubuntu arts et cultures d'Afrique du Sud*, la façon dont les stéréotypes sur l'Afrique du Sud en particulier furent mis en place :

« La différence, tant physique que culturelle entre les voyageurs européens et les populations locales, était significative, et demandait à être rapportée et commentée. Des témoignages de l'existence de ces peuples et de leurs mœurs parvinrent en Europe à travers les correspondances, les livres, les collections d'objets, etc. Une fois en Europe, ces matériaux étaient recontextualisés et réinterprétés, avant d'être présentés à des publics des plus variés qui se forgeaient ainsi des images et des idées sur l'Afrique et ses habitants [...] L'image en grande partie négative que l'on créait ainsi était généralement fondée sur les interprétations erronées de traits culturels comme la polygamie, les rituels communautaires, la compensation matrimoniale et la vénération des ancêtres. On disait de ces sociétés qu'elles n'avaient pas ou très peu d'art, et que ce qu'on y trouvait était naïf ou « primitif ». Tout cela a fini par donner naissance à des images stéréotypées de ces peuples, « primitifs » et incapables d'évoluer »³⁹.

Un certain nombre de récits de voyage datant du 18^{ème}, 19^{ème} et 20^{ème} siècles, sont plus réalistes et sûrement plus fiables, ils indiquent des informations sur les vêtements qui se recourent.

b. Cuir et perles de verre.

La cape ou le long manteau était la forme prédominante des vêtements en cuir des populations d'Afrique australe. Dès le 16^{ème} siècle, les navigateurs arrivés au Cap observèrent des personnes vêtues d'une « cape en peau animale enduite de graisse pour l'adoucir et dont la fourrure se trouve à l'extérieur »⁴⁰. Ce vêtement appelé le *kaross*,

³⁹ Johnny van Schalkwyck, « Ignorance, idéologie et innovation: la création, l'art et les artistes », in *Ubuntu arts et cultures d'Afrique du Sud*, exposition Paris, Musée national des arts d'Afrique et d'Océanie, 20 février-17 juin 2002. Commissaires d'exposition Manuel Valentin et Hélène Joubert, Musée de l'Homme, Paris, Réunion des Musées nationaux, 2002, p 72.

⁴⁰ Joao Baptista Lavanha (1555-1625), *Naufregio Da Nao Santo Alberto, E Itinerario Da gente, que delle se salvou, Em caza de Alexandre de Siqueyra, 1597*, 65 pp, cité dans *Ubuntu arts et cultures d'Afrique du Sud*, exposition Paris, Musée national des arts d'Afrique et d'Océanie, 20 février-17 juin 2002, Paris : Réunion des Musées nationaux, 2002, p 123.

était « une pièce étroite qui enveloppait le corps et un manteau ample sans col qui servait aussi de couverture la nuit »⁴¹.

Au 18^{ème} siècle, le voyageur François Le Vaillant décrit l'habillement des hommes et femmes qu'il rencontra, à l'est du Cap, « par la terre du Natal et celle de la Cafrerie »⁴², comme similaire à celui des Hottentots (Khoikhoi) du Cap, dont le manteau était appelé *kros*⁴³, vraisemblablement une autre appellation du terme *kaross*.

Ludwig Alberti fournit une description détaillée du *kaross* dans les années 1800 : un manteau de peau dont le côté fourrure était tourné en dessus ou en dessous selon la saison, et dont la forme variait selon le sexe. Celui des hommes était ajusté pour se fermer devant grâce à un cordon, une sorte de haut collet couvrait la nuque. Celui des femmes était de forme circulaire et plus ample pour couvrir tout le corps. Les deux types de *kaross* descendaient jusqu'aux genoux⁴⁴. De façon plus générale, « Les habits des Cafres⁴⁵ sont faits de peau, qu'ils savent préparer avec beaucoup d'art. La différence des sexes se remarque simplement à la forme des habits »⁴⁶.

Alors que le travail de tannerie était masculin, celui d'assemblage des pièces aurait plutôt été réservé à la gent féminine. Les tendons et nerfs d'animaux étaient utilisés comme fil à coudre. D'abord séchés, ils étaient écartés avec un caillou, puis partagés et broyés entre les mains pour les séparer, et utilisés comme fil à coudre⁴⁷. Alberti fit aussi

⁴¹ Hélène Joubert, « Du cuir au textile perlé » in *Ubuntu arts et cultures d'Afrique du Sud*, exposition Paris, Musée national des arts d'Afrique et d'Océanie, 20 février-17 juin 2002, Paris : Réunion des Musées nationaux, 2002, p 123.

⁴² François Le Vaillant, *Voyages de F. Le Vaillant, dans l'intérieur de l'Afrique, par le Cap de bonne espérance*, Tome 1, de l'imprimerie de Crapelet à Paris, 1797- 1798.

⁴³ François Le Vaillant, *Voyages de F. Le Vaillant...*, p 2.

⁴⁴ Ludwig Alberti, *Description physique et historique des Cafres sur la côte méridionale de l'Afrique*, Amsterdam : E. Maaskamp, 1811, p 53- 54.

⁴⁵ Selon François-Xavier Fauvelle-Aymar dans la préface du livre d'Henry Francis Fynn, *Chaka roi des Zoulous*, Toulouse : Anacharsis, 2004, p 14 : « Les habitants des côtes de l'Afrique australe furent d'abord appelés, au gré des rencontres, les « Noirs » ou les « Indigènes ». Ce n'est qu'après que des contacts nourris furent établis avec les communautés africaines musulmanes de la côte orientale d'Afrique que les Portugais reprirent à leur compte un terme générique, celui de Cafre, issu de l'arabe kâfir, signifiant « infidèle », « mécréant », et ils l'appliquèrent à toutes les populations du sud de l'Afrique (...) Au XVI^e siècle, comme en témoigne le récit des naufragés du Sao Joao, le mot Cafre, devenu nom propre, s'applique indistinctement à tous les groupes rencontrés le long d'une frange côtière de plusieurs centaines de kilomètres, du Natal au Mozambique. Mentalement, il s'applique même plus largement encore, jusqu'au cap de Bonne-Espérance à l'ouest, dessinant un vaste espace, la Cafrerie, qui s'interpose entre l'Afrique de l'Ouest (alors appelée Guinée) et l'Afrique de l'Est, confondue dans l'aire arabomusulmane de l'océan Indien.

⁴⁶ Ludwig Alberti, *Description physique et historique des Cafres sur la côte méridionale de l'Afrique*, Amsterdam : E. Maaskamp, 1811, p 50.

⁴⁷ Ludwig Alberti, *Description physique et historique des Cafres...*, p 58.

l'éloge des femmes de langue khoisan dont il compara la précision du travail à celui d'un boucher d'Europe⁴⁸.

Au début du 19^{ème} siècle, le révérend William J. Shrewsbury rapporta à propos des chefs africains du « territoire cafre », que seul leur *kaross* fait de peau de tigre⁴⁹, les différenciait des autres individus. Ainsi, la peau de léopard (apparemment ici confondue avec la peau de tigre) semble être restée au cours du temps un élément vestimentaire élitiste, signe d'un rang socio-économique élevé. Les éléments vestimentaires (perlage, pagnes et capes de cuir ou de fourrure, coiffes...) correspondaient à des statuts au sein du groupe social.

Au 20^{ème} siècle, Justinus Sechefo, dans sa description détaillée des vêtements de la population bassouto⁵⁰, énuméra quatre types de capes de cuir portées par les hommes:

Setipe : une cape de jour faite de peau tannée d'un bœuf, une sorte de grande étole.

Sehoqo : une couverture de peau de bœuf portée durant la journée. Un trou au centre, permet de passer la tête, ainsi elle tombe sur les épaules, un peu plus courte devant que derrière.

Letutuoane : un *kaross* fait de peau de renard.

Letata : un grand *kaross* chaud pour la nuit.

Les femmes bassoutos portaient le *morepo*, châle ou couverture de cuir portée en journée. Nouée sous le bras droit, l'épaule gauche restait découverte, elle était décorée de perles, et pouvait être enduite d'ocre.

Le *kaross* se déclinait ainsi sous divers modèles au sein des différentes populations.

D'après ces éléments rapportés par les voyageurs à travers le temps, le *kaross* apparaît comme une forme importante de la garde-robe des populations de langues khoisan et bantoues.

Finalement, chacune des populations, Xhosa, Bassouto, Swazie, Zouloue, Pédie, Ndébélé, Tswana etc, travaillait le cuir à la perfection. Les sociétés d'Afrique australe étaient agropastorales, le bétail avait un rôle fondamental. Il était intimement lié à la vie économique et spirituelle des personnes. Le cuir était donc travaillé à partir d'un animal respecté et chéri par les populations d'Afrique du Sud.

⁴⁸ Ludwig Alberti, *Description physique et historique des Cafres ...*, p 58.

⁴⁹ *The Journal and Selected letters of Rev. William J. Shrewsbury 1826- 1835, First Missionary to the Transkei*, Johannesburg: Wwatersrand University Press, 1994, p 47. La présence de tigre en Afrique n'ayant jamais été établie, il semble que l'auteur veuille plutôt parler de peau de léopard.

⁵⁰ Justinus Sechefo, *Material Clothing of the Basuto*, Basutoland Catholic Centre, 19--/ca.

« L'habitant de la cafrerie vit si familièrement au milieu de ses bestiaux, et leur parle avec tant de douceur, qu'ils obéissent ponctuellement à sa voix : comme ils ne sont jamais tourmentés ou maltraités par leurs conducteurs, les animaux pacifiques ne font jamais usage des armes que leur a données la nature »⁵¹.

Les vêtements et les parures étaient réalisés pour la plupart à partir de matériaux localement disponibles : la fourrure de chat, d'antilope ou de léopard, le cuir de peau de bœuf, de chèvre, de veau, de mouton pour fabriquer de longues capes en guise de manteaux, et des tabliers. Les peaux, une fois tannées, étaient enduites de graisse et d'ocre pour les adoucir et les embellir. D'autres, comme celles constituant les jupes de cuir (*isidwaba*) des femmes mariées zouloues, étaient noircies au charbon.

Les fibres végétales tressées, constitutives de la composition de jupes et de caches-sexes, étaient disponibles dans l'environnement quotidien, et associées à la notion de fertilité s'agissant des tabliers/caches-sexe ou ceintures portés par les femmes. Des éléments de nature plus ornementale s'ajoutaient à cela, comme les bijoux en fer et en cuivre, les plumes, les perles taillées dans des coquillages, ou réalisées à partir d'argile, de graines, de coquilles d'œuf d'autruche, de dents d'animaux, d'os, de bois, de verre.

Les vêtements étaient donc fabriqués avec du cuir ou des fibres végétales tressées, décorés de quelques perles. Quel que soit leur type, elles eurent dès le départ une grande valeur, « le temps et le soin passés dans leur création, en faisaient des objets d'une valeur considérable »⁵² [Notre traduction]. L'emploi des perles de verre en Afrique du Sud au cours des siècles, est lié avant tout aux contacts entre populations et au développement des voies commerciales. La perle de verre, élément extérieur et importé, est devenue partie intégrante de la culture sud-africaine. Pour émerger, l'art du perlage s'est inscrit dans un réseau de transactions entre Populations de langues bantoues et Arabes en premier lieu, puis avec les Européens dans un deuxième temps. Les perles de verre ont été acheminées au travers de l'Afrique, et d'un continent à un autre, par delà terres et mers, transportées dans les caravanes des marchands arabes, ou dans les bateaux accostant sur les rives orientales de l'Afrique. Les recherches menées sur le site de Mapungubwe ont permis de souligner l'ancienneté et l'importance du commerce des

⁵¹ Eugène Hatin, *Histoire pittoresque des voyages en Afrique : recueil de récits curieux, des scènes variées, des découvertes scientifiques, des mœurs et coutumes*, Paris : M. Ardant frères, 1847, p 202.

⁵² Marie-Louise Labelle, *Beads of Life, Eastern And South African Beadwork From Canadian Collections*, Gatineau Québec: Canadian Museum Collection Corporation, 2005, p 15: « The time and care spent in their creation made these beads objects of considerable value ».

perles depuis au moins le 10^{ème}-12^{ème} siècle. Les commerçants arabo-musulmans ont été des intermédiaires actifs de ce commerce.⁵³ Ils échangèrent avec les populations de la région, du tissu, des perles de verre, contre de l'ivoire, de l'or, des esclaves. Ces perles irrégulières dans leur taille, restaient rares, et utilisées avec parcimonie dans les ornements⁵⁴.

Dès la fin du 15^{ème} siècle, les Portugais prirent le contrôle du réseau commercial sur la côte de l'Océan Indien à Lamu (île du Kenya), Mombasa (ville portuaire du Kenya), Zanzibar et la Baie de Delagoa (actuelle baie de Maputo au Mozambique). Au 16^{ème} siècle, même si quelques échanges subsistaient entre les Populations de langues bantoues et les Arabes, le commerce de perles se faisait essentiellement avec les Portugais depuis la Baie de Delagoa ou Baie du Saint Esprit. Ils furent obligés d'acheter aux verriers indiens les perles préférées par les populations de la côte sud-est du continent africain, pour se plier à leurs demandes et commercer avec elles. De ces premières perles de formes et de tailles différentes naquit le mot « baroque », du portugais « barroco » qui signifie « perle de taille irrégulière ». Au 17^{ème} siècle, « baroque » était un terme de joaillier, qui se disait donc des perles qui n'étaient pas parfaitement rondes. De ce commerce entre les Portugais et les Populations africaines apparut alors un mot qui a fait florès et la fortune que l'on connaît dans le monde des arts.

Les fabricants européens ne tardèrent pas à copier ces perles indiennes. Elles étaient alors produites dans les manufactures européennes spécialement dans le but de les exporter en Afrique, et les premières arrivèrent tout d'abord de Venise (Murano). Portugais, Allemands, Hollandais, Anglais, endossèrent chacun à leur tour le contrôle de ce commerce lucratif⁵⁵. Les perles de verre ne furent pas imposées par les Européens. Accordant une grande valeur aux perles qu'elles connaissaient depuis des siècles, les populations d'Afrique australe imposèrent leurs goûts (couleurs) aux voyageurs et marchands, les amenant à s'en servir comme moyen d'échange.

À la fin du 18^{ème} siècle, elles avaient atteint la région qui est aujourd'hui le nord de la province du KwaZuluNatal. Un réseau commercial intérieur fut établi par les gens

⁵³ Clarence van Riet Lowe, *The Glass Beads of Mapungubwe*, Pretoria: Union of South Africa, Department of Education, Arts and Science, Archaeological Survey, 1955, p 2.

⁵⁴ Marie-Louise Labelle, *Beads of Life, Eastern And South African Beadwork From Canadian Collections*, Gatineau Québec: Canadian Museum Collection Corporation, 2005, p 15.

⁵⁵ Marie-Louise Labelle, *Beads of Life, Eastern and South African Beadwork From Canadian Collections*, Gatineau Québec: Canadian Museum Collection Corporation, 2005, p 49.

vivant entre les régions de la « Baye de Lagoa » et la « Terre de Natal »⁵⁶. De cette manière les premiers Européens entrèrent dans le réseau du commerce déjà établi, atteignant les populations vivant au sud et à l'ouest de la Baie, régions devenues au 19^{ème} siècle celles du Royaume Zoulou.

Selon Eleanor Preston-Whyte, au temps de l'empire zoulou (1816-1880), « les perles avaient une valeur économique considérable »⁵⁷ [Notre traduction]. Leur possession en grande quantité correspondait à un statut de pouvoir, et parce qu'elles étaient un important moyen d'échange elles permettaient de distinguer les riches des pauvres. Au sein du royaume zoulou elles étaient réservées avant tout à une élite. Les femmes de la cour royale les utilisaient de façon à recouvrir les surfaces travaillées comme le cuir. Carolee Kennedy écrit : « Quand les premiers Européens arrivèrent dans la capitale zouloue au début des années 1820, les perles, accompagnés d'ornements de cuivre semblaient être d'importants éléments des parures portés par le roi et ses femmes »⁵⁸ [Notre traduction]. Divers voyageurs témoignèrent des parures de perles portées par les sujets des rois zoulous lors de cérémonies ou de rencontres officielles, particulièrement impressionnés par les danseuses du roi. Ils évoquèrent ainsi une profusion de perles sur les femmes du roi. Henry Francis Fynn et George Francis Farewell, assistant à une danse exécutée durant une de leur visite à la résidence royale de Shaka en 1824, observèrent des régiments de filles recouvertes de différents perlage colorés, des épaules jusqu'aux genoux. En 1855, John William Colenso, premier évêque anglican de la Province du Natal, décrivit les danseuses du roi :

« Environ trente danseuses, certaines avec le nez, la bouche, et le menton, blanchis à la craie, et toutes recouvertes de perles du roi, qui ressemblent à de larges bandes de tissu croisées sur leurs silhouettes foncées – (deux ou trois d'entre elles portent chacune pas moins de 30 livres de perles sur elles) – sont en train de danser ... »⁵⁹ [Notre traduction].

⁵⁶ Noms tirés de la *Carte du Congo et du Pays des Cafres*. Date : 1708. Taille : 5376 x 4096. Auteur : Delisle Guillaume (1675- 1726). Origine : BNF. [En ligne] (Page consultée en novembre 2010). Disponible sur : <http://cartanciennes.free.fr>.

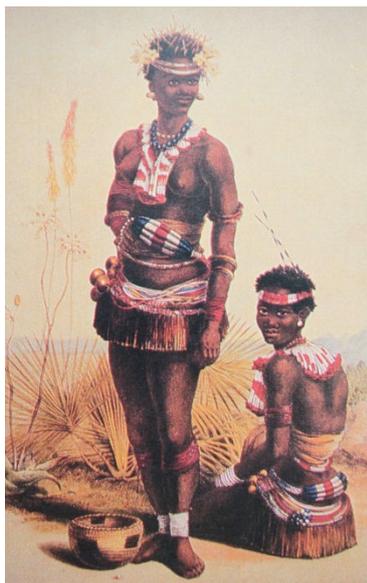
⁵⁷ Jean Morris, *Speaking With Beads, Zulu Arts from Southern Africa*, text by Eleanor Preston-Whyte, New York: Thames and Hudson, 1994, p 15: « beads had considerable economic value ».

⁵⁸ Carolee Kennedy, *Art, Architecture and Culture Material of the Zulu Kingdom*, Los Angeles, University of California: U.M.I a Bell and Howell Company, 1993, p 171: « When the first Europeans arrived at the Zulu capital in the early 1820s, beads, along with brass ornaments, were noted to be important elements of adornment worn by the king and his royal women ».

⁵⁹ John William Colenso, *Ten Weeks in Natal, A Journal of a First Tour of Visitation Among the Colonists and Zulu Kafirs of Natal*, Cambridge : Macmillan & co, 1855, p 107 : « About thirty dancing-girls, some of them with their noses, mouths, and chins, whitened with clay, and all loaded with the

Il semblerait que dans le cercle élitiste de la cour royale, l'usage des perles était bien établi. Malgré une valeur élevée, elles étaient disponibles dans des quantités suffisantes pour couvrir les corps de plusieurs milliers de filles. Les perles auraient joué dès cette époque un grand rôle dans les cérémonies.

« *Two of King Panda's dancing girls* »⁶⁰.



Les danseuses de la cour du Roi sont couvertes de perles portés autour du cou, des bras, des chevilles et en bandoulière.

Figure 3 : danseuses zouloues du roi, 1849.

Eleanor Preston-Whyte explique que c'est à la cour royale probablement que cet art prit vraiment de l'ampleur et se développa dans ses techniques (avec ou sans support) et ses premiers motifs complexes, à travers les mains des épouses du roi, des servantes, des jeunes filles en âge de mariage. Elle évoque aussi le processus de diffusion supposé de ces techniques :

« Plus tard ces savoirs-faire se seraient répandus à travers le royaume quand certaines des femmes étaient déchargées de leur service à la cour, et retournaient soit dans leurs régions natales, soit étaient données en mariage à d'importants princes ou à des roturiers »⁶¹ [Notre traduction].

king's beads, which like large bands of cloth across their dark figures – (two or three of them have each as much as thirty pounds' weight of beads about them) – are dancing ... ».

⁶⁰ Image extraite du livre: Jean Morris, *Speaking With Beads, Zulu Arts from Southern Africa*, text by Eleanor Preston-Whyte, New York: Thames and Hudson, 1994, reprise de G. F Angas (1849, plate XIX).

⁶¹ Jean Morris, *Speaking With Beads, Zulu Arts from Southern Africa*, text by Eleanor Preston-Whyte, New York: Thames and Hudson, 1994, p 16: « Later these skills would have spread throughout the kingdom as some of the royal women were released from court service, and either returned to their natal homes, or were given in marriage to important princes or commoners ».

Naturellement, ces femmes emportèrent avec elles de nombreux perlage, et auraient aussi transmis leur savoir-faire à leurs filles et aux autres femmes⁶². Les écrits de Gardiner décrit le roi zoulou Dingane (règne de 1828 à 1840), successeur de Shaka, comme un homme portant un grand intérêt aux perles de verre⁶³. Il se parait de multiples perlage et ses perles de prédilection étaient celles de couleur rouge sang, rose et les petites blanches, qu'aucun sujet n'avait le droit de recevoir ou de posséder sous peine d'être condamné à mort⁶⁴. Les suivants, Mpande et Cetshwayo exercèrent également des restrictions sur certaines perles favorites. Ces informations mettent en avant le rôle important des perles comme éléments de prestige et rendent compte de leur place dans la hiérarchie sociale. Les transactions de petite ampleur concernant des perles plus « courantes » se faisaient librement, pour autant celles-ci n'étaient accessibles qu'aux personnes d'un rang social élevé.

Dans la deuxième moitié du 19^{ème} siècle, il fut constaté le nombre accru de perles importées. Néanmoins, elles restaient toujours chères et possédées par une minorité. Une diversification des couleurs apparut. Alors que les femmes travaillaient jusqu'ici avec deux, trois ou quatre couleurs pour créer des contrastes, la disponibilité de nouvelles teintes permit la création de combinaisons variées de nuances et de motifs. Les préférences étaient précises, et influençaient les décisions commerciales des producteurs et distributeurs de perles en Afrique. John William Colenso évoquait les rapides changements de goûts des gens de la région :

« Les natifs [...] sont aussi capricieux dans leur goût pour les perles, que n'importe quelle dame anglaise dans le choix de son bonnet. Le même motif ne leur conviendra qu'une saison ou deux ; et ils sont, quel que soit la période, difficiles à satisfaire »⁶⁵ [Notre traduction].

Dans le milieu du 19^{ème} siècle, la majorité des perles venait de Grande Bretagne ou de ses colonies. Vers les années 1880, les importations se faisaient aussi en provenance

⁶² Jean Morris, *Speaking With Beads, Zulu Arts from Southern Africa*, text by Eleanor Preston-Whyte, New York: Thames and Hudson, 1994, p 16.

⁶³ Allen Francis Gardiner, *Narrative of A Journey to the Zoolu Country in South Africa*, Le Cap: Struik, 1966, Fac-similé de la version originale publiée à Londres: William Crofts, Chancery Lane, 1836, p 164.

⁶⁴ Allen Francis Gardiner, *Narrative of A Journey to the Zoolu Country in South Africa*, Le Cap: Struik, 1966, Fac-similé de la version originale publiée à Londres: William Crofts, Chancery Lane, 1836, p 165.

⁶⁵ Victoria Rovine, « African Fashion » in *African Contemporary Fashion*, Bloomington and Indianapolis: Indiana University Press, 2010, p 92: « The Natives [...] are as capricious in their taste for beads, as any English lady in the choice of their bonnet. The same pattern will suit them for only a season or two; and they are at all times difficult to please ».

d'Allemagne, de Hollande et d'Italie. L'art du perlage s'est donc nourri du contact avec les Européens.

Le démantèlement du royaume zoulou durant la guerre anglo-zouloue de 1879 permit un accès plus général aux perles. L'histoire d'une création vibrante dans le domaine des parures de perles commença alors dès cette période, avec une utilisation grandissante des perles de verre brodées sur des matériaux naturels (fibres végétales et cuir)⁶⁶. À la fin du 19^{ème} siècle et au début du 20^{ème} siècle, le nombre et les types de perlages ne cessèrent d'augmenter, donnant lieu à une riche variété d'ornementations qui avec le temps commencèrent à marquer les étapes de la vie, et ainsi les différents statuts au sein du groupe. Les combinaisons d'éléments permettaient d'identifier de façon concise des informations sur les origines, la région, le genre, l'âge, le statut social. Ces perlages, comptant parmi les costumes traditionnels sud-africains, étaient portés lors de festivités, permettant une grande visibilité. Les significations auxquelles ils renvoyaient, manifestes et reconnues, les posaient comme des codes vestimentaires. Ils faisaient partie d'un système de signes qui véhiculaient des informations sur la personne. Associé à cette visibilité, s'ajoutait le fait d'être beau et de mettre en exergue son identité sociale. La plupart des sociétés d'Afrique australe s'organisaient autour de système de classes d'âge, et les différentes étapes de la vie étaient souvent marquées par des cérémonies spécifiques, et des perlages appropriés, particulièrement pour les femmes.

Enfin, c'est durant les années 1920-1930 que l'accès aux perles de verre se démocratisa massivement en mettant fin à un processus entamé au 19^{ème} siècle et au cours duquel les perles d'abord réservées à une élite royale devinrent accessibles au plus grand nombre. Elles provenaient des régions urbaines proches, telles que Pretoria dans le *Transvaal*, région actuelle du *Gauteng*. Dans cette période d'industrialisation (urbanisation et mines), les hommes travaillant en ville pouvaient acquérir des perles dans les boutiques. Grâce à un salaire régulier ils pouvaient rapporter quantités de perles à leurs fiancées et épouses, qui ainsi leur fabriquaient une profusion de nouveaux perlages. Dans les années 1960, Joan Broster décrivit ces jeunes hommes: « leurs

⁶⁶ L'écorce d'arbre comme support de décorations de perles n'est pas évoqué.

perlages sont beaucoup plus élaborés que ceux portés par les jeunes adolescents, et au lieu du cache-sexe *umtsheke*, ils portent un petit shorty noir »⁶⁷ [Notre traduction].

L'utilisation sur le corps de certains mélanges naturels était complémentaire aux vêtements de cuir et aux perlages. Ils revêtent une importance notable pour ce qui permet de comprendre les pigments minéraux utilisés à l'époque car ils recouvrent une harmonie de couleurs (jaune, rouge, ocre, brun) qui prédominait et qui représentent aujourd'hui les tons terre dits sud-africains qui pourraient être considérés comme un code chromatique qui renverrait à l'identité sud-africaine.

c. Les onguents.

À la fin du 18^{ème} siècle, François Le Vaillant raconta sa visite chez les Gonaquois et s'attarda particulièrement sur l'allure des femmes. Celles-ci parées et luisantes, marchaient derrière le chef. Leurs corps avaient été frottés avec de la graisse, puis saupoudrés d'une poussière rouge, les visages étaient quant à eux, peints de différentes manières⁶⁸. Ludwig Alberti se plut lui aussi à décrire de façon détaillée les habits et accessoires des individus. Il parla de la poudre d'ocre des femmes « cafres » : « Derrière l'épaule gauche et à côté de la peau de chat, pend, à une autre lanière, une petite écaille de tortue, contenant de la poudre d'ocre rouge et fermée d'un chiffon de peau tendre, qui sert en même temps à se farder »⁶⁹. Cette description, si elle n'a pas été romancée, peut laisser penser que l'ocre rouge mélangé à la graisse constituait un soin corporel courant et utilisé fréquemment par les femmes.

Sechofo, au 20^{ème} siècle, fournit des informations sur l'origine de certaines substances dont s'enduisaient les femmes, et la façon dont elles les travaillaient pour aboutir à des onguents, des crèmes, des poudres. L'ocre rouge provenait de l'hématite

⁶⁷ Joan Broster, *Red Blanket Valley*, Johannesburg: H. Keartland, 1967, p 27: « Their beadwork is much more elaborate than that worn by the younger teenage boys and, in place of the umtsheke loin cloth, they wear a pair of short black trunks ».

⁶⁸ François Le Vaillant, *Voyage de François Le Vaillant dans l'intérieur de l'Afrique, par le Cap de Bonne Espérance*, nouvelle édition, revue, corrigée et considérablement augmentée par l'auteur, Tome Premier, de l'imprimerie De Crapelet à Paris, 1797-1798, p 364.

⁶⁹ Ludwig Alberti, *Description physique et historique des Cafres sur la côte méridionale de l'Afrique*, 1811, Amsterdam : E. Maaskamp, p 55.

trouvée par les femmes dans des cavités souterraines qu'elles creusaient elles-mêmes⁷⁰. La pierre, une fois chauffée, prenait sa teinte rouge. Elle était ensuite réduite en poudre, et selon l'utilisation souhaitée, mélangée avec de la graisse. Dans la deuxième partie du 20^{ème} siècle, l'ocre était achetée en magasin sous forme de bloc ou en poudre⁷¹. Elle permit aussi de teindre les tissus.

Un autre type de substance était extraite du sol pour en faire une lotion aux vertus émoullientes: une terre jaune qui une fois mélangée avec de l'eau, devenait un baume permettant d'adoucir le corps des femmes et des enfants⁷². Il est probable que ces mêmes substances soient encore utilisées aujourd'hui, pour maquiller les femmes de différentes populations lors de cérémonies, ou les jeunes filles et jeunes hommes lors de leur initiation.



Figure 4 : Garçons tswanas en période d'initiation, 2000⁷³.

⁷⁰ Justinus Sechefo, *Material Clothing of the Basuto*, Basutoland Catholic Center, 19--/ca, p 16.

⁷¹ Hélène Joubert, « Du cuir au textile perlé », in *Ubuntu: arts et cultures d'Afrique du Sud*, exposition Paris, Musée national des arts d'Afrique et d'Océanie, 20 février-17 juin 2002. Commissaires d'exposition Manuel Valentin et Hélène Joubert, Musée de l'Homme, Paris, Réunion des Musées nationaux, 2002, p 127.

⁷² Justinus Sechefo, *Material Clothing of the Basuto*, Basutoland Catholic Center, 19--/ca, p 16.

⁷³ Photographie extraite du livre de Magubane Peter, *The Bantwane: Africa's undiscovered people*, texte de Sandra Klopper, South Africa : Struik, 2001, p 41.



Figure 5 : Filles tswanas en période d'initiation, 2000⁷⁴.



Figure 6 : Jeune fille initiée pédie couverte de letsoko (mélange d'argile rouge et de graisse), 2000⁷⁵.



Figure 7 : Jeunes hommes initiés xhosas couverts d'argile blanche⁷⁶, 2000.

⁷⁴ Photographie extraite du livre de Magubane Peter, *The Bantwane: Africa's undiscovered people*, texte de Sandra Klopper, South Africa: Struik, 2001, p 30.

⁷⁵ Photographie extraite du livre de Magubane Peter, *African renaissance*, texte de Sandra Klopper, Londres : Struik, 2000, p 91.

⁷⁶ Photographie extraite du livre de Magubane Peter, *African renaissance*, texte de Sandra Klopper, Londres : Struik, 2000, p 101.

De nos jours les femmes themboues de langue xhosa, lors d'occasions particulières comme des cérémonies de danse, se couvrent les bras et le haut du corps d'ocre jaune, lustrant d'un aspect soyeux leur peau. Les Gcalekas, quant à eux, utilisent de l'ocre rouge sur la partie supérieure du corps, de l'ocre jaune et de l'argile blanche sur le visage⁷⁷.

Ces tons bruns, jaunes, rouges/oranges, appelés « couleurs terre », sont ancrées dans l'imaginaire collectif sud-africain contemporain et considérés comme étant « les couleurs sud-africaines »⁷⁸ par excellence. Aujourd'hui, nombre de stylistes aiment les utiliser car elles symbolisent l'Afrique du Sud. Ces tons « terre » sont plus largement ancrés dans l'inconscient collectif à travers la symbolique universelle qui renvoie aux origines, aux forces telluriques, chtoniennes.

Manuel Valentin résume l'allure des populations de langues bantoues avant les vêtements de coton importés par les Européens :

« Les façons de s'habiller, la parure, les matériaux utilisés étaient, à quelques détails près, identiques partout. Les communautés autochtones s'enduisaient le corps de graisse mélangée avec de l'ocre ou certaines variétés d'argile, et portaient des bracelets d'ivoire qui étaient des ornements de prestige. Les vêtements étaient faits de cuir découpé et cousu dont la plupart des voyageurs admirèrent la qualité de fabrication. »⁷⁹

Depuis l'importation massive de produits européens au 19^{ème} siècle, les *kaross* ont progressivement été remplacés par des couvertures vendues en magasins. Aujourd'hui lors de rites de passage ou de mariages, les jeunes gens s'enveloppent de couvertures par-dessus leurs perlage. Elles sont parfois savamment recouvertes de broderies de

⁷⁷ Hélène Joubert, « Du cuir au textile perlé » in *Ubuntu: arts et cultures d'Afrique du Sud*, exposition Paris, Musée national des arts d'Afrique et d'Océanie, 20 février-17 juin 2002. Commissaires d'exposition Manuel Valentin et Hélène Joubert, Musée de l'Homme, Paris, Réunion des Musées nationaux, 2002, p 127.

⁷⁸ Information recueillie au cours de nombreux entretiens avec les stylistes. Répondant à la question : quelles couleurs utilisez-vous ? ou, quelles couleurs aiment les Sud-Africains ? Les stylistes et les clients répondent avec conviction que les « couleurs terre » sont très utilisées et appréciées car ce sont « les couleurs sud-africaines ».

⁷⁹ Manuel Valentin, *L'apport européen dans la culture matérielle des populations d'Afrique australe (1488- 1820) : une étude des interactions culturelles entre Khoisan, Bantou et Européens*, thèse de doctorat, Paris 1, Histoire, 1994, sous la direction de Jean Boulègue, p 63.

perles dessinant divers motifs multicolores. Celles exécutées par les femmes ndébélées et zouloues sont surprenantes.



Figure 8 : Une femme zouloue portant une couverture perlée, années 1970.



Figure 9 : Une femme ndébélée portant une couverture perlée⁸⁰, années 1990.

⁸⁰ La photographie de la figure 7 est extraite du livre de Jean Morris, *Speaking With Beads, Zulu Arts from Southern Africa*, New York : Thames and Hudson, 1994, p 73. La photographie de la figure 8 est extraite du livre de Peter Magubane, *African renaissance*, texte de Sandra Klopper, Londres : Struik, 2000.

De nos jours il semblerait que le port de capes de cuir, de fourrure, ait disparu et lorsqu'une personne tient à faire référence au *kaross*, elle peut aussi porter une cape réalisée en matière synthétique⁸¹.



Figure 10 : Cape ndébélée (linaga) en matière synthétique. Plastique, perles et autres matières, 94cm x 121cm, deuxième moitié du 20^{ème} siècle

En revanche, certains tabliers et cache-sexes sont toujours réalisés en cuir et ornés de perles. Les vêtements dits traditionnels peuvent encore être arborés dans des contextes cérémoniels précis en milieu rural, comme par exemple l'initiation des jeunes hommes ndébélés qui a lieu tous les quatre ans, et à laquelle peu de gens extérieurs à la communauté assistent. Titus Kgatoke, à la tête de l'*ingoma* (école d'initiation ndébélée) de Thembisa au nord-est de Johannesburg déclare : « Nous ne faisons pas cela pour le gain. Nous le faisons pour la fierté que nous en tirons, la spiritualité, la richesse que cela implique »⁸² [Notre traduction]. Cet événement, seul moment de la vie où un homme ndébélé porte des perlage, est une façon de perpétuer des pratiques culturelles pour pouvoir les transmettre aux générations à venir.

Le port de perlage traditionnels en milieu urbain est plutôt rare. En ville, un mariage peut donner l'occasion aux jeunes mariés de porter une tenue perlée lors de la

⁸¹ La photographie de la figure 10 est extraite de l'ouvrage : Anitra Nettleton, *Engaging modernities, Transformation of the common place*, Standard Bank Collection of African Art (University of the Witwatersrand Art Galleries). Essays by Anitra Nettleton, Julia Charlton, Fiona Rankin-Smith, Johannesburg: University of the Witwatersrand Art Galleries, 2003, p 68.

⁸² Louise Flanagan, *Avoid commercialisation, initiation hearing is told* (23 octobre 2006) [en ligne] (page consultée en décembre 2010).

Disponible sur: <http://mg.co.za/article/2006-10-23-avoid-commercialisation-initiation-hearing-is-told>, Johannesburg, Journal Mail and Guardian: « We don't do it for gain. We do it for the pride that's involved, the spirituality, the richness that's involved. »

cérémonie traditionnelle de mariage. Des évènements de rassemblement comme les journées du patrimoine ou des évènements médiatiques comme une semaine de la mode peuvent aussi constituer un cadre particulier où des femmes habillées en robes de soirée portent la coiffe perlée typique des femmes mariées zouloues, comme ce fut le cas lors de la soirée de clôture de l'*Arise Africa Fashion Week* en juin 2009.

Les perlage peuvent aussi être portés hors de tout contexte cérémoniel ou festif lorsqu'ils sont utilisés à des fins touristiques. Au cœur du village musée ndébélé *Botshabelo* et du village touristique zoulou *Shakaland*, des personnes vêtues de perlage mettent en scène l'histoire de ces populations.

À Johannesburg, dans des lieux comme Soweto ou Alexandra (ex-townships), il est possible d'apercevoir des personnes en habit d'inspiration traditionnelle. Ces vêtements, réalisés dans des coupes et des matières textiles diverses, parfois décorés de broderies de perles, sont spécifiques aux grandes villes du pays où sont installés les stylistes de l'ombre.

2. Passage à un nouveau système vestimentaire.

a. Contexte socioculturel en transformation : la christianisation.

Au cours du 19^{ème} siècle, la création vestimentaire en Afrique du Sud se transforma par l'action des missionnaires et des industriels européens. Ce siècle marqua un tournant décisif dans l'histoire vestimentaire sud-africaine à travers l'adoption des codes vestimentaires occidentaux. Le passage au système vestimentaire occidental ne peut être pensé sans les phénomènes de la christianisation, de l'urbanisation, de l'industrialisation. C'est tout d'abord dans les églises missionnaires que les nouveaux convertis adoptèrent les vêtements en tissu importés d'Europe. Les formes et matières des vêtements changèrent, ainsi que les significations qu'ils portaient et transmettaient aux autres. Plus tard, les hommes qui partaient travailler dans les mines et les femmes comme domestiques chez les Blancs, ils pouvaient s'acheter ces nouveaux produits dans les boutiques en ville.

La colonisation de l’Afrique du Sud à travers l’annexion de territoires administrés par les Britanniques et la prise de possession de terres par les Afrikaners constitua la toile de fond de l’implantation de la religion chrétienne. Ainsi, à travers le processus de colonisation, l’afflux de colons chrétiens fut à l’origine de l’implantation de deux grandes Eglises : l’Eglise Réformée Hollandaise et l’Eglise Anglicane. A partir du 19^{ème} siècle, les travailleurs britanniques introduisirent diverses confessions du protestantisme. Parallèlement, tout au long de ce siècle, les églises missionnaires travaillèrent à christianiser les différentes populations de l’Afrique australe. L’impulsion missionnaire majeure vint de la *London Missionary Society*, une société missionnaire multi-confessionnelle qui émergea du renouveau évangélique en Europe. Anglicans, Méthodistes, et autres confessions, décidèrent rapidement de travailler indépendamment. Elles avaient pour but d’évangéliser et de « civiliser » les Africains.

Les missionnaires attiraient leurs futurs convertis dans les missions où ils leur apprenaient les manières et coutumes européennes⁸³. Dans les premiers temps, seules quelques personnes se tournèrent vers le christianisme. Mais au fil du temps, le nouveau mode de vie instillé par les missionnaires vint à fragiliser certaines pratiques culturelles fondatrices du système social des communautés vivant dans cette partie de l’Afrique. Jim Kiernan déclare sans détour que les missionnaires « réussirent à défaire la cohésion des cultures africaines »⁸⁴ [Notre traduction]. Il est souvent fait mention d’une incompréhension générale des cultures africaines de la part des missionnaires, « l’attitude missionnaire dans beaucoup de régions, aux yeux de beaucoup d’Africains, se traduisit par une complète hostilité à la culture et la religion traditionnelle »⁸⁵ [Notre traduction]. Le paradigme évolutionniste marquant l’anthropologie de la deuxième moitié du 19^{ème} siècle ainsi que les mentalités, amena à penser qu’il fallait démanteler ces cultures en faveur du christianisme⁸⁶. Très logiquement les missionnaires

⁸³ Charles Villa-Vicencio, « Mission Christianity » in Martin Prozeski et John de Gruchy, *Living Faiths in South Africa*, London: Hurst and Co Publishers, 1995, p 48.

⁸⁴ Jim Kiernan, « The Impact of White Settlement on African Traditional Religions » in Martin Prozeski et John de Gruchy, *Living Faiths in South Africa*, London: Hurst and Co Publishers, 1995, p 76: « ... they succeeded in driving deep wedges into the cohesion of African cultures. »

⁸⁵ David Barrett, *Schism and Renewal in Africa an Analysis of Six Thousand Contemporary Religious Movements*, Nairobi, Addis Abeba, Lusaka: Oxford University Press, 1968, p 85: « ... the missionary attitude in many areas has been, in the eyes of many Africans, one of total hostility to traditional culture and religion. »

⁸⁶ David Barrett, *Schism And Renewal In Africa An Analysis Of Six Thousand Contemporary Religious Movements*, Nairobi, Addis Abeba, Lusaka: Oxford University Press, 1968, p 88.

déclaraient: « si tu veux appartenir au Christ, tu dois agir et parler comme l'homme blanc »⁸⁷ [Notre traduction].

Charles Villa-Vicencio explique aussi une part du succès des missions dans les années 1820 par l'évènement du *Mfecane*, un état de guerre parmi les populations de la région où les sociétés d'une large partie sud-est de l'Afrique australe furent déstabilisées⁸⁸. Selon Jim Kiernan, « il est inconcevable que les gens abandonnent leur système religieux pour un autre, tant qu'il est ancré dans un mode de vie stable et satisfaisant »⁸⁹ [Notre traduction]. Les missions devinrent des refuges pour des populations affaiblies en situation d'insécurité. De plus, les chefs accueillirent les missionnaires saisissant cette rencontre comme une opportunité en vue d'obtenir des avantages : protection, alphabétisation, innovations technologiques. Ainsi, la christianisation ne doit pas être perçue comme uniquement subie par les populations : elles ont su également en tirer parti. Claude-Hélène Perrot explique de quelle manière, par l'intermédiaire des missionnaires, les Bassoutos adoptèrent un nouveau mode de vie. L'installation missionnaire eut un impact considérable sur la culture et contribua à modifier les pratiques vestimentaires. Les Européens apportèrent avec eux de nouvelles techniques, des instruments culturels importants tels que le livre, avec la bible, une nouvelle façon de s'habiller et de se comporter socialement. Le vêtement était un signe extérieur important, qui finit par signifier la conversion des personnes. Claude-Hélène Perrot décrit les dimanches et jours de fêtes, durant lesquels les convertis mettaient de côté manteaux et tabliers/cache-sexes de cuir pour assister au culte en habits européens, malgré leur prix élevé⁹⁰. Une fois convertis, les fidèles allaient à l'église et commençaient à porter des vêtements occidentaux surtout pour le service dominical. L'habit européen (de style britannique) était signe de la conversion, de la nouvelle identité de l'individu. Nombre de ces nouveaux Chrétiens ne voulaient pas paraître à l'église s'ils n'avaient pas d'habit européen. Néanmoins, dans la première partie du 19^{ème} siècle, la plupart des personnes converties continuaient à porter les vêtements de cuir dans la vie quotidienne.

⁸⁷ David Barrett, *Schism And Renewal In Africa An Analysis Of Six Thousand Contemporary Religious Movements*, Nairobi, Addis Abeba, Lusaka: Oxford University Press, 1968, p 89.

⁸⁸ François-Xavier Fauvelle- Aymar, *Histoire de l'Afrique du Sud*, Paris: Edition du seuil, 2006, p 193.

⁸⁹ Jim Kiernan, « The Impact of White Settlement on African Traditional Religions » in Martin Prozeski et John de Gruchy, *Living Faiths in South Africa*, London: Hurst and Co Publishers, 1995, p 75: « It is inconceivable that people should abandon their religious system for another as long as it is anchored in a stable and satisfying way of life. »

⁹⁰ Claude- Hélène Perrot, *Les Sotho et les missionnaires européens au 19ème siècle*, Université de Paris faculté de lettres et de sciences humaines, Dijon : impr. Darantière, 1970, p 36.

Les images présentées ci-dessous sont extraites des archives photographiques du *Public Research Department, Africa Museum, Johannesburg*.

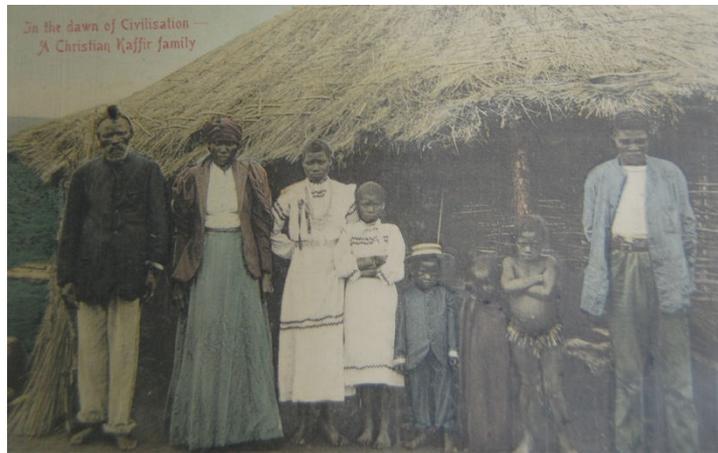


Figure 11 : Photographie datant de 1895 intitulée « À l'aube de la Civilisation. Une famille chrétienne Cafre ».

Ce type de photographie produite par les missionnaires était destiné à montrer la conversion des populations d'Afrique australe au christianisme et ses bienfaits. Il est probable que cette famille se soit habillée avec des vêtements occidentaux à l'occasion spéciale de cette prise de photographie ou à la demande du photographe. Un enfant est resté vêtu de son cache-sexe.



Figure 12 : Un mariage chrétien en 1905.



Figure 13 : Un mariage chrétien dans les années 1890.



Figure 14 : Garçons convertis, lisant le journal, fin 19^{ème}/début 20^{ème} siècle. Photographie non datée.

Cette association des vêtements européens avec l’alphabétisation mise en scène ici vise certainement à promouvoir les « bienfaits » apportés par les Européens.

Les photographies des missionnaires constituaient un outil de propagande prouvant la conversion au christianisme de nombreuses personnes posant en vêtements européens. Ces représentations traduisent le rapport d’instrumentalisation qui s’instaura entre Africains et Européens. Ces derniers cherchèrent à maintenir une autorité morale sur les Africains grâce aux vêtements nouvellement adoptés.

Dans son article *Heated Debates over Crinolines: European Clothing on Nineteenth-century Lutheran Mission stations in The Transvaal*⁹¹, Kristen Ruether met en avant différents aspects de l'histoire du vêtement à la fin du 19^{ème} siècle dans la région autrefois appelée le *Transvaal*. Il y explique notamment, comment les récents convertis d'une mission de l'Eglise Luthérienne Allemande adoptèrent et réinterprétèrent les codes vestimentaires européens. Désireux de porter des vêtements en coton, en soie, ils achetèrent sans compter les robes européennes, pourtant chères, vendues par les missionnaires eux-mêmes. Il s'opéra donc parmi ces personnes un remplacement progressif des habits de cuir par le vêtement occidental. Un grand nombre d'entre elles annonçait même leur nouvelle appartenance religieuse par l'abandon public de leurs anciens habits⁹². La christianisation d'une personne impliquait, tôt ou tard, le port de vêtements européens, et réciproquement, le port de ces habits indiquait de façon ostentatoire la conversion de la personne. Les Africains portant les vêtements que les missionnaires tentaient d'imposer au plus grand nombre avaient un accès particulier aux missions. Les personnes n'ayant pas les habits convenables pour assister au culte s'asseyaient au fond de l'église, tandis que celles portant des vêtements occidentaux, se plaçaient dans les premiers rangs⁹³. Le vêtement devint un repère dans le code social pour se rendre à l'église, qui marginalisait ceux qui n'avaient pas la tenue requise.

Les changements du mode de vie et des codes vestimentaires allèrent de pair. Les transformations culturelles des sociétés d'Afrique australe liées aux contacts interculturels, bien que difficiles à vivre dans les faits, ne furent pas entièrement subies par les Africains qui jouèrent une part active dans l'accommodation à de tels changements. Les individus s'émancipèrent de l'autorité des Blancs par la réinterprétation des vêtements européens, et l'innovation esthétique immédiate que celle-ci leur permit. Alors que jusqu'aux années 1870 les missionnaires acceptaient l'innovation vestimentaire chez leurs convertis, ce qu'il voyait comme un signe de conversion de l'esprit et de l'âme, les années 1870 marquèrent un changement dans leur attitude. La formule suivante: « notre principe de règle est la suprématie, non l'égalité », exprimait parfaitement le mode inflexible de défense de leur position de la part des

⁹¹ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines: European Clothing on Nineteenth-century Lutheran Mission stations in The Transvaal », *Journal of Southern African Studies*, vol 28, n° 2, June 2002, Oxford University Press, p 359- 378.

⁹² Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines ... », p 364.

⁹³ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines ... », p 365.

missionnaires »⁹⁴ [Notre traduction], une position qui rappelait une situation similaire au Kenya, comme l'indique ce commentaire de Robert W. Strayer à propos des populations du Kenya: « Les officiels coloniaux et missionnaires voulaient que les gens du Kenya occidental couvrent leurs corps nus tout en paraissant encore exotiques »⁹⁵ [Notre traduction].

Rapidement, des conflits apparurent concernant les vêtements portés par les Africains, comme « la querelle des crinolines »⁹⁶ [Notre traduction] décrit par Kristen Ruether, qui met en évidence l'importance du vêtement en tant que révélateur de représentations. Chaque système est accompagné de ses représentations. Forney Judith Anne Cardo déclare : « Le vêtement et l'apparence sont des caractéristiques qui jouent un rôle significatif dans la perception des autres »⁹⁷. [Notre traduction].

La « querelle des crinolines » se déroula dans les églises de mission allemandes du Transvaal⁹⁸. Les missionnaires allemands refusaient que les femmes noires converties viennent à l'église en robes à crinolines, bien que leurs propres femmes en portaient puisqu'elles suivaient la dernière mode européenne⁹⁹. La mode de la crinoline cage apparut vers le milieu du 19^{ème} siècle dans la haute société. Elle consistait en un jupon tendu sur des cerceaux parallèles au sol : cette armature permettait de soutenir l'ampleur de la jupe. Un jupon classique intercalé entre la crinoline et la robe permettait d'atténuer la marque des cerceaux sur cette dernière. La taille de la crinoline ne cessa d'augmenter jusqu'en 1866, atteignant alors des proportions gigantesques. D'abord parfaitement circulaire, elle se projeta progressivement vers l'arrière. La crinoline allait alors évoluer en « tournure », placée sous le jupon elle était attachée juste en dessous de la taille et soutenait l'ensemble des jupons, jupes et draperies de dessus (en vogue surtout dans les

⁹⁴ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines: European Clothing on Nineteenth-century Lutheran Mission stations in The Transvaal », *Journal of Southern African Studies*, vol 28, n° 2, June 2002, Oxford University Press, p 370: « Our ruling principle is supremacy, not equality, was the unbending missionary defence of their stance ».

⁹⁵ Robert W. Strayer, *The making of Mission communities in East Africa: Anglicans and Africans in colonial Kenya, 1875-1935*, Suny Press, 1978, cité dans *Fashioning Africa: Power and the Politics of Dress*, Bloomington: Indiana University Press, 2004, p 69: « Colonial officials and missionaries wanted the people of western Kenya to cover their naked bodies while still looking exotic. »

⁹⁶ Terme emprunté à Kristen Ruether.

⁹⁷ Judith Anne Cardona-Forney, *An Investigation of The Relationship Between Dress And Appearance And Retention of Ethnic Identity*, ETD for Purdue University, 1980, p 6: « Dress and appearance are salient characteristics which play a significant role in the perception of others ».

⁹⁸ Le Transvaal était une province nommée aujourd'hui le Gauteng (Johannesburg, Pretoria).

⁹⁹ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines: European Clothing on Nineteenth-century Lutheran Mission stations in The Transvaal », *Journal of Southern African Studies*, vol 28, n° 2, June 2002, Oxford University Press, p 370.

années 1880). Elle était elle aussi constituée d'un réseau de baleines métalliques horizontales, soutenues par des bandes verticales. Cependant, elle ne couvrait plus que l'arrière, car ouverte sur le devant. Crinoline et tournure avaient exactement la même fonction : soutenir l'ampleur de la jupe, et souligner par contraste la finesse de la taille. La crinoline fut portée pendant presque toute la moitié du 19^{ème} siècle, puis évolua en tournure, ce qui en fait l'un des articles de mode les plus portés de l'histoire du vêtement occidental, avec les jupons et les corsets¹⁰⁰.

Le missionnaire Gruenberger raconta comment il se chargea de récupérer toutes les crinolines des femmes converties pour ensuite les brûler : « Avec deux anciens j'allai de maison en maison, commençant par la maison des femmes très réticentes, et nous confisquâmes toutes les crinolines pour les brûler ... »¹⁰¹ [Notre traduction].

Il est significatif de l'importance de la valeur du vêtement que le motif d'affrontement avec les missionnaires ait porté sur un élément de la mode féminine. La robe à crinoline était le référent d'une mode vestimentaire en Europe, elle représentait aussi un certain statut. Porter une robe à crinoline devait donc rester la caractéristique des femmes européennes d'un certain rang. Cet événement signifie que le vêtement révèle l'identité sociale. L'interdiction du port des crinolines ne fut pas isolée, d'autres églises du Transvaal tolérèrent avec moult réserves que les Noirs adoptassent élégamment des vêtements occidentaux qui en plus étaient réservés à une couche sociale privilégiée. Un missionnaire rapporta l'exemple de deux jeunes hommes noirs rencontrés devant un magasin, habillés de chemises blanches et de pantalons, manifestement sans ceinture et sans chaussures. Il se moqua d'eux et se mit immédiatement à les battre violemment avec son bâton de marche. Ce même missionnaire affirma que ces manières étaient nécessaires à la conversion¹⁰². Un Africain qui s'habillait selon la mode européenne était donc perçu par les Blancs comme la transgression d'un code hiérarchique vestimentaire. Les robes à crinolines correspondaient à une position sociale élevée qui n'était pas celle des Noires. Considérés comme étant au plus bas de l'échelle sociale, les colons européens attendaient des Noirs qu'ils soient vêtus de haillons et de vieux habits. Il est évident que cette nouvelle image des femmes africaines habillées à la mode européenne ne

¹⁰⁰ Crinoline [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://fr.wikipedia.org>

¹⁰¹ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines: European Clothing on Nineteenth-century Lutheran Mission stations in The Transvaal », *Journal of Southern African Studies*, vol 28, n° 2, June 2002, Oxford University Press, p 359: « With two elders I went from house to house, starting off with the house of this very reluctant woman, and we confiscated all crinolines to burn them ... »

¹⁰² Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines... », p 375.

correspondait pas aux codes existants ni aux représentations intégrées des Africains « non civilisés ». Il était nécessaire d'habiller les « sauvages », de les convertir, d'accomplir pleinement la mission salvatrice et civilisatrice des Européens, ce qui posa problème dès lors que l'utilisation du vêtement devint outil d'émancipation et d'inventivité, bouleversant les codes vestimentaires établis.

En passant à un nouveau système vestimentaire, les Africains bousculèrent les normes du système vestimentaire européen, certains codes étaient dès lors enfreints, tel que le port de la crinoline réservé jusque-là à une élite européenne. Les contacts culturels permirent donc un changement des codes qui régissaient deux systèmes vestimentaires, européen et sud-africain. Le système vestimentaire africain se vit alors transformé et doté de nouvelles valeurs. Le nouveau système vestimentaire fusionnera dans un premier temps avec celui préexistant. Le mélange de codes des deux systèmes donnera lieu à des fantaisies inattendues, tels que les mélanges de peaux et de vêtements en coton. Dans *Histoire et sociologie du vêtement*¹⁰³, Roland Barthes explique que le vêtement est un système normé, fait de codes, dans lequel les gens puisent. Il est donc voué aux changements par un processus de réactualisation des codes selon les contextes.

En réaction à cette créativité à laquelle ils ne semblaient pas s'attendre, les missionnaires prônèrent le port d'habits simples car signes d'humilité, de piété et de vertu. Dans son article *Les vieux habits de l'Empire, façonner le sujet colonial*, l'anthropologue américaine Jean Comaroff analyse la campagne menée par des missionnaires anglais « protestants non-conformistes »¹⁰⁴ [Notre traduction] auprès des populations Tswanas au 19^{ème} siècle pour couvrir leur nudité. Des habits sombres et passés de mode semblaient être parfaits pour les vêtir. Les missionnaires avaient persuadé les Tswanas de se vêtir, mais la confection locale de vêtements, à elle seule, ne suffisait pas. Alors qu'en Europe l'industrie de la mode prospérait, les gens se débarrassaient très facilement de leurs vêtements, « ce qui avait pour conséquence, à cette époque, d'assurer un approvisionnement régulier de vêtements usés (ou produits

¹⁰³ Roland Barthes, « Histoire et sociologie du vêtement », *Annales, Economies, Sociétés, Civilisations*, vol 12, n° 3, 1957, pp. 340-441.

¹⁰⁴ En Angleterre ce nom fut donné à ceux qui refusèrent d'acquiescer à une déclaration de Charles Ier qui ordonnait à toutes les Églises d'Angleterre et d'Écosse d'adopter une liturgie et une discipline uniformes.

recyclés) pour les pauvres et les mal vêtus d'Angleterre et de l'étranger »¹⁰⁵. La volonté des missionnaires d'habiller les Africains avec des vêtements datés d'une trentaine d'années, peu colorés, de préférence sombres, ne s'expliquait pas par le seul souci spirituel. La femme du révérend Moffat, dans une lettre adressée à une amie londonienne en 1841, justifiait sa demande de vieux habits par le fait que les convertis fréquentant les non convertis de leur communauté, recouverts de graisse et d'ocre, risqueraient de se tâcher à leur contact¹⁰⁶. En fait, les vêtements étant des signes permettant de communiquer des informations sur le statut social, ils reflétaient par là-même une nouvelle hiérarchie sociale dans laquelle les Africains devaient être à un stade d'évolution inférieur à celui des Européens. Tout comme l'interdiction des crinolines, l'importation de vêtements en provenance d'Angleterre, démodés, vieux, abîmés, pour vêtir les Africains, remplit une fonction symbolique et sociale essentielle dans un contexte marqué par le paradigme évolutionniste. Puisque les Africains se trouvaient au stade primitif de l'évolution humaine alors que les Européens incarnaient le modèle de civilisation le plus développé, il allait de soi que cette différence de statut s'exprimât à travers les vêtements.

Tout de même, par le biais des femmes des missionnaires, « le germe du système de la mode arriva dans le veld africain »¹⁰⁷ [Notre traduction]. Les Africains furent dès le départ mis à l'écart de ce système, d'une part à travers un contrôle des types d'habits portés (interdictions vestimentaires précises, port de vêtements de seconde main), et d'autre part par un contrôle rigoureux des vêtements fabriqués sur place. De fortes régulations vestimentaires étaient exercées dans les missions. À la fin du 19^{ème} siècle, une conférence de la mission Hermannsburg débattit de l'exagération vestimentaire. Quand les sermons ne suffisaient pas, les « dépendants de la mode »¹⁰⁸ étaient appelés dans le bureau du missionnaire pour des avertissements et des cours privés¹⁰⁹. Les robes en soie étaient interdites et si une mariée osait se montrer dans cet appareil, les missionnaires refusaient de procéder au mariage. Les futurs époux devaient se restreindre à ne porter que la mode parisienne et ne devaient pas excéder un certain

¹⁰⁵ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire. Façonner le sujet colonial », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 18, n° 3, 1994, p 24.

¹⁰⁶ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire... », p 24.

¹⁰⁷ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire... », p 25.

¹⁰⁸ « Fashion addicts ».

¹⁰⁹ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines: European Clothing on Nineteenth-century Lutheran Mission stations in The Transvaal », *Journal of Southern African Studies*, vol 28, n° 2, June 2002, Oxford University Press, p 375.

montant d'achat de tissu¹¹⁰. La mode britannique était réservée aux épouses des missionnaires. La volonté des Européens de se distinguer des Africains ne se traduit donc pas seulement par l'imposition d'habits usagés, mais aussi par l'imposition d'une mode autre que britannique, en l'occurrence parisienne. Ce détail donné par Kristen Ruether est significatif de l'importance des codes vestimentaires et des valeurs auxquelles ils renvoient dans un système donné. Il était permis aux Africains d'accéder à un type de mode qui devait rester français. L'accès des Africains à la mode britannique, portée uniquement par les femmes des missionnaires, était inacceptable car elle aurait entraîné une confusion dans le processus de distinction et de représentation des Européens.

Dans cette entreprise de contrôle des vêtements portés par les Africains, les femmes des missionnaires jouèrent un rôle clef. Par ailleurs dans les missions allemandes du Transvaal, les robes devaient être cousues sous la supervision d'une femme de missionnaire qui encourageait des styles dépassés plutôt que « tendances »¹¹¹. Elles se réservaient le droit de couper le tissu, ce qui devait permettre de mieux contrôler sa quantité et son usage. Enseignantes de couture surveillant les vêtements produits et portés par les fidèles, elles jouèrent également un rôle important de régulatrices des goûts, qui devaient être décents.

Ces prescriptions tendaient à ignorer l'attrait grandissant pour les habits européens et le potentiel créatif des Africains pour qui les vêtements constituaient une source d'innovation. La diffusion des vêtements européens provoqua un véritable engouement pour la mode européenne, au-delà des missions. Dès le début du 20^{ème} siècle, les vêtements furent achetés beaucoup plus fréquemment qu'auparavant, pas seulement pour assister aux réunions missionnaires mais aussi pour être portés chez soi¹¹². En 1924 Léon Hermant décrivit l'admiration et la fascination des Africains non convertis pour les vêtements européens portés par leurs camarades convertis. Il rapporta en particulier la découverte des vêtements sacerdotaux par un homme non christianisé, dont l'étonnement face à leur beauté fut immédiatement rapporté au prêtre de la congrégation :

¹¹⁰ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines... », p 375.

¹¹¹ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines... », p 376.

¹¹² John Ayliff and Rev. Joseph Whiteside, *History of The Abambo, generally known as Fingos*, Transkei: Gazette, 1912, Cape Town: C. Struik, 1962, p 80.

« Notre païen arrive et se poste au fond de la chapelle. Quand le prêtre apparaît, revêtu des ornements sacerdotaux, on voit le naïf spectateur s'écarquiller les yeux, allonger le menton, regarder le célébrant avec toute l'énergie de ses nerfs optiques, tandis que sa physionomie reflète tous les signes de la plus grande admiration »¹¹³.

Cet homme, une fois la cérémonie terminée, confia : « Je me suis cru simplement transporté hors de terre. Quels chants sublimes et quels vêtements magnifiques ! »¹¹⁴. Les vêtements européens subjuguèrent les Sud-africains convertis, tout comme la communauté non christianisée. À l'instar des perles de verre ou encore des *kaross* de fourrure de léopard réservés à une élite, les beaux habits à la mode européenne étaient l'apanage des chefs africains et de leur famille. Certains membres de riches familles royales ainsi que l'élite chrétienne s'habillaient donc à la mode anglaise de l'époque. Léon Hermant raconta le baptême de la femme d'un chef de village bassouto où hommes et femmes arboraient à leur tour, cape de cuir ou « costume flambant neuf¹¹⁵ », et encore robes des jours de fête. L'apparat le plus remarqué fut celui de l'épouse du chef Ntaote qui « avait acheté à la reine une magnifique toilette de satin blanc qui faisait l'admiration de toutes les beautés noires »¹¹⁶. Le début du 20^{ème} siècle marque alors, de la part d'un nombre croissant d'Africains de cette partie du continent, un éloignement de plus en plus évident de leur système vestimentaire traditionnel. Ils réinterprétèrent les vêtements européens pour recréer un système vestimentaire d'inspiration européenne qui s'implanta avec le temps. Il y eut une observation créative et évolutive des vêtements européens de la part des populations christianisées et non christianisées. Il existe ainsi une « perméabilité des catégories et des identités¹¹⁷ » [Notre traduction]. Les nouveaux styles vestimentaires à la rencontre de deux cultures rendent difficile toute catégorisation. C'est la raison pour laquelle il est pertinent de parler de codes vestimentaires ouverts, mouvants, qui s'entrecroisent et évoluent. Quand les habits européens apparurent, les codes vestimentaires changèrent durablement.

¹¹³ Léon Hermant, *Au sud-africain : chez les Basutos, les Zoulous, les Herrerros*, Bruxelles : Lannoy, 1924, p 80.

¹¹⁴ Léon Hermant, *Au sud-africain...*, p 82.

¹¹⁵ Léon Hermant, *Au sud-africain...*, p 101.

¹¹⁶ Léon Hermant, *Au sud-africain...*, p 101.

¹¹⁷ Victoria Rovine, « Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 3, n°25, 2009, p 45: « permeability of categories and identities ».

b. Déploiement du nouveau système vestimentaire.

La migration de main d'œuvre d'origine rurale dans les villes eut un impact sur les styles des vêtements. Les travailleurs migrants revenant des régions urbaines, amenèrent de nouveaux vêtements dans les milieux ruraux. Ils partaient travailler en ville comme domestiques ou mineurs, femmes et hommes gagnaient un salaire qui leur donnait la possibilité de s'acheter des vêtements et d'en rapporter dans leur village. Le commerce de masse qui s'instaura en ville dans les années 1880 permit avec le temps un accès abondant à ces produits, tout comme les perles de verre. Cette démocratisation du vêtement occidental déploya le potentiel créatif des Sud-africains. De retour dans les campagnes les jeunes gens en rapportaient en cadeaux à leur famille, aux chefs, ce qui provoquait l'admiration de tous, et permit une circulation rapide de nouvelles formes, d'une nouvelle esthétique dans le vêtement, à travers les populations de la région du Transvaal.

Dans les dernières décennies du 19^{ème} siècle, cette population de jeunes travailleurs recherchait activement des vêtements à la mode et changeait de styles plus fréquemment¹¹⁸. Cette dynamique vestimentaire permit de créer une sorte de cohésion des travailleurs par le biais d'une pratique et d'un effort commun de s'adapter au mode de vie européen.

Si au début de la transformation des codes vestimentaires sud-africains dans la première moitié du 19^{ème} siècle, certains habits raffinés de la mode britannique restaient le privilège des chefs et de leurs femmes, à partir des années 1880 ils devinrent des produits de masse. L'apparition du nouveau système vestimentaire s'accompagna de l'instauration d'une économie marchande reposant sur la création de désirs et sur la consommation de produits européens. Le vêtement prétendument apporté pour vêtir le « sujet civilisé » était aussi une marchandise permettant de faire du profit, « dès le début du 20^{ème} siècle, la consommation de marchandises était indissolublement liée à la production de la civilisation »¹¹⁹ [Notre traduction]. L'entreprise coloniale fut aussi une entreprise commerciale générant des profits. Les missionnaires servirent ces intérêts

¹¹⁸ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire. Façonner le sujet colonial », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 18, n° 3, 1994, p 27.

¹¹⁹ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire. Façonner le sujet colonial », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 18, n° 3, 1994, p 16.

coloniaux. Dans les années 1960, Ellen Hellman parlait « d’avidité pour acquérir des biens européens »¹²⁰ [Notre traduction].

L’apprentissage de la couture de vêtements européens, permit à certaines femmes de devenir des couturières professionnelles. Les machines à coudre devinrent un bien de consommation et un outil indispensable pour une confection plus rapide des vêtements répondant à une demande accrue.

Les deux figures qui suivent présentent des publicités pour des machines à coudre. Ce sont des documents non datés, extraits des archives photographiques du *Public Research Department* de l’*Africa Museum, Newtown, Johannesburg*.



Figure 15 : Publicité pour la machine à coudre, 1900/ca.



Figure 16 : Publicité pour la machine à coudre, 20^{ème} siècle.

¹²⁰ Ellen Hellman, Chap. 18, « The Natives in Towns », in Schapera Isaac, *The Bantu-speaking Tribes of South Africa*, London: Routledge and Kegan Paul, 1962, p 406.

Finally in the 19th century, two types of vestimentary creations developed in parallel thanks to external inputs, the first, with the importation of glass beads, the second, from cotton clothes. Industrialization and the establishment of a market economy authorized a democratization of access to beads as well as to European clothes, and permitted the flowering of beadwork and clothes considered as modern. The implementation of the new system did not displace the pre-existing system which enriched it. In the right line of this history, it exists today in South Africa a whole pan of contemporary vestimentary creation of traditional inspiration which does not cease to feed from cultural contacts. At the turn of the 21st century South Africa saw its population transformed in its composition with the arrival of numerous communities coming from all Africa. These migratory movements and these new identities are reflected largely in the population which constitutes the world of sewing, fashion, and in the types of clothes created in Johannesburg and in Cape Town. The question of immigration is therefore central in this research because a large number of stylists installed in the city are immigrants from Africa. Recent continental immigration, of which the one from West and Central Africa is strongly represented, leads to a new upheaval in the history of clothing. What are the new types of cut and fabrics brought to South Africa? Before being interested in the vestimentary cultures of immigrant stylists, it is necessary to return to immigration in South Africa, notably that of the post-apartheid period.

B. Vêtement et immigration contemporaine.

1. Des stylistes immigrés.

a. L'immigration à partir de la transition démocratique, les années 1990.

De nombreux immigrés africains ont été en Afrique du Sud depuis très longtemps, en tant que main d'œuvre agricole et minière. La fin des années d'apartheid et la transition démocratique ont attiré de nouveaux immigrés qui sont venus occuper certains secteurs d'activité artisanale et commerciale, dont celui de la couture, de la création et de la confection de vêtements.

D'après Aderanti Adepoju, dès les années 1980, des immigrés originaires du Ghana, de l'Ouganda, et du Nigeria s'installèrent dans les bantoustans¹²¹. De façon générale :

« La plupart était enseignant, professeur d'université, docteur, avocat, infirmier, et ingénieur, à la différence des immigrants traditionnels du Lesotho, Swaziland, Botswana, Malawi, et Mozambique, qui étaient en majorité des ouvriers agricoles et mineurs non qualifiés »¹²².

Ainsi, une immigration d'Afrique de l'ouest et centrale existait déjà avant la fin de l'apartheid, occupant des secteurs officiels tels que l'enseignement ou la médecine.

La chute du régime d'apartheid, entamée à la fin des années 1980 et au début des années 1990¹²³, constitua un tournant historique, dont les répercussions migratoires s'étendirent au-delà des frontières de l'Afrique. Comme le dit Antoine Bouillon en introduction de son livre sur l'immigration africaine en Afrique du Sud :

¹²¹ Aderanti Adepoju, « Continuity and Changing Configurations of Migration to and from the Republic of South Africa », *International Migration*, vol. 41, n°1, 2003, p 7.

¹²² Aderanti Adepoju, « Continuity and Changing Configurations of Migration to and from the Republic of South Africa », *International Migration*, vol. 41, n°1, 2003, p 8.

¹²³ 1989 : négociations officielles entre le gouvernement et l'ANC, 1990 : libération de Nelson Mandela, 1991 : abrogation de plusieurs lois.

« L'impact de l'évènement (abolition de l'apartheid), associé à la démultiplication, sur une brève période, des liens diplomatiques et des liaisons aériennes, ainsi qu'à la facilitation des échanges, a porté l'onde de choc du bouleversement bien plus lointainement sur le continent et au-delà, entraînant en retour des mouvements migratoires importants en provenance de Taïwan et de Chine populaire, d'Inde, d'Europe centrale, occidentale et orientale, d'Amérique latine (Brésil, Argentine) et d'Afrique, du Congo (Zaïre) à l'Algérie »¹²⁴.

Le développement de nouvelles lignes internationales de transport aérien et l'effacement des bantoustans, permirent d'élargir une immigration africaine historiquement très contrôlée et sélectionnée. En 1995, les visiteurs en provenance du continent représentaient les trois-quarts des étrangers¹²⁵. Certains décidèrent de quitter leur pays pour venir faire du commerce en Afrique du Sud, alors que d'autres durent fuir leurs pays comme la République démocratique du Congo ou ex-Zaïre, le Rwanda, le Burundi... Le sociologue Antoine Bouillon distingue l'immigration régionale existant depuis des siècles dans le pays, en provenance des pays d'Afrique australe, de l'immigration continentale plus récente venant de toute l'Afrique. C'est cette dernière qui fut nouvelle et constitua un changement sensible dans la composition de la société sud-africaine. La transition marqua donc de nouvelles vagues d'arrivées, enrichies « d'une population de migrants africains d'un nouveau type, porteurs de cultures différentes et représentatifs d'une migration urbaine, largement qualifiée »¹²⁶. Dans son livre publié en 1999, Antoine Bouillon précise ce propos, il explique que depuis 1994, apparaît une immigration de type populaire, certainement plus pauvre que celle des élites politiques et des classes moyennes de la fin des années 1980 et du début des années 1990¹²⁷. Elle se voit composée d'étudiants, d'artisans qualifiés, de professionnels ou néophytes du commerce informel, qui se sont peu à peu organisés, implantés et développés¹²⁸.

Les dizaines de stylistes installés en milieu urbain, interrogés lors des recherches de terrain, sont des artisans qualifiés, parfois même ayant suivi des études universitaires

¹²⁴ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 5.

¹²⁵ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud ...*, p 5.

¹²⁶ Antoine Bouillon, « Immigration et immigrés en Afrique du Sud », *Revue européenne de migrations internationales*, vol. 14, n°1, 1998 p 215.

¹²⁷ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 54-55.

¹²⁸ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud...*, p 42.

dans leur pays. Ils font partie de cette immigration plus pauvre évoquée par A. Bouillon. Globalement ils ont tous un niveau d'instruction élevé. Ces immigrés de milieux « populaires » vivent de petits commerces, de petites entreprises artisanales de confection ou de service (taxi, coiffeur, vendeur, restaurateur, serveur, etc.), comme travailleurs indépendants ou comme employés. Ces communautés d'expatriés, qui conservent des attaches avec leur pays d'origine, des pratiques et des habitudes propres à leur pays, constituent des diasporas en Afrique du Sud. Ainsi l'un des changements marquant des années 1990 fut l'accroissement de la taille de la population immigrée en provenance des pays africains, et en particulier de la République démocratique du Congo et du Nigéria¹²⁹. Les villes de Johannesburg et du Cap, où les interviews ont été menées, sont parsemées de boutiques, d'ateliers de couture tenus par ces immigrés. Les stylistes interrogés sont originaires pour la grande partie, de la RDC, du Ghana, et du Nigéria. Ils sont à l'origine d'une mode que nous avons choisie de qualifier de « panafricaine » ou « interafricaine »¹³⁰. Bien que contribuant au déploiement de la mode, revitalisant des quartiers comme l'ancien *Fashion District* de la ville de Johannesburg, ils exercent dans un climat de xénophobie. Une tension sociale est à soulever ici. Les stylistes immigrés subissent le racisme grandissant des Sud-Africains noirs alors qu'une grande partie de cette population est cliente de ces stylistes. Il est pertinent de décrire ce contexte car il explique en partie leurs conditions de travail et la localisation des stylistes de l'ombre dans la ville de Johannesburg.

b. Contexte de xénophobie 1990- 2011.

L'augmentation du nombre d'étrangers s'est accompagnée dès cette époque d'une montée d'un climat de xénophobie dont témoignent beaucoup d'incidents, d'une gravité parfois extrême car se terminant par des meurtres. En 1998, trois immigrés furent jetés d'un train en marche, et en 2002 le consulat nigérian de Johannesburg dénonça le

¹²⁹ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud...*, p 78.

¹³⁰ « mode interafricaine », terme utilisé par Mariama Ndoye Mbengue, « Culture, art et mode vestimentaire au Sénégal », *le Potentiel*, mercredi 18 mars 2005 [en ligne] (page consultée en février 2012).

Disponible sur : <http://www.lepotentielonline.com>. Mariama Ndoye Mbengue fut conservatrice du Musée d'art africain de l'IFAN (Institut fondamental d'Afrique noire) à Dakar jusqu'en 1986, et est aujourd'hui écrivaine.

chiffre alarmant de 53 Nigériens assassinés entre 1997 et 2001¹³¹. Avant même les récents meurtres de Mozambicains, Zimbabwéens dans les townships du pays en 2008, 2009, et mai 2010, Aderanti Adepoju confirmait déjà en 2003, ces données sociales : « ... la même population noire dirigea sa colère à l'unisson vers les immigrés spécialement, en effet presque exclusivement les « étrangers » des autres pays africains »¹³² [Notre traduction]. Concernant plus précisément les immigrés continentaux, Antoine Bouillon explique que, malgré leur faible proportion, les Africains venant des pays situés au nord de l'Afrique australe étaient et sont encore aujourd'hui, la cible d'un racisme fort, émanant des rangs des Sud-africains noirs¹³³.

La transition démocratique s'accompagna donc d'une montée de la xénophobie mais aussi de la médiatisation de la répression des étrangers, dans la presse écrite et les journaux télévisés, entretenant la xénophobie envers ces Africains¹³⁴. Les médias jouèrent et continuent de jouer un rôle important dans la diffusion d'une représentation stéréotypée des étrangers, considérés dans l'imaginaire collectif sud-africain comme tous illégaux, et relayant des chiffres fantaisistes qui développent des climats anxigènes et exacerbent les peurs fantasmées. Le statut de « réfugiés politiques » de la plupart des Nigériens et de nombreux Congolais, est constamment remis en question dans les médias et par les autorités, ce qui renforce les préjugés à l'égard de ces groupes¹³⁵. Les Nigériens souffrent du stéréotype envahissant selon lequel ils sont impliqués dans le trafic de drogue et d'autres activités illicites. Leurs relations avec les Sud-africains en sont profondément influencées.

La xénophobie ambiante s'accroissant au 21^{ème} siècle semble s'expliquer en grande partie par un contexte socio-économique difficile. A. Adepoju le résume ainsi:

¹³¹ Aderanti Adepoju, « Continuity and Changing Configurations of Migration to and from the Republic of South Africa », *International Migration*, vol. 41, n° 1, 2003, p 13 et 15.

¹³² Aderanti Adepoju, « Continuity and Changing Configurations of Migration to and from the Republic of South Africa », *International Migration*, vol. 41, n° 1, 2003, p 8: « ... the same black population vetted its anger in unison against immigrants especially, indeed almost exclusively « foreigners » from other African countries ».

¹³³ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 78.

¹³⁴ Antoine Bouillon, « Immigration et immigrés en Afrique du Sud », *Revue européenne de migrations internationales*, vol. 14, n°1, 1998, p 202.

¹³⁵ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 82.

« ... ces dernières années, la République d’Afrique du Sud est devenue de plus en plus xénophobe : un nombre grandissant de Sud-africains regardent maintenant les étrangers des pays africains voisins comme une menace directe à leur bien-être économique et comme responsables de la montée de la criminalité violente »¹³⁶.

La persistance du chômage dans l’ère post-apartheid a certainement accru la pression sur les Africains noirs étrangers et intensifié la tendance à les rendre coupables du manque d’ordre et de progrès dans la société post-apartheid¹³⁷. Les vendeurs de rue sénégalais, maliens, zimbabwéens, sont accusés par les commerçants sud-africains de pratiquer des prix trop bas¹³⁸. Les témoignages recueillis par les sociologues de l’ouvrage dirigé par A. Bouillon, rejoignent parfaitement les propos tenus par les stylistes étrangers interrogés dans cette recherche. Néné, une jeune congolaise, explique qu’en dehors du « business », les étrangers sont appelés « *makwerekwere* »¹³⁹, qui est un mot d’argot utilisé pour qualifier les étrangers, et particulièrement les immigrants clandestins. Les origines de ce mot sont floues, il ferait référence aux sons incompréhensibles perçus par les Sud-africains quand les étrangers parlent dans leur langue maternelle.

c. Localisation des stylistes immigrants.

Après une première phase de transformation du centre-ville de Johannesburg, passant d’une prédominance blanche à une prédominance noire à la suite de la chute du régime d’apartheid, une deuxième phase plus récente concerne l’expansion de la population étrangère africaine dans ses quartiers centraux, « incontestablement les Zaïrois, les Angolais et les Nigériens formaient, en 1995-96, les groupes les plus

¹³⁶ Aderanti Adepoju, « Continuity and Changing Configurations of Migration to and from the Republic of South Africa », *International Migration*, vol. 41, n° 1, 2003, p 14: « In recent years, RSA has become increasingly xenophobic: a growing number of South Africans now regard foreigners from fellow african countries as a direct threat to their future economic well-being and as responsible for the troubling rise in violent crime ».

¹³⁷ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 86.

¹³⁸ Aderanti Adepoju, « Continuity and Changing Configurations of Migration to and from the Republic of South Africa », *International Migration*, vol. 41, n° 1, 2003, p 13.

¹³⁹ Septembre 2009: entretien avec Néné, styliste congolaise, à Gambela Market, quartier de Yeoville, Johannesburg.

importants, se comptant par milliers»¹⁴⁰. Deux raisons principales à l'émigration ressortent des entretiens avec les stylistes immigrés: fuir l'instabilité politique de leur pays, et/ou rechercher des opportunités professionnelles.

Ces stylistes en majorité immigrés d'Afrique de l'ouest et d'Afrique centrale viennent du Nigéria, du Ghana, de la République démocratique du Congo, mais aussi du Sénégal, du Mali, du Burundi, du Cameroun. Installés en nombre dans le centre des grandes villes¹⁴¹ qui grouille de monde et d'activité, la plupart habitent non loin de leur lieu de travail. Pour la ville de Johannesburg ils se concentrent massivement dans les quartiers de *Joubert Park*, *Hillbrow*, *Berea* et *Yeoville*, jouxtant le centre-ville. Un tel regroupement tient, d'après A. Bouillon, à la fois à des raisons économiques (logements les moins onéreux près du centre-ville), à l'accès à un réseau de transport en commun facilitant les déplacements, ainsi qu'à des boutiques et services¹⁴². La peur d'actes xénophobes et de la criminalité les incite également à se regrouper par appartement, immeuble et bâtiment. Cette implantation dans la ville est toujours actuelle, avec des quartiers comme Yeoville, devenu majoritairement congolais. Il abrite un grand marché appelé *Gambela Market* connu pour être la réplique du marché originel de la RDC¹⁴³, où les commerçants vendent principalement des produits congolais, et les stylistes et couturiers, des pagnes de tissus *wax*. Ce marché accueille aussi des femmes stylistes ghanéennes et zimbabwéennes.

Concernant leur lieu de travail, les stylistes immigrés travaillent dans des « boutiques-ateliers »¹⁴⁴: un seul et même espace où ils cousent et vendent les vêtements exposés sur des présentoirs ou suspendus aux murs. La plupart du temps, ce sont des équipes composées du patron et de ses deux ou trois employés. Dans bien des cas il a pu être remarqué que le patron est originaire d'Afrique de l'ouest ou centrale, alors que les employés sont souvent originaires d'Afrique australe (Malawi, Zimbabwe ...).

Se distinguent deux types de boutiques : des boutiques-ateliers donnant sur la rue, ou des ateliers indépendants au sein d'un bâtiment. S'agissant des premières, elles sont

¹⁴⁰ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 31.

¹⁴¹ Ce centre originel de la ville est appelé en anglais « down-town ».

¹⁴² Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 35.

¹⁴³ Bien que Gambela soit une région et une ville de l'extrême sud-ouest de l'Ethiopie, le nom de ce marché est emprunté à celui du même nom en RDC, le marché de *Gambela* ou marché *Mama Apenge Gambela*, qui est un des plus grands marchés de Kinshasa, situé sur l'avenue Gambela dans la commune de Kasa-Vubu.

¹⁴⁴ Terme que j'ai créé pour parler d'un lieu où le styliste fabrique ses vêtements, les expose, les fait essayer à ses clients, et les vend.

fréquemment regroupées dans une même rue. Les vitrines révèlent des mannequins parés de vêtements dans des styles divers.



Figure 17 : Vitrine de la boutique de Tawfik, styliste ghanéen. *Shop n°4, His Majesty's Building, Joubert Street, Between Commissioner and Fox Street, Johannesburg, 2009.*



Figure 18 : Vitrine de la boutique de Tawfik, styliste ghanéen. *Shop n°4, His Majesty's Building, Joubert Street, Between Commissioner and Fox Street, Johannesburg, 2009.*

Le second type de boutique, qui s'apparente plus à de simples ateliers, se trouve au sein d'immeubles. Des bâtiments entiers de la ville de Johannesburg constituent des viviers de créateurs de mode, ils concentrent quantités de stylistes. Certains abritent plusieurs étages entièrement dédiés à la mode, à la couture, chaque salle étant un atelier indépendant où les stylistes et leurs couturiers travaillent derrière leurs machines à coudre ou devant de grandes tables à découper des patrons. Les portes restent souvent ouvertes, les gens discutent, se croisent dans les couloirs, se connaissent, et tissent des liens amicaux. Ce sont des lieux de création vestimentaire insoupçonnables depuis la rue, dans lesquels les stylistes circulent, interagissent, s'entraident.

Au cours des mois de recherche, il a été constaté que stylistes et employés couturiers changent de lieu de travail et d'équipe régulièrement. Les associations et collaborations

se font et se défont au gré du prix du loyer de l'atelier, du profit obtenu ... Il semblerait que ce milieu soit très mouvant car fugace et peu visible. L'unique façon de trouver ses membres est de partir à leur recherche dans le cœur de la ville, avec parfois pour seul indice une pancarte posée sur un trottoir ou à l'entrée d'un bâtiment indiquant : *Fashion Designer* à tel étage. Le bâtiment appelé « *London House* », situé dans *Loveday street* à Johannesburg, s'est révélé une source d'informations précieuse durant les recherches de terrain. En plus des innombrables ateliers de couture, il s'y trouve une école de mode visant à former des personnes modestes en leur permettant de créer leur propre affaire.

Globalement, les stylistes se concentrent dans certains quartiers de la ville, ceux du *Fashion District*, de *Ghandi Square*, de *Yeoville*¹⁴⁵ ... un peu comme des corporations d'artisans. Ils se fournissent en tissus dans différents endroits: *oriental plaza* (originellement marché tenu par les « Indiens »), *market street*, *pritchard street*.

Tous ces espaces urbains reflètent le cosmopolitisme de la ville, où le vêtement joue un rôle important dans l'identification des individus et de leurs origines. Les immigrés en Afrique du Sud sont repérables par leurs styles vestimentaires. Ainsi, les Congolais, les Nigériens, les Ghanéens, du fait de leurs traits physiques, de leur difficulté à parler les langues sud-africaines, mais aussi par leur habillement, se différencient clairement. Les femmes étrangères sont reconnaissables dans la rue par leurs ensembles hauts et jupes longues en tissu *basin*, dentelle, ou *wax*, et leurs coiffes réalisées dans le même tissu. Un homme se promenant en boubou est de façon évidente un immigré, ou encore le soin porté à la combinaison recherchée de certains éléments vestimentaires peut être le signe d'une culture de la sape congolaise. Pour se rendre compte plus facilement de leur apparence au quotidien, voici trois photographies de personnes immigrées dans les rues du Cap :

¹⁴⁵ Voir la carte en annexe: *Stylistes de l'ombre*.



Figure 19 : Jeune homme congolais dans les rues du Cap, 2009.

Cette photographie montre un jeune passant congolais dans les rues du Cap portant une casquette, une chemise dans les tons violet, une veste en lin dans un autre ton violet, un pantalon aux motifs léopard et des chaussures en tissu denim bleu (jean).



Figure 20 : commerçant sénégalais dans un marché du Cap, 2009.

Cette photographie présente un vendeur sénégalais sur un petit marché au centre-ville du Cap. Par-dessus une tenue de style européen (pull et pantalon), il porte une tunique de forme boubou multicolore descendant jusqu'aux genoux, composé d'un assemblage de tissus wax, un foulard de type keffieh autour du cou et une casquette.



Figure 21 : commerçante camerounaise dans un marché du Cap, 2009.

Cette troisième image est celle d'une dame camerounaise, travaillant sur le même marché que le monsieur sénégalais. Elle porte un ensemble trois pièces dans un tissu basin violet: pagne, haut évasé (col rond et manches larges mi-longues), coiffe. Le haut est agrémenté de broderies blanches tout autour du col rond.

Ces photographies montrent à l'évidence la façon dont les immigrés africains peuvent être remarqués dans des paysages urbains sud-africains où presque tout le monde est vêtu dans un style européen. Nombre de gens de milieu très modeste viennent quotidiennement travailler dans le centre-ville, ils portent souvent des vêtements abîmés, usés, à côté desquels les vêtements de tissus *wax* et *basin* des immigrés paraissent resplendissants.

2. Des vêtements panafricains.

Cette mode (les vêtements dits traditionnels ou d'inspiration traditionnelle créés par les stylistes du groupe 1) est considérée comme panafricaine pour trois raisons principalement :

- la diversité des origines culturelles des acteurs impliqués (stylistes, couturiers, employés, vendeurs de tissus, importation de tissus, origines diverses des clients).
- l'adoption de tissus et coupes d'Afrique continentale par les Sud-africains.
- la diffusion de vêtements d'inspirations traditionnelles sud-africaines réinterprétés à la lumière de la multiplicité culturelle africaine des villes.

Les vêtements produits en centre-ville marquent fortement le caractère cosmopolite, international, transcontinental, des villes sud-africaines. La sphère de la création du vêtement brasse une diversité de cultures africaines, à la fois au sein des stylistes et des clients. Plusieurs stylistes ont mentionné des touristes européens, ou des « Afro-américains »¹⁴⁶ parmi leurs clients, qui sollicitent ces vêtements, qui d'après eux, sont porteurs d'une identité africaine globale ou panafricaine. Ces touristes « afro-américains » en portant ces vêtements, ont la volonté de revendiquer leurs origines africaines.

Les vitrines des boutiques-ateliers exposent un ensemble de variantes des habits dits traditionnels dans des tissus imprimés *wax*, brodés, venant de toute l'Afrique. À l'intérieur des boutiques, ils sont suspendus en hauteur, ponctuant les murs.

¹⁴⁶ Terme utilisé par les stylistes.



Figure 22 : Boutique-atelier de Léo, styliste nigérian, *Bree Street*, Johannesburg, 2009.

Photographie personnelle prise le 27/08/2009 dans la boutique-atelier de Léo, *Bree Street*, Johannesburg.

Certains vêtements sont de style ouest ou central africain : des boubous, de longues tuniques, des chemises décorées de broderies, ou bien des hauts à manches amples avec des jupes de forme « trompette » dans des tissus *wax* ou *basin* inspirés des vêtements nigériens.

D'autres vêtements sont précisément identifiés comme zoulou, pedi, xhosa, swazi, bien que leur composition (tissu et formes) soit mixte : un vêtement dit zoulou peut être constitué d'une jupe brodée de motifs multicolores géométriques faisant référence au traditionnel tablier ou cache-sexe de perles. Le fait de reprendre les couleurs vives ainsi que les motifs géométriques suffit à en faire un vêtement zoulou même si les broderies remplacent ici les véritables perles. Ces vêtements¹⁴⁷ propres aux différentes communautés du pays sont destinés à être portés par les Sud-Africains dans des contextes particuliers de fêtes et de cérémonies, pour les mariages, les funérailles, les journées du patrimoine. Ils ne seront pas utilisés dans la vie quotidienne.

Enfin, certains vêtements ne sont pas associés aux styles d'une région d'Afrique mais sont décrits par les stylistes comme de « style africain général » (*global african style*).

L'adjectif « panafricain » définit donc l'ensemble de ces vêtements (style ouest africain, style sud-africain et style global africain), qui sont tous empreints de métissage.

¹⁴⁷ Voir photographies dans l'annexe 2. Ces vêtements sont analysés dans le troisième chapitre.

a. Tissus et vêtements en provenance d’Afrique de l’ouest et d’Afrique centrale.

Il est important d’évoquer les traditions vestimentaires de leurs régions d’origine pour saisir les nouveautés que les immigrés apportent dans ce domaine.

L’Afrique de l’ouest et l’Afrique centrale ont une longue tradition du tissage et donc du vêtement tissé : les cotonnades du Burkina faso, les *kente* ashantis du Ghana, les *ika* baoulés de Côte d’Ivoire, les *aso oke* yorubas du Nigéria, les pièces d’étoffes kubas (raphia) de la RDC. Comme l’explique Anne Grosfilley dans un article sur le tissage au Burkina-Faso :

« Renée Boser-Sarivaxévanis (1975) attribue l’origine du tissage en Afrique de l’Ouest aux tisserands castés Maabube Peul. Ils seraient partis du Mont Aïr (situé dans le Niger actuel) pour atteindre le Macina autour du VIIe siècle. À partir du Macina, leur expansion se serait faite suivant deux axes : d’une part, une migration vers l’Ouest en direction du Mont Guidimaka, afin d’atteindre ensuite les peuples côtiers Wolof, Serer et Toucouleur, et d’autre part une extension dans la boucle du Niger qui devint l’épicentre de diffusion du tissage, atteignant progressivement les populations Bambara, Dogon et Mossi, et rejoignant le peuple Haoussa »¹⁴⁸.

Anne Grosfilley établit une corrélation entre les routes de diffusion du tissage, du couvrement des corps en Afrique de l’ouest et les axes de conversion à l’islam¹⁴⁹. Ces traditions font la fierté des gens d’Afrique de l’ouest et centrale qui considèrent ainsi détenir une culture particulière du vêtement. Les propos de Celio, styliste congolais (Kinshasa), réfugié en Afrique du Sud depuis 2004, sont explicites : son travail consiste à faire des vêtements, « c’est un prolongement naturel » car ses « ancêtres ont toujours pratiqué cet art, ils prenaient l’écorce des arbres et tissaient le raphia »¹⁵⁰. À la différence, l’Afrique du Sud a surtout une tradition de vêtements de cuir et de perles, les vêtements de tissus apparaissant non pas grâce à une culture du tissage mais par l’importation. La seule mention de tissage concernant l’Afrique du Sud est celle du tissage de fils de perles.

¹⁴⁸ Anne Grosfilley, « Le tissage chez les Mossi du Burkina Faso : dynamisme d’un savoir-faire traditionnel », De Boeck Université, *Afrique contemporaine*, 2006/1, n° 127, p 203, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : <http://www.cairn.info>

¹⁴⁹ Anne Grosfilley, « Le tissage chez les Mossi du Burkina Faso ... », p 205, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : <http://www.cairn.info>

¹⁵⁰ Vendredi 26 juin 2009 : entretien avec Célio, styliste congolais, 25 *Melle Street CNR De Korte, Braamfontein*, Johannesburg.

1) Tissus/Particularités.

Tissu *wax*.

En Afrique de l'ouest, les tissus *wax* sont très répandus et comptent parmi les étoffes caractéristiques de cette région. Ann Gollifey précise dans son article intitulé *Urban Camouflage Street Safari*, que les tissus de coton imprimés produits en Europe furent largement distribués dans l'ouest du continent en particulier¹⁵¹. Les Hollandais reprirent cette technique d'impression des pagens javanais, pour en produire dans leur propre pays à destination du marché africain il y a environ 150 ans. Comme l'écrit Victoria Rovine¹⁵², l'origine de ces étoffes se situe en Afrique, en Indonésie, en Hollande et en Grande Bretagne¹⁵³. C'est de ce fait un tissu à la fois européen et africain, produit en Hollande, en Angleterre, ainsi qu'en Afrique, néanmoins il est « revendiqué par les Africains de toute l'Afrique de l'ouest comme un élément de leur culture, un symbole de l'identité africaine »¹⁵⁴. La compagnie hollandaise des Indes orientales, créée en 1602, facilita le commerce entre les colonies hollandaises en Asie et les marchés européens. Les batiks ayant peu de succès sur le marché européen, les firmes se tournèrent alors vers le marché représentant un intérêt économique croissant au 19^{ème} siècle: l'Afrique de l'ouest. Cependant, ils ne firent pas l'unanimité à leurs débuts. Tout comme les Africains surent imposer leurs goûts en termes de couleurs et de formes concernant les perles de verre que les Européens importèrent en Afrique australe, ils refusèrent les premiers pagens apportés par les Hollandais en Afrique occidentale. Au Ghana, une des étapes de la route des Indes, « les pagens javanais de coton très fin ne répondaient pas aux exigences locales, et les échantillons proposés furent refusés »¹⁵⁵. Face à ce premier échec, ils durent s'adapter au marché africain, en fabriquant en Hollande, puis en Angleterre, des *wax prints* (tissus imprimés à la cire) conformes aux exigences des habitants de cette région du continent. S'adapter aux goûts régionaux pour créer les motifs et couleurs attendus permet de faire naître une demande et de vendre davantage. Ces tissus *wax* si connus à travers le monde comme représentatifs

¹⁵¹ Ann Gollifey, « Urban Camouflage Street Safari », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70 Aprile, Bologna : Edizioni Lai Momo, 2010, p 60.

¹⁵² Professeur d'Histoire de l'Art et d'Etudes Africaines à l'Université de Floride.

¹⁵³ Victoria Rovine, « Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 3, n°25, 2009, p 48.

¹⁵⁴ Les tissus [en ligne] (page consultée en avril 2011).

Disponible sur : <http://www.saramani.fr/Tissus/Tissusframeset.htm>

¹⁵⁵ Sophie Lebreton, La pratique du pagne en Côte d'Ivoire, une expression multiculturelle p 1/2 [en ligne] (page consultée le 9/05/2011). Disponible sur : www.africultures.com

« du vêtement africain », ne sont donc pas d'origine africaine. Sophie Lebreton explique qu'ils sont la résultante de « l'amalgame de techniques d'origine indonésienne, hollandaise, et ouest africaine ; c'est un processus mi-industriel, mi-artisanal »¹⁵⁶. Le *wax* est donc un tissu dont la technique fut élaborée en Hollande à partir de celle du batik javanais, au milieu du 19^{ème} siècle. À partir du 20^{ème} siècle, il commença à être produit sur le continent, des usines textiles virent le jour « en Afrique centrale et en Afrique de l'ouest, spécialement au Nigéria et au Ghana ... »¹⁵⁷ [Notre traduction]. Anne Grosfilley mentionne également la Côte d'Ivoire, selon elle, les plus connues sont « les usines de *wax Uniwax* (Abidjan, Côte d'Ivoire) et *GTP* (Tema, Ghana) »¹⁵⁸ [Notre traduction]. *Uniwax* est un producteur majeur de tissus *wax* pour toute l'Afrique¹⁵⁹. Il existe quand même des usines en Tanzanie, en Zambie, au Zimbabwe, en Afrique du Sud¹⁶⁰ (uniquement pour le tissu *shweshwe*). Aujourd'hui en Europe, seul la marque hollandaise *Visco* continue encore de produire des tissus estampillés « Véritable hollandaise since 1846 ». Le *wax* se décline dans une multitude de couleurs et de motifs, véhiculant chacun des messages spécifiques en fonction du contexte dans lequel il est porté. Il a également une haute valeur sociale et économique en Afrique de l'ouest. Ce type de tissu est aussi très prisé en Afrique centrale, dont la République Démocratique du Congo. Différentes qualités existent ainsi que différents noms. Les stylistes immigrés parlent de *Super deluxe wax* venant de Hollande, mais aussi de *sozzo*, *super sozzo* produit sur place, ou bien de nombreux tissus *wax* produits et vendus par les Chinois sur le continent. Même si l'immigration asiatique est minoritaire par rapport aux migrations intra-africaines, cette population joue un rôle non négligeable dans l'activité des stylistes africains en Afrique du Sud. Les deux populations immigrées interagissent dans l'intérêt de chacune d'entre elles. Néné, styliste congolaise, explique qu'ils sont nombreux à commercer avec les Chinois qui proposent des tissus *wax* de bonne qualité

¹⁵⁶ Sophie Lebreton, La pratique du pagne en Côte d'Ivoire, une expression multiculturelle p 1/2 [en ligne] (page consultée le 9/05/2011). Disponible sur: www.africultures.com

¹⁵⁷ Ann Gollifer, « Urban Camouflage Street Safari », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna: Edizioni Lai Momo, aprile 2010, p 60: « Cloth factories were set up in Central Africa and West Africa, specifically in Nigeria and Ghana ... ».

¹⁵⁸ Anne Grosfilley, « Les créateurs africains de « haute couture » : entre redéfinition du vêtement et recherche d'identité », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna : Edizioni Lai Momo, Aprile 2010 p 12.

¹⁵⁹ Victoria Rovine, « « An african sensibility »: Chris Seydou's Fashion Innovations », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna: Edizioni Lai Momo, Aprile 2010 p 18: « The city is home to the UNIWAX textile company, a major producer for the whole of Africa ».

¹⁶⁰ Ann Gollifer, « Urban Camouflage Street Safari », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna : Edizioni Lai Momo, Aprile 2010, p 60.

et à bas prix¹⁶¹. Elle ajoute : « ils nous aident aussi », ainsi leur collaboration est ressentie comme une solidarité inter-communautaire. La création vestimentaire est à la fois une forme d'art et une entreprise commerciale. Tout gain sur le coût de production est une aubaine.

Le *shweshwe*.

Il existe un seul type de tissu imprimé à la cire revendiqué comme tissu sud-africain et censé refléter l'identité sud-africaine: le *shweshwe*, un tissu imprimé à double tons, avec des motifs floraux ou géométriques, introduit par un chimiste allemand au 19^{ème} siècle. Produit sur place depuis des décennies par l'entreprise *Da Gama Textiles*, il est disponible en trois principales couleurs : bleu, rouge, brun. Bien qu'il existe une variété de vêtements dits traditionnels en Afrique du Sud, ce tissu porté par toutes les femmes quel que soit leur groupe d'appartenance, leur âge, représente le tissu sud-africain par excellence. Considéré comme un tissu « traditionnel », il est utilisé pour la confection d'ensembles féminins, jupes et hauts, ou robes, portés lors de fêtes et parfois dans la vie quotidienne selon l'envie de la femme sud-africaine.

La robe de couleur brune est faite de tissu *shweshwe* brun alors que l'autre robe est faite de tissu *shweshwe* bleu combiné à un tissu satiné violet¹⁶².



Figure 23 : Créations de Léo, styliste nigérian, 2010.

¹⁶¹ Propos de Néné, styliste congolaise. Entretien à *Gambela Market*, quartier de *Yeoville*, Johannesburg, septembre 2009.

¹⁶² Photographie personnelle prise le 27/08/2009 dans la boutique-atelier de Léo, styliste nigérian, *Bree Street*, Johannesburg.

Le *bogolan*.

Le tissu *bogolan* est moins fréquemment rencontré en Afrique du Sud. Les vêtements faits de *bogolan* apparaissent peu dans cette recherche, seul un styliste burundais interrogé à Cape Town l'utilisait pour produire des vestes de type occidental. Son patron était Malien, ce qui explique certainement la présence de ce tissu dans sa production. Victoria Rovine parle du *bogolan* comme d'une « icône d'identité »¹⁶³ malienne [Notre traduction]. Bien que ce tissu soit fabriqué par de nombreux groupes ethniques du Mali, il est plus précisément associé aux Bamanas, le groupe ethnique le plus important du pays¹⁶⁴. C'est un tissu teint puis peint à la main. Victoria Rovine, qui a réalisé sa thèse sur le *bogolan* du Mali, explique son processus de fabrication¹⁶⁵: le tissu de coton est trempé dans un bain de teinture fait de feuilles pour leur tanin servant de fixatif et donnant une coloration jaune. Cette couleur est ensuite effacée par un lavage avec un savon produit localement. Dans la seconde étape du processus, les femmes peignent sur le tissu avec de la boue, couvrant presque entièrement la surface, laissant vierges les espaces qui rendent les motifs géométriques. Les différentes quantités de couches de peinture appliquées donnent les tons foncés, bruns ou noirs.

Tissus brodés et dentelle.

Les tissus brodés et de dentelle (d'organza, de coton) quant à eux, très prisés au Nigéria, trouvent leurs origines en Europe, surtout en Autriche. Le Nigéria, qui représente le plus important marché de dentelle au monde, entretient depuis des décennies des relations privilégiées avec l'Autriche, en particulier la ville de Lustenau qui produit de la dentelle depuis deux siècles¹⁶⁶. Depuis les années 1980, des manufactures autrichiennes se sont implantées au Nigéria qui compte aujourd'hui une vingtaine de lieux de production de tissus brodés et de dentelle. Tout comme le *wax*, la

¹⁶³ Victoria Rovine, « An african sensibility »: Chris Seydou's Fashion Innovations, *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna: Eidzioni Lai Momo, Aprile 2010, p 19: « Bogolan: An Icon of Identity ».

¹⁶⁴ Victoria Rovine, « An african sensibility »: Chris Seydou's Fashion Innovations, *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna: Eidzioni Lai Momo, Aprile 2010, p 19.

¹⁶⁵ Victoria Rovine, « An african sensibility »: Chris Seydou's Fashion Innovations, *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna: Eidzioni Lai Momo, Aprile 2010, p 19.

¹⁶⁶ Austrian Lace Documentary [en ligne] (vidéo consultée en mai 2011). Disponible sur : <http://www.ladybrillenigeria.com>

dentelle produite aujourd'hui est ajustée aux goûts et demandes spécifiques des Nigériens. Les Sud-Africaines aiment ces tissus qu'elles connaissent par les sitcoms nigériens très suivis dans toute l'Afrique.

2) Coupes de vêtements/Singularités formelles.

Le boubou.

Les boubous sont de longues et larges robes, à partir d'une « étoffe pliée en deux, cousue et fendue pour laisser passer la tête »¹⁶⁷. Selon Bernhard Gardi le mot boubou est une déformation du mot wolof *mbubb*¹⁶⁸.

Anitra Nettleton¹⁶⁹ évoque l'influence islamique arabo-bèrèbre du Maghreb, traduite dans le développement des broderies sur les longues robes ou boubous en Afrique de l'ouest. Ces influences nord-africaines lui permettent de parler d'une « identité moderne panafricaine »¹⁷⁰. La notion de style vestimentaire panafricain ou interafricain utilisée dans cette partie fait donc écho aux termes employés par d'autres chercheurs ayant travaillé sur les vêtements d'Afrique de l'ouest. Les boubous sont souvent faits de tissu *basin* (damas), c'est-à-dire une pièce de coton damassée, teinte et ensuite apprêtée : « amidonné et frotté d'un pain de cire, il est confié à des « tapeurs » qui le martèlent avec des maillets en bois¹⁷¹ pour incruster les motifs, selon la technique de jacquard¹⁷². Cela rend l'étoffe rigide et lui donne son aspect brillant. Produit en Allemagne et en Chine¹⁷³, il est le symbole de l'élégance urbaine en Afrique. Ils peuvent être ornés de broderies. En Afrique du Sud, lorsqu'il est porté par un Sénégalais, un Nigérien, il garde sa connotation religieuse. Quand il est porté par un Sud-Africain, c'est pour sa beauté, son confort. Les boubous sont portés par des musulmans et des non musulmans.

¹⁶⁷ Sophie Lebreton, La pratique du pagne en Côte d'Ivoire, une expression multiculturelle p 1/2 [en ligne] (page consultée le 9/05/2011). Disponible sur : www.africultures.com p 2/ 2.

¹⁶⁸ Bernhard Gardi, *Le Boubou- c'est chic, Les boubous du Mali et d'autres pays de l'Afrique de l'Ouest*, Museum der kulturen, Basel : Christoph Merian, 2002, p 14.

¹⁶⁹ Professeur d'Histoire des Arts de l'Afrique, Université du Witwatersrand Johannesburg, directrice de la *Wits School of Art*.

¹⁷⁰ Anitra Nettleton, *Engaging modernities, Transformation of the common place*, Johannesburg: University of the Witwatersrand Art Galleries, Standard Bank collection of African Art, 2003, p 25.

¹⁷¹ Les tissus [en ligne] (page consultée en avril 2011).

Disponible sur : <http://www.saramani.fr/Tissus/Tissusframeset.htm>

¹⁷² Anne Grosfilley, *Afrique des textiles*, Aix-en-Provence : Edisud, 2004, p 85.

¹⁷³ Anne Grosfilley, *Afrique des textiles*, Aix-en-Provence : Edisud, 2004, p 174.

Dans un contexte cosmopolite comme le milieu urbain, le vêtement dépasse les identités nationales et religieuses pour évoquer des identités hybrides. Comme l'écrit Frédéric Godart, « la mode est « relationnelle ». Chaque individu peut avoir de multiples identités, qui peuvent être publiques ou privées, formelles ou informelles, et se révèlent souvent contradictoires »¹⁷⁴.

Le pagne.

Le pagne, tissu enroulé et noué sur les hanches, couvrant les jambes comme une jupe longue, est très utilisé au Congo (Brazzaville et Kinshasa). D'après l'étude sociologique menée par Nadège Bibila, « la mode vestimentaire basée sur le pagne est un moyen pour s'identifier et conserver son authenticité. Cela est aussi perçu comme une forme de résistance à l'invasion de modèles vestimentaires européens considérés comme impudiques »¹⁷⁵. Face à la mondialisation et l'uniformisation des cultures, le pagne apparaît comme symbole de « l'identité culturelle »¹⁷⁶ des Congolais. Le tissu *wax* est utilisé pour la confection de pagnes, mais aussi d'ensembles pour femmes de style globalement ouest africain. Le style dit « ouest africain » dans cette recherche, fait souvent référence à des modèles de vêtements inspirés du Ghana et du Nigéria. Ce sont par exemple des vêtements s'inspirant des ensembles trois pièces (*kaba*¹⁷⁷) du Ghana, des hauts avec jupes longues ou de longues robes à manches amples faits de tissu de dentelle ou brodé du Nigéria, ainsi que des coiffes et foulards de tête assortis, mais aussi des chemises pour hommes et des boubous.

¹⁷⁴ Frédéric Godart, *Sociologie de la mode*, Paris : La Découverte, 2010, p 24.

¹⁷⁵ Nadège Bibila, « La mode vestimentaire à Brazzaville dans le contexte de la révolution des TIC : entre innovation et imitation entrepreneuriales », *Inclusive Growth, Innovation and Technological Change : Education, Social capital and Sustainable Development GLOBELICS 7^{ème} Conférence Internationale 2009*, p 5, [en ligne] (page consultée en février 2012).

Disponible sur : smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/36350/nadege.pdf

¹⁷⁶ Terme emprunté à Nadège Bibila.

¹⁷⁷ L'ensemble de style *kaba* est très répandu en Afrique de l'ouest. Il est constitué d'un haut (souvent bustier) près du corps, d'une jupe longue serrée sur les hanches et évasée en bas, d'une coiffe. Beaucoup de photographies de *kabas* sont visibles sur le site : www.africangalleryonline.com

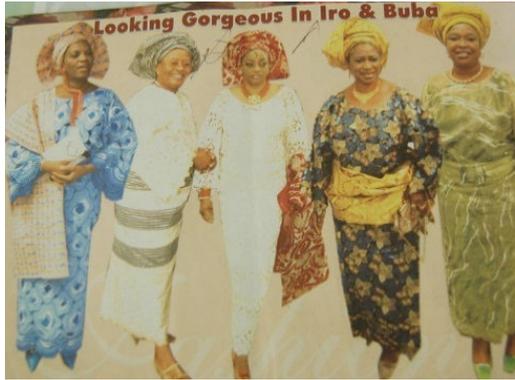


Figure 24 : Robes de dentelle du Nigéria, 2009.



Figure 25 : Robes de dentelle du Nigéria, 2009.



Mme Monica Boadu portant un ensemble *kaba* de tissu imprimé chinois. Kumasi, Ghana, 2007¹⁷⁸.

Figure 26 : Vêtement *kaba*, années 2000.

¹⁷⁸ Photographie de Suzanne Gott, extraite du livre *Contemporary African Fashion*, Bloomington et Indianapolis: Indiana University Press, 2010, edited by Suzanne Gott et Kristine Loughran.

Comme l'écrit Nadège Bibila à propos de Brazzaville, « la production de vêtements ne peut pas être considérée comme une simple industrie. Elle est aussi une production d'une identité culturelle »¹⁷⁹. Les identités culturelles évoquées sont la résultante d'un mélange culturel entre ouest, centre et Maghreb¹⁸⁰. Ce concentré d'influences africaines s'est déplacé sur le continent, du nord-ouest et centre, vers le sud.

Même si les tissus ouest africains sont connus, appréciés et portés par les Sud-africains lors de certaines fêtes, les pagnes avec du tissu *wax* ou les boubous faits de tissu *basin* et les ensembles de dentelle, lorsqu'ils sont visibles dans le paysage urbain, restent la signature vestimentaire des Congolais, des Ghanéens ou des Nigériens. Les vêtements africains « traditionnels » ne sont pas portés par les immigrés de la même façon que les Sud-africains portent leurs propres vêtements d'inspiration traditionnelle. Il est vrai que les immigrés africains portent des vêtements « européens », mais ils portent fréquemment des vêtements de style africain global: un Congolais portera un jean avec une chemise très colorée faite de tissu *wax* pour aller en cours à l'université, ou bien une Nigérienne marchera dans la rue habillée d'un ensemble de tissu de dentelle typique de sa région d'origine.

La différence de styles vestimentaires entre les immigrés continentaux et les Sud-africains est manifeste car les vêtements « européens » sont devenus des vêtements sud-africains à part entière, et portés quotidiennement depuis plus d'un siècle, les vêtements dits « traditionnels » en Afrique du Sud étant eux réservés à un usage qui reste ponctuel, spécifique à un contexte. Il semble qu'il n'y ait pas eu une évolution des costumes cérémoniels vers des vêtements traditionnels sud-africains qui puissent être portés au quotidien. Cette différence dans l'usage des vêtements « traditionnels » entre l'ouest, le centre et le sud de l'Afrique est résumée par Karen Tranberg Hansen qui parle ainsi de la Zambie:

¹⁷⁹ Nadège Bibila, « La mode vestimentaire à Brazzaville dans le contexte de la révolution des TIC : entre innovation et imitation entrepreneuriales », *Inclusive Growth, Innovation and Technological Change : Education, Social capital and Sustainable Development GLOBELICS 7^{ème} Conférence Internationale 2009*, p 2, [en ligne] (page consultée en février 2012).

Disponible sur : smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/36350/nadege.pdf

¹⁸⁰ Nadège Bibila, « La mode vestimentaire à Brazzaville ... », p 3, [en ligne] (page consultée en février 2012).

Disponible sur: smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/36350/nadege.pdf

« Les Sénégalais et les Nigériens suivent communément les styles régionaux existant depuis longtemps, s’habillant avec fierté dans le but d’exhiber les vêtements de styles « africains » produits localement. C’est en contraste avec la Zambie, où de tels artisanats du textile existaient à peine dans la période pré-coloniale et où aujourd’hui les gens de toute l’échelle socioéconomique, excepté les classes sociales élevées, s’habillent avec le vêtement occidental. En effet, les gens en Zambie porte le vêtement de style occidental depuis si longtemps qu’ils en ont fait leur propre vêtement »¹⁸¹ [Notre traduction].

C’est également le cas de l’Afrique du Sud où depuis le passage à un nouveau système vestimentaire datant de la période de la christianisation, le vêtement occidental est devenu petit à petit vêtement sud-africain à part entière. Ses habitants s’habillent majoritairement de cette façon depuis environ un siècle. Anitra Nettleton écrit dans ce sens,

qu’« à travers le siècle passé de règles coloniales et post-coloniales, des modifications et l’incorporation de conventions sont venues signifier un sens d’appartenance au monde moderne. Les populations africaines ont commencé à adopter des éléments du vêtement occidental depuis le 19^{ème} siècle »¹⁸² [Notre traduction].

b. L’Afrique du Sud : cadre récepteur de nouveautés

Comme évoqué précédemment, le caractère panafricain des vêtements en Afrique de l’ouest et centrale existe depuis des siècles. Il semblerait qu’une nouvelle vague panafricaine du vêtement est en train de naître en Afrique du Sud. Grâce à de nouveaux tissus et de nouvelles coupes, les stylistes immigrés apportent en Afrique du Sud des nouveaux styles qui résultent de la combinaison d’éléments de leurs propres traditions

¹⁸¹ Karen Tranberg Hansen, « Secondhand Clothing and Fashion in Africa », in *Contemporary African Fashion*, Bloomington et Indianapolis: Indiana University Press, 2010, edited by Suzanne Gott et Kristine Loughran, p 44: « ... Senegalese and Nigerians commonly follow long-standing regional style conventions, dressing with pride for purposes of displaying locally produced cloth in « African » styles. This is much in contrast to Zambia, where such textile crafts hardly existed in the precolonial period and where today people from across the socioeconomic spectrum except the top are dressing in the West’s used clothing. In effect, people in Zambia have been wearing Western-styled clothing for so long that they have made it their own. »

¹⁸² Anitra Nettleton, Julia Charlton, Fiona Rankin Smith, *Engaging modernities, Transformation of the common place*, Johannesburg: University of the Witwatersrand Art Galleries, Standard Bank collection of African Art, 2003, p 32: « Over the past century of colonial and post-colonial rule, modifications and incorporated conventions have come to signify a sense of belonging to the modern world. African peoples began to adopt items of western-style dress from the 19th century onwards. »

vestimentaires avec des éléments des vêtements sud-africains « traditionnels ». Pour la diaspora d'Afrique continentale cette fusion vestimentaire est un moyen de réinventer et créer des tendances avec pertinence. Lewis Van Dyk, en parlant de la mode produite par la diaspora africaine dans le monde, écrit :

« ... la production d'expressions et d'objets de mode originaux au sein de la Diaspora est d'autant plus importante là où des difficultés sociales profondes existent et où l'exclusion du courant général est extrême. Dans de telles situations, les esthétiques de la Diaspora existent avec vivacité et profondeur ... »¹⁸³ [Notre traduction].

Même si l'auteur parle de la diaspora africaine en contexte occidental, il semblerait que la situation d'exil et les difficultés sociales rencontrées par les stylistes immigrés en Afrique du Sud les poussent aussi à s'entraider et à développer un esprit d'initiative, entreprenant, audacieux. Il y a donc une mode originale issue de la diaspora qui est propre à la diaspora africaine continentale. S'il est important de savoir d'où viennent ces communautés, il est tout aussi important de prendre en compte le lieu où ils ont émigré, car grâce aux capacités d'adaptation de chacun leur production est alors cohérente avec le contexte spécifique.

Ainsi, le vêtement traditionnel des femmes zouloues garde des caractéristiques de base telles que la jupe plissée, la cape, la coiffe, mais tout le reste peut être retravaillé par le styliste selon son inspiration et son savoir-faire. Il aboutit à un vêtement dit traditionnel, tout à fait novateur, original. C'est pourquoi le terme « traditionnel » est à entendre dans son acception la plus large, car il qualifie des vêtements hérités d'une certaine histoire vestimentaire et en même temps soumis à diverses influences. Les vêtements dits traditionnels en Afrique du Sud tout comme en Afrique de l'ouest constituent donc des catégories ouvertes.

¹⁸³ Lewis Van Dyk, « Dilemmas in African Diaspora fashion », *Fashion Theory The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 7, n°2, June 2003, p 165: « The production of original fashion expressions and objects within the Diaspora is greatest where deep social difficulties exist and where the exclusion from the mainstream is extreme. In such situations, Diaspora aesthetics exist with vivacity and depth ... »

Vouloir « séparer des styles étrangers, importés, des styles indigènes¹⁸⁴ n'est pas tâche facile dans des marchés dynamiques avec de longues histoires d'interactions: un vêtement « traditionnel » n'est pas nécessairement un vêtement local »¹⁸⁵ [Notre traduction].

Les vêtements traditionnels sont recomposés au gré du contexte socioculturel et des acteurs qui interagissent. L'Afrique du Sud est un cadre récepteur où une partie de la vie créative dans le domaine du vêtement est plutôt générée par des formes et des gens venant de l'extérieur. Quelques descriptions formelles de ces créations présentées dans le chapitre 3 permettront de comprendre le qualificatif « panafricain » qui leur est appliqué et le renouvellement permanent de formes que recouvre le terme « traditionnel ».

Avant d'atteindre ce niveau d'hybridation et de multiplicité formelle, le vêtement textile en Afrique du Sud s'est développé sur la base d'un face-à-face avec les Blancs. Tout en se mondialisant et reflétant des identités, le vêtement porté individuellement est une façon de se créer une identité propre. Le contact avec les Blancs a été une réelle découverte dans certains détails comme le col de chemise, les chapeaux. L'héritage colonial britannique marque profondément la culture vestimentaire sud-africaine dont l'importance des uniformes. En Afrique du Sud, les écoliers, collégiens et lycéens, les agents de service, les gardiens de bibliothèque, les gardiens de parking ... portent tous des uniformes au quotidien. C'est surtout dans le monde professionnel que les uniformes gardent toute leur force. Ils signifient des rôles, des fonctions, des statuts sociaux, exactement comme le faisaient les vêtements et parures de cuir et de perles à une autre époque. Ici le terme d'uniforme connote l'autorité, la rigidité, la contrainte. Un autre domaine de la société reste imprégné de cet héritage, celui de la religion chrétienne. Les fidèles portent des costumes spécifiques à leur communauté d'appartenance. Le mot « costume » est préféré dans ce cas, à celui d'uniforme, car il laisse place à la créativité de chacun. Dans d'autres situations, comme lors de

¹⁸⁴ Le terme « *indigenous people* » est souvent utilisé par les Anglo-saxons pour se référer à des groupes culturels qui ont été colonisés. De façon générale un indigène est une personne originaire d'une région particulière, ainsi nous sommes tous indigènes d'une partie du monde.

¹⁸⁵ Victoria Rovine, « Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 3, n°25, 2009, p 48: « ... separating foreign, imported styles from indigenous one is no easy task in dynamic markets with long histories of interaction: « traditional » dress is not necessarily local dress ».

compétitions d'élégance, d'autres types de costumes sont sublimés dans les milieux pauvres de Johannesburg. Il y a donc différents univers du costume qui se juxtaposent mais ne s'interpénètrent pas. En Afrique du Sud, le monde professionnel, les occasions festives, la religion (le dimanche en particulier) sont autant de domaines qui mettent en avant des costumes. Dans le cas des costumes d'église et des costumes des *oswenkas*, les vêtements en jeu résultent d'une grande créativité qui se comprend si l'on tient compte du rapport à l'autre.

II. Le vêtement et le rapport à l'autre.

A. Vêtements et identités : deux cas d'étude.

1. Les costumes religieux.

a. Les Églises¹⁸⁶ Africaines Indépendantes (EAI¹⁸⁷).

L'Afrique du Sud est un pays qui se caractérise par sa multiplicité d'églises chrétiennes de différents types. Comme le disait Jean-Michel Dolbeau en 2000, c'est avant tout un pays chrétien « dans la mesure où 74 à 77% de la population revendique une affiliation à une église chrétienne¹⁸⁸ ». Certaines sont dites « africaines »,

¹⁸⁶ Dans le contexte sud- africain, le terme « église » désigne un groupe religieux qui se réunit en majorité tous les dimanches, pour prier. C'est un ensemble de personnes professant une même doctrine, animées d'une même foi. La majorité des églises composant ce cas d'étude, sont en fait majoritairement des regroupements en plein air, sans lieu de culte bâti. L'espace de prière est parfois matérialisé par un cercle formé par un cordon blanc, à l'intérieur duquel les membres sont pieds nus. Dans d'autres cas, c'est un grand abri qui fait office de lieu de culte, et plus rarement un bâtiment. Les Sionistes et les Apostoliques n'ont donc pas beaucoup d'églises construites, les cultes se déroulent dans des salles de classe, dans les maisons, et surtout en extérieur dans les parcs. Comme le dit Marthinus Daneel, « à cause de la diversité des milliers de mouvements dont nous sommes en train de parler, l'utilisation du terme église n'implique pas un jugement de valeur rigide, mais est principalement une caractérisation générale des groupes religieux », Marthinus Daneel, « Introduction » in *Quest For Belonging*, Gweru, Harare, Gokomere: Mambo Press, 1987, p 17.

¹⁸⁷ L'abréviation EAI est utilisée pour éviter la répétition du terme complet « Eglises Africaines Indépendantes ».

¹⁸⁸ Jean Michel Dolbeau, « Christianisme et changement social en Afrique du Sud, le cas de l'Eglise

« indépendantes », ou les deux à la fois, car au début des années 1860¹⁸⁹ les populations procédèrent à des ruptures avec les églises de mission (protestantes) contrôlées par les Hollandais et les Britanniques. Très peu d'opportunités étaient données aux Noirs d'obtenir des responsabilités au sein des églises. Jean et John Comaroff décrivent les missionnaires blancs protestants en Afrique du Sud comme ayant exercé un contrôle paternaliste sur les Tswanas¹⁹⁰. Dans un contexte marqué en outre par l'industrialisation et l'urbanisation, ces églises fournirent également de nouveaux espaces sociaux apportant sécurité et réseau de sociabilité à des populations en complet changement. Ainsi, les populations migrant de la campagne à la ville trouvèrent des solidarités au sein de ces églises. Selon Allan Anderson, les insécurités inhérentes à l'urbanisation incitent les individus à chercher de nouvelles expressions religieuses, significatives culturellement¹⁹¹.

À la fin des années 1960, David Barrett expliquait qu'une EAI était un mouvement religieux organisé, qui se clame chrétien dans le fait qu'il reconnaît Jésus Christ comme le Seigneur. Ce groupe s'est séparé soit d'une église de mission, soit d'une EAI existante, ou bien il s'est fondé à l'extérieur des églises de mission, comme une nouvelle sorte d'entité religieuse sous initiative et direction africaines¹⁹². Si les premières Églises Africaines furent fondées par d'anciens membres d'églises de mission, la majorité aujourd'hui naît librement, sans lien aucun avec celles-ci. Cependant le mot « indépendant » est communément utilisé par les anthropologues, et il rappelle d'une certaine façon, l'histoire des contacts culturels qui imprègne ces communautés religieuses. Selon Allan Anderson, des milliers d'Églises Africaines sont devenues aujourd'hui l'expression dominante du christianisme et leur nombre s'accroît

Réformée Hollandaise (NGK) et de l'Eglise chrétienne de Sion (ZCC) », in *Dynamiques religieuses en Afrique australe*, Paris : Karthala, 2000, p 86. Ces chiffres sont repris des recensements de 1980 et 1990.

¹⁸⁹ David Barrett, *Schism And Renewal In Africa An Analysis Of Six Thousand Contemporary Religious Movements*, Nairobi, Addis Abeba, London : Oxford University Press, 1968, p 2.

¹⁹⁰ Jean Comaroff et John Comaroff, *Of revelation and revolution : Christianity, Colonialism and Consciousness in South Africa*, Chicago: University of Chicago Press, 1991, p172-179.

¹⁹¹ Allan Anderson, « The Lekganyane and Prophecy in Zion Christian Church », *Journal of Religion in Africa*, vol 29, n° 3, octobre 1999, p 286.

¹⁹² David Barrett, *Schism And Renewal In Africa An Analysis Of Six Thousand Contemporary Religious Movements*, Nairobi, Addis Abeba, London: Oxford University Press, 1968, p 50: « ... any organized religious movement with a distinct name and membership, even as small as a single organized congregation, which claims the title Christian in that it acknowledges Jesus Christ as Lord, and which has either separated by secession from a mission church or an existing African independent church, or has been founded outside the mission churches as a new kind of religious entity under African initiative and leadership ».

rapidement sur le continent¹⁹³. En Afrique du Sud, la plus grande concentration d'EAI se situe dans les périphéries urbaines de Johannesburg et Pretoria.

Eglises de l'Esprit : groupes apostoliques et sionistes¹⁹⁴.

Comme le dit Anderson, « il est important de se rappeler qu'il y a beaucoup plus de types d'églises que ceux proposés par les chercheurs »¹⁹⁵ [Notre traduction]. Cependant, les groupes dont les costumes font l'objet de ce cas d'étude sont identifiés, parmi le grand groupe des EAI, comme des églises sionistes et apostoliques sud-africaines. Multiples, elles sont communément regroupées sous le terme d'Églises de l'Esprit pour mettre l'accent sur le rôle du pouvoir de l'Esprit Saint manifesté particulièrement dans la guérison, la prophétie, et la délivrance des forces du Mal. Allan Anderson précise que la plupart des EAI sont de type « prophète-guérisseur » ou « de l'esprit », habituellement appelées églises « sionistes » et « apostoliques »¹⁹⁶.

Elles découlent des missions pentecôtistes américaines dont elles se désolidarisèrent au début du 20^{ème} siècle. D'après Martin West, « Apostoliques et Sionistes ont fondamentalement, le même type d'église »¹⁹⁷. Ces communautés se caractérisent par un syncrétisme tout à fait original. Elles combinent éléments du christianisme et éléments culturels sud-africains (chants, danses, rites de guérison), pour une synthèse où l'accent est mis sur l'Esprit Saint qui intervient dans les rêves, les révélations, et la guérison divine. Ces églises se constituent de petits groupes d'individus qui peuvent compter moins de dix personnes ou plusieurs dizaines de personnes, parfois des centaines, avec un fonctionnement propre. Elles naissent selon un système d'émergence autonome: un homme¹⁹⁸ a une révélation divine, la voix du Créateur le guide par

¹⁹³ Allan Anderson, *African Reformation: African Initiated Christianity in the Twentieth Century*, Trenton, NJ: Africa World Press, 2001, p 10.

¹⁹⁴ Le terme « sioniste » est ici à différencier du sens occidental plus connu, étant celui d'un mouvement politique et religieux visant à l'établissement puis à la consolidation d'un état juif en Palestine. Les églises sionistes sont des communautés chrétiennes découlant du pentecôtisme américain.

¹⁹⁵ Allan Anderson, *African Reformation: African Initiated Christianity in the Twentieth Century*, Trenton, NJ: Africa World Press, 2001, p 14: « It is important to remember that there are many more « types » of churches than those proposed by researchers ... »

¹⁹⁶ Allan Anderson, *Zion and Pentecost: the spirituality and experience of Pentecostal and Zionist/apostolic churches in South Africa*, Pretoria: UNISA Press, 2000, p 93.

¹⁹⁷ Martin West, *Bishops and Prophets in a black city: African independent Churches in Soweto*, Johannesburg, Cape Town, David Philip, London: Rex Collings, 1975, p 18: « Apostolics and Zionists have basically the same type of church ».

¹⁹⁸ Rares sont les femmes prophètes et fondatrices d'une église sioniste ou apostolique.

l'intermédiaire de l'Esprit Saint qui lui dicte de joindre une église en particulier, ou bien de fonder sa propre église. Dans la plupart des cas il appartient déjà à une église et décide de s'en séparer pour créer sa congrégation. Il prêche et crée une communauté de fidèles dont le nombre est fluctuant. Ainsi, de nouvelles églises naissent constamment de divisions et subdivisions. Chaque église représente un groupement autonome avec un fondateur dirigeant : évêque de l'église, entouré de pasteurs, de prophètes (guérisseurs), et de fidèles. C'est un système tout à fait libre qui repose sur la croyance en la révélation de l'Esprit Saint. Les fidèles y cherchent en tout premier lieu la guérison, et si l'évêque, qui est souvent également guérisseur, n'est pas capable de répondre à ce besoin, ils sont libres de joindre une autre congrégation. De ce fait, les hommes sont libres de créer leur église, et les adeptes sont eux aussi libres de choisir leur groupe et d'en changer. Dans ce sens Martin West écrit : « en tant qu'associations volontaires, il y a une mobilité considérable des membres entre églises, basée sur la préférence »¹⁹⁹. Le groupe constitue ainsi un espace ouvert.

Selon Jim Kiernan, « aujourd'hui, les Sionistes constituent la souche principale des EAI, et représentent probablement entre 20% et 30% de la population sud-africaine se réclamant d'une Eglise Indépendante »²⁰⁰.

Le terme d'EAI inclut une large variété d'églises, différentes les unes des autres, et de ce fait une diversité de costumes religieux. Cette créativité vestimentaire dans un domaine inattendu, celui de la religion, permet dans cette recherche de présenter une facette de la culture du vêtement en Afrique du Sud. L'innovation vestimentaire existe dans des sphères très différentes de la société sud-africaine et c'est ce qui fait en partie la spécificité de ce pays.

¹⁹⁹ Martin West, *Bishops and Prophets in a black city: African independent Churches in Soweto*, Johannesburg, Cape Town, David Philip, London: Rex Collings, 1975, p 195: « As voluntary associations, there is considerable mobility, between churches, based on preference ».

²⁰⁰ Jim Kiernan « Les Eglises indépendantes africaines, l'adaptation d'un christianisme indigène à la modernité » in *Dynamiques religieuses en Afrique australe*, sous la direction de Véronique Faure, Paris : Karthala, 2000, p 115.

b. Le costume religieux, signe d'appartenance communautaire.

Un des prophètes de la *Gospel Zion Church*²⁰¹.



Figure 27 : Un guérisseur dans son costume religieux, 2008.

Au moment de la christianisation, le costume « religieux », signe d'appartenance à la nouvelle religion, était le vêtement occidental. Bien que certains Anciens en particulier refusèrent ces « diktats »²⁰², les jeunes générations elles, montrèrent un grand intérêt pour ces nouveaux vêtements. Kristen Ruether dans son article, évoque de jeunes baptisés de la mission de Béthanie, âgés entre 20 et 40 ans, possédant peu de bœufs et cherchant à se procurer des vêtements européens. Ils collectaient des morceaux de tissus de toutes sortes tout en achetant des habits à la mission²⁰³. Les quantités de tissus destinés à la vente s'épuisaient en quelques jours contre moutons, chèvres ou argent liquide.

Ces nouvelles formes et matières constituèrent une source d'expérimentation pour les Africains qui intégraient des codes vestimentaires européens à leur propre système.

²⁰¹ Photographie personnelle, *Delta Park*, Johannesburg, 2 mars 2008.

²⁰² Terme emprunté à Jean Comaroff.

²⁰³ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines: European Clothing on Nineteenth-century Lutheran Mission stations in The Transvaal », *Journal of Southern African Studies*, vol 28, n° 2, June 2002, Oxford University Press, p 363. « All baptised people (at Bethanie) are aged between twenty and forty and do not have much cattle. [...] These baptised people want to wear clothes but do not know how to get them. They gather patches and all kinds of material, and we are kept busy selling clothes to them or getting them for them from somewhere. Our Hermannsburg home board sent to me material for about eight to nine dresses but within two days everything was sold out; even if they had sent me material for twelve dresses, everything would have been sold in exchange for sheep, goats and cash ».

C'est donc en tout premier lieu au sein des églises qu'ils procédèrent à de véritables innovations vestimentaires. Dans les missions, les couleurs, formes et tissus changeaient tous les dimanches. Progressivement le nouvel habillement se caractérisa par un mélange de styles anciens et d'innovation²⁰⁴. Jean Comaroff quant à elle, parle de « style synthétique »²⁰⁵, où éléments traditionnels et européens étaient combinés. Les vêtements de cuir étaient donc retravaillés avec des tissus d'origine industrielle, donnant lieu à un style hybride, caractérisant leurs nouveaux vêtements. Par exemple, les femmes pédiées²⁰⁶ commencèrent à porter par-dessus leur tablier de cuir et leurs perlage, des robes en coton à manches bouffantes rappelant les manches gigot des robes de la mode féminine européenne du 19^{ème} siècle.

Femmes Pédiées²⁰⁷.



Figure 28 : Vêtements pédis, années 1960.

²⁰⁴ Kristen Ruether, « Heated Debates over Crinolines... », p 371.

²⁰⁵ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire. Façonner le sujet colonial », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 18, n° 3, 1994, p 26.

²⁰⁶ Les Pédiés forment une population d'Afrique du Sud, de langue sotho, installée majoritairement dans le nord du pays.

²⁰⁷ Dessin extrait du livre de Barbara Tyrrell, *Tribal Peoples of southern Africa*, Cape Town: Books of Africa, 1968, p 67. Le livre de Barbara Tyrrell illustrant de nombreuses populations d'Afrique australe dans les années 1960, reflète une multiplicité de nouveaux styles de vêtements dits traditionnels, résultant du changement de système vestimentaire.

Cette influence traversa le temps puisqu'aujourd'hui le vêtement « traditionnel » féminin pédi est devenu un ensemble coloré fait de deux pièces : une jupe et un haut plissé avec des lignes horizontales, dont les manches ont gardé la forme ballon.



Figure 29 : Vêtements pédis, 2009.



Figure 30 : Vêtement pédi, 2009.

Vêtements pédis produits par Iyami, styliste malawite. *4th floor, Standard House, 67 Simmonds street and cnr Bree Street, Johannesburg*²⁰⁸.

Victoria Rovine commente ces relations entre les Africains et l'extérieur :

« ... les comptes rendus des premiers échanges commerciaux et autres interactions entre Européens et Africains, indiquent que les consommateurs africains étaient profondément cosmopolites dans la réception des nouvelles possibilités présentées par les biens importés ».²⁰⁹

²⁰⁸ Photographies personnelles prises le 9/09/2009 dans l'atelier du styliste.

²⁰⁹ Victoria Rovine, « African Fashion, Design, Identity and History », in *Contemporary African Fashion*, ouvrage dirigé par Suzanne Gott et Kristyne Loughran, Bloomington et Indianapolis: Indiana University Press, 2010, p 90: « ... records of early trades and other interactions between Europeans and Africans indicate that African consumers were thoroughly cosmopolitan in their receptiveness to the new possibilities presented by imported goods ».

Jean Comaroff utilise également les termes de « couture créative » mise en œuvre par les « bricoleurs tswanas ». Lors de cérémonies, les chefs tswanas²¹⁰ portaient un *kaross* sur un costume à la mode européenne²¹¹. En 1842, le missionnaire Robert Moffat décrit certains Tswanas dont la veste ne comportait qu'une seule manche par faute de temps ou de tissu pour la terminer. Les manches pouvaient aussi être de différentes couleurs ou bien dans un tissu imprimé. Il évoqua la multitude de couleurs des vêtements créés par les gens ainsi que des robes dans des formes fantastiques²¹². Alors qu'au sein de certaines missions anglaises, des Africains acceptaient le port d'uniforme bleu foncé, d'autres laissaient libre cours à leur inventivité en s'habillant de « créations colorées et bricolées »²¹³. L'utilisation de plusieurs couleurs pourrait s'expliquer par un attrait esthétique pour de nouvelles nuances venant diversifier la palette de tons ocres utilisée jusqu'alors, mais aussi par une réaction contre l'imposition missionnaire de vêtements sombres. Ces « créateurs » utilisaient les tissus de coton importés d'Europe comme de véritables moyens plastiques pour créer de nouvelles formes vestimentaires et ainsi de nouvelles représentations. Jean Comaroff écrit, s'agissant des convertis tswanas de la fin du 19^{ème} siècle : « La couture créative mise en œuvre par tant de Tswanas du Sud a des airs de riposte à l'impérialisme symbolique de la mission en général »²¹⁴. De la même manière, les premiers Sionistes zoulous se différencièrent des églises de mission et affirmèrent leur distinction à travers leurs costumes : de larges robes blanches dont l'éclat ne pouvait qu'attirer le regard. Le vêtement fut un outil de prise de position. Bengt Sundkler décrit les Sionistes zoulous des campagnes des années 1940, entièrement vêtus de blanc, brandissant leurs bâtons saints²¹⁵. L'implantation d'un nouveau système vestimentaire européen quelques décennies plus tôt, source d'innombrables possibilités d'innovations vestimentaires, permet donc l'émergence des costumes sionistes au début du 20^{ème} siècle. Ils furent

²¹⁰ Tswana : « Rameau occidental des Sotho, les Tswana vivent au Botswana et dans les pays avoisinants, à l'ouest du Transvaal. Ils constituent probablement la plus ancienne population bantoue d'Afrique australe et se sont parfois mêlés aux Bochimans, avec lesquels ils ont des relations étroites », [en ligne] (page consultée en octobre 2012). Disponible sur : <http://www.universalis.fr/encyclopedie/tswana/>

²¹¹ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire. Façonner le sujet colonial », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 18, n° 3, 1994, p 23.

²¹² Robert Moffat, *Missionary Labours and Scenes in Southern Africa*, Londres : John Snow, Paternoster Row, 1842, p 506.

²¹³ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire. Façonner le sujet colonial », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 18, n° 3, 1994, p 26.

²¹⁴ Jean Comaroff, « Les vieux habits de l'Empire. Façonner le sujet colonial », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 18, n° 3, 1994, p 26.

²¹⁵ Bengt Sundkler, *Zulu Zion and some Swazi Zionists*, London: Oxford University Press, 1976, p 43.

immédiatement des signes identitaires d'appartenance à un groupe social et religieux. Sundkler parlait dès 1948 de la recherche d'identité²¹⁶ des Sionistes. Il est important de prendre en compte la date à laquelle il publia sa recherche, cette même année 1948, le gouvernement d'apartheid fut officiellement instauré. Dans ce contexte, la création de costumes peut être interprétée en partie comme une prise de pouvoir, une manière de se distinguer, et le port de ces habits participa à une affirmation de soi. Marthinus Daneel parlait dans les années 1980 de la « quête pour l'appartenance » (*quest for belonging*²¹⁷) des Sionistes. Cette expression fait écho au contexte particulier des années 1980, car en 1986 quelques jours avant le 10ème anniversaire des émeutes de Soweto, Pieter Willem Botha, président en exercice, déclarait l'état d'urgence sur tout le territoire. La presse fut muselée et des centaines de militants contre l'apartheid furent arrêtés. Ainsi, cette « quête pour l'appartenance » peut être entendue comme la lutte des Noirs sud-africains pour faire valoir leurs droits, leur appartenance originelle à leur pays. Le costume comme signe identitaire adressé aux autres et comme affirmation de soi se lit donc à la lumière du contexte socio-historique.

Ainsi, depuis le début du 20^{ème} siècle, s'opère un développement spécifique des costumes, souvent riches en couleurs, dans les communautés religieuses chrétiennes d'Afrique du Sud. Cette partie de l'histoire continue d'influencer aujourd'hui les milieux chrétiens sud-africains dont les membres réinventent toujours leurs costumes d'églises. Dans la ville de Johannesburg, il est ordinaire de voir le dimanche, des groupes religieux prier en plein air, la plupart dans les hautes herbes, sous un arbre en plein cœur des grands parcs.

²¹⁶ Bengt Sundkler, *Bantu Prophets in South Africa*, London: Oxford University Press, 1948, p 310.

²¹⁷ Référence au livre de Marthinus Louis Daneel, *Quest For Belonging: introduction to a study of African Independent Churches*, Gweru, Harare, Gokomere: Mambo Press, 1987, 310 p.

Église sioniste en plein air.²¹⁸



Figure 31 : Église sioniste à *Delta Park*, Johannesburg.

Pendant l'après-midi, le promeneur découvre un parc rythmé par des costumes blancs, verts, bleus, jaunes. Son pas est rythmé par les chants et les percussions, parfois par les cris d'un prédicateur très concentré, ou par ceux d'un adulte baptisé par triple immersion dans un courant d'eau. Toute une facette religieuse de Johannesburg se révèle dans ce paysage.

Ces costumes d'église sont souvent composés de robes/tuniques bleues ou blanches, parfois vertes, jaunes, ou rouges avec des ceintures bleues ou vertes. D'autres éléments symboliques sont utilisés comme des bâtons, de l'eau bénite, des cordons protecteurs en bandoulières ou autour de la taille. Les fidèles sont déchaussés lors du culte en plein air. Leurs services génèrent de vives émotions à travers chants, percussions, danses, et rites de guérison. Il s'y déploie une grande créativité.

²¹⁸ Photographie personnelle, église sioniste, *Delta Park*, Johannesburg, dimanche 24 février 2008.

Église sioniste en plein air²¹⁹.



Figure 32 : Église sioniste à *Delta Park*, Johannesburg, 2008.

Chaque dimanche, les Apostoliques et les Sionistes en chemin pour le service religieux, se différencient du reste de la population par le port de leurs costumes. Le culte, moment de rassemblement et d'unité, dans la plupart des cas en plein air, constitue un cadre s'offrant aux regards, permettant d'exhiber une identité sociale collective. Par leur visibilité publique, les costumes sont toujours un moyen d'adresser une identité à l'extérieur du groupe, de revendiquer une appartenance communautaire. L'individu trame une part de son identité dans sa relation à l'environnement et aux autres, au sein de groupes. Les individus et le groupe qu'ils forment ont besoin en partie de la reconnaissance d'autrui pour exister. Sous le régime d'apartheid, cette volonté qui fit partie d'un fonctionnement de survie fut exacerbée. Aujourd'hui, les costumes religieux sont le signe qu'une tranche de la population qui connaît encore une grande pauvreté, est actrice de sa vie.

Le costume apparaît principalement comme le signe distinctif d'un groupe. Une femme, membre de la *Zion Christian Church*²²⁰, interrogée dans les années 1970 par le chercheur Martin West, déclarait que les objets composant son costume étaient des signes pour s'identifier à son église. Une autre fidèle expliquait que ces symboles étaient comme des uniformes d'écoliers, « ils disent aux autres à quelle école tu

²¹⁹ Photographie personnelle, église sioniste, *Delta Park*, Johannesburg, dimanche 24 février 2008.

²²⁰ *ZCC* : la plus grande Église Africaine du continent, regroupant des milliers de fidèles, dont le costume est un uniforme, presque de type militaire.

appartiens »²²¹. À travers le partage de codes vestimentaires communs, le sentiment d'appartenance au groupe est par là même renforcé. Le costume comme instrument de cohésion, se vérifie aussi bien dans les petites que dans les grandes congrégations. D'après Marc-Alain Descamps, un groupe en formation affirme sa cohésion par l'adoption d'un habillement similaire²²². Dans un contexte d'émergence perpétuelle de nouveaux groupes chrétiens, le costume paraît d'autant plus important. Frédéric Godart écrit : « ... en choisissant des vêtements ou des accessoires, les individus réaffirment constamment leur appartenance ou leur non appartenance à des groupes sociaux, culturels, religieux, politiques ou encore professionnels²²³. Dans la société sud-africaine, ce processus communautaire religieux est devenu très actif.

Aujourd'hui, les robes ou tuniques, bleues et blanches, les écharpes de couleur, les cordons et ceintures, les bâtons saints, sont des signes qui communiquent clairement l'identité sioniste et apostolique dans la société sud-africaine. L'unité dans les coupes, les formes et les couleurs, permet de les reconnaître. Chaque membre porte le costume aux couleurs distinctives de son église, ceci lui permet de s'identifier physiquement à un groupe avec lequel il partage des valeurs communes. De cette manière il affirme qu'il fait partie d'un groupe qui devient alors un moyen de valorisation de soi. Le costume permet d'être beau, d'être fier, de se mettre en valeur. Porter son costume est comme une deuxième peau, il investit la personne d'un rôle, celui d'un Sioniste dans la société sud-africaine. Cela lui donne de la respectabilité. Les propos recueillis expriment le sentiment de fierté d'appartenir à une église et d'arborer son costume. Le costume permet d'affirmer l'existence, la capacité d'invention, la créativité, le potentiel d'organisation, d'une population majoritairement noire et pauvre. En appartenant à une congrégation, ces individus qui pourraient être désœuvrés, se trouvent dans la nécessité d'organiser leur temps en fonction des cérémonies, des prières. Ils doivent porter le costume qui leur confère de la dignité. L'importance des formes et des couleurs de l'habit dans la culture sud-africaine se retrouve donc autant dans les sphères médiatisées de la mode que dans les sphères populaires religieuses et les groupes les plus défavorisés. La mise en œuvre de processus créatifs dans le domaine du vêtement s'opère à tous les niveaux de la société. Dans les petites congrégations sionistes et apostoliques, les costumes sont modestes dans les matières utilisées (coton), pour autant

²²¹ Martin West, *Bishops and Prophets in a black city: African independent Churches in Soweto*, Johannesburg, Cape Town, David Philip, London: Rex Collings, 1975, p 10.

²²² Marc- Alain Descamps, *Le nu et le vêtement*, Paris : Editions Universitaires, 1972, p 87.

²²³ Frédéric Godart, *Sociologie de la mode*, Paris : La Découverte, p 24.

ils sont le fruit d'un travail de création. Finalement, reconnaître la communauté sioniste à travers ses vêtements revient à considérer une partie pauvre de la population sud-africaine, qui a su mettre à profit divers moyens d'expression créative: chants, danses, fabrication de costumes.



Les membres de la congrégation *Holy Messengers of God Apostolic Church in Zion*²²⁴.

Figure 33 : Fidèles d'une église sioniste vêtus de leurs costumes religieux, Johannesburg, 2008.

Comme l'explique Catherine Halpern, la normativité des groupes contribue à l'uniformité des conduites, et l'adhésion à des normes communes permet « de construire des rêves de lendemains meilleurs »²²⁵. Dans un contexte de vie urbaine composée de difficultés (violences, pauvreté, HIV) et de frustrations, il ne faut pas sous-estimer l'importance des potentialités unificatrices des églises africaines. Les Églises de l'Esprit font partie des rares organismes capables d'apporter la sécurité recherchée²²⁶. Le costume en tant que signe de cette appartenance est un symbole fort.

L'environnement difficile qui caractérise le cadre de vie de beaucoup de Sionistes et Apostoliques aujourd'hui, est aussi un facteur qui explique le besoin de se préserver des maux éventuels, par le port de costumes et d'accessoires emplis de pouvoirs. Ils apparaissent nécessaires aux personnes pour affronter les difficultés qu'ils rencontrent.

²²⁴ Photographie personnelle, dimanche 24 février 2008, *Delta Park, Holy Messengers of God Apostolic Church in Zion*.

²²⁵ Catherine Halpern, *Identités : l'individu, le groupe, la société*, Auxerre : Editions sciences humaines, 2004, p 16.

²²⁶ Martin West, *Bishops and Prophets in a black city: African independent Churches in Soweto*, Johannesburg, Cape Town, David Philip, London: Rex Collings, 1975, p 119.

c. Costume et pouvoirs de guérison.

Le costume s'inscrit dans un système de croyances dans lequel il est doté de vertus particulières. Il a une fonction apotropaïque. Le lien réciproque entre l'importance de la guérison physique et morale, et la symbolique protectrice du costume par les bâtons, les cordons, et les couleurs, est caractéristique de ces églises. Le costume d'église et sa puissance révèlent une certaine représentation du corps en Afrique du Sud. Le corps potentiellement fragilisé, souvent par des esprits malveillants, a besoin du costume et de ses accessoires pour lutter contre ses maux. David Le Breton écrit dans cette idée :

« En d'autres termes le savoir biomédical, savoir officiel du corps dans nos sociétés occidentales, est une représentation du corps parmi d'autres, efficace dans les pratiques qu'il soutient. Mais n'en sont pas moins vivantes, à travers d'autres imputations, des médecines ou des disciplines reposant sur de toutes autres visions de l'homme, de sa chair, et de ses souffrances »²²⁷.

Si les personnes interrogées²²⁸ dans la grande majorité ignorent la signification des couleurs, ils connaissent les raisons pour lesquelles ils portent ces costumes. Les réponses formulées à la question de la signification de telle couleur ou tel motif font systématiquement référence aux vertus protectrices du vêtement. L'ensemble des éléments est dicté par l'Esprit Saint pour la protection et la guérison d'une personne. C'est la combinaison des couleurs et des accessoires qui donne sa valeur protectrice au costume. L'évêque de la *Khathutshelo Zion Apostolic Church* explique que la couleur rouge, les croix latines de son costume de guérison, ainsi que son bâton, correspondent à un ensemble d'éléments qui lui permettent de combattre le Mal. Il utilise les cordons quand il est engagé avec les esprits, il les ceint sur l'abdomen de la personne pour qui il est en train de prier, et impose les mains. Il demande également au sujet de tenir un des bâtons et continue de prier²²⁹. Mandla, le prophète d'une église apostolique en plein air, porte deux petits bracelets de fils bleu et vert. Un fidèle a eu une vision et lui a dit de

²²⁷ David Le Breton, *La sociologie du corps*, Paris : PUF, 1992, 2010, p 32.

²²⁸ Entretien menés en février et mars 2008 pour la recherche de Master 2 dans les villes de Johannesburg (Province du Gauteng) et de Tohoyandu (Province Nord).

²²⁹ Entretien et observations : *Khathutshelo Zion Apostolic Church*, dimanche 17 février 2008, Tohoyandu, Limpopo

porter ces bracelets, cela l'aide à se sentir protégé²³⁰. Il explique que ce sont des accessoires qui lui donnent confiance et force.

Les couleurs et accessoires font alors partie d'un système général de croyances de protection, de force. Ils sont imbriqués dans un fonctionnement qui leur donne un certain pouvoir. Selon Allan Anderson, tout objet symbolique (tels que les costumes et les cordons) est dépourvu de pouvoir et d'importance sans la foi et les prières des personnes concernées.

Il est dit que l'Esprit Saint est présent dans l'eau bénite et dans la rivière du baptême. L'eau apparaît comme un élément protecteur et purificateur. Les personnes ou les objets sont purifiés pour différentes raisons : après avoir été contaminés (comme après des funérailles), pour « bénir » les visiteurs, pour la protection contre la sorcellerie et le malheur, pour obtenir un emploi, pour cuisiner et laver. Il peut donc être établi un lien entre ce symbolisme de l'eau et la prédominance de la couleur bleue dans les costumes. Souvent le bleu est dit aussi couleur spirituelle, faisant référence au ciel, à Dieu, et c'est également la couleur mariale (en référence à la couleur de la robe de Marie). Dans le contexte médical anglo-saxon institutionnalisé, il est aussi avec le vert la couleur des soignants dans les hôpitaux. Bleu et vert seraient alors directement liés à la guérison par cette analogie.

La récurrence des lignes souvent bleues, en bas des tuniques et autour des manches au niveau des poignets est frappante. Ces lignes à chaque extrémité du vêtement, qui entourent, englobent littéralement la personne, pourraient symboliser une protection totale. Dans le même esprit tous les groupes prient en cercle, figure de protection, en position de défense.

Même en contexte christianisé, les couleurs utilisées dans les costumes restent imprégnées de leurs sens traditionnels. Tout en évitant de généraliser sur le sens des couleurs car « les nuances sont multiples selon les communautés et les circonstances d'usage »²³¹, de brèves suggestions peuvent être avancées. Dans l'imaginaire des populations de langues bantoues le rouge fait référence aux menstruations et ainsi au cycle de la vie. Le blanc, lui, fait traditionnellement référence aux ancêtres, à un état de transition du statut de l'individu. Le blanc des tuniques exprime peut-être un état

²³⁰ Explications de Mandla, prophète d'une église apostolique, *Delta Park*, Johannesburg, dimanche 10 février 2008.

²³¹ Propos de Manuel Valentin, 10 septembre 2012, Musée de l'Homme.

particulier du croyant, propice à la communion et à la communication avec l'Esprit Saint.

Dans l'acte de guérison, le costume avec ses couleurs et ses accessoires aide la personne à combattre les mauvais esprits. Le vêtement est repoussoir des forces malveillantes, en effet se vêtir permet de se doter d'une armure, d'une certaine force. Un beau vêtement avec de belles couleurs montre aux forces maléfiques que la personne n'est pas faible et démunie, mais qu'elle est puissante²³². Le costume n'aide pas seulement à combattre les mauvais esprits, il aide aussi à se renforcer, à s'élever, à se construire. Le vêtement religieux ne s'explique pas seulement dans un rapport conflictuel avec des forces invisibles car au-delà de ce combat, il aide la personne à se régénérer pour harmoniser son énergie intérieure. Les fidèles parlent de l'unité des couleurs des costumes comme de l'unité spirituelle du groupe²³³, « le corps est le relieur »²³⁴, le médium de l'énergie collective. Le port des mêmes couleurs crée une cohésion du groupe, un lien visuel, par extension un lien spirituel.

*Gospel Zion Church*²³⁵.



Figure 34 : Fidèles d'une église sioniste vêtus de leurs costumes religieux, Johannesburg, 2008.

²³² Entretien avec Manuel Valentin, jeudi 24 avril 2008, Musée de l'Homme.

²³³ Propos du prêtre Joe, de l'église *Holy Messenger of God Apostolic Church in Zion*, dimanche 24 février 2008, Delta Park, Johannesburg.

²³⁴ David Le breton, *La sociologie du corps*, Paris : PUF, 1992, 2010, p 34.

²³⁵ Photographie personnelle, Delta Park, dimanche 2 mars 2008.

Une analogie intéressante pourrait aussi être avancée, selon Manuel Valentin, entre les costumes et les tenues d'arts martiaux. En Afrique du Sud les arts martiaux sont très appréciés, la notion de combat, d'initiation est très importante. Certains costumes ressemblent étrangement au kimono de judo qui est un sport très connu dans le pays.

Dans certaines congrégations, les membres portent des ceintures de couleurs différentes. Le blanc de la blouse et la ceinture de couleur évoquent une gradation de niveaux. Même si la signification des couleurs reste floue, leur utilisation suggère une idée d'ascension vers la connaissance. Les plus anciens sont considérés comme plus avancés spirituellement dans l'église. Une femme d'âge avancé dans l'église est appelée *mama* car elle est à un niveau élevé de spiritualité, alors qu'une femme arrivée récemment est considérée comme une enfant de l'église²³⁶. De plus, Mandla le prophète d'une église apostolique, explique que c'est parce qu'il y a une hiérarchie par rapport à l'âge et l'acquisition d'un savoir, que les jeunes n'ont pas les mêmes costumes²³⁷. Il y a donc différents niveaux d'avancement dans la spiritualité. Ainsi, la ceinture pourrait marquer selon sa couleur un degré d'apprentissage dans l'accès aux voies de la connaissance au cours du temps.

Finalement, il est intéressant de constater l'importance de la place du vêtement dans un contexte religieux caractéristique de l'Afrique du Sud. Une église n'est pas l'idée qui nous vient à l'esprit lorsqu'il est question de créativité et d'innovation vestimentaire. Néanmoins les costumes des communautés chrétiennes d'Afrique du Sud forment un exemple majeur de la place que tient le vêtement dans la société sud-africaine, et de sa complexité à travers son aspect polysémique.

2. Les compétitions vestimentaires des *oswenkas*²³⁸.

Il semblerait qu'il n'y ait, à ce jour, aucune étude sociologique réalisée, et que l'on ne disposerait que de très peu d'écrits sur les pratiques vestimentaires des *oswenkas*. Ce cas d'étude n'a pas fait l'objet d'une recherche de terrain approfondie, compte tenu du

²³⁶ Propos recueillis le dimanche 10 février 2008, *Delta Park*, Johannesburg, *Holy messengers of God, Apostolic Church in Zion*.

²³⁷ Explications de Mandla, prophète d'une église apostolique, *Delta Park*, Johannesburg, dimanche 10 février 2008.

²³⁸ Les *oswenkas* sont des hommes d'origine sociale très modeste, voire pauvre, qui investissent dans des costumes très chers, pour parader lors de compétitions, devant un jury et un public, le gagnant recevant un prix (coq, argent). Ils sont aussi appelés *swenkas*.

temps et des moyens impartis dans le cadre de nos investigations. Ce milieu étant tout à fait informel, il est très difficile de rencontrer les personnes habituées à assister à ces compétitions vestimentaires. Les « shows » se déroulant tard dans la nuit, soit dans les sous-sols d'un vieil hôtel situé dans une zone industrielle désaffectée pauvre de la ville, ou dans le township d'Alexandra, le temps a manqué à la mise en place d'un réseau de sociabilités suffisamment structuré pour envisager ce travail in situ.

a. Les origines des *oswenkas* : des travailleurs migrants sud-africains.

Comme évoqué précédemment, l'histoire de l'Afrique du Sud est marquée par de perpétuels mouvements migratoires très règlementés, d'hommes en provenance des pays d'Afrique australe, ainsi que des *homelands* (bantoustans) de la République sud-africaine. Les *oswenkas* émergent au sein de la communauté des travailleurs noirs migrants nés en Afrique du Sud, et venus depuis les bantoustans travailler dans les mines d'or du Witwatersrand.

Dans les années 1970, Mansell Prothero, professeur de géographie, écrivait que le développement économique de l'Afrique du Sud dépendait principalement de la main d'œuvre africaine²³⁹. Les dirigeants et industriels avaient besoin de la main d'œuvre noire non qualifiée pour travailler principalement dans les exploitations minières. À cause du système de l'*influx control* matérialisé par les « laissez-passer », la population noire du pays était, dès qu'elle se déplaçait, systématiquement « mise en migration »²⁴⁰. Comme le résume Antoine Bouillon, « le projet même de l'apartheid consistait à faire des Noirs sud-africains des migrants transitoires dont la seule raison de se trouver éventuellement en zone « blanche » serait d'y travailler sous contrat »²⁴¹. Dans le cadre de contrats de travail temporaires, les travailleurs n'étaient que des migrants de passage, car ils n'étaient pas désirés durablement dans ces zones « blanches ».

C'est dans ce contexte que le phénomène des *oswenkas* se développa à partir des années 1950. Ce terme de langue zouloue provient du mot anglais *swank* qui signifie paradeur, un esbroufeur, quelqu'un de vaniteux qui veut « en mettre plein la vue ».

²³⁹ Mansell Prothero, « Le recrutement des travailleurs étrangers par l'Afrique du Sud », *Tiers Monde*, 1977, tome 18, n°69, p 101.

²⁴⁰ Antoine Bouillon, « Immigration et immigrés en Afrique du Sud », *Revue européenne de migrations internationales*, vol. 14, n°1, 1998, p 197.

²⁴¹ Antoine Bouillon, « Immigration et immigrés en Afrique du Sud », *Revue européenne de migrations internationales*, vol. 14, n°1, 1998, p 197.

C'est à la même époque que se développa un magazine très populaire qui participa à véhiculer toute une culture urbaine noire sud-africaine, ainsi qu'à la promotion de désirs universels en opposition à la politique d'apartheid : *Drum Magazine*. Il permit notamment de développer un style vestimentaire sophistiqué et proposa des rubriques réservées à la beauté. En 1952, il lança le premier concours de beauté adressé aux Noirs, allant chercher dans les rues de la ville « l'idéal du glamour africain »²⁴². Les années 1950 marquèrent donc un nouveau tournant important dans le développement d'une culture sud-africaine du vêtement. Les styles de vêtements portés à *Sophiatown*, quartier cosmopolite de Johannesburg, affirmaient haut et fort une identité africaine urbaine.

Plus précisément, les compétitions vestimentaires des *oswenkas* auraient vu le jour dans les sous-sols de *Jeppe Hostel*, un hôtel situé dans le cœur de Johannesburg qui existe toujours. Il fut construit dans cette même période pour loger les travailleurs migrants originaires des diverses campagnes du pays qui venaient travailler dans les mines d'or de la région²⁴³. Le bâtiment abritait tous les week-ends plusieurs événements : les *isicathamiya*²⁴⁴, et les compétitions d'*oswenkas*. Dans son article publié dans le *New York Times* en 2002, Rachel Swarns confirme le fait que ces compétitions commencèrent il y a environ 50 ans parmi les hommes zoulous²⁴⁵. Dans les années 1960, le prix gagné par l'homme élu le plus élégant et le meilleur performeur, était souvent un stylo bille²⁴⁶. La journaliste s'appuie sur des entretiens avec plusieurs *oswenkas*, et il semble que les compétiteurs aient tous une certaine maturité puisqu'ils ont entre 40 et 60 ans. D'après leurs témoignages, il paraît probable que cette pratique soit restée aujourd'hui la même qu'il y a soixante d'années.

²⁴² Dorothy Driver, « Drum Magazine (1951-9) and The Spatial Configurations of Gender », in *Readings in African Popular Culture* edited by Karin Barber, Bloomington University Press, 1997, p 157: « ... in quest of « the ideal of African glamour ». »

²⁴³ « First clenched, spirits raised; The Thulisa Brothers have been performing for years, infusing hardship and hope, suffering and survival into their rendition of a living hostel beats », *The Star* (South Africa), February 5, 2009, [en ligne] (page consultée en juillet 2009). Disponible sur: www.highbeam.com

²⁴⁴ Les *isicathamiya* sont des chœurs composés d'hommes chantant des polyphonies acapella, procédant en même temps à une gestuelle rythmique très chorégraphique. Les paroles développent des thèmes de la vie quotidienne des travailleurs migrants : leurs expériences telles que la vie à Johannesburg, leurs femmes qu'ils ont laissés, les problèmes de santé, les questions politiques ... Ils s'inspirent de leur patrimoine culturel, dont les événements historiques, les cérémonies traditionnelles. Le festival officiel annuel d'*Isicathamiya* est le *National Isicathamiya Festival*, qui se déroule à Durban dans la province du *KwaZulu Natal*.

²⁴⁵ Rachel Swarns, « Johannesburg Journal; In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, June 6, 2002.

²⁴⁶ Rachel Swarns, « Johannesburg Journal; In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, June 6, 2002.

Au 21^{ème} siècle, dans la ville de Johannesburg, cet évènement hebdomadaire se déroule toujours dans *Jeppe Hostel* mais seulement un weekend sur deux, alternant avec *Alexandra*, un township au nord de la ville. Leur organisation n'a rien d'officiel, aucune information publique ne circule à leur sujet, il n'existe pas de site internet ou de publicités indiquant l'heure et le lieu de la compétition. Cela se passe dans un cercle fermé de travailleurs pauvres, où seuls les hommes sont *oswenkas*. Le public, lui, est composé d'hommes et de femmes.

Dingani Zulu, un *oswenka* connu, posant dans les rues de Johannesburg²⁴⁷.



Figure 35 : Dingani Zulu, un *Oswenka*, années 2000.

Dingani lors d'une compétition au *Jeppe Hostel* Johannesburg²⁴⁸.

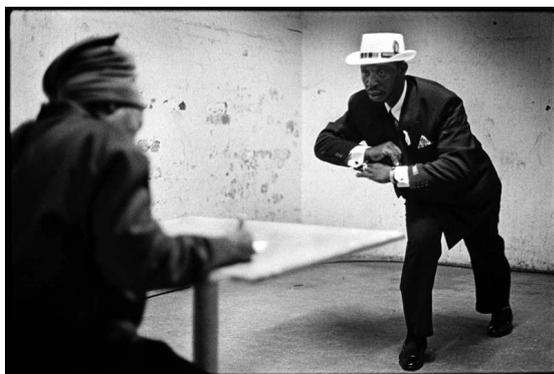


Figure 36 : Dingani Zulu, un *Oswenka*, années 2000.

²⁴⁷ « Seventh Art Releasing » [en ligne] (page consultée le 20/11/12). Disponible sur : <http://www.7thart.com>, image elle-même extraite du film documentaire de Jeppe Ronde, *The Swenka*, South Africa, 72 min.

²⁴⁸ Photographie de TJ Lemon prises dans les années 2000, directeur de la photographie au journal sud-africain *Sunday Independent*, [en ligne] (page consultée le 20/11/12). Disponible sur : <http://www.lightstalkers.org>. De nombreuses photographies des *oswenkas* prises par TJ Lemon sont visibles sur ce site.

Un groupe d'*oswenkas* dans les rues de Soweto²⁴⁹.



Figure 37 : *Oswenkas*, 20^{ème} siècle.

b. La mise en place d'un style vestimentaire.

Les compétitions sont de réelles performances, comme en témoigne le documentaire réalisé sur les *oswenkas*, dirigé par Stacey Holman²⁵⁰. Bien que les compétiteurs soient des travailleurs pauvres, ils investissent dans des costumes et accessoires très coûteux, dont la « griffe » est importante, ce qui n'est pas sans rappeler les sapeurs congolais. La tenue relève d'une construction esthétique, car l'*oswenka* la choisit pièce par pièce. La combinaison des couleurs et des détails a une importance cruciale: boutons de manchette, chaussettes, pochette de costume ... De plus, l'attitude dégagee par les compétiteurs est le fruit d'un art de la parade. C'est dans une démarche très lente et atypique, quasi « chorégraphique »²⁵¹, de tours et demi-tours, de retroussement délicat de la manche pour laisser apparaître la montre, ou du pantalon pour mettre en évidence

²⁴⁹ Jonty Van Zeller, [en ligne] (page consultée le 20/11/12). Disponible sur : <http://jontyvz.blogspot.com>.

²⁵⁰ Stacey Lynn Holman, *Dressed like Kings*, documentaire gagnant du 2004 Tribeca Film Festival Creative Promise Award, Black Butterfly Productions.

²⁵¹ Propos de Robyn Orlin, chorégraphe sud-africaine reconnue dans le monde. C'est d'ailleurs en s'inspirant de cette pratique si particulière, qu'elle a présenté un spectacle qui a tourné en Europe sur le thème des *Oswankas*, tout en faisant une critique de la société de consommation.

les chaussettes en soie assorties à la chemise, que le costume mis en mouvement devient un objet exhibé.

L'harmonie de l'ensemble dénote le bon goût du personnage. Comme le dit M. Ngubane, « il y a une discipline dans tout cela. Si tu achètes un costume, alors tu sais qu'il doit aller avec une chemise comme ça. Quand tu marches, tu dois marcher comme ça. En d'autres mots, tu dois avoir du style ... »²⁵² [Notre traduction]. Un autre compétiteur, M. Zulu, déclare à propos du gagnant M. Khoza, qu'il est très difficile de battre les hommes d'expérience. Cette remarque suggère l'acquisition d'un art qui se travaille au cours du temps.

Chacun parade devant un public composé du jury et des spectateurs. Ils ne sont pas seulement jugés sur leur style et leurs vêtements, mais aussi sur leur finesse, leur gestuelle, et la façon dont l'audience leur répond²⁵³. Le gagnant rentre chez lui avec 6 dollars en poche, et pour des occasions comme Noël, il peut repartir avec une chèvre²⁵⁴.

c. Vêtement et dignité.

En 1924, Léon Hermant rapportait que parmi les « Cafres », calomnier, surtout médire, se disait à travers l'expression « manger les habits d'autrui »²⁵⁵. L'importance des vêtements pour les populations sud-africaines était déjà très claire, considérés métaphoriquement comme la dignité de la personne.

Si les populations sud-africaines ont pu être profondément touchées dans leur dignité par des décennies d'utilisation de leur image par les Européens, les vêtements furent vite une façon de défier leurs oppresseurs. À l'époque de l'apartheid « porter un costume et une cravate apparaissait comme un acte de défiance », car seuls « les Blancs portaient des costumes »²⁵⁶ [Notre traduction]. S'approprier le vêtement de l'ennemi

²⁵² Rachel Swarns, « Johannesburg Journal; In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, June 6, 2002: « There's a discipline in it. If you buy a suit, then you know the suit must get a shirt like this. When you walk, you must walk like this. In other words, you have to have style ».

²⁵³ Emma Nicholson, « An African experience of wonder », *Daily News* (South Africa), September 18, 2007, [en ligne] (page consultée en juillet 2009). Disponible sur: www.highbeam.com

²⁵⁴ Rachel Swarns, « Johannesburg Journal: In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, June 6, 2002.

²⁵⁵ Léon Hermant, *Au sud africain : chez les Basutos, les Zoulous, les Herreros*, Bruxelles : Lannoy, 1924, p 40.

²⁵⁶ Rachel Swarns, « Johannesburg Journal; In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, June 6, 2002: « Back then, some say, wearing a suit and tie seemed like an act of defiance. White people were the ones on suits ».

était une manière d'exprimer des aspirations d'égalité, de dignité, et de ce fait de lutter contre cet ennemi. Porter un type de vêtement dans un contexte particulier est chargé de sens, cela peut être un acte contestataire et politique. Dans son documentaire *Les habits du monde, Afrique du Sud*, diffusé en 2009 sur la chaîne Arte, Aldo Lee explique que le style des *oswenkas* était emprunté au « look » des gangsters des ghettos de *Sophiatown* dans les années 1950. Selon le jeune homme interrogé, c'était un vêtement qui disait : « il ne faut pas me chercher »²⁵⁷. Ces habits de gangsters inspiraient donc la crainte, mais aussi l'autorité masculine. Les *oswenkas*, quant à eux, tentent d'impressionner leur public et ils tirent de ces compétitions une grande fierté. Bien qu'un prix soit offert au gagnant, la véritable satisfaction tirée de ces compétitions représente bien plus que quelques rands, elle n'a pas de prix. Rachel Swarns explique que ce que ces gens gagnent c'est le sentiment d'être beaux, aimés, appréciés par une audience admirative n'hésitant pas à payer quelques dizaines de centimes pour les voir²⁵⁸.

M. Zulu déclare « je me sens différent ici », « je me sens important ici »²⁵⁹ [Notre traduction]. Ils sont considérés comme des modèles d'espoir, des figures inspiratrices pour une communauté pauvre qui voit en eux des hommes qui représentent « quelqu'un » de valeureux, qui travaillent durement pour envoyer leurs enfants à l'école. M. Khoza confie quant à lui, « nous essayons de changer nos situations »²⁶⁰ [Notre traduction]. Le changement d'une situation et la respectabilité d'un homme passent donc par le vêtement. Ces événements représentent en outre, des lieux de sociabilité, de réunion, de reconnaissance sociale.

Le phénomène des *oswenkas* peut être interprété comme une forme de revanche de la part d'hommes pauvres dont l'autorité fut mise à mal au cours de leur histoire.

Ainsi, le vêtement ferait fonction de protection pour se défendre face à l'ennemi. Pour les Sionistes, la fonction protectrice du vêtement permet d'éloigner les forces du Mal et les maux de la société. Le vêtement aurait donc une fonction apotropaïque et prophylactique. Les *oswenkas* l'utilisent comme un outil leur permettant de retrouver une forme d'intégrité, et d'affirmer leur dignité. Les stylistes officiels, quant à eux,

²⁵⁷ Aldo Lee, émission *Les habits du monde*, Afrique du Sud, 18 février 2009, Arte Télévision.

²⁵⁸ Rachel Swarns, « Johannesburg Journal; In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, June 6, 2002

²⁵⁹ Rachel Swarns, « Johannesburg Journal; In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, June 6, 2002: « I feel different here », « I feel important here ».

²⁶⁰ Rachel Swarns, « Johannesburg Journal; In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, June 6, 2002: « We're trying to change our situations ».

considèrent leurs créations comme un instrument qui permet de lutter contre l'adversité générée par les idées reçues que l'Occident nourrit à propos des vêtements africains.

B. Le vêtement, une arme à double tranchant.

1. Lutter contre les stéréotypes.

Les stéréotypes correspondent à des traits ou des comportements attribués à autrui de façon arbitraire. Ce qui définit le stéréotype c'est sa dimension consensuelle, il s'agit de croyances intégrées dès le plus jeune âge et partagées, qui tendent à catégoriser et surgénéraliser. Le préjugé, lié au stéréotype, est une attitude comportant une dimension évaluative à l'égard d'un groupe social donné. L'individu ne juge pas en fonction des choses mais des représentations, des interprétations qu'il se fait de ces choses. La socialisation qu'acquiert un homme, la société dans laquelle il vit, et les valeurs que celle-ci véhicule, offrent une certaine perception de la réalité, un prisme au travers duquel il lit le monde qui l'entoure. L'appréhension de la réalité passe toujours par la théorisation, c'est-à-dire une manière de penser cette réalité. Les individus ne voient pas les mêmes choses selon leur culture, selon les relations qu'ils entretiennent avec le monde et les autres cultures. Ils imaginent avant d'expérimenter, et ces conceptions commandent le processus de perception.

Concernant le continent africain, l'esclavage, les récits de voyages, la christianisation, la colonisation, ont participé à construire un imaginaire ainsi que des représentations stéréotypées de l'Afrique dont sont encore aujourd'hui empreintes les mentalités, à la fois occidentales et africaines.

L'idée selon laquelle les sociétés africaines étaient des sociétés froides, sans histoire, a persisté dans le temps. Il en a résulté une utilisation outrancière du terme « traditionnel » dans son acception la plus péjorative, se rapportant à un retard d'évolution. Victoria Rovine écrit à propos de la France colonialiste du début du 20^{ème} siècle :

« ... la construction des cultures non-européennes comme « traditionnelles » fut un élément de l'entreprise coloniale »²⁶¹.

À travers la mode se joue le rapport entre les deux continents: « La métropole – que ce soit Paris, Londres, Bruxelles, ou une autre capitale européenne – était présumée être à l'avance dans chaque élément de l'expression culturelle, alors que les habitants des colonies étaient vus comme perpétuellement « en dehors du coup »; leurs cultures gelées dans la statique de la « tradition », exclus du contemporain »²⁶² [Notre traduction].

La construction d'une image primitive de l'Afrique marquera durablement l'imaginaire collectif européen, les institutions muséales françaises chargées d'exposer les arts africains utilisant elles-mêmes encore aujourd'hui le terme de « primitif ». La persistance d'une image primitive de ces sociétés amène à penser leurs vêtements comme également « traditionnels » et donc en dehors du système de la mode.

Ainsi, les stéréotypes construits à travers le temps marquent autant les mentalités occidentales qu'africaines, de différentes manières évidemment. Le vêtement est pour les stylistes outil et fruit de création, un moyen de s'exprimer et de s'opposer à ces représentations obsolètes. La lutte contre les stéréotypes communément véhiculés sur l'Afrique et les vêtements africains est une volonté partagée par la grande majorité des stylistes sud-africains et africains de façon générale. Le vêtement permet indéniablement d'échanger des informations. Ceci est aussi le point de vue de Roland Barthes, il « classe le vêtement parmi les « objets de communication »²⁶³. Dans son livre *Système de la mode* publié en 1967, Roland Barthes analyse le vêtement tel qu'il est décrit dans les livres et articles de mode. Il considère que pour étudier le vêtement de mode, « il faut étudier ou des actes, ou des images ou des mots [...] chacune de ces structures oblige à une analyse originale et il faut choisir »²⁶⁴. C'est à travers une approche du signe vestimentaire calquée sur le modèle linguistique qu'il dédie son analyse à la mode écrite uniquement : « on n'a pas voulu traiter d'une substance

²⁶¹ Victoria Rovine, « Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 3, n°25, 2009, p 44: « ...the construction of non-european cultures as « traditional » was one element of the colonial enterprise ».

²⁶² Victoria Rovine, « Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion » *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 3, n°25, 2009, University of Illinois Chicago, p 50: « The metropole – wether Paris, London, Brussels, or another European capital – was presumed to be on the cutting edge in every element of cultural expression, while the inhabitants of the colonies were deemed to be perpetually out of date; their cultures frozen in the statis of « tradition », remote from the contemporary ».

²⁶³ Olivier Burgelin, « Barthes et le vêtement », *Communications*, vol 63, n° 63, 1996, p 81.

²⁶⁴ Roland Barthes, *Système de la mode*, Paris: Seuil, Avril 1967, p 18.

quelconque de la Mode mais seulement de la structure de ses signes écrits »²⁶⁵. Selon lui le langage, à travers la parole ou l'écriture, a trois fonctions :

- il fixe un niveau de lecture
- il apporte des connaissances
- il fait ressortir certains éléments du vêtement

Toute parole détient alors une fonction d'autorité. En Afrique du Sud cependant, la parole des stylistes ne détient pas le même degré d'autorité selon leur position dans le système de la mode, ceci sera décrit dans le deuxième chapitre. Il apparaît clairement que la fonction d'autorité de la parole est effective seulement si elle est diffusée et entendue, or ce n'est pas un cas général.

Cette recherche ne prétend pas analyser la mode en Afrique du Sud du point de vue sémiotique et avec la méthode utilisée par Roland Barthes dans son livre : il utilise des concepts linguistiques pour analyser un signe vestimentaire faisant partie d'un langage vestimentaire. Cette conception purement sémiotique du vêtement éliminant le monde, le sujet et le corps nous paraît réductrice²⁶⁶ de nos jours et dans ce contexte d'étude. Son « ouvrage de méthode »²⁶⁷ encourage néanmoins à porter une attention particulière aux différents discours tenus et aux termes utilisés par les stylistes interrogés, mais aussi parfois par les journalistes de mode à travers quelques articles. Il est question dans cette partie de porter un regard critique sur les discours, langages, de deux types d'acteurs :

- les journalistes de mode, à travers notamment un article extrait d'un numéro du magazine *Arise*.
- les stylistes sud-africains médiatisés parvenus à se hisser sur la scène officielle des semaines de la mode sud-africaines, à travers des interviews extraites d'articles de magazine, ainsi que des entretiens menés lors des travaux de terrain en 2009 et 2010.

Une partie des personnes faisant figure d'autorité dans le milieu de la mode internationale, souvent les interlocuteurs occidentaux (journalistes de mode et créateurs de mode) ont une perception réduite et une vision réductrice de la création vestimentaire africaine. L'existence d'un monde organisé et développé de la création vestimentaire en Afrique reste sous-estimée.

²⁶⁵ Roland Barthes, *Système de la mode*, Paris: Seuil, Avril 1967, p 22.

²⁶⁶ Nadine Gelas, *Le signe vestimentaire*, enregistrement numérique, Paris BPI 2003, date et lieu : 17/01/2003, petite salle, Centre Pompidou, 33 min, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : www.bpi.fr

²⁶⁷ Dans « Barthes et le vêtement », *Communications*, vol 63, n° 63, 1996, Olivier Burgelin considère que le livre *Système de la mode* est « un ouvrage de méthode ».

Un article en particulier, publié dans le premier numéro d'*Arise* en 2009, se focalise sur les « clichés » africains dans le domaine de la mode. Il met en avant l'ambition commune des créateurs de mode sud-africains de lutter contre ces « clichés ». Le titre en lui-même annonce le positionnement général des stylistes face à l'Occident, ils veulent signifier leur potentiel au monde entier : *African fashion now. After years of colonialist clichés, a new breed of african designers are creating vibrant, unique clothes and are now ready to bring their vision to the rest of the world*²⁶⁸. L'idée de combattivité sous-tend également ce titre, les créateurs de mode veulent se faire une place sur la scène de la mode internationale. En début d'article la journaliste Emma Jordan cite brièvement les stéréotypes sur l'Afrique entretenus par des stylistes occidentaux : les gros bracelets de bois, les sandales gladiateurs d'Yves St Laurent en 1966 ou bien l'imprimé léopard des années 1970²⁶⁹. Pendant longtemps l'Afrique n'a été rien d'autre qu'un « lieu d'ethno-inspiration » et les consommateurs se sont satisfaits de stéréotypes faciles sur l'Afrique²⁷⁰.

Dans un article du journal sud-africain *Sunday Times* datant du 14 juin 2009, le journaliste cite les propos d'une créatrice kényane Liz Ogumbo, qui résume la persistance de certaines attentes de la part d'un Occident qui ne cesse d'opposer « africain » et « moderne » : « Des gens disent que la ligne n'est pas assez africaine ; elle est trop moderne »²⁷¹ [Notre traduction]. Dès qu'il s'agit de l'Afrique dans le monde de la mode, les termes récurrents utilisés sont « tribal », « exotique », « coloré »²⁷² [Notre traduction]. Anne Grosfilley parle aussi d'une Afrique fantasmée constamment présente dans les défilés de mode occidentaux : « L'Afrique imaginaire et fantasmée apparaît omniprésente dans les défilés de mode occidentaux, de John Galliano à Jean-Paul Gaultier, par la récurrence de peaux de panthère, de plumes colorés, de perles, de masques »²⁷³. Les peaux, les plumes et les perles sont bien des

²⁶⁸ Emma Jordan, « African fashion now. After years of colonialist clichés, a new breed of african designers are creating vibrant, unique clothes and are now ready to bring their vision to the rest of the world », *Arise Magazine*, issue 1, p 74. Traduction du titre : « La mode africaine aujourd'hui. Après des années de clichés coloniaux, une nouvelle race de créateurs africains sont en train de créer des vêtements vibrants et uniques et sont maintenant prêts à apporter leur vision au reste du monde » [Notre traduction].

²⁶⁹ Emma Jordan, « African fashion now ... », p 74.

²⁷⁰ Emma Jordan, « African fashion now ... », p 74.

²⁷¹ « Project Runway », *Sunday Times*, June 14, 2009: « Some people say the line is not african enough; it's too modern ».

²⁷² « Project Runway », *Sunday Times*, June 14, 2009.

²⁷³ Anne Grosfilley, « Les créateurs africains de « haute couture » : entre redéfinition du vêtement et recherche d'identité », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70 Aprile 2010, Bologna: Edizioni Lai Momo, p 10.

éléments vestimentaires « traditionnels » africains, cependant il est très réducteur de limiter la culture vestimentaire africaine à ces seules composantes compte tenu de la superficie de ce continent et de la longue histoire d'échanges culturels et commerciaux qui le marque. Pourtant, ce sont les éléments les plus anciens, souvent considérés comme les plus « authentiques », qui sont choisis par les Grands Couturiers occidentaux pour des collections de vêtements englobés sous le terme de « style ethnique ». Est considéré de style ethnique tout vêtement ou accessoire d'inspiration traditionnelle africaine, asiatique, ou d'Amérique latine ... Les stéréotypes véhiculés par les récits de voyages, les missionnaires, les photographies coloniales, ont donc traversé le temps : « À travers les images du continent noir, se cristallisent des projections d'un monde sauvage et intemporel, d'exotisme et d'érotisme qui reflètent une facette des rapports Europe/Afrique »²⁷⁴.

Alphadi²⁷⁵, créateur de mode nigérien reconnu mondialement, fondateur du FIMA²⁷⁶, déclare : « la mode africaine ou métisse n'est pas reconnue au niveau international », son ambition est de montrer que « la mode noire existe, qu'elle est là, qu'elle est valable et qu'elle est capable »²⁷⁷. Cette expression d'une « Afrique capable » (par rapport à l'Occident) fut reprise par David Tlale²⁷⁸, créateur de mode sud-africain reconnu au niveau international. Lors de la remise du premier prix au cours de la soirée qui clôtura l' *Arise Africa Fashion Week* de Johannesburg²⁷⁹ en 2009, il déclara face à de nombreux stylistes venus de toutes les régions du continent et aux médias²⁸⁰, que l'Afrique était capable. Il veut montrer la mode africaine au monde entier face à un Occident qui les stigmatise. Les fantasmes sur l'Afrique, toujours prégnants dans les perceptions occidentales actuelles, ont un impact évident sur le travail des stylistes africains et la façon dont ils définissent leurs créations. Emma Jordan écrit dans

²⁷⁴ Anne Grosfilley, « Les créateurs africains de « haute couture » : entre redéfinition du vêtement et recherche d'identité », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70 Aprile 2010, Bologna: Edizioni Lai Momo, p 10.

²⁷⁵ Barthes Roland, *Système de la mode*, Paris : Seuil, Avril 1967, p 25.

²⁷⁶ Festival International de la Mode Africaine à Niamey.

²⁷⁷ Alphadi, entretien publié sur Afrik.com, Alphadi répondant aux questions du journal.

²⁷⁸ David Tlale (Sud-africain) et Tiffany Amber (Nigériane) furent élus les meilleurs stylistes africains de l'année, ils eurent l'opportunité de présenter leur collection lors de la semaine de la mode de New York en septembre 2009.

²⁷⁹ 12 au 19 juin 2009, *Convention Centre*, Sandton, Johannesburg.

²⁸⁰ Cette grande semaine de la mode qui eut lieu au *Convention Centre* à Sandton, Johannesburg, permit à des dizaines de créateurs du continent de présenter leurs collections. Ils venaient du Nigéria, du Ghana, du Mozambique, d'Ethiopie, de Namibie, de Tanzanie, d'Ouganda, de Guinée, de Madagascar, du Cameroun, du Kenya, du Sierra Leone, de la Côte d'Ivoire, du Niger, d'Angola, du Maroc, du Bostwana, d'Egypte, du Swaziland.

l'article de magazine cité précédemment que les stylistes africains commencent à se libérer de certains clichés associés au fait d'être des stylistes africains²⁸¹. Le souhait de ne pas être étiqueté comme « créateur de mode africain » mais d'être simplement reconnu comme « créateur de mode », a souvent été exprimé lors des entretiens avec les stylistes connus du pays. Les propos de David Tlale reflètent bien la persistance de stéréotypes concernant les vêtements africains. Relatant son expérience à Paris en 2007, il explique que des journalistes européens furent choqués de découvrir ses vêtements qui ne correspondaient pas du tout à ce qu'ils avaient imaginé²⁸². S'attendaient-ils à des peaux, des plumes et des perles ? Les entretiens de Victoria Rovine avec des stylistes d'Afrique de l'Ouest révèlent le même parti-pris :

« Les expressions de leurs identités africaines varient grandement mais tous se battent pour éviter d'être étiquetés « créateurs africains ». Nombreux sont ceux qui remettent en question et parfois subvertissent les attentes qui ont été créées par une longue histoire d'exotisme dans les marchés de la mode occidentale »²⁸³ [Notre traduction].

Il semblerait que les créateurs de mode d'Afrique orientale partagent également ce sentiment, la styliste kényane Liza Ogumbo déclare : « Je préfère être trop moderne et décrite juste comme une créatrice plutôt que comme une « créatrice africaine »²⁸⁴ [Notre traduction].

²⁸¹ Emma Jordan, « African fashion now. After years of colonialist clichés, a new breed of african designers are creating vibrant, unique clothes and are now ready to bring their vision to the rest of the world », *Arise Magazine*, issue 1, p 74.

²⁸² Propos de David Tlale, entretien le mardi 16 juin 2009, 50 seventh avenue, Parktown North Johannesburg.

²⁸³ Victoria Rovine, « Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 3, n°25, 2009, p 60: « Their expressions of their African identities vary widely but all struggle to avoid being confined by the label « African designer ». Many engage with, and sometimes subvert, the expectations that have been created by a long history of exoticism in Western fashion markets ».

²⁸⁴ « Project Runway », *Sunday Times*, June 14, 2009: « I'd rather be too modern and described as just a designer rather than an « African designer » ».

2. Effet pervers : conforter les stéréotypes sur les vêtements africains.

Ce positionnement des stylistes qui, à travers les vêtements qu'ils créent, ont pour but de véhiculer une représentation nouvelle de leur continent, est manifeste. Il est clair dans le principe, et partagé par tous. En revanche la forme que prend ce positionnement peut être quant à lui beaucoup plus ambigu. Dans certains cas, les discours reflètent une ambivalence : les stylistes sud-africains sont fiers de leur appartenance africaine mais veulent s'en éloigner dans l'aspect formel des vêtements qu'ils produisent, ce qui donne souvent lieu à des formes vestimentaires très peu marquées par une quelconque influence africaine. Lors de notre entretien, David Tlale a précisé que dans ses créations les références à l'Afrique « sont subtiles »²⁸⁵, elles résident parfois uniquement dans la technique utilisée. Pourtant sa collection présentée à la *New York Fashion Week* quelques mois après l'entretien en septembre 2009, montrait le contraire. Ses créations affichaient des éléments faisant directement référence à l'Afrique australe, en particulier les perles en coquilles d'œuf d'autruche, éléments décoratifs anciens caractéristiques de la région. Il intitula même sa collection : *Cultural Intimacy* (intimité culturelle).

Dans d'autres cas, certains savoir-faire comme la broderie de perles sont revendiqués par les stylistes officiels comme une spécificité culturelle qui les distinguerait sur le marché de la mode internationale, mais ils ne veulent pas utiliser ces formes (perlages) de façon trop ostentatoire de crainte d'être étiquetés « Africains ». De nombreux stylistes semblent tiraillés entre deux mondes : l'Afrique et l'Occident, tant dans leur inspiration que dans le langage qu'ils tiennent sur leur production. Ils sont tiraillés entre leur identité africaine qui elle-même est multiple et les exigences de l'Occident. Il émane une volonté de faire circuler une nouvelle iconographie de l'Afrique à travers de nouvelles images de la mode africaine qui se confronte à des attentes décalées.

En même temps, cet éloignement formel par rapport à des formes africaines « traditionnelles » (tissus, éléments décoratifs) tend à sous-entendre que les vêtements africains dits traditionnels ne font pas partie de la mode telle qu'elle est définie par les grandes capitales occidentales.

²⁸⁵ Propos de David Tlale, entretien le mardi 16 juin 2009, 50 seventh avenue, Parktown North, Johannesburg.

Dans les articles de mode que Roland Barthes analyse en 1967, « ce qu'on cherche à décrire, ce n'est pas telle Mode, mais la Mode »²⁸⁶. C'est aussi dans ces termes que les stylistes connus interrogés entendent leurs créations, c'est-à-dire non pas une simple tendance mais plutôt la référence.

La pression opérée par un marché international qui attend des stylistes africains qu'ils créent une mode africaine distincte, a un effet pervers : les créateurs sud-africains en question relaient ces mêmes stéréotypes par des discours stigmatisant les vêtements africains d'inspiration traditionnelle. Dans une démarche de lutte contre les stéréotypes, ils se conforment au modèle occidental de la mode. La communauté des stylistes médiatisés évince une partie de la mode : celle d'inspiration traditionnelle. Cette séparation en deux réseaux sera analysée dans les chapitres suivants.

Dans l'analyse des entretiens, le niveau de connotation du langage tenu sur la mode est important. Les stylistes servent les stéréotypes véhiculés sur les vêtements africains en tenant un discours péjoratif sur les vêtements dits traditionnels. Leur positionnement, bien que contre les stéréotypes, se révèle ambivalent et ambigu. L'ambivalence du rapport à ces vêtements traditionnels sera évoquée dans le chapitre 2. Il semble que le terme « traditionnel », tant empreint d'exotisme du côté occidental, le soit aussi pour ces créateurs de mode sud-africains, Noirs et Blancs confondus. Montrer de quoi l'Afrique est « capable » revient donc à montrer qu'elle peut produire une mode digne de ce nom, calquée sur le modèle occidental, en s'éloignant surtout des vêtements faisant l'objet de stéréotypes. C'est à travers des discours excluant et stigmatisant les vêtements africains d'inspiration traditionnelle ou dits traditionnels, que nombre de stylistes contribuent à renforcer les stéréotypes. Pourtant, comme évoqué précédemment, cette production considérée comme traditionnelle est omniprésente dans la société sud-africaine et s'inscrit dans une évolution contemporaine du vêtement. David Tlale explique lors de notre entretien, que « l'Afrique du Sud est un pays qui se développe de plus en plus, les jeunes générations ne portent plus de vêtements traditionnels, elles savent mieux ce qu'elles veulent ». En dissociant deux idées, celle du développement du pays et celle de l'abandon des vêtements traditionnels de la part des jeunes générations, le styliste laisse implicitement entendre que les vêtements dits traditionnels ne font pas partie du développement, alors même qu'ils se trouvent au cœur des changements contemporains du pays grâce à l'immigration. En séparant

²⁸⁶ Roland Barthes, *Système de la mode*, Paris : Seuil, Avril 1967, p 22.

développement et vêtement « traditionnel », l'idée plus précise est celle que les vêtements d'inspiration traditionnelle ne sont pas à la mode. Les fameux stylistes Marianne Fassler et Gavin Rajah déclarent explicitement lors des entretiens, que les vêtements réalisés par les stylistes dans le cœur de la ville ne relèvent pas du *fashion design*, de la pure création. Aussi, une phrase de Jacques Van Der Watt²⁸⁷ décrivant l'une de ses collections est frappante: « Nous voulions montrer une Afrique luxueuse, progressiste. Le résultat final est très africain, pourtant glamour »²⁸⁸ [Notre traduction]. L'adverbe *yet* se traduisant par « pourtant » marque une opposition entre ce qui est africain et ce qui est glamour. Si l'adjectif « glamour » connote la séduction, la sensualité, l'adjectif « africain » connoterait-il une incompatibilité des deux notions ? Il est étonnant de constater la formulation aussi explicite d'un stéréotype de la part d'un créateur de mode africain qui travaille sur le continent africain et qui s'inspire de l'Afrique. Selon ces stylistes, il semble que les vêtements « traditionnels » ou d'inspiration traditionnelle africains, constituent et perpétuent ce qu'ils appellent les « clichés ». Ce qui est traditionnel n'est pas à la mode, mais s'inspirer des vêtements dits traditionnels pour décider d'en faire une mode de style « ethnique » est permis. Là est toute la nuance. Les créateurs de mode « officiels » décident d'abord de ce qui devra plaire, et l'imposent par le biais de toute une organisation, à travers un discours médiatisé et entendu. Un pouvoir décisionnel sans pareil est à l'œuvre dans ce réseau. Quel est donc ce réseau institutionnalisé qui domine apparemment le système de la mode ?

²⁸⁷ Jacques Van der Watt est un créateur de mode très reconnu, l'un des fondateurs de la maison de mode *Black Coffee*.

²⁸⁸ Propos de Jacques Van Der Watt, Global Trekking, « Wanted » supplément du journal *Business Day*, Août 2009, p 32: « We wanted to show a luxurious, progressive Africa. The end result is very african yet glamorous ».

Chapitre II. Réseau institutionnalisé de la mode.

I. La mode des *Fashion Weeks*.

Si le vêtement et la mode sont indissociables, ils sont à différencier, car si la mode met en avant certains habits, tous les vêtements eux, ne font pas partie de la mode telle qu'elle est définie par l'institution des « Semaines de la mode sud-africaines » ou *South African Fashion Weeks* (SAFW²⁸⁹). C'est la raison pour laquelle cette partie s'attache à expliciter le concept de la mode en tant qu'organisation institutionnelle dictant des goûts, dans laquelle différents acteurs participent à la définition de ses contours. Il est nécessaire d'analyser les conditions dans lesquelles un créateur de mode est déclaré comme tel, jugé talentueux et donc légitime. Un créateur seul ne peut faire la mode, c'est plutôt un réseau tissé d'interactions qui permet de faire exister la plateforme des semaines de la mode, d'en faire un organisme visant à maintenir les règles qu'il a établies.

A. Instance dominante.

1. Une mode donnée comme référence.

La mode vestimentaire fait référence à une manière de se vêtir selon les goûts d'une société à une époque donnée, émanant de la création de vêtements par des stylistes. La « Mode », celle supposée servir de référence pour les modes vestimentaires, est un

²⁸⁹ SAFW signifie *South African Fashion Week*. Cette semaine de la mode sud-africaine ayant lieu deux fois par an dans le pays est devenue une institution de la mode. L'abréviation SAFW sera utilisée tout au long du texte pour éviter la lourdeur du terme complet « *South African Fashion Week* » ou « Semaine de la mode sud-africaine ».

concept bien plus complexe. La sociologue Yuniya Kawamura²⁹⁰ établit une distinction claire entre le vêtement et la mode²⁹¹ qui s'inscrit plus profondément dans un domaine conceptuel, une idéologie: « Un système de la mode opère pour convertir l'habit en mode qui a une valeur symbolique et qui est manifestée à travers l'habit »²⁹² [Notre traduction]. Une idéologie est un ensemble d'idées, de pensées philosophiques, sociales, politiques, morales, religieuses, propre à un groupe, à une classe sociale ou à une époque. C'est un système d'idées, d'opinions et de croyances qui forme une doctrine pouvant influencer les comportements individuels ou collectifs²⁹³. La mode en tant qu'idéologie est donc un ensemble de croyances, d'opinions, d'idées, sur ce que doit être la mode, sur des goûts de consommations vestimentaires. Bien que ces idées, aboutissant à une définition étroite de la mode, puissent naître au sein d'un groupe minoritaire de personnes, leur diffusion massive dans la société par le biais des médias principalement, les impose en idéologie. De ce fait, au-delà du vêtement en tant qu'objet matériel, la mode est produite par un ensemble d'acteurs influents qui la définissent ce qu'elle est, et qui définissent ainsi les formes vestimentaires étant à la mode. Il s'agit donc d'une structure qui se pose en institution de légitimation, composée de stylistes, journalistes, publicitaires ..., qui véhicule des images et discours sur des vêtements transformés en mode, des goûts de consommation. Par ce processus la mode, plus précisément une partie de la mode, est institutionnalisée. Kawamura écrit encore: « Alors que la production d'habits fabrique des éléments de vêtements, la production de la mode perpétue les croyances dans la mode »²⁹⁴ [Notre traduction]. Ce que décrit la sociologue correspond en partie à la réalité vestimentaire de l'Afrique du Sud, la mode en tant qu'organisation normée est la partie émergée du phénomène. Dans cette approche la facette immergée de la mode (stylistes de l'ombre) est évincée. La mode doit donc être comprise dans un champ élargi et plus ouvert concernant notre sujet. Elle ne se limite pas seulement à une institution reconnue, mais comprend un réseau parallèle qui ne bénéficie pas de la légitimation institutionnelle dont il est question dans

²⁹⁰ Professeure de sociologie au *Fashion Institute of Technology, State University of New York*.

²⁹¹ Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, 124 p.

²⁹² Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, p 44: « A fashion system operates to convert clothing into fashion that has a symbolic value and is manifested through clothing ».

²⁹³ Définition [en ligne] (page consultée en janvier 2011). Disponible sur : <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Ideologie.htm>

²⁹⁴ Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, p 50: « While clothing production manufactures items of garments, fashion production perpetuates the beliefs in fashion ».

ce chapitre. Une deuxième facette de la mode en Afrique du Sud est produite et circule dans les milieux plus populaires des centres-villes. Ce deuxième réseau de la mode sera traité dans le troisième chapitre.

Même si la mode en Afrique du Sud ne se réduit pas seulement à un système institutionnel, force est de constater que cette structure de la mode représentée par deux organisations : la *South African Fashion Week* (SAFW) et l'*African Fashion International* (AFI²⁹⁵), a une importance considérable dans la production d'une mode sud-africaine et dans la diffusion d'une définition unique de la mode. La phrase de Y. Kawamura concernant les créateurs de mode français s'applique très bien aux créateurs sud-africains :

« Les stylistes dans le système, que j'appelle « stylistes de l'élite », réaffirment leur statut à travers la participation continue aux défilés de mode qui servent de rituel qui reproduit et renforce la signification symbolique de la mode »²⁹⁶ [Notre traduction].

Le terme d'« élite » utilisé par la sociologue met l'accent sur des créateurs qui se distinguent de la majorité. Il rejoint l'idée de Bourdieu selon laquelle cette élite produit une culture élitiste qui est considérée comme étant la « culture légitime », c'est-à-dire le modèle, la référence. Les acteurs du réseau officiel de la mode se posent en dominants, « ce sont ceux qui détiennent au plus haut degré le pouvoir de constituer des objets comme rares par le procédé de la « griffe » ; ceux dont la griffe a le plus de prix »²⁹⁷. Cette griffe acquiert sa valeur au fur et à mesure des années, à travers le processus continu de validation par la présentation de collections dans les défilés de la SAFW et de l'AFI. En participant à ces événements de la mode, les créateurs de mode connus « confirment leur statut et leur réputation » et les nouveaux cherchent à « être découverts par les *gatekeepers* ²⁹⁸ que représentent les magazines et journaux majeurs »²⁹⁹ [Notre traduction].

²⁹⁵ AFI signifie *African Fashion International*, deuxième instance de la mode officielle dans le pays, organisant trois semaines de la mode dans l'année. L'abréviation AFI sera utilisée tout au long du texte pour éviter la lourdeur du terme entier *African Fashion International* ou Mode Africaine Internationale.

²⁹⁶ Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, p 71: « The designers in the system, whom I call « elite designers », reaffirm their status through continuous participation in the regular fashion shows which serve as a ritual that reproduces and reinforces the symbolic meaning of fashion ».

²⁹⁷ Pierre Bourdieu, « Haute Couture et Haute Culture » (exposé fait à Noroit (Arras) en novembre 1974) in *Questions de sociologie*, paris : Editions de Minuit, p 197.

²⁹⁸ Ce mot est difficilement traduisible en français, il veut dire gardien, désignant les conservateurs, ceux qui veillent à ce que les normes en place soient conservées et respectées. Les journaux couvrant les

Le terme de « réseau » met en avant l'idée d'entrecroisements d'un ensemble de personnes qui communiquent et collaborent pour créer la mode en Afrique du Sud. Ce qui est entendu comme réseau institutionnalisé, soit réseau officiel de la mode, représente l'instance de légitimation donnant vie à une mode établie de manière durable, notamment par la mise en place de semaines de la mode. Il est constitué de différents acteurs ou groupes sociaux, les principaux étant les organisateurs de la SAFW et de l'AFI, les enseignants de mode, les écoles de mode, les départements de mode dans les universités, les stylistes, les compétitions de mode comme le *Vukani Fashion Award* ou le *Elle new talent Award*, et les journalistes. Les organisateurs de la SAFW et de l'AFI s'attribuent le monopole de la mode qu'ils définissent selon leurs propres critères, ils ont ainsi la capacité de lancer les stylistes de leur choix, car même si certaines conditions d'accès aux défilés sont censées s'appliquer à tout candidat, il est clair que les directrices ont le pouvoir de décision finale. Liza Benson, étudiante en dernière année à LISOF³⁰⁰ au moment de notre entretien, en témoigne. Elle a pu constater au cours d'un stage au sein de la SAFW qu'en dépit des critères pré-établis de sélection, Lucilla Booyzen, fondatrice et directrice de la SAFW, peut choisir de façon arbitraire qui présentera sa collection³⁰¹.

Les stylistes inscrits dans cette structure sont donc les créateurs de mode qui ont réussi à accéder au monde des semaines de la mode qui leur offre reconnaissance, médiatisation, et la première place sur le devant de la scène. La SAFW et l'AFI sont des instances de consécration de l'artiste en tant que créateur à part entière, « beaucoup de créateurs prometteurs se sont faits un nom sur les podiums de la SAFW »³⁰² [Notre traduction]. Les journalistes ont un rôle primordial dans ce système où ils ont le pouvoir de diffuser quantité d'informations. Les écoles de mode, cursus de formation reconnu, collaborent avec le réseau institutionnel de la mode en se faisant les

semaines de la mode, en diffusant cette mode, la légitiment et l'imposent, c'est pourquoi ils sont qualifiés par la sociologue de « *gatekeepers* ».

²⁹⁹ Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, p 41: « ... already known designers confirm their status and reputation and the new ones seek to be discovered by the gatekeepers who represent major magazines and newspapers ».

³⁰⁰ *London International School of London* (École internationale de mode de Londres) implantée à Johannesburg. C'est une école de mode prestigieuse et coûteuse. L'abréviation LISOF sera utilisée pour parler de cette école.

³⁰¹ Décembre 2009 : entretien avec Liza Benson, au *Fashion Kapitol, Pritchard street*, Johannesburg. À l'époque de l'entretien, Lisa était étudiante à LISOF.

³⁰² Mary Corrigan, « Passion for fashion », *The Sunday Independent* (South Africa), 23 juillet 2006, propos de Lucilla Booyzen: « many up-and-coming designers made their name on SAFW catwalks ».

institutions formatrices des futurs talents, d'une élite de la mode. Enfin, les compétitions de mode constituent un tremplin vers la reconnaissance et forment un lieu de repérage.

La mode officielle est un monde très compétitif et sélectif. De même, ces deux organisations sont clairement en compétition même si cela n'est jamais formulé. Pour une personne extérieure à ce milieu et non professionnelle de la mode officielle, il est très difficile de les distinguer clairement et d'être en mesure d'attribuer à chacune d'elles les semaines de la mode qu'elles dirigent. La façon dont les médias présentent les différentes semaines de la mode du pays est très englobante. Les médias parlent indifféremment des défilés de mode des semaines de la mode, sans jamais faire de distinction claire entre les deux structures qui se trouvent derrière ces événements (SAFW ou AFI). Comme Lucilla Booyzen l'écrit « SAFW et AFI sont deux choses totalement différentes »³⁰³.

a. SAFW

Ouverte au public aisé jusqu'en 2009 (150 rands/ 15 euros la place pour le défilé de 15-30 minutes), la « Semaine de la mode sud-africaine » est devenue un événement attirant autant les curieux que les passionnés, les magazines majeurs tout comme les professionnels de ce milieu.

La première SAFW eut lieu en 1997 au Square *Nelson Mandela* à Sandton³⁰⁴, Johannesburg. Depuis, cet événement de la mode est devenue une institution, une structure sociale stable et dotée d'un certain nombre de règles, qui ne cesse de s'épanouir et de se forger un rôle de plus en plus important sur le continent, visant à faire une place aux créateurs de mode sud-africains sur la scène nationale et internationale. Jusqu'en 1997, bien qu'une force créative existait depuis longtemps dans le domaine de la mode, une plateforme ouverte présentant les collections des stylistes n'existait pas en Afrique Du Sud. La naissance de cette instance de la mode s'explique par le contexte de changement social et culturel que traversait le pays à l'époque. Avec l'émergence d'une démocratie faisant jaillir une forte identité nationale, « les stylistes commencèrent à se sentir obligés de créer une mode qui exprimait la nouvelle identité

³⁰³ Propos de Lucilla Booyzen dans un courriel reçu le mardi 30 janvier 2012.

³⁰⁴ Notons que le lieu de la semaine de la mode n'est pas anodin, *Sandton* est le plus gros centre d'affaires du pays, excentré du cœur de la ville.

du pays et la SAFW offrait une plateforme idéale³⁰⁵ » [Notre traduction]. Cette institution âgée de quinze ans se veut être la plateforme indépendante pour les créateurs de mode sud-africains et la vitrine médiatique de la mode sud-africaine. Elle est « une plateforme marketing. Les stylistes en tirent une immense publicité³⁰⁶ » [Notre traduction]. D'après les informations fournies par L. Booyzen, la publicité déployée autour des collections des créateurs de la SAFW génère une couverture publicitaire d'une valeur de 100 millions de rands (10 millions d'euros)³⁰⁷. Cette publicité créerait de grandes opportunités commerciales localement, en Afrique et au-delà. Une centaine de médias couvrent les SAFW chaque saison³⁰⁸ : la collection été et la collection hiver. Cette jeune institution présente des stylistes qui débute avec peu de moyens, elle les aide à se construire. Pour les « élus », elle est un véritable moteur d'impulsion. Il existe une relation d'intimité entre les organisateurs et les stylistes, une relation de « parrainage ». Comme le dit Dion Chang³⁰⁹ dans le livre publié pour les 10 ans de la SAFW : « En Afrique du Sud tout est fait pour les stylistes, parce qu'ils n'ont pas l'infrastructure ou le bureau de presse, ou bien ils ne peuvent pas s'offrir les mannequins [...] Pour la majorité, la SAFW remplit tous ces rôles pour eux »³¹⁰ [Notre traduction]. Par la mise en place de défilés deux fois dans l'année, par son rôle de promoteur de nouveaux talents et sa position reconnue sur le continent depuis plus d'une décennie, cette organisation est devenue une institution qui n'a cessé de gagner en ambition et en légitimité. La première année, seuls des stylistes établis furent présentés, la plupart étaient inconnus du public et des médias. L'année 1998 donna leur chance aux nouveaux talents. En 1999, pour la première fois, les créations de stylistes noirs apparurent sous les feux de la rampe³¹¹. Depuis les années 2000, la SAFW offre un

³⁰⁵ Mary Corrigan, « Passion for fashion », *The Sunday Independent* (South Africa), 23 juillet 2006, propos de Lucilla Booyzen, [en ligne] (page consultée en septembre 2009). Disponible sur: www.highbeam.com: « ... designers started to feel compelled to create fashion that expressed the country's new identity and SAFW provided the ideal platform ».

³⁰⁶ Dion Chang, « Conversations With Dion Chang » in *10x SA Fashion Week Voices Et Images From Ten Years Of South African Fashion Week*, Johannesburg: Anthony Tischhauser, Channel F Publishing, July 2006, p 10: « SA Fashion Week is a marketing platform. Designers get huge publicity from it ».

³⁰⁷ Propos de Lucilla Booyzen dans un courriel reçu le mardi 30 janvier 2012.

³⁰⁸ Propos de Lucilla Booyzen dans un courriel reçu le mardi 30 janvier 2012.

³⁰⁹ Dion Chang est considéré comme un spécialiste des tendances de mode en Afrique du Sud.

³¹⁰ Dion Chang, « Conversations With Dion Chang » in *10x SA Fashion Week Voices Et Images From Ten Years Of South African Fashion Week*, Johannesburg: Anthony Tischhauser, Channel F Publishing, July 2006, p 9-10: « In South Africa, everything is done for the designers because they don't have the infrastructure or press bureau, or they can't afford all the models [...] For the majority, SA fashion Week fulfils all those roles on their behalf ».

³¹¹ Lucilla Booyzen, « Introduction » dans *10x SA Fashion Week Voices Et Images From Ten Years Of South African Fashion Week*, Johannesburg: Anthony Tischhauser, Channel F Publishing, July 2006, p 4:

espace de vente à chaque créateur après les défilés. Elle a lieu dans des environnements spacieux et luxueux : au *Convention Center* de Sandton (l'un des plus importants centre d'affaires du continent) ou comme ces deux dernières années au *Crowne Plaza Johannesburg- the Rosebank*, un grand centre d'affaires.

Il a donc fallu à Lucilla Booyzen réunir tous les acteurs d'un système naissant pour qu'il puisse attirer et intéresser un public, et surtout constituer un cercle d'« experts » qui gravitent en son sein et autour d'elle : des critiques de mode, des journalistes de mode, et des écoles et départements universitaires spécialisés dans la mode (enseignants et étudiants).

Il était important d'attirer la presse mais aussi les acheteurs. Pour créer cette industrie sud-africaine de la mode, il était nécessaire d'avoir un « forum ouvert » où « les créateurs pouvaient se rencontrer et se mettre en réseau avec tous les autres acteurs – clients, acheteurs, consommateurs et célébrités, sans parler des médias, dans l'important jeu de la mode »³¹² [Notre traduction].

La SAFW travaillent en partenariat avec des compétitions révélatrices de talents. Le *Vukani Fashion Award* est une grande compétition nationale. C'est une première étape de reconnaissance qui souvent donne accès aux gagnants à la scène de la SAFW car ils sont repérés par ses organisateurs. C'est donc une compétition qui permet d'augmenter les rangs des créateurs de mode du réseau officiel une fois reconnus et légitimés par celui-ci. Le *Elle New talent Award* est une compétition annuelle nationale organisée par le magazine *Elle* Afrique du Sud, dont le prix est conséquent. Il comprend plusieurs volets : 25000 rands (2500 euros) qui permettent de démarrer une carrière dans la mode, une collaboration avec la chaîne de magasin *Mr. Price* où le styliste est amené à retravailler une collection de vêtements qui sera vendue dans les rayons du magasin, et finalement une publicité assurée à travers le magazine *Elle*. La SAFW présente habituellement une quarantaine de stylistes regroupés en différents groupes lors des semaines de la mode. Le gain le plus précieux de cette compétition est l'opportunité de présenter sa collection dans la catégorie *Elle New Talent Show* de la SAFW. Ce défilé donne accès au styliste à cette sphère très prisée et lui promet une grande exposition médiatique.

« Bonga Bengu, Buyani Khoza, Colleen Dubane, Hayley Rasool, Scele Ntshalintshali and Thabani Mavundla ».

³¹² Lucilla Booyzen, « Introduction » in *10x SA Fashion Week Voices Et Images From Ten Years Of South African Fashion Week*, Johannesburg: Anthony Tischhauser, Channel F Publishing, July 2006, p 3: « An open forum was required, where designers could meet and network with all the players – clients, buyers, consumers and celebrities, not to mention the media, in the important game of fashion ».

b. AFI.

L'*African Fashion International* est la seconde grande instance du réseau institutionnalisé de la mode, elle joue un rôle majeur dans la définition d'une mode unique aux côtés de la SAFW. Elle s'inspire de son aînée la SAFW. L'AFI fut fondée il y a quelques années par Dr Precious Moloi-Motsepe, femme du célèbre milliardaire sud-africain Patrice Motsepe. Il semblerait que les deux structures se complètent, en partageant la scène de la mode officielle, elles se chargent les deux de présenter les semaines de la mode dans l'objectif commun de promouvoir et développer la création et l'industrie de la mode. Sur son site internet l'AFI se présente comme une compagnie d'événements et de promotion de la mode fournissant une plateforme pour présenter le talent créatif africain. Ses responsables veulent développer la mode africaine localement et sur le marché international en assistant les stylistes dans ce travail, ainsi contribuer à l'industrie de la mode sud-africaine et africaine. En cela cette instance s'est donnée les mêmes fonctions que la SAFW. Il est alors difficile de ne pas faire de confusion entre les deux tant elles semblent tenir le même rôle.

En 2007, la *Cape Town Fashion Week*, organisée par l'AFI, a donné lieu à des protestations de la part d'étudiants stylistes se considérant exclus de la participation à cet événement à cause de conditions d'accès plus que sélectives, notamment le montant des frais d'inscription. Il apparaît une contradiction qui se retrouve aussi dans l'accès à la SAFW pour les jeunes créateurs : les frais d'inscription requis sont astronomiques, pouvant atteindre la somme de 150 000 rands (15 000 euros) alors même que ces institutions se donnent comme mission première de « promouvoir la création sud-africaine et d'encourager le développement des stylistes émergents »³¹³.

L'AFI organise également la promotion de jeunes talents en partenariat avec la marque de vêtements *Foschini*. Spécialisé dans la mode féminine, *Foschini* possède plus de 200 magasins à travers l'Afrique australe, offrant une gamme vaste de produits : vêtements, accessoires, parfums, cosmétiques. Enseigne installée en Afrique du Sud depuis 1925, 70% de sa production est locale. L'évènement appelé *Foschini AFI Fastrack* consiste à présenter en première partie de la *Joburg Fashion Week* et de la

³¹³ Renato Palmi, *Threadbare reasoning from fashion week folk*, Sunday Tribune, 19 août 2007, [en ligne] (page consultée en septembre 2009). Disponible sur: www.highbeam.com: « ... such events have been punted to promote South African design and to encourage the development of emerging South African fashion designers ».

Cape Town Fashion Week, les vêtements de jeunes créateurs. L'AFI avec l'entreprise *Foshini* souhaitent ainsi servir de tremplin à de jeunes étudiants du milieu de la mode et de l'industrie de la mode. Leur volonté est de faire émerger le meilleur de la jeune génération en les aidant à monter leur marque, à la rendre viable économiquement, et ainsi contribuer à créer des emplois et développer ce secteur industriel. L'accent est très souvent mis sur le soutien à la jeunesse entreprenante en Afrique du Sud. En effet « l'Afrique du Sud est un pays jeune. Un sud-africain sur trois a moins de 15 ans tandis que seulement 7% dépassent les 60 ans »³¹⁴, les jeunes générations composent ainsi la force du pays si elles sont éduquées et encouragées à réussir. Le *Fast Track* « a pour but de faciliter, développer et accélérer les carrières pour les générations futures du talent de la création »³¹⁵ [Notre traduction]. L'AFI a aussi mis en place une compétition de mode, l'*AFI/iFashion Start UP! Competition* : elle offre à un étudiant de deuxième ou troisième année en étude de mode l'opportunité de lancer sa marque en l'aidant à passer « de novice à professionnel »³¹⁶ [Notre traduction].

Au-delà de la promotion de la mode sud-africaine, L'AFI organise chaque année un des plus grands événements de mode du continent, accueillant un très grand nombre de créateurs des divers pays africains. Elle se réclame être une scène pour les créateurs de mode nationaux mais également une vitrine de la mode africaine. C'est cette portée continentale qui la différencie fondamentalement de la SAFW. Cette sphère de la mode organise trois grandes semaines de la mode dans le pays : la *Joburg Fashion Week*, la *Cape Town Fashion Week* et finalement l'évènement continental de l'*Africa Fashion Week* dont la semaine est clôturée par la cérémonie de l'*Africa Fashion Award* où différents prix sont décernés à divers stylistes africains.

La compétition entre ces deux instances de la mode officielle donne parfois l'impression d'une course à la semaine de la mode, à la médiatisation et au repérage du meilleur espoir. Certains créateurs de mode et journalistes déplorent le fait qu'il y ait trop de semaines de la mode pour un seul pays. Marianne Fassler interrogée sur l'ouverture d'une troisième semaine de la mode, à Durban, déclarait en 2005 : « Toute

³¹⁴ Céline Vacchiani-Marcuzzo, « Le deuxième recensement de la population de l'Afrique du Sud post-apartheid », *Cybergeo : European Journal of Geography* [En ligne] (consulté le 27 janvier 2012) Espace, Société, Territoire, document 276, mis en ligne le 23 juin 2004, URL : <http://cybergeo.revues.org/2455> ; DOI : 10.4000/cybergeo.2455, paragraphe 10.

³¹⁵ « LISOF Graduates open Joburg Fashion Week », 14 février 2011, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : <http://www.lisof.co.za>: « The Fast Track initiative [...] aims to facilitate, develop and accelerate careers for the next generation of design talent ».

³¹⁶ About AFI, [en ligne] (page consultée en Janvier 2012). Disponible sur <http://www.afisa.co.za>: « enabling fashion students to make the jump from novice to professional ».

cette compétition entre Cape Town et Johannesburg, et maintenant Durban. Cela coupe l'herbe sous le pied à l'industrie »³¹⁷ [Notre traduction]. Pour autant, les semaines de la mode sont très fréquentées, suivies et attendues, celles de Johannesburg restent les plus prestigieuses. En tant qu'artère économique du pays et du continent, cette ville abrite la clientèle et le public les plus aisés.

Les institutions de la SAFW et de l'AFI se servent donc des compétitions pour repérer les stylistes d'avant-garde, ceux qu'elles décideront de reconnaître comme créateurs de mode et donc d'une certaine façon comme décideurs de la mode. Chacune, SAFW et AFI, se prétend le représentant de la mode sud-africaine. Elles présentent les défilés les plus médiatisés du continent.

c. La mode des Fashion Weeks, une industrie haut de gamme.

Lucilla Booyzen insiste sur le fait que la SAFW a été créée pour construire et développer l'industrie de la mode dans le pays³¹⁸. Precious Moloi-Motsepe affiche la même ambition pour l'AFI.

La SAFW et l'AFI, bien que proprement sud-africaines, s'inspirent des grandes semaines de la mode occidentales pour développer un modèle original.

Qu'en est-il de ce que l'on nomme l'industrie de la mode ? En France cette industrie comprend, en termes d'activités, « la fabrication de vêtements, d'articles chaussants et de pulls, d'articles de maroquinerie, de chaussures, de parfums et de bijoux »³¹⁹. Globalement « cet univers de la mode recouvre un ensemble de secteurs industriels ayant en commun « la parure » de la personne »³²⁰. L'industrie de la mode est donc vaste, elle désigne des articles allant de la grande distribution jusqu'aux défilés des semaines de la mode parisiennes, milanaïses, londoniennes ... Dans cette recherche, la SAFW et l'AFI veulent développer une industrie de la mode haut de gamme proposant

³¹⁷ Bambina Wise, « One country, three Fashion Weeks », 19 août 2005, *WWD (Women's Wear Daily)* [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : <http://www.wwd.com>: « All this competition between Cape Town and Johannesburg, and now Durban. It's completely shot the industry in the foot ».

³¹⁸ Entretien avec Lucilla Booyzen en octobre 2010, *2nd Floor Design District, Cnr Keyes and 7 Ave, Rosebank*, Johannesburg.

³¹⁹ Extrait du dossier réalisé par le SESSI (service des études et des statistiques industriels) pour le ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, dans *La Mode en Chiffres*, Edition 2005, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : <http://www.industrie-gouv.fr>, p 4.

³²⁰ Extrait du dossier réalisé par le SESSI (service des études et des statistiques industriels) pour le ministère de l'Economie, des Finances et de l'Industrie, dans *La Mode en Chiffres*, Edition 2005, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : <http://www.industrie-gouv.fr>, p 4.

des produits de qualité, rares, issus du travail de créateurs de mode, qui se distinguent d'un simple vêtement. C'est la raison pour laquelle elles occupent une position dite dominante. La mode institutionnalisée est considérée comme se distinguant par la légitimité du goût qu'elle propose, qui serait le bon goût, le goût raffiné.

Marc de Ferrière le Vayer³²¹ évoque les arts de la mode, appellation qui englobe la création de parfum et la création haute couture. Il y a un siècle en Europe, seuls quelques Grands Créateurs de mode français tels que Chanel ou Poiret donnèrent une dimension industrielle à leurs créations. Ce facteur fut l'une des clés de leur succès et assura leur pérennité³²². Aujourd'hui la dimension industrielle de la production d'un styliste est devenue la règle, surtout s'il veut exporter sa production. Dans le contexte de mondialisation, c'est ce chemin que la SAFW et l'AFI veulent faire prendre à la mode qu'elles présentent. L'industrialisation de la mode induit des financements par des entrepreneurs, elle correspond aussi à une diversification des types de produits vendus sous une même marque : bijoux, vêtements, parfums ... Dans son article, « L'industrie de luxe et la mode : du temps des créateurs au temps des communicants (fin 19^{ème}, fin 20^{ème} siècle) », l'historien déplore une industrie française du luxe aujourd'hui prisonnière d'une démarche marketing et de sous-traitance. La jeunesse de la SAFW et de l'AFI en fait une industrie encore éloignée de la situation française, une griffe correspond encore à un créateur et son savoir-faire. La mode véhiculée par ces deux structures incarne en Afrique du Sud la qualité, un travail artisanal, le savoir-faire, la rareté et la cherté. La jeunesse de l'industrie de la mode sud-africaine peut donc être gage de qualité. Le styliste Gavin Rajah explique que toute sa production est réalisée à la main, pour lui l'assemblage de tous les morceaux de tissus est un travail très difficile mais constitue un moyen de se protéger de la copie, en plus d'obtenir des finitions parfaites³²³. Il met en avant un savoir-faire et une qualité de création qui justifie le prix de ses vêtements. Sa clientèle aisée exige un vêtement unique³²⁴. Au travers des entretiens, les créateurs de mode sont très clairs quant à leur ambition de s'inscrire dans une industrie de la mode haut de gamme et de luxe. David Tlale prend exemple sur *Armani* pour développer un pôle haute couture ainsi qu'un pôle prêt-à-porter. Il n'a pas

³²¹ Historien, Professeur des Universités, rattaché au Centre d'histoire de la ville de l'université François Rabelais de Tours, France.

³²² Marc De ferrière Le Vayer, « L'industrie de luxe et la mode : du temps des créateurs au temps des communicants (fin 19^{ème}, fin 20^{ème} siècle) », *Apparences*, p 2/20. [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : apparences.revues.org

³²³ Lundi 24 Août 2009: entretien avec Gavin Rajah, Cape Town.

³²⁴ Lundi 24 Août 2009: entretien avec Gavin Rajah, Cape Town.

pour but de pratiquer des prix bas, « cela reste de la haute couture »³²⁵. Justine, la créatrice de la marque *Just Clothing*, déclare qu'elle crée pour des femmes intellectuelles, des artistes du monde du cinéma, des avocats, des femmes d'affaires. La plupart d'entre elles sont européennes³²⁶. Nombre de créateurs de mode créent pour une élite, pour une clientèle distincte. Le lieu des défilés de mode est très significatif du caractère raffiné et coûteux de la mode officielle, aussi, tous les événements de la SAFW et de l'AFI à Johannesburg se déroulent au *Convention Center* de Sandton, quartier qui « règne comme le plus important district financier et d'affaires en Afrique du Sud, pour ne pas dire d'Afrique subsaharienne »³²⁷ [Notre traduction].

2. Une instance de décision.

À travers les compétitions puis les semaines de la mode et les médias comme ultime étape de reconnaissance des stylistes et de leur créativité, c'est toute une organisation sociale qui décide de ce qui peut être considéré de ce qui relève de la mode, et la diffuse dans la société, organisation assez fermée, se distinguant du réseau de l'ombre.

Ainsi, la mode est aussi un système de croyances dans les capacités créatrices des stylistes, et dans l'appréciation que portent les professionnels du milieu sur les vêtements, faisant ensemble figure d'autorité. Pierre Bourdieu décrit ce pouvoir: « ce qu'ils mobilisent tous, c'est ce que produit le jeu, c'est-à-dire un pouvoir qui repose sur la foi dans la haute couture. Et ils peuvent mobiliser une part d'autant plus grande de ce pouvoir qu'ils sont situés plus haut dans la hiérarchie constitutive de ce champ »³²⁸. Les consommateurs font partie prenante du réseau d'interactions, ils acceptent et souscrivent à cette mode. Les acteurs de ce réseau, qui s'accordent de façon consensuelle sur ce que doit être la mode, font du réseau SAFW/AFI une instance suprême de décision.

³²⁵ Propos extraits de l'entretien avec David Tlale, *50 seventh avenue, Parktown North*, Johannesburg, mardi 16 juin 2009.

³²⁶ Propos extrait de l'entretien avec Justine pour la marque *Just Clothing*, *44 Stanley Avenue*, jeudi 28 octobre 2010.

³²⁷ [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur <http://www.sa-venues.com>: « Sandton continues to reign as the most important financial and business district in South Africa, and arguably sub-Saharan Africa ».

³²⁸ Pierre Bourdieu, « Haute Couture et Haute Culture » (exposé fait à Noroît (Arras) en novembre 1974) in *Questions de sociologie*, Paris : Editions de Minuit, p 204-205.

a. Rôle des médias.

« À ses débuts en 1996, la SAFW était un nouveau concept en Afrique du Sud. Personne ne le comprenait, pas même les médias de mode. Notre première couverture médiatique fut quelques articles de journaux »³²⁹ [Notre traduction], déclare L. Booyzen. Aujourd'hui ces événements sont couverts par la presse nationale et internationale, ils nourrissent les colonnes des journaux nationaux comme le *Sowetan*, le *Mail and Guardian*, le *Star*, des magazines à portée internationale dont *Elle South Africa* ou *Arise Magazine*, et font partie de la programmation télévisuelle de chaînes locales et internationales telles que la BBC ou Fashion TV. Le soutien médiatique contribue à la renommée de la SAFW et de l'AFI, en faisant d'elles des figures d'autorité. La notion de parole est très importante car parler ou écrire permet de tenir un discours. La production d'un discours, de commentaires sur la mode de la part de ces acteurs faisant partie du réseau institutionnalisé protège cette production vestimentaire en lui conférant une légitimité et la place la plus reconnue officiellement. Les volets de la presse écrite et audio-visuelle permettent ainsi de relayer et de diffuser un discours sur la mode et ce qui définit la mode, en publiant des comptes rendus, des commentaires de mode. Lucilla Booyzen explique lors de l'entretien effectué en octobre 2010 qu'il a d'abord fallu créer des défilés de mode donnant vie à leur tour à une presse spécialisée censée diffuser un certain savoir sur la création de mode³³⁰. Ces propos renvoient au pouvoir du langage, de la parole articulée ou écrite, qui lorsqu'elle émane de cette institution fait autorité. En devenant la seule organisation à produire des connaissances sur la création de mode et sur le développement de l'industrie de la mode, elle s'impose comme l'expert officiel de la mode. L'anthropologue américain Brian Moeran analyse les magazines de mode, et les médias qui leur sont associés, comme des apôtres qui prêchent la bonne parole³³¹. Les médias ont aussi le pouvoir de présenter et de légitimer la position d'un styliste au sein du réseau officiel. Journaux, magazines, télévision jouent un rôle prépondérant dans le succès d'un créateur de mode, l'atout majeur d'un

³²⁹ Mary Corrigan, « Passion for fashion », *The Sunday Independent* (South Africa), 23 juillet 2006, propos de Lucilla Booyzen, [en ligne] (page consultée en septembre 2009). Disponible sur: www.highbeam.com: « When SAFW started 10 years ago it was a brand new concept in South Africa. No one understood it, not even the fashion media. Our first coverage was a few newspaper articles ».

³³⁰ Entretien avec Lucilla Booyzen le 25 octobre 2010, *2nd Floor Design District, Cnr Keyes and 7 Ave, Rosebank*, Johannesburg.

³³¹ Moeran Brian, « More than just a fashion Magazine », *Current Sociology*, September 2006, vol. 54 n° 5, p 738: « The Apostles who spread the word ... ».

styliste étant ainsi d'avoir les médias à ses côtés. Le site internet *iFashion* se pose comme la grande figure sud-africaine des médias de mode relayant toute information sur les événements du réseau institutionnalisé de la mode. Il diffuse aussi de nombreuses photographies des défilés. Ce média remplit exactement le rôle qui lui est dévolu, celui de légitimateur de la mode unique, « *iFashion* est né de l'engagement de tirer vers le haut et de revitaliser l'industrie de la mode sud-africaine »³³² [Notre traduction]. Son site internet permet de renforcer ce réseau en mettant en lien tous les acteurs considérés comme légitimes (étudiants de mode, consommateurs,...) et désireux de s'inscrire dans ce système car ils ont la possibilité par ce multimédia de s'informer et communiquer. Le magazine *Arise* représente aussi une figure importante de relais du réseau officiel de la mode au-delà des frontières nationales. Un exemple tiré d'un article du numéro 5 du magazine *Arise*, publié en juillet 2009, sur le styliste David Tlale, reflète bien cette importance des médias. Les propos de la journaliste Hélène Jennings illustrent le pouvoir décisionnel que les journalistes détiennent de mettre en avant certains créateurs de mode. David Tlale y est qualifié de « prince de la mode de Johannesburg »³³³ [Notre traduction], car sa collection « fastueuse et sexy » [Notre traduction] a ébloui la scène. Le terme « fastueuse » relève du champ lexical royal, princier, du luxe. À travers l'utilisation de ces termes en introduction de l'article, la journaliste attribue une position très particulière à David Tlale, une place dominante dans le « royaume » de la mode de la ville, donc de décideur légitime.

b. Rôle des organisateurs.

Les organisateurs des semaines de la mode ont le pouvoir de repérer et de promouvoir de jeunes créateurs de mode en les aidant à construire leur affaire et en leur donnant accès aux podiums de la SAFW ou de l'AFI. Quelques exemples de stylistes choisis, pour ne pas dire « élus », sont Ephraïm (pour la marque *Ephimol*) ou encore le collectif des *Smarteez*. Ephraïm était mannequin pour la styliste *Sister bucks*. Il a eu l'opportunité de s'entretenir avec Lucilla Booyzen et de lui expliquer qu'il était lassé du

³³² About *iFashion* [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: www.ifashion.co.za:

« *iFashion* was born from the commitment to uplift and revitalize the south African fashion industry ».

³³³ Helen Jennings, photographies de Simon Deiner, « David Tlale. Having wowed Joburg with his first purely womenswear collection, David Tlale looks to the future and why the stars of African fashion are on the rise », *Arise magazine*, July 2009, issue 5, p 46: « The self-styled prince of the Johannesburg fashion scene dazzled Arise Africa Fashion Week with his glitzy, sexy collection ... ».

mannequinat et qu'il se projetait dans une autre voie³³⁴. Elle lui répondit: « d'accord, fais du design, je te donne accès à la SAFW et trouve toi des couturiers »³³⁵. L'institution de la SAFW a également pris en charge les *Smarteez*, un groupe de jeunes stylistes de Soweto. Dès 2009, ils apparaissaient dans des articles du Magazine *Arise*, comme le numéro 10 datant de 2010, intitulé « *Vital Signs Soweto's Smaarteez prove that actions really do speak louder than words* ». C'est un article qui ne parle aucunement du collectif en tant que jeunes stylistes, il traite seulement de signes de mains ayant différentes significations parmi les jeunes de Johannesburg, illustrés par des photographies de chaque membre du groupe. Cet article semble être une façon de les présenter au public. Ils incarnent toute une nouvelle tendance vestimentaire dans la ville. Un an plus tard, en 2010, ces jeunes n'étaient pas encore entrés dans le réseau officiel de la mode, il s'agissait plus « d'art, de style, de look ».³³⁶ Ils étaient déjà médiatisés mais n'avaient pas encore leur entreprise. Lucilla Booyzen s'est alors demandée: comment faire pour que le « look » défini par ces jeunes devienne une mode accessible ?³³⁷ Elle les a assistés, préparés, me confiant en octobre 2010 : « maintenant ces jeunes doivent revenir vers la SAFW quand ils se sentiront prêts à construire leur entreprise réellement »³³⁸. C'est en avril 2011 qu'ils arrivèrent à maturité, ils présentèrent leur première collection à la SAFW. Le parrainage de L. Booyzen et la SAFW, les a accompagnés vers la médiatisation et les défilés.

c. Rôle des stylistes.

Les stylistes qui réussissent à atteindre le réseau élitiste de la SAFW et de l'AFI, décident pour la grande majorité de perpétuer une définition unique de la mode. En la légitimant, ils légitiment leur place au sein du système. La mode institutionnalisée impose ses normes qu'elle véhicule principalement à travers les médias. Ainsi, tous les stylistes qui définissent formellement la mode, et qui appartiennent au réseau

³³⁴ Propos extraits de l'entretien avec Ephraïm pour la marque *Ephymol: London House, Loveday Street*, Johannesburg. Mardi 26 octobre 2010.

³³⁵ Propos extraits de l'entretien avec Ephraïm pour la marque *Ephymol: London House, Loveday Street*, Johannesburg. Mardi 26 octobre 2010.

³³⁶ Entretien avec Lucilla Booyzen le 25 octobre 2010, *2nd Floor Design District, Cnr Keyes and 7 Ave, Rosebank*, Johannesburg.

³³⁷ Entretien avec Lucilla Booyzen le 25 octobre 2010, *2nd Floor Design District, Cnr Keyes and 7 Ave, Rosebank*, Johannesburg.

³³⁸ Entretien avec Lucilla Booyzen le 25 octobre 2010, *2nd Floor Design District, Cnr Keyes and 7 Ave, Rosebank*, Johannesburg.

institutionnalisé, tout comme au réseau de l'ombre, se trouvent mesurés à ces normes présentées comme l'aune de la référence.

La SAFW et l'AFI ont une influence considérable en tant qu'instances de décision de la mode, le public attend de découvrir les prochains défilés et d'être informé de ce qui lui sera présenté comme « La mode ». Le réseau SAFW/AFI est bien une institution artistique normée, fortement structurée, ce qui lui permet de faire autorité, de décider des stylistes qu'elle présentera et de ceux qu'elle refusera. Il est intéressant de comparer son fonctionnement exclusif à celui d'une institution artistique toute autre qu'était celle du Salon de peinture et de sculpture de la deuxième moitié du 20^{ème} siècle à Paris. Le jury de ce salon, nommé par les membres de l'Académie, refusait un grand nombre de peintures ne correspondant pas à leurs critères classiques de l'art. À l'époque, ce salon était quasiment la seule façon pour un artiste d'acquérir une reconnaissance officielle, ainsi d'obtenir des commandes. Ces salons, existant depuis le 18^{ème} siècle et liés au pouvoir, étaient destinés à présenter l'art officiel. Mais en 1863 le salon des refusés fut ouvert sur décision de Napoléon III, il fut le signe de l'émergence d'un courant artistique s'opposant au goût officiel. Les semaines de la mode sud-africaines, elles aussi, sont destinées à exposer l'art officiel de la mode même si elles ne sont pas liées directement à une autorité politique. Aucune plateforme n'est donnée aux stylistes refusés dans les défilés des semaines de la mode.

Globalement, la mode officielle est liée à une autorité supérieure qui serait l'industrie de la mode mondiale, à laquelle elle a choisi d'appartenir. Pour entrer sur le marché international de la mode, il lui a fallu s'aligner sur des critères déjà établis. Elle doit donc être rentable, générer du profit. Les créateurs de mode doivent intéresser des acheteurs, être capables de produire en grandes quantités et répondre à d'importantes commandes.

B. Une institution qui exclut.

1. Assister aux semaines de la mode : une pratique culturelle élitiste.

La mode est sans nul doute une expression culturelle à la fois populaire et élitiste. Si le plus grand nombre s'attache à suivre les tendances de mode, le monde de la mode est quant à lui difficilement accessible. Quand ils ne sont pas uniquement réservés aux médias, les défilés restent peu ouverts : une réservation et un paiement préalables sur internet sont indispensables pour obtenir une place.

High fashion et « haute culture »³³⁹.

Une hiérarchie est en place dans la valeur attribuée aux pratiques culturelles en vigueur dans une société. Même si ces pratiques sont beaucoup plus « éclectiques »³⁴⁰, plurielles et moins classiques qu'il y a quelques décennies, elles continuent de marquer des différences entre les personnes qui interagissent, particulièrement dans le vaste champ de la mode.

La mode, telle qu'elle est présentée dans la SAFW ou l'AFI est une mode de produits coûteux et raffinés, elle est issue d'une culture qui est valorisée. Dans son exposé « Haute Couture et Haute Culture », le propos de Pierre Bourdieu repose sur

« l'homologie de structure entre le champ de production de cette catégorie particulière de biens de luxe que sont les biens de mode, et le champ de production de cette autre catégorie de biens de luxe que sont les biens de culture légitime comme la musique, la poésie ou la philosophie, etc »³⁴¹.

³³⁹ Terme emprunté à Pierre Bourdieu.

³⁴⁰ Alain Kerlan, De la « haute culture » à la culture dans plusieurs mondes, La culture entre subjectivité et pluralité, Institut des sciences et pratiques d'éducation et de formation (ISPEF), Université Lumière Lyon 2, Unité mixte de recherche (UMR) Éducation et politiques, Document PDF [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur : www.mus.ulaval.ca

³⁴¹ Pierre Bourdieu, « Haute Couture et Haute Culture » in *Questions de sociologie*, 1984/2002, Paris : Les Editions de Minuit, p 196.

La mode officielle correspond donc à la culture « officielle », élitiste. Présentée et acceptée comme la référence, elle est qualifiée en Afrique du Sud par le terme anglais de « *High Fashion* ». C'est donc une mode « haute » induisant l'idée d'une hiérarchisation, elle se trouverait au sommet de la pyramide des goûts vestimentaires. Victoria Rovine écrit « La haute mode (*high fashion*), qui peut être considérée comme un des « beaux-arts » vestimentaire, est visible par un grand nombre, abordable pour peu de gens, et constitue un signe de statut élevé »³⁴². Elle est réservée à une élite, s'inscrivant dans une culture valorisée, celle du bon goût. Dans une société sud-africaine tant marquée par les inégalités sociales (fossé le plus important après la société brésilienne), l'institution de la SAFW/AFI se pose en sphère dominante, imposante, accessible uniquement à une élite qui a suffisamment de moyens et de temps pour s'intéresser au domaine du luxe qu'est la mode. La SAFW, ouverte au public jusqu'en 2009, ainsi que l'AFI, quant à elle toujours ouverte au public, représentent des événements culturels où les gens viennent découvrir les nouvelles collections, les nouvelles tendances. Un soir de défilé de la semaine de la mode sud-africaine est comparable à une soirée au théâtre ou un vernissage, avec un point d'honneur mis sur une tenue vestimentaire recherchée. Il suffit d'observer les journalistes et le public venus assister à la semaine de la mode pour saisir l'importance accordée au vêtement, chacun faisant preuve d'élégance, d'originalité. Dans cette sphère très élective, puisque la place pour un défilé d'une durée de 15 à 30 minutes coûtait en 2009 entre 10 et 15 euros, il est convenu de boire du vin ou du champagne à chaque entracte, les serveurs et les hôtes d'accueil étant particulièrement attentionnés. Ils représentent une élite économique et sociale nouvelle en Afrique du Sud. Une majorité du public est constituée de Noirs sud-africains instruits et parfois fortunés : employés de banque, journalistes, médecin, chefs d'entreprise... Leur capital culturel déterminerait leurs goûts mais aussi « le sentiment d'être autorisé (ou pas) d'avoir tel ou tel type de pratique culturelle »³⁴³. La pratique culturelle consistant à assister à des défilés de mode, est « une pratique distinctive, distinguée »³⁴⁴. Elle se distingue « du commun, du

³⁴² Victoria Rovine, « Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, Berg Publishers, 2009, vol 3, n°25, p 46: « High fashion, which might be considered sartorial « fine art » is visible to many, affordable to few, and a sign of elevated status ».

³⁴³ Pierre Bourdieu, « L'Art De Résister Aux Paroles » in *Questions de sociologie*, 1984/2002, Paris : Editions de Minuit, p 3.

³⁴⁴ Pierre Bourdieu, « L'Art De Résister Aux Paroles » in *Questions de sociologie*, 1984/2002, Paris : Editions de Minuit, p 10.

vulgaire, sans intention de distinction »³⁴⁵. Assister aux défilés de la SAFW quand celle-ci était encore ouverte au public (de 1997 à 2009), ou de l'AFI (ouverte au public), est donc une activité culturelle réservée à une élite autorisée à y participer et se sentant à même d'en discourir.

Les pratiques culturelles mettent en jeu des distinctions sociales, et comme le suggère Alain Beitone, il est pertinent de « s'interroger sur les jugements sociaux qui conduisent à considérer que telle pratique est plus légitime ou valorisée que telle autre »³⁴⁶. La mode promue par la SAFW et l'AFI est une pratique culturelle hiérarchisée à travers laquelle les acteurs principaux (organisateur, stylistes et clients) portent des jugements sociaux sur les autres pratiques de la mode, hors de leur système. Ils jugent de manière négative les vêtements produits par les stylistes qui n'ont pas accès à ce réseau. Pour Marianne Fassler, les stylistes dits de l'ombre qui travaillent dans le cœur de la ville, qu'elle appelle « couturiers » ou « tailleurs », ne font que copier ce qu'ils repèrent dans les magazines³⁴⁷. De la même manière, Gavin Rajah critique les « couturiers » en ville, dont les vêtements n'ont aucun lien avec le « *fashion design* ». Selon lui, il ne s'agit pas de mode ni de création, « c'est beaucoup trop traditionnel et ce sont des copies »³⁴⁸. Les propos de Marianne Fassler et de Gavin Rajah sont ainsi des « jugements négatifs de la part de ceux qui se savent autorisés à dire ce qui est légitime et ce qui ne l'est pas »³⁴⁹. Les créateurs de mode n'usent jamais du terme « *fashion design* » pour évoquer la vaste création qui existe dans les bâtiments des centres-villes. Ils ne font pas de différence entre les couturiers, tailleurs et les stylistes de l'ombre. Ils ne s'intéressent pas à ce type de production.

Il est frappant de constater, grâce aux informations recueillies lors des entretiens avec les créateurs de mode, combien le bagage culturel semble déterminant dans leur choix de prendre la voie du stylisme et d'y réussir. Pour la plupart, leurs parents avaient un diplôme universitaire ou bien un statut social reconnu, ou encore les générations précédentes travaillaient déjà dans le domaine de l'industrie du vêtement. Quelques

³⁴⁵ Pierre Bourdieu, « L'Art De Résister Aux Paroles » in *Questions de sociologie*, 1984/2002, Paris : Editions de Minuit, p 10.

³⁴⁶ Alain Beitone, Les pratiques culturelles : déterminisme et interaction, juillet 2006, corrigé de dissertation, p 2, format PDF, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : www.aix-mrs.iufm.fr/formations/filieres/ses/.../pratiquesculturelles.pdf

³⁴⁷ 2 juillet 2009 : entretien avec Marianne Fassler, dans son atelier qui est aussi sa maison, *Leopard Frock, 34 Engelwold Drive, Saxonwold, Johannesburg*.

³⁴⁸ Lundi 24 Août 2009: entretien avec Gavin Rajah, Cape Town.

³⁴⁹ Alain Beitone, Les pratiques culturelles : déterminisme et interaction, juillet 2006, corrigé de dissertation, p 5, format PDF, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : www.aix-mrs.iufm.fr/formations/filieres/ses/.../pratiquesculturelles.pdf

exemples méritent d'être cités. Marianne Fassler, l'une des plus anciennes stylistes sud-africaines connue, vient d'une famille éduquée et aisée, elle a étudié les Beaux-Arts à l'université du Witwatersrand, et sa mère était peintre. Elle a aussi étudié l'histoire de l'art et la littérature afrikaans. Manganyi Nkhensani Nkosi, fondatrice de la marque *Stoned Cherrie*, est diplômée de Witwatersrand en psychologie et sociologie, elle a été présentatrice de télévision et comédienne de théâtre avant de faire du stylisme. Son père, Chabani Manganyi, était le recteur de l'ancienne Université du Nord, directeur du département d'Education et vice-recteur de l'Université de Pretoria. Gavin Rajah, quant à lui, a été avocat avant de devenir styliste, son père travaillait dans l'industrie du vêtement et sa mère était sage-femme. Lisa Jaffe à la tête du label *Guillotine* a fait des études de psychologie, puis la *Technikon* à Durban (diplôme qui s'obtient après trois ans d'étude), qui compte parmi les écoles de mode les plus réputées du pays. Le parcours de cette styliste s'inscrit dans une reproduction sociale sans faille puisque tous les membres de sa famille travaillaient dans le domaine du textile et du vêtement. Son arrière-grand-père était arrivé en Afrique du Sud en tant que réfugié russe communiste, opposé au tsar. Il était tailleur (taylor) et a beaucoup aidé toute sa famille. Il a monté son affaire à Braamfontein, quartier dans lequel Lisa est elle-même installée aujourd'hui, son atelier se trouvant au 6 *De Beer Street*. Il avait une usine de denim. Sa mère était chef patronniste (*pattern maker*), c'est d'ailleurs elle qui réalisait tous leurs vêtements. Sa tante tenait une boutique de vêtements et son père fit aussi ses études dans le textile. Elle-même a toujours été intéressée par l'aspect technique et l'idée sous-jacente à tout vêtement. Elle déclare : « tout cela faisait déjà partie de ma vie »³⁵⁰. Pour terminer avec un autre exemple de reproduction sociale parmi les stylistes connus interrogés, Justine pour la marque *Just Clothing* a d'abord été danseuse classique pendant de nombreuses années, puis elle a travaillé dans l'industrie télévisuelle pour enfin décider d'étudier le « *costume design* » à LISOF, l'une des écoles les plus réputées du pays. Son atelier, situé dans un lieu rénové de la ville et très tendance, est décoré de belles photographies en noir et blanc montrant le travail de sa grand-mère. Justine représente la troisième génération de créateurs de mode dans sa famille. Sa grand-mère était créatrice depuis 1948, elle confie : « j'ai toujours eu cela en moi »³⁵¹. Tous ces capitaux culturels propres à chacun, hérités de la famille, ont eu une influence certaine sur leur vie

³⁵⁰ Propos extraits de l'entretien avec Lisa Jaffe pour la marque *Guillotine*, 6 *De Beer Street*, Braamfontein, Johannesburg. Vendredi 5 novembre 2010.

³⁵¹ Propos extrait de l'entretien avec Justine pour la marque *Just Clothing*, 44 *Stanley Avenue*, jeudi 28 octobre 2010.

professionnelle³⁵². Ce phénomène se confirme aussi pour les stylistes de l'ombre, comme cela sera expliqué dans le chapitre 3.

2. Un réseau élitiste.

Les vêtements produits et promus au sein de l'institution sont présentés comme le repère de « La mode » de façon officielle. Le vêtement produit par un créateur de mode est le signe de « La mode », réciproquement « La mode » est son signifié. Comme l'affirme Roland Barthes, « la mode est une valeur arbitraire »³⁵³, elle dépend de l'appréciation et du libre choix d'un groupe fermé, d'une autorité qui ne serait limitée par aucune règle exceptées celles qu'elle a instituées. Il y a collusion des agents³⁵⁴ du réseau, autrement dit il y a consensus, accord général sur ce que doit être la mode et sa valeur. Du point de vue de cette institution et de tous ceux qui la considèrent comme l'unique source de mode, la création vestimentaire qui lui est extérieure n'est pas constitutive de la mode. Elle est donc exclusive puisqu'elle rejette de son réseau toute production vestimentaire qui ne correspond pas à ses critères. L'institution de la SAFW/AFI a un fonctionnement exclusif, les acteurs de ce milieu ont de ce fait une attitude exclusive.

Le vendredi 19 juin 2009, avant dernier jour de l'« *Africa Fashion Week* » organisée par l'AFI, les défilés étaient complets, les créateurs de mode se retrouvaient tous dans la « *VIP room* » après leur défilé, pour discuter avec les acheteurs potentiels et y vendre leurs créations. Les journalistes essayaient de réserver leur tour pour un court entretien dans les espaces dédiés respectivement à chaque styliste. Il est facile de comprendre combien ce monde est fermé à un nombre d'acteurs restreint, car les mêmes journalistes, les mêmes mannequins, les mêmes organisateurs sont toujours présents aux semaines de la mode. Ils se connaissent tous et font preuve de complicité. Nombreux sont les « habitués » des podiums, des créateurs de mode qui présentent des collections chaque année. En apparaissant régulièrement dans les défilés de mode, ils s'assurent

³⁵² Pierre Bourdieu, *La distinction, critique sociale du jugement*, Paris : Editions de Minuit, 1979, p 21.

³⁵³ Roland Barthes, *Système de la mode*, Paris : Seuil, Avril 1967, p 54.

³⁵⁴ Pierre Bourdieu, « Haute Couture et Haute Culture » in *Questions de sociologie*, 1984/2002, Paris : Editions de Minuit, p 205.

une importante médiatisation et confortent leur statut. En majorité diplômés de l'enseignement supérieur, leur formation est le plus souvent « académique ».

a. Lien entre les écoles de mode et le réseau institutionnalisé de la mode.

En Afrique du Sud comme partout dans le monde, la formation académique, qui s'inscrit dans un système d'études supérieures, est reconnue et pose un repère. Les universités les plus anciennes sont implantées dans le pays depuis plus d'un siècle, mais l'enseignement supérieur est resté très difficile d'accès pour la majorité de la population sud-africaine (noire) soumise à des discriminations et des quotas jusqu'à la fin du régime d'apartheid. De nombreuses mesures durant les années d'apartheid, dont la « Loi d'éducation bantoue », furent des entraves à l'éducation des Noirs. Il leur était difficile de recevoir une instruction de qualité dans les écoles dites bantoues et d'atteindre le système d'enseignement supérieur. Aujourd'hui, la génération des 25-30 ans née dans les années 1980 est ainsi la première à bénéficier de la démocratisation des études supérieures qui s'opère depuis plusieurs années, et d'accéder à l'université en plus grand nombre que leurs parents. Cependant, nombreux sont ceux qui échouent ou arrêtent après une ou deux années d'étude. Être diplômé de l'enseignement supérieur est donc prestigieux, reconnu par la société sud-africaine et bien sûr par la SAFW et l'AFI. Cette formation vient renforcer la position des stylistes dans le système, en tant que créateurs de mode et acteurs décideurs. Certains articles publiés dans le magazine *Arise* illustrent cette importance donnée à la formation académique. Citer l'école de mode dans laquelle un styliste a étudié est un indicateur de qualité, et une façon pour l'auteur de rappeler la position dominante du styliste en question. Dans l'article *Man power*³⁵⁵, consacré à un jeune styliste du Cap, dès les premières lignes la journaliste Emma Jordan positionne le styliste en mentionnant sa formation, ne permettant pas au lecteur de douter de son statut de créateur de mode. Elle indique que Stiaan Louw est diplômé de la *Haute Couture School of Fashion Design*. À la lecture de cette information, le statut du créateur de mode s'impose à l'esprit du lecteur et oriente sa perception. Le fait qu'il sache, avant même de connaître le travail de ce jeune homme, que ce dernier est diplômé d'une telle école, impose une compétence. La journaliste usant par la suite d'une accumulation d'adjectifs valorisants connotant la modernité : « nouveau »,

³⁵⁵ Emma Jordan, « Man Power », *Arise Magazine*, juin 2009, issue 4, p 41.

« moderne », « pertinent », « populaire »³⁵⁶, elle assoie la place du styliste au sein du cercle de la mode officielle. Dans un autre article³⁵⁷, Emma Jordan décrit une rencontre qu'elle a organisée entre deux jeunes stylistes tout juste reconnus après avoir remporté chacun un prix décerné par l'*Arise Africa Fashion Week* : Heni est sacré le créateur le plus prometteur de l'année 2009 et Suzaan la plus créative de l'année. Deux éléments dans l'article paraissent très évocateurs de l'élitisme caractérisant le réseau institutionnalisé de la mode. Tout d'abord, comme dans l'exemple précédent, la journaliste établit dès les premières lignes la position des stylistes grâce à un rappel de leur formation académique : « Les deux ont étudié à la LISOF de Johannesburg, les deux ont reçu des prix de l'*Arise Africa fashion Week* »³⁵⁸ [Notre traduction]. L'éloge de leur palmarès est une manière de renforcer leur statut de créateurs de mode. Un élément qui semble connoter mondanité et raffinement, est évoqué à deux reprises. Le sous-titre qui suit le titre de l'article est le suivant : « Prenez deux créateurs sud-africains. Invitez l'un au studio de l'autre. Ouvrez le vin et appuyez sur enregistrer. Voici ce qu'il s'est passé »³⁵⁹. Ce titre est pleinement connoté et riche de suggestions. Le vin fait référence au raffinement et au « bon goût ». Même s'il existe différentes qualités de vins consommés sur tout le continent africain, l'Afrique du Sud a une viticulture réputée qui s'est développée depuis le 17^{ème} siècle avec l'arrivée des Huguenots. Ici l'élégance du vin rouge s'accorde avec celle supposée des créations vestimentaires. Plus loin, l'auteur de l'article fait une seconde remarque : « aidés par le vin rouge, ils avaient beaucoup de choses à dire »³⁶⁰. Le vin est associé au plaisir, à l'ivresse. Il permet de libérer la parole plus facilement. Il faut noter que la rencontre des deux stylistes est campée dans un décor très privilégié, où la jeune styliste explique que son atelier est pourvu d'une piscine autour de laquelle elle peut tenir ses réunions³⁶¹.

Comme l'explique L. Booyzen, la SAFW travaille en lien permanent avec les « colleges »³⁶² de mode, les écoles de mode, et les départements de mode dans les Universités. L'AFI fait de même avec beaucoup d'écoles et d'universités, et leur

³⁵⁶ Emma Jordan, « Man Power », *Arise Magazine*, june 2009, issue 4, p 41: « popular ».

³⁵⁷ Emma Jordan, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, p 70.

³⁵⁸ Emma Jordan, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, p 70: « They both studied at the LISOF in Joburg, both are recipients of Arise Africa Fashion Week Awards ».

³⁵⁹ « Take two SA designers. Invite one round to the other's studio. Open the wine and press record. Here's what happened ».

³⁶⁰ Emma Jordan, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, p 70: « Fuelled by red wine, they had plenty to say ».

³⁶¹ Emma Jordan, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, p 71.

³⁶² Dans le système anglo-saxon, les collèges et universités font partie du système d'enseignement supérieur.

événement *Fastrack* en est la preuve. Pour la *Joburg Fashion Week* de février 2011, la journée *fastrack* du 15 février fut dédiée à une poignée de jeunes diplômés de plusieurs écoles sud-africaines : LISOF, *Tshwane University of Technology*, *Spero Villioti Elite Design Academy*, *University of Johannesburg* et *SewAfrica*. Cette opportunité est uniquement accessible à ceux qui sont appréciés comme les meilleurs. Leur diplôme acquiert d'autant plus de valeur et d'effectivité qu'il est complété par une expérience dans le milieu tant prisé du réseau officiel de la mode. Leur manque de connaissances en terme d'industrie de la mode, de commerce, émerge des entretiens. L'AFI compte combler cette lacune en travaillant avec les stylistes et en complétant leur formation.

Le but de la SAFW est également de repérer les meilleurs étudiants dans les universités ou écoles, et les meilleurs candidats dans les compétitions pour les accompagner, les aider à structurer leur affaire³⁶³. La SAFW les aide et les encadre. Elle fournit une formation reconnue en plus du diplôme obtenu par le styliste à la fin de ses études, en cela elle est atypique. Elle se donne pour mission de réunir création et artisanat, elle propose des séminaires pour améliorer la création et les savoir-faire artisanaux des stylistes ainsi que des programmes de formation commerciale (« *business training* »). Selon la SAFW, le développement de la mode passe donc par une seconde phase d'apprentissage qu'elle dispense elle-même, à travers laquelle le jeune styliste doit maîtriser tout l'aspect commercial de sa marque. Cette organisation estime que sans ces connaissances en complément des compétences artistiques et techniques du créateur de mode, il est impossible de créer une industrie solide et durable de la mode. Le but ultime étant de développer l'industrie de la mode, « il n'y a pas d'intérêt à présenter un créateur qui ne pourra pas répondre à une demande, ou qui ne pourra pas recevoir ses clients dans sa boutique »³⁶⁴. Mais réussir à entrer dans ce circuit pour avoir accès à ce parrainage est très difficile. Dans cette perspective, la SAFW ne s'intéresse qu'à deux types de stylistes : les plus créatifs, qu'elle formera pour l'aspect commercial, et les meilleurs en affaire, la finalité étant la visée mercantile. Selon cette institution artistique et économique, un créateur de mode doit savoir allier les aspects créatif, artistique et économique de l'industrie de la mode. Il crée des vêtements en fonction de sa clientèle, choisit d'acheter sa boutique dans un lieu stratégique, sait commercialiser ses créations, porte les vêtements susceptibles de faire référence pour sa clientèle. Il doit pouvoir

³⁶³ Lundi 25 octobre 2010: entretien avec Lucilla Booyzen, *2nd Floor Design District, Cnr Keyes and 7 Ave, Rosebank, Johannesburg*.

³⁶⁴ Lundi 25 octobre 2010: entretien avec Lucilla Booyzen, *2nd Floor Design District, Cnr Keyes and 7 Ave, Rosebank, Johannesburg*.

fournir, dans une certaine quantité, différents modèles avec l'aide de toute une équipe de couturiers qui travailleront pour lui³⁶⁵.

Pour les candidats qui ne sont pas repérés dans les écoles de mode, ou les compétitions, les conditions d'accès à la SAFW sont très sélectives. Pour qu'un créateur puisse présenter une de ses collections dans une SAFW, il doit avoir au moins une boutique, ou bien s'attacher à distribuer ses créations dans au moins cinq lieux. Il doit déjà posséder son affaire et travailler avec des couturiers qui cousent ses patrons. Le styliste doit avoir un « sponsor » car les frais d'inscription s'élèvent à des milliers de rands. Sokhana une jeune styliste non reconnue interrogée, tente avec persévérance d'accéder au réseau de la SAFW, mais elle doit payer 50 000 rands (5000 euros) de frais d'inscription pour présenter ses vêtements dans les défilés principaux. Le simple emplacement pour présenter quelques créations en dehors des défilés est aussi très cher. En 2010, elle était supposée présenter ses habits dans un stand de la *Sanlam SA Fashion Week* (une des semaines de la mode organisée par la SAFW), mais une semaine avant, la direction annula sa place considérant ses créations « trop différentes »³⁶⁶. Cette différence invoquée comme raison valable d'un refus à présenter les vêtements de Sokhana dans un espace de l'évènement, doit être entendue par rapport à des attentes. Elle était trop éloignée des normes décidées par la SAFW, trop différente du goût officiel.

Un autre jeune styliste sud-africain de l'ombre, interrogé en novembre 2009, est convaincu du fossé qui existe entre eux et ceux appelés les « tops designers »³⁶⁷ c'est-à-dire les stylistes faisant partie de la SAFW et de l'AFI. Il se sent désavantagé par rapport à eux. Il considère qu'ils ont les mêmes capacités créatives mais qu'ils n'ont pas les mêmes moyens matériels. Il a plusieurs fois demandé à participer à un défilé de la SAFW à Sandton, mais la somme demandée était astronomique. Il est persuadé qu'il faut connaître quelqu'un du milieu pour pouvoir accéder à ces défilés. Ce jeune styliste qui semble avoir perdu ses illusions n'est pas si loin de la réalité. L'institution de la mode est très fermée, elle constitue un réseau d'acteurs très solidaires protégeant une définition de la mode qui le met systématiquement en dehors du système. Les stylistes

³⁶⁵ Conditions énumérées par L. Booyzen lors de l'entretien, Lundi 25 octobre 2010: *2nd Floor Design District, Cnr Keyes and 7 Ave, Rosebank, Johannesburg.*

³⁶⁶ Entretien avec Sokhana, styliste non connue, sa marque: « *Sokhana Design* », lundi 18 octobre 2010, *Sandton City au Café Walnut Grove.*

³⁶⁷ Novembre 2009 : entretien avec Lethu (sa marque est *White Dove Design*), quartier de *Yeoville, Johannesburg.*

exclus du réseau officiel font l'objet de jugements négatifs de la part des décideurs, ceux dont l'avis fait autorité, ils subissent alors une violence symbolique.

b. Février 2011, un réseau élitiste qui se déplace en centre-ville.

Il est frappant de constater la capacité du réseau officiel de la mode à ignorer la mode non officielle, même lorsqu'elle se déplace dans les quartiers des stylistes « de l'ombre ». Pour la « *Joburg Fashion Week* » de février 2011, l'AFI a tenté de désenclaver la mode officielle en la présentant dans différents lieux du centre-ville : « pour la première fois la semaine de la mode de Johannesburg a eu lieu dans le cœur de la ville plutôt que dans la banlieue riche de Sandton »³⁶⁸ [Notre traduction]. Dans les divers articles publiés sur cet évènement, les journalistes usent du terme *inner city*, qui fait référence aux quartiers défavorisés dans le centre d'une grande ville. À la fin de l'apartheid, ce centre-ville avait été déserté par les Blancs et réinvesti par une population noire pauvre. Aujourd'hui, Johannesburg n'est pas une ville dans laquelle les gens flânent ou se promènent, son centre grouille de gens affairés : certains hommes d'affaire, des commerçants, une population pauvre ayant des activités informelles et surtout un grand nombre de couturiers et stylistes dont les ateliers sont nombreux. À la fin de la journée, ces personnes rentrent chez elles, principalement dans les « townships » ou dans des quartiers accueillant nombre d'immigrés (*Hillbrow, Yeoville* ...).

Concernant le paysage urbain, beaucoup de bâtiments sont encore laissés à l'abandon et le centre d'affaire est bel et bien devenu *Sandton* même si plusieurs banques subsistent dans le centre. Il s'opère cependant une lente revitalisation de certains quartiers du centre pour les rendre plus sûrs, plus viables, et ainsi ramener une dynamique culturelle, comme dans le quartier de *Newtown* où se trouvent le *Market Theater*, l'*Africa Museum*, une école de danse, une salle de concert, des cafés ... Le reste de la ville manque encore de sécurité, malgré des agents de la ville postés dans les coins de rue. Depuis quelques années, la ville de Johannesburg investit dans la transformation de certains lieux choisis du centre-ville pour les rendre plus attrayants, plus culturels et ainsi y attirer un autre type de population socialement mixte. En

³⁶⁸ Fashion brightens downtown Johannesburg, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur: <http://www.globalpost.com>: « For the first time, Johannesburg Fashion Week was held in the downtown core instead of in the wealthy suburb of Sandton ».

rendant la ville sûre, en y ouvrant des lieux culturels où les gens ne craignent pas de se rendre, les classes moyennes et supérieures réinvestiront ces lieux, et ainsi un équilibre, une vie sociale, culturelle et nocturne comme toute autre mégapole du monde, renaîtra. Pour le moment, Johannesburg « *down town* »³⁶⁹ est déserte. Une fois la nuit tombée, il est de coutume de ne pas s'arrêter au feu rouge mais de seulement ralentir, par peur des agressions armées. C'est une ville quasiment morte jusqu'au lever du jour où elle accueille à nouveau tous les travailleurs. Il est également difficile de s'y déplacer par manque de transports en commun. Il est ainsi remarquable que la *Joburg Fashion Week* ait eu lieu dans ce centre-ville tant fantasmé par les peurs de chacun. En effet, le pont Nelson Mandela reliant *Braamfontein* à *Newtown*, était un endroit particulièrement dangereux il y a encore quelques années, pourtant il a fait office de rampe pour le défilé en extérieur du fameux créateur de mode David Tlale. Cette deuxième décennie du 21^{ème} siècle annonce une volonté de la part des habitants de Johannesburg de redécouvrir leur ville, de la réinvestir. L'AFI semble donc faire preuve d'ouverture en « délocalisant » sa semaine de la mode, alors si réputée. Le producteur de la *Joburg Fashion Week*, Jan Malan, déclarait: « l'idée était d'apporter la mode au peuple, *ubuntu*³⁷⁰ pour briller et rendre hommage à la rue »³⁷¹ [Notre traduction]. Les expressions utilisées par Jan Malan s'inscrivent dans une attitude paternaliste. En se positionnant de cette façon, cette institution évince la mode qui existe déjà au sein de cet « *inner-city* ». L'AFI, avec son élitisme revendiqué haut et fort, ne semble pas reconnaître qu'elle investit un lieu déjà conquis par la mode. Ces œillères que s'impose le réseau officiel de la mode lui renvoie une vision très linéaire de la mode et l'empêchent de voir la création vestimentaire qui se trouve en dehors de ses limites. Cette démarche est volitive, il est indispensable de définir l'identité d'un groupe par rapport aux autres, et bien souvent en opposition aux autres. Sous couvert d'une ouverture de sa part, le réseau institutionnalisé de la mode renforce sa place officielle en ne tenant pas compte de la production vestimentaire qui grouille dans le centre-ville. Dans les articles journalistiques traitant de cet évènement, aucune mention n'est faite des stylistes (non connus) qui dessinent pourtant cet environnement. Il est fait référence

³⁶⁹ *Down town* signifie le centre-ville.

³⁷⁰ *Ubuntu* est un mot de langue zouloue, qui pourrait être traduit par la notion d'humanité, mais son sens est plus vaste. Selon Desmond Tutu quelqu'un d'*ubuntu* est « ouvert et disponible pour les autres, dévoué aux autres [...] vient de la connaissance qu'il ou elle a d'appartenir à quelque chose de plus grand ».

³⁷¹ Helen Grange, A cool place for new talent, 22 février 2011, [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponibel sur: <http://www.iol.co.za>: « the idea was to « bring fashion to the people, ubuntu to bling and pay homage to the street » ».

à plusieurs reprises au *Fashion Kapitol*, un nouvel endroit de la ville situé dans *Pritchard street*, rénové dans le but de promouvoir la mode dans une zone connue autrefois pour son dynamisme en termes de production et de vente de vêtements. Bien que le secteur du *Fashion Kapitol* accueille de nombreux ateliers de couture, beaucoup de stylistes et couturiers ayant été interrogés dans cet endroit, aucune allusion n'est faite à ces acteurs. Rees Mann (qui est l'initiateur de la rénovation de ce quartier) ainsi que l'AFI se présentent comme des décideurs, les seuls acteurs capables de faire « revivre » la mode dans ce district de la ville, alors même qu'un nombre important de stylistes inconnus y travaillent déjà. Helen Grange, journaliste pour le journal sud-africain *The Star*, écrit : « Le *Fashion Kapitol*, d'un autre côté, est mis en place pour revigorer le vieux district de la mode dans et autour des rues Polly et Pritchard sur la zone est de la ville. Durant ses beaux jours dans les années 1930 il était le foyer d'environ 35000 travailleurs de l'industrie de la mode, mais aujourd'hui il se caractérise par des usines de textiles et des points de vente de mode vieillissantes et glauques »³⁷² [Notre traduction]. Ce discours évince très explicitement l'existence d'une mode contemporaine et vivante dans ce quartier. Il en ressort un certain passéisme qui valorise le passé au détriment de la réalité présente. Dion Chang, présenté comme l'analyste de tendances de référence dans le réseau officiel de la mode, a déclaré que ce projet de rénovation apportait énergie et saveur au paysage urbain³⁷³. Mais à y voir de plus près ce ne sont ni l'énergie ni la saveur qui manquent à ces quartiers. Il faut également noter que ce mouvement de « décentralisation » de l'institution de la mode vers le centre de la ville a aussi été opéré par la SAFW dont la saison automne-hiver 2011 fut présentée à *Arts on Main*, un nouveau lieu d'exposition d'art situé dans les profondeurs de la ville dans le quartier de *Doornfontein*. Cet espace fermé par de grands murs, comme tout lieu à Johannesburg, et sécurisé par des gardiens accueillant les visiteurs et surveillant les voitures, est composé de salles d'exposition, d'espaces dédiés à des performances artistiques, d'un jardin intérieur avec restaurants et terrasse. Il est très huppé, c'est un lieu culturel où on vient car il faut être vu. Pour Lucilla Booyzen le but était de rassembler mode et diverses disciplines de l'art pour mettre en place un dialogue entre

³⁷² Helen Grange, A cool place for new talent, 22 février 2011, [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: <http://www.iol.co.za>: « Fashion Kapitol, meanwhile, is set to reinvigorate the city's old fashion district in and around Polly and Pritchard streets on the east side of town, which during its prime in the 1930s was the working hub of about 35 000 fashion industry workers but today is defined by ageing, drab textile factories and fashion outlets ».

³⁷³ Helen Grange, A cool place for new talent, 22 février 2011, [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: <http://www.iol.co.za>

création vestimentaire et autres créations artistiques contemporaines (projections vidéo, travaux sur la lumière, théâtre, sculpture, installations). Cet événement s'est caractérisé par des collaborations entre artistes et stylistes, entre galeries d'art et créateurs de mode pendant quatre jours. Bien que *Main street* se trouve non loin de *Market street* et *Pritchard street* où la créativité populaire vestimentaire s'active dans les modestes ateliers, la SAFW semble avoir ignoré cet environnement pour des performances artistiques qui se sont déroulées dans un lieu tenu hors des regards extérieurs.

Le rapport conflictuel que les acteurs officiels instillent entre le réseau institutionnalisé et le réseau de l'ombre est sous-tendu par l'utilisation péjorative et récurrente du qualificatif « traditionnel » attribué à la mode de l'ombre, qui renvoie de fait à une histoire, à un patrimoine. Ce patrimoine culturel est pourtant positionné comme une clef de voûte qui constitue une force de résistance dans la création vestimentaire officielle. De quelles façons cette force de résistance s'exerce-t-elle ?

II. La place du patrimoine culturel dans la création vestimentaire des créateurs de mode actuels.

A. Un rapport ambivalent ou un rapport direct au patrimoine sud-africain.

« Touche vestimentaire ».

Se pencher sur les intentions des créateurs de mode et les formes vestimentaires qui en résultent, c'est-à-dire sur les aspects conceptuels et formels de la mode, permet de saisir la « touche vestimentaire » des stylistes. Le choix du terme « touche » pour évoquer la construction de formes vestimentaires, emprunté au domaine de la peinture, est inspiré de l'écrit *Vie des formes* d'Henri Focillon : « La touche est moment – celui où l'outil éveille la forme de la matière. Elle est permanence, puisque c'est par elle que la forme est construite et durable [...] elle est définition de la forme »³⁷⁴. La « touche »

³⁷⁴ Henri Focillon, *Vie des formes*, dans le cadre de la collection : « Les classiques des sciences sociales », dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi, p 43

qui va définir la forme finale du vêtement, résulte du travail du styliste : de son esprit créatif, de son histoire, de ses intentions, de ses sources d'inspiration et des moyens techniques dont il dispose, des tissus, des couleurs, des coupes. Elle provoque un style.

Deux tendances se dégagent des discours tenus par les quatre stylistes connus sud-africains interrogés et de l'analyse de leurs créations: une tendance « globale » mettant en avant ce qui sera nommé comme une « touche vestimentaire globale » et une tendance plus africaine qui sera appelée « touche vestimentaire africaine »³⁷⁵. Ce sont des notions à entendre de façon ouverte et élargie, elles servent à distinguer des façons de créer des vêtements mais aucunement à les catégoriser car il serait vain de penser les créations vestimentaires en termes de familles stylistiques. Les stylistes ont chacun un style particulier, une signature. Ces expressions permettent de clarifier deux états d'esprits différents dans le monde de la création officielle, pour autant elles recouvrent une diversité de manières de créer plus ou moins attachées au continent africain. Ce choix permet de se pencher plus précisément sur une sélection de créateurs de mode appartenant au monde officiel de la mode (groupe 1), et de présenter une analyse formelle de certaines de leurs créations (en annexe 1)³⁷⁶. Il s'agit de comprendre leur production vestimentaire en analysant à la fois leurs créations, leurs discours, leurs contextes de production. Trois stylistes qui seront mentionnés ici ont été interrogés lors des travaux de terrain entre juin et décembre 2009, et en octobre 2010³⁷⁷.

Une des hypothèses de départ de cette recherche consistait à faire apparaître que les stylistes sud-africains contemporains s'inspiraient explicitement de leur patrimoine vestimentaire, plus précisément des vêtements et parures dits traditionnels ou d'inspiration traditionnelle, dans leurs créations. Cela induisait l'idée que les créateurs de mode intégraient principalement des éléments traditionnels reconnaissables dans les

[en ligne] (page consultée le 25/12/12). Disponible sur :

[http : //www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html](http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html)

³⁷⁵ Ces termes découlent de l'analyse des données de mon terrain, et s'applique au cas de l'Afrique du Sud seulement. Concernant plus particulièrement le terme « touche vestimentaire africaine », notre posture a été de trouver un terme plus neutre que celui d'« afrocentrique » utilisé par certains Sud-Africains. Les stylistes interrogés ne s'inscrivent pas spécifiquement dans le paradigme de l'« Afrocentrisme » ou de l'« afrocentricité » et sa portée politique, c'est pourquoi nous préférons le terme « touche vestimentaire africaine ».

³⁷⁶ Les créations analysées dans cette partie se trouvent dans le corpus de photographies en annexes I. Il est fait le choix de présenter les vêtements dans un corpus indépendant et non dans le corps de texte pour faciliter la lecture au cours de laquelle le regard pourra s'attarder sur les images.

³⁷⁷ Gavin Rajah, David Tlale, Nkhensani Manganyi Nkosi (*Stoned Cherrie*), Marianne Fassler ont été interrogés lors du travail de terrain, sauf Amanda Laird Cherry.

vêtements créés, tels que des perlages, des motifs géométriques (losanges, triangles, zig-zag), du cuir ou des tissus *shweshwe*. Dans la réalité, ces emprunts ne sont pas systématiques et ne sont pas mis en avant de façon ostentatoire. Ce rapport au patrimoine culturel sud-africain (arts, histoire) se révèle plus complexe, il apparaît même très distancié dans certains cas.

1. « Touche vestimentaire globale ».

Les créateurs dont la production est comprise sous le terme « touche vestimentaire globale » considèrent que leurs vêtements sont la résultante d'inspirations multiples et métissées, aussi bien africaines qu'internationales, avec le projet d'être reconnus comme stylistes à part entière sans nécessité de préciser leurs origines. Ils s'inscrivent dans une démarche globale et non afrocentrée, clamant une inspiration ne se limitant pas à l'Afrique. L'idée directrice est de s'inspirer du monde, d'avoir une perspective globale pour s'éloigner de la seule référence africaine qui semblerait alors les réduire à une provenance exotique. Souvent leur but commercial est d'exporter leur marque outre-mer.

a. Gavin Rajah.

Né à Durban en 1972, Gavin Rajah fait partie aujourd'hui des stylistes sud-africains les plus connus internationalement. Il a commencé à créer des vêtements de façon informelle alors qu'il était à l'université : il dessinait des créations, une amie les fabriquait et un autre ami les vendait³⁷⁸. Devenu avocat mais peu épanoui par ce métier, il décida de faire de la mode son nouveau métier³⁷⁹. Au moment où il a débuté, en 1996, il n'y avait que des créateurs de mode blancs et il a dû tout de suite se battre contre les stéréotypes, dont celui consistant à associer l'origine d'une personne à certaines pratiques. Le monde de la mode attendait d'un styliste d'origine indienne, qu'il fasse

³⁷⁸ Lundi 24 Août 2009: entretien avec Gavin Rajah, Cape Town.

³⁷⁹ Lundi 24 Août 2009: entretien avec Gavin Rajah, Cape Town.

des saris. C'était l'esprit de l'époque dans laquelle il a commencé son travail de créateur.

Sa production est proche dans certains aspects de ce qui est considéré comme la haute couture en France. Il distingue ainsi deux volets dans sa création : une partie prêt-à-porter et une partie dite « couture ». L'utilisation du mot français « couture » fait référence ici à la qualité et l'originalité d'un vêtement haute couture, qui résulte d'un long travail artisanal, jugé beau, luxueux, raffiné, porté pour des occasions particulières.

Sa marque est une identité en soi, qui doit être reconnue et répondre aux attentes d'une clientèle riche. Selon lui sa « touche vestimentaire » est ce qui le distingue (son style, et l'utilisation de tissus luxueux), autant de signes que les clients reconnaissent comme un vêtement « Gavin Rajah » qui leur plaît et dans lequel ils se reconnaissent³⁸⁰. Sa notoriété est associée à ses robes de soirée car leur esthétique les situe comme des objets d'art. Elles correspondent à ce que la « culture légitime » considère comme l'élégance, la beauté, le splendide, le glamour. Sa « touche vestimentaire » est ce qui le rend unique à travers la proposition d'un style propre³⁸¹ qui devient ainsi le style vestimentaire de ses clients puisque ses créations sont adaptées à leurs goûts. Concernant la qualité artisanale de ses créations « couture », Gavin Rajah explique que tout est réalisé à la main. Il cherche une perfection autant à l'extérieur qu'à l'intérieur du vêtement. L'assemblage de toutes les parties du tissu, les minutieuses décorations de broderies sont des ouvrages très difficiles, aussi il est entouré d'une équipe de couturiers et d'artisans. Il faut environ six semaines pour réaliser une robe.

La photographie n° 1 du corpus de créations regroupées en annexe 1 présente l'une de ses créations qu'il a proposée à Paris en 2007. Ce vêtement en satin de soie noire peut se décomposer en quatre parties. Le haut est composé d'un bustier décoré de dentelle noire, à partir duquel tombe le reste de la robe qui bouffe à deux endroits (au-dessus et dessous le genou), et se termine en forme droite sur les pieds. La taille est cintrée par un lacet qui permet à une bordure de tissu noir de s'ouvrir sous la poitrine comme des pétales de fleur. Derrière, une sorte de traîne triangulaire permet d'équilibrer l'ensemble structurant davantage la robe ordonnée par des plis et des ondulations. Enfin, un gilet structuré par une superposition de tissus de soie noire monte en

³⁸⁰ Lundi 24 Août 2009: entretien avec Gavin Rajah, Cape Town.

³⁸¹ La coupe de biais est sa signature. À ses débuts il a commencé à coudre de façon autodidacte : il assemblait les morceaux et laissait tomber le tissu de façon naturelle sur le corps, il gardait la forme rendue car il ne voulait pas forcer la matière. Cela a donné une asymétrie qui se remarque dans le dos des robes. Il est difficile d'illustrer cette coupe de biais car toutes les photographies de mode montrent les mannequins de face.

ondulation très haut sur la nuque. Dans cette longue robe, le créateur de mode semble avoir travaillé les plis, les gonflements, les mouvements d'ondulation, qui mettent en forme un vêtement très volumineux et dynamique qui évoque une robe princière. L'utilisation du noir permet de jouer sur les volumes rendus par le registre linéaire curviligne du vêtement, car avec la lumière ces formes se révèlent par des effets de clair/obscur et créent du mouvement qui animent et donnent corps au vêtement.

La photographie n° 2 (annexe 1) présente une robe en satin de soie qui peut être décomposée en deux parties. De type bustier, le haut de la robe laisse la gorge et l'épaule gauche découvertes. Accroché à l'épaule droite, un long voilage tombe sur le côté droit de la robe et couvre le bras droit en une manche bouffante (de l'épaule jusqu'au coude) et ample (du coude jusqu'au poignet). Il joue donc sur des parties du corps couvertes et dénudées, met en jeu le rapport du tissu et de la peau, ce qui permet d'affirmer les lignes du corps et de mettre en valeur la féminité. Gorge, nuque, épaule sont les parties sensuelles du corps de la femme et les créateurs de mode se donnent souvent pour mission de les sublimer. Le tissu est traité dans un dégradé de couleurs chaudes : jaune, orange, puis violet. Le choix d'un tissu combinant les couleurs jaune et violet n'est certainement pas anodin de la part du styliste. Ce sont deux couleurs complémentaires, qui côte à côte, créent une grande harmonie visuelle, un effet de vibration optique intensifié par la luminosité du jaune et la lumière des projecteurs. Le tissu utilisé est très fluide ce qui confère une structure souple au vêtement. D'après Gavin Rajah « le volume et les silhouettes fluides sont les nouvelles tendances de la couture actuelle »³⁸².

Les jeux sur les effets de clairs/obscurs et l'association de couleurs complémentaires se révèlent tout à fait en harmonie avec le nom donné à sa collection *Nuances de lumières*.

Gavin Rajah commente cette production en ces termes :

« L'éclectisme et l'orientalisme des années 1970 constituent les thèmes principaux de ma nouvelle collection. Une célébration colorée des courants de pensées d'Allen Ginsberg et des poètes beatniks des années 60 et 70. La collection tout entière embrasse le mouvement créé par ce courant de pensée, ces compositions et ces œuvres littéraires »³⁸³.

³⁸² Gavin Rajah couturier et nouvel ambassadeur de l'UNICEF, interview du styliste sur <http://www.temps-libre.info/article335.html>

³⁸³ Nuances de lumières, la collection printemps/été 2007 de Gavin Rajah, [en ligne] (page consultée en avril 2009). Disponible sur: <http://www.luxe-whisperer.com>

Il ajoute :

« C'est une inondation colorée d'émotions, un hommage à l'esprit de la vie, de l'amour et de l'humanité. Le culte *Maharishi* des années 1960 et 1970, l'exode massif des gens vers le grand Est, la quête Indienne du sens de la vie et l'immémoriale question du « pourquoi de notre présence sur terre » : voilà ce qui donne son sens à ma collection »³⁸⁴.

Le styliste s'inscrit dans une démarche très intellectualisée de sa création. Les références à des mouvements littéraires, poétiques, à un courant de méditation, à une réflexion philosophique sur le monde, révèlent un patrimoine culturel particulier. Son discours élitiste s'adresse à une audience d'experts parisiens. Les références culturelles qu'il évoque renforcent la place de ses créations dans le monde de la « couture » parisienne. Invité par la ville de Paris en 2007, il fut considéré comme l'« ambassadeur » de la mode sud-africaine. Aussi, il était clairement attendu sur ses créations et soumis à une certaine pression puisqu'au sein de la sphère la plus élevée de la mode, celle des défilés parisiens, il allait atteindre la plus haute reconnaissance internationale qui lui a permis d'imposer son statut de créateur de mode qui fait aujourd'hui autorité.

La forme de ses vêtements aboutit sans conteste à un style cosmopolite, éclectique, global, qui ne s'arrête pas particulièrement aux frontières de l'Afrique. Son inspiration n'a pas de limite géographique. Il souhaite inclure différentes influences dans ses créations avec l'idée que le monde est un seul et même peuple et qu'il est avant tout citizen du monde.

Bien qu'il ne revendique pas de façon ostentatoire ses origines, la structure et la fluidité d'un grand nombre de ses robes évoquent de façon manifeste l'Inde et ses saris. Né à Durban dans la province du *KwazuluNatal*, où se trouve la communauté sud-africaine d'origine indienne la plus importante d'Afrique du Sud, cet aspect oriental fait partie de la diversité du pays dont le créateur est certainement imprégné. Lors de la *Cape Town Fashion Week* du mois de juillet 2011, Gavin Rajah a noué pour la première fois un lien explicite entre ses créations et ses origines, à travers la collection nommée *Jaipur*. Il a utilisé de façon marquante de nombreuses formes rappelant l'Inde : les

³⁸⁴ Nuances de lumières, la collection printemps/été 2007 de Gavin Rajah, [en ligne] (page consultée en avril 2009). Disponible sur: <http://www.luxe-whisperer.com>

couleurs vives dont de nombreuses nuances de rose, des ceintures métalliques avec pompons, des broderies de perles et de fils métalliques. Jaipur, la capitale de l'état indien du *Rajasthan*, qui signifie victoire, fait directement référence au nom du créateur « Rajah » et à sa réussite et son ascension vers la victoire, vers la gloire.

La ville de Jaipur est connue comme « la ville rose » à cause de ses nombreuses architectures de couleurs rose, et il est évident que le créateur a joué sur cette tonalité pour faire référence à la ville inspiratrice. La tenue de la photographie n° 3 (annexe 1) fait partie de la première moitié de sa collection prêt-à-porter alors que la deuxième partie est plus « couture ». L'habit se décompose en deux éléments vestimentaires principaux : un pantalon de soie rose taille haute et un chemisier de mousseline de soie fuchsia avec des manches longues bouffantes. L'ensemble monochrome est illuminé par une touche de bleu : un long collier de pierres bleu turquoise faisant plusieurs tours et tombant sur la poitrine. Les chaussures présentent le motif « léopard », seul élément à motifs de la tenue. Le style est encore une fois cosmopolite s'adressant à une cliente fortunée et active.

La photographie n° 4 (annexe 1) fait partie de la deuxième moitié de sa collection dite « couture ». Il s'agit d'une longue robe de soirée dans des tons chauds principalement orange, en mousseline de soie. La forme épouse le haut du corps jusqu'aux hanches, ensuite le tissu tombe le long des jambes dans une fluidité de plis qui se termine aux pieds. Cette création se divise en deux parties : le haut (buste) de la robe présente un travail très minutieux de broderies de multiples grosses perles indiennes de différentes couleurs : jaunes, blanches, rouges, vertes. L'Inde, centre de fabrication de perles, a forgé sa réputation grâce à l'exploitation ancienne des gisements nombreux et accessibles de toutes sortes de quartz semi-précieux : calcédoine, agate, onyx, jaspe, cristal de roche. Dès l'antiquité, cette abondance de matériaux de bonne qualité permit l'industrie de perles d'agate. Les artisans créaient toutes sortes de perles, les cornalines et les agates étaient très prisées mais il se vendait aussi des perles d'os, de coquillage, d'argile, de faïence, d'onyx, de turquoise, de lapis lazulis, etc. Les formes sont devenues multiples, et les agates sont parfois coiffées de chapes d'or. La décoration du buste de la robe fait donc explicitement référence à une histoire des perles en Inde, et ce travail a demandé le plus grand savoir-faire de la part de l'équipe du créateur. Cette collection a mis en avant le savoir-faire des couturiers et artisans avec qui il travaille pour créer des robes « objets d'art ». Certaines sont décorées de broderies de fins fils

métalliques selon une technique indienne (broderie *zardosi*) très prisée par les créateurs de mode occidentaux, et rendant un aspect brillant et pailleté du tissu.

Ce défilé a fait l'objet d'une présentation privée sur carton d'invitation, Gavin Rajah a donc su donner un caractère distinctif, raffiné et élitiste à son défilé et ainsi à ses créations. Les invités pouvaient lire sur leur carton :

« Rajah retourne à ses origines, la capitale vibrante du Rajasthan : Jaipur, aussi connue comme la « ville rose ». Inspiré par la palette automne/été 2012 la collection est animée par des couleurs vives, de la texture, de la complexité, de l'embellissement et une sensualité enivrante. La collection ne dérive pas de vêtements traditionnels de manière évidente, Rajah a été inspiré par les silhouettes vestimentaires variées des tribus nomades et les restes d'une longue période coloniale passée. Cette saison il vous invite à tomber amoureux du Rajasthan ! »³⁸⁵ [Notre traduction].

L'expression « touche vestimentaire globale » ou « cosmopolite » comprend l'idée d'une distanciation par rapport au patrimoine culturel sud-africain. Dans le cas de l'Afrique du Sud, les vêtements indiens tels que les saris, les tissus, les broderies indiennes, constituent un élément de ce patrimoine, puisque la communauté indienne fait partie du paysage culturel du pays depuis plus d'un siècle. Sur le carton d'invitation, le styliste ne manque pas de préciser que la collection ne « dérive pas de vêtements traditionnels » et qu'il s'est inspiré non pas de vêtements mais uniquement de « silhouettes vestimentaires ». Un rapport ambivalent à ce large panel de vêtements dits traditionnels est caractéristique des stylistes ayant une « touche vestimentaire globale ». Cette ambivalence induit une sorte de contradiction qui revient souvent dans les discours des créateurs de mode, c'est-à-dire une inspiration qui peut provenir de vêtements traditionnels ou de techniques traditionnelles mais qui est retranscrite dans le vêtement de façon implicite et non ostentatoire. À la différence de *Stoned Cherrie* ou *Amanda Laird Cherry* dont les créations seront abordées par la suite, l'inspiration de Gavin Rajah ne se limite pas seulement à l'Afrique³⁸⁶. Ses références culturelles et son histoire ne ressortent pas formellement de façon évidente dans ses créations, parce qu'il

³⁸⁵ « *Rajah returns to his origins to the vibrant capital of Rajasthan: Jaipur also known as the « Pink City ».* Inspired by the palette of Spring/Summer 2012 the collection infuses bold colour, texture, intricate, embellishment and a heady sensuality. Whilst the collection is not derivative of traditional dress in an obvious manner Rajah has been inspired by the varied dress silhouettes of the nomadic tribes and the remnants of a Colonial era long gone by. This season he invites you to fall in love with Rajasthan! » [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: <http://www.popyacollar.co.za>

³⁸⁶ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, *Stoned Cherrie*, *Amanda Laird Cherry*) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

veut être inspiré par différentes sources d'inspiration³⁸⁷. N'imposer aucune limite à sa création est en fait une façon de lutter contre les stéréotypes et surtout de répondre à une clientèle internationale.

b. David Tlale.

Né à Soweto en 1975, David Tlale est l'un des créateurs de mode sud-africains les plus connus sur la scène internationale aux côtés de Gavin Rajah. Diplômé de la *Vaal University of Technology*, il a créé sa marque en 2002 et a gagné sa reconnaissance au sein du réseau institutionnalisé de la mode à partir de 2003 quand il a gagné la compétition *Elle New Talent*. En 2007, il a été présenté à Paris par Gavin Rajah lors de la semaine des défilés de haute couture, qui fut sa première expérience à l'étranger. Une des caractéristiques de son travail est la fusion des matières. Il mélange des textures variées. Sa production ne cesse d'être acclamée depuis presque une décennie. Lors de notre entretien, il a précisé que son expérience à Paris lui a beaucoup appris car les journalistes lui posaient des questions sur l'intérieur des vêtements, la manière dont ils étaient réalisés. Il a donc pris conscience que l'intérêt de son travail n'était pas seulement d'ordre esthétique, mais que la façon de réaliser un beau vêtement et de diriger sa marque en attachant une grande attention à la qualité des tissus et des finitions, était tout aussi importante³⁸⁸. Les créations de David Tlale sont comprises sous le terme de « touche vestimentaire globale ». Il revendique le fait de ne pas vraiment vouloir véhiculer une identité africaine mais plutôt une identité globale, il insiste en disant qu'il n'est pas afrocentré³⁸⁹. L'analyse de certains de ses vêtements montre tout de même qu'il cultive un rapport certain à l'histoire vestimentaire sud-africaine. Il existe différentes façons de maintenir le lien à son patrimoine culturel. La « touche vestimentaire » dépend aussi de la visée commerciale de la production d'un styliste : il semblerait que lorsqu'il cherche à implanter sa marque non plus seulement localement mais au niveau international, la « touche vestimentaire » mise en avant sera plus « internationale », globale. David Tlale veut montrer la valeur de l'Afrique non pas

³⁸⁷ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011).

Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

³⁸⁸ 16 juin 2009: entretien avec David Tlale, 50 seventh avenue, Parktown North, Johannesburg.

³⁸⁹ 16 juin 2009: entretien avec David Tlale, 50 seventh avenue, Parktown North, Johannesburg.

en reprenant directement les vêtements traditionnels, mais en utilisant l'histoire et la culture pour créer des vêtements qui s'adressent à tous et qui se vendent dans le monde entier. Il veut s'éloigner des stéréotypes, « ce n'est pas parce que je suis africain que je dois reprendre les imprimés africains »³⁹⁰ [Notre traduction].

Le très long manteau de la photographie n° 5 en annexe 1, est fait de soie velvet qui donne l'aspect d'un doux plumage. Il est posé telle une cape, fermé jusqu'à la taille, couvrant tout le corps, et l'absence de manches accentue l'effet longitudinal, qui, accompagné de la posture du modèle menton relevé vers la lumière, crée un mouvement ascensionnel. La tenue dans sa vue d'ensemble produit un effet très zoomorphe qui évoque un oiseau. Cette création utilise des tons bruns et rouges, des couleurs dites « terre ». Elle rappelle sans hésitation les *kaross* (capes) de cuir et de fourrure d'animaux³⁹¹, composante indispensable de la garde-robe des populations d'Afrique australe avant le changement de codes vestimentaires et le port de vêtements européens.

La création de la photographie n° 6 (annexe 1), faite de satin de soie noire et de plumes noires a aussi une allure zoomorphe. L'utilisation importante de plumes sur la poitrine et sur la partie basse de la robe évoque un oiseau. Pour les plumes, le styliste se fournit dans des magasins spécialisés près de la ville du Cap³⁹². Les élevages d'autruches sont très développés dans cette région du pays. David Tlale aime combiner des matières très différentes et il structure souvent ses robes en trois parties. Dans celle-ci, le haut, le milieu et le bas se distinguent particulièrement. Un col de plumes noires couvre le haut du corps, du cou (sous le menton) jusqu'à la poitrine, laissant entrevoir une fine broderie de dentelle noire couvrant les seins. Un tissu de satin de soie noire est ajusté au corps du buste jusqu'au-dessus des genoux. Le bas du vêtement est de forme triangulaire, trois strates de plumes descendent et s'ouvrent sur les pieds. Les plumes vibrent au rythme des pas et le jeu avec la lumière crée des effets de scintillement qui affirment à la fois un effet de légèreté et de volume sur la partie inférieure de la robe.

La photographie n° 7 (annexe 1) présente une tenue combinant la robe et le pantalon, rappelant le sarouel avec un entrejambe qui atteint la hauteur des chevilles. Elle est faite de velours vert. L'amplitude du vêtement accompagnée de la multitude de plis sur toute sa longueur est équilibrée par le haut bustier qui laisse apparaître la gorge, les épaules et les bras. La bordure du bustier est décorée de franges de perles rondes

³⁹⁰ 16 juin 2009: entretien avec David Tlale, 50 seventh avenue, Parktown North, Johannesburg.

³⁹¹ Des explications et descriptions de cet élément vestimentaire traditionnel ont été données dans le chapitre 1.

³⁹² 16 juin 2009: entretien avec David Tlale, 50 seventh avenue, Parktown North, Johannesburg.

brunes qui se balancent, tout comme les pans du nœud qui tombent le long du vêtement. Trois grandes plumes rayées noires et blanches accrochées à la bordure du bustier participent également à équilibrer la lourdeur du tissu et la lourdeur de la forme descendante du vêtement, par un mouvement ascendant tout en légèreté.

En septembre 2009 David Tlale a présenté à la *New York Fashion Week*³⁹³ une collection directement inspirée de l’Afrique australe. Intitulée *Cultural Intimacy*, elle a été présentée comme faisant partie de l’« *Arise Promise of Africa Collective* ». Cette collection résulte d’une collaboration avec l’enseigne *PIECE* qui est une initiative de promotion de créations artisanales, mise en place par Eugénie Drakes par l’entremise d’une boutique qu’elle tient à *Rosebank*. L’aboutissement de ce travail commun est une collection riche en références et en inspirations tirées du patrimoine culturel d’Afrique australe. Cet exemple est caractéristique du sentiment d’ambiguïté dont font preuve beaucoup de créateurs de mode sud-africains. David Tlale définit ses créations qui s’inscrivent dans une marque à visée globale qui ne s’inspire pas directement ni systématiquement de l’Afrique, bien que dans certaines circonstances il mette en avant ce patrimoine. En fait, il veut s’éloigner des références formelles africaines stéréotypées telles que les tissus imprimés, pour présenter une nouvelle iconographie de l’Afrique, celle d’une multiplicité d’esthétiques inspirées des paysages, des océans, de l’or, du charbon ...³⁹⁴. Il veut embrasser toutes ces données en évinçant les formes trop souvent utilisées. Face à une audience américaine, il a fait le choix de positionner ses origines en les traduisant de façon très subtile dans ses créations. Les références formelles au patrimoine vestimentaire sud-africain ne sont pas évidentes à saisir pour un public non averti. Il faut alors comprendre que le terme « touche vestimentaire globale » recouvre une réalité subtile où les stylistes ne renient jamais leurs racines. David Tlale explique le choix du titre de sa collection : « J’ai choisi de l’intituler *Cultural Intimacy* parce que c’est ce que j’espère faire : rapprocher le monde plus près des diverses cultures de notre continent à travers l’art visuel, un art dynamique. Je raconterai l’histoire africaine comme je sais le mieux le faire »³⁹⁵ [Notre traduction]. Ainsi à travers une « touche vestimentaire globale », David Tlale ne cherche pas à renier ses origines mais plutôt à

³⁹³ La collection fut présentée à *Bryant Park* à New York.

³⁹⁴ Propos tirés d’une vidéo d’une interview avec le créateur à la veille de son défilé à New York, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur: www.ladybrille.com

³⁹⁵ David Tlale heads off to New York City [en ligne] (page consultée en mars 2011). Disponible sur: <http://www.totalexposure.co.za>: « I’ve chosen to title it *Cultural Intimacy*, because that is what I’m hoping to do: bring the world closer to the diverse cultures of our continent through visual and moving art. I will tell the African story in the way that I know best ».

promouvoir une nouvelle image de l’Afrique au niveau mondial, à célébrer une diversité culturelle cachée par l’image unique des « imprimés africains » des tissus *wax*. Il s’adresse à une clientèle mondiale. Il tient un discours pro-africain que Gavin Rajah ne tient pas : « il est temps pour l’Afrique de s’éveiller et de montrer de quoi elle est faite »³⁹⁶ [Notre traduction].

La photographie n° 9 (annexe 1) présente un costume homme en grège de soie rose clair, aussi appelée soie sauvage car c’est un tissu brut qui laisse apparaître la fibre naturelle. La chemise et le foulard sont quant à eux faits de soie imprimée, multicolore, dans des tons orange, brun et vert. La doublure de la veste est faite avec le même tissu que celui de la chemise. Ici le créateur de mode joue sur les contrastes de matières et de couleurs. Il combine une soie sauvage et fibreuse à une soie lisse et douce, ainsi que la monochromie du costume à la polychromie de la chemise et du foulard. Parlant de sa collection, David Tlale dit vouloir fusionner différents éléments d’Afrique australe (textures, détails sur les vêtements) tout en suivant la tendance de la mode mondiale pour ne pas être à contre-courant³⁹⁷. Ce costume semble synthétiser ces propos : c’est une création qui fusionne les matières, les tons « terre » (chemise) et qui répond aux goûts de la mode internationale avec un costume rappelant la coupe italienne, près du corps, cintrée, et des tissus luxueux.

La création de la photographie n° 10 (annexe 1) est une longue robe en mousseline de soie ocre clair à dos nu. David Tlale a certainement utilisé deux épaisseurs de tissu pour la rendre opaque et sculpter davantage le corps dans sa longueur. La robe est parfaitement ajustée aux formes du corps du mannequin, très serrée depuis le buste jusqu’au-dessus des genoux. Un léger effet de plis horizontaux équilibre subtilement la silhouette très longiligne. La partie supérieure du vêtement est travaillée de façon géométrique : le tissu couvre le buste jusqu’aux épaules et affirme la forme triangulaire du cou et des trapèzes, qui avec les épaules donnent une forme quasi angulaire à la silhouette. Le bas de la robe contraste avec le haut, il est évasé, fluide, avec un ourlet qui ondule. Les franges le long du dos font référence aux ceintures et cache-sexes décorés de rangées de franges de perles portés par les jeunes filles sud-africaines lors certaines cérémonies. Elles produisent un effet de balancement, du mouvement à la structure plutôt figée et géométrique de toute la moitié supérieure de la robe.

³⁹⁶ Fashion Week in South Africa, Vidéo produite par RUETERS, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : www.youtube.com

³⁹⁷ Propos tirés d’une vidéo d’une interview avec le créateur à la veille de son défilé à New York, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : www.ladybrille.com

Le choix de la création n° 11 (annexe 1) permet de montrer deux éléments plus ostentatoires que les franges, qui établissent plus explicitement le lien avec le patrimoine culturel sud-africain. Cette robe de soie noire présente des broderies de perles ainsi qu'une ceinture faite de corne de koudou³⁹⁸.

Trois éléments principaux structurent cette tenue :

- La robe de forme rhomboïdale présente un haut bustier laissant la gorge et les bras découverts. Partant du dessous de la poitrine le tissu de soie tombe amplement sur les hanches dans le mouvement de plis naturels du tissu. À partir des genoux, la robe devient plus étroite, plus ajustée aux jambes et tombe de façon fluide jusqu'aux pieds.

- Une ceinture en corne de koudou est portée très haut sous la poitrine. C'est un assemblage de morceaux de cornes polis de forme rectangulaire plate, chacun espacé d'un demi-centimètre. La référence aux perles et décorations traditionnelles faites de matériaux naturels est évidente.

- Des épaulettes aux coins angulaires et pointus s'ajoutent à l'ensemble, telle une parure, un bijou. Elles sont brodées de perles de verre noires se terminant par des franges noires telles des pampilles. Ici encore le styliste mélange des formes géométriques. Il a voulu donner une structure très carrée au haut du corps qui contraste avec la fluidité du tissu de soie de la robe. Le fil perlé qui relie horizontalement chaque épaulette permet de les maintenir mais aussi de répondre visuellement à la ligne horizontale dessinée par la ceinture.

De nombreuses créations de cette collection de David Tlale mettent en jeu les contrastes des formes très rectilignes (surtout au niveau des épaules) et des formes souples rendues par les tissus ou les franges, les matières, les couleurs et les valeurs (noir et blanc).

Dion Chang résume l'ambivalence qui caractérise souvent ces stylistes et qui met en jeu une identité sud-africaine complexe dès le début des années 2000 :

« ... doucement, un large nationalisme africain et une fierté commencèrent à émerger. D'un côté, les gens disaient « nous devons être africains », et d'un autre côté les jeunes créateurs faisaient des choses

³⁹⁸ Le koudou est un mammifère africain de la famille des bovidés, une très belle antilope au corps strié de fines rayures blanches. Seuls les mâles ont des cornes en spirales, elles sont absentes chez les femelles.

incroyables qui je pense étaient égales à n'importe quelle autre création sur la scène internationale »³⁹⁹. [Notre traduction].

Le rapport d'ambivalence que certains stylistes connus entretiennent avec les vêtements dits traditionnels sud-africains au sens large, se traduit par un sentiment de proximité avec ce patrimoine qui fait partie de leur identité, mais aussi par une volonté de s'en distancier, du moins dans les formes vestimentaires pures. Alors que les stylistes ayant développé une « touche vestimentaire africaine » vont être dans une approche du vêtement traditionnel parfois « mimétique et reproductrice »⁴⁰⁰ [Notre traduction], les stylistes cultivant une « touche vestimentaire globale » tel que Gavin Rajah et David Tlale, vont créer des associations d'idées avec le continent africain entre autres, mais cette fois de façon non mimétique. Ainsi, cette approche non mimétique du patrimoine vestimentaire du pays se fait la plupart du temps à travers l'utilisation de certaines techniques ou de savoir-faire considérés comme traditionnels, c'est-à-dire développés par les artisans du pays depuis des décennies tels que la broderie de perles ou de fils de coton et les perlages.

L'ambivalence, au sens freudien du terme, fait référence à une juxtaposition de deux affects : l'amour et la haine. Les discours des créateurs de mode interrogés, et ceux dont les propos sont rapportés dans des articles de magazine, font ressortir la coexistence de sentiments contraires vis-à-vis de ce qui constitue leur patrimoine vestimentaire dit traditionnel. Il y a même une marginalisation de ces éléments dits traditionnels de la part de certains. Dans l'article n° 10 d'*Arise Magazine* datant de 2009, Suzaan Heyns et Heni, deux jeunes créateurs de mode consacrés par l'AFI cette même année, portent un regard très péjoratif sur les tissus floraux ou imprimés, des tissus assimilés à l'Afrique. Le styliste Heni déclare : « Oui oui je l'ai déjà fait à l'occasion, tu sais quand on fait quelque chose qu'on n'aime pas forcément - quelque chose de coloré ou floral - et ça

³⁹⁹ Dion Chang, « Conversations with Dion Chang » in *10x SA Fashion Week, Voices Et Images From Ten Years Of South African Fashion Week*, Editor: Anthony Tischhauser, Channel F Publishing, July 2006, Johannesburg, p 7: « ... slowly, a broad African nationalism and pride began to emerge. On the one hand, people were saying we've got to be African, and on the other young designers were creating amazing stuff that I feel was equal to anything on the international scene ».

⁴⁰⁰ Rovine Victoria, *Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion*, Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture, vol 3, n°25, 2009, p 56. En parlant de l'inspiration que le créateur français Poiret trouvait dans l'Afrique, Victoria Rovine écrit: « Poiret employed both mimetic and reproductive approaches, drawing from images of Africa and Africans as well as from African textiles and garments styles ».

m'a fait flipper »⁴⁰¹ [Notre traduction]. Les deux créateurs déclarent que le fait d'être africains les inspire beaucoup, cependant ils font un rejet des tissus africains ou des tissus étant associés de près ou de loin à l'Afrique. Le styliste continue en précisant : « J'ai passé toute ma vie en Afrique, je suis né ici, mais les choses qui influencent les autres créateurs de mode - par exemple les tissus *shweshwe* - ne m'intéressent tout simplement pas »⁴⁰² [Notre traduction]. Il y a bien ici une ambivalence flagrante. Il est attaché à son pays qui marque son identité et sa distinction sur la scène internationale, mais il n'embrasse pas pleinement cette culture. Suzaan poursuit en ces termes : « parfois nous sommes critiqués, accusés d'être trop eurocentriques mais il y a vraiment des influences africaines qui sont subliminales »⁴⁰³ [Notre traduction]. L'emploi du terme « subliminal » révèle l'ambiguïté de leur rapport à leur patrimoine africain, qui reste incertain et difficile à cerner. Une perception subliminale est non visible consciemment. Si la référence à l'Afrique est subliminale, elle est alors inconsciente, imperceptible. Selon eux, « l'influence africaine ne doit pas être exacerbée ni ne doit devenir un motif en soi »⁴⁰⁴ dans leurs créations vestimentaires.

2. « Touche vestimentaire africaine ».

Les créateurs de mode, dont la production est comprise sous le terme de « touche vestimentaire africaine », revendiquent une inspiration qui provient de leur patrimoine culturel (artistique et historique). Ils s'inspirent des vêtements traditionnels sud-africains et de l'histoire nationale. Cette tendance à valoriser et mettre en avant l'Afrique du Sud dans les créations est qualifiée d'africaine. Dans la démarche créatrice de ces stylistes, la « touche vestimentaire africaine » se caractérise par une volonté assumée de puiser dans le patrimoine culturel. La présentation de certains d'entre eux

⁴⁰¹ Propos de Heni tirés de l'article écrit par Emma Jordan, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, p 71: « I've done that on occasion, when I've not necessarily done something I love - a colour or floral - and it's freaked me out ».

⁴⁰² Propos de Heni tirés de l'article écrit par Emma Jordan, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, p 71: « I have been in Africa all my life, I was born here, but the things that influence other designers – for instance shweshwe fabrics- just don't interest me ».

⁴⁰³ Propos de Heni tirés de l'article écrit par Emma Jordan, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, p 71: « sometimes we get criticised for being too much eurocentric but there are definitely african influences that are subliminal ».

⁴⁰⁴ Propos de Heni tirés de l'article écrit par Emma Jordan, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, p 71: « But the african influence doesn't have to be obvious or a literal theme ».

ainsi que l'analyse de quelques-unes de leurs créations montrent qu'ils abordent leur patrimoine avec finesse, à travers une réflexion sur l'histoire de leur pays. Ils incorporent fréquemment dans les vêtements des éléments formels dits traditionnels de façon reconnaissable.

a. Nkensani Manganyi Nkosi (*Stoned Cherrie*).

Nkensani Manganyi Nkosi, fondatrice de la marque *Stoned Cherrie*, est née en 1973 à Johannesburg, et a vécu quelques années aux Etats-Unis avant de revenir en Afrique du Sud. Elle possède sa propre boutique dans le quartier de *Rosebank* à Johannesburg et travaille depuis des années avec la chaîne de magasin *Woolworths* qui distribue ses créations dans le cadre du concept *Woolworths SA designers*.

Bien qu'elle ait présenté des collections en Occident dont les Etats-Unis, elle tient tout d'abord à se positionner sur le marché local puis international africain. Elle est devenue une figure incontournable de la mode sud-africaine consacrée chaque année lors de la SAFW, qui a su s'imposer sur le marché local. Cent pour cent de sa production est locale. L'Afrique est un continent immense qui constitue un marché qu'elle souhaite conquérir. Elle envisage d'ouvrir des magasins au Nigéria, en Ouganda, en Tanzanie, au Kenya⁴⁰⁵. Ainsi, il est clair que « la touche vestimentaire » de la marque *Stoned Cherrie* n'est pas la même que celle des créateurs de mode évoqués précédemment puisque ses références formelles sont africaines et le marché qu'elle vise est avant tout local puis continental. Sa marque a changé les conceptions de la jupe perlée xhosa, de la coiffe traditionnelle des femmes mariées zouloues, du tissu *shweshwe*, de certains éléments formels traditionnels qu'elle reprend dans ses créations.

Elle a créé sa marque en 2000, six ans après les premières élections démocratiques, période où « les gens étaient très optimistes et enthousiastes par rapport au futur, car il y avait eu de grandes transformations qui s'étaient faites de manière relativement facile »⁴⁰⁶. Elle s'est faite remarquer pour son inspiration tirée de l'histoire culturelle et politique de son pays, particulièrement de l'énergie caractéristique de la ville de

⁴⁰⁵ Jeudi 25 juin 2009 : entretien avec Nkhensani Manganyi Nkosi (marque : *Stoned Cherrie*) dans sa boutique au *Rosebank Mall*, Johannesburg. .

⁴⁰⁶ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, *Stoned Cherrie*, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

Sophiatown dans les années 1950. L'anthropologue américain qui dirige le département d'anthropologie sociale de l'Université du Witwatersrand, décrit ce quartier de Johannesburg dans ces termes :

« Pendant ses 60 ans d'existence, *Sophiatown* a symbolisé l'organisation d'une communauté autour des principes de liberté d'action, d'association et d'expression. Le quartier donnait le ton, le pouls, le rythme et le style d'une culture urbaine africaine des années 40 et 50. Bruyantes et spectaculaires, ses rues en terre battue étaient parsemées de robinets d'eau publics, de toilettes collectives et d'un fouillis de jardins entourés de briques, de bois et de fer. Une nouvelle culture urbaine africaine en mal de reconnaissance a émergé dans ces lieux. Pauvre, confrontée au crime et à la violence mais riche de lien social et de relations de voisinage protectrices, fière, bouillante de littérature, de musique, fanfaronnante, intellectuelle, militante, *Sophiatown* incarnait le bidonville des espoirs, le champ de bataille d'une guerre de réhabilitation de l'âme noire de la ville et du pays »⁴⁰⁷.

Ce quartier effervescent de Johannesburg connu pour sa mixité ethnique (bien que majoritairement noir) fut vidé de ses habitants et rasé entre 1955 et 1960, avant d'être repeuplé de Blancs et rebaptisé *Triomf*⁴⁰⁸. La styliste parle de ce quartier et de cette partie de l'histoire comme d'une référence permanente dans son travail :

« Les années 1950 étaient une période très colorée bien que nous étions dans une grande période de répression. Les gens aimaient, vivaient et riaient quand même. C'est cet esprit de résilience et cette énergie urbaine auxquels on se réfère tout le temps »⁴⁰⁹ [Notre traduction].

Elle s'inspire particulièrement de *Drum Magazine* ; créé en 1951, il relayait la culture urbaine des townships noirs. À l'époque où le Parti National institutionnalisait le régime d'apartheid, il devint un média par lequel toute une nouvelle génération d'écrivains et de photographes changea la façon dont les Noirs étaient représentés dans la société sud-africaine. Ce magazine tient une grande place dans l'histoire culturelle et sociale du pays ainsi que dans l'imaginaire collectif sud-africain. Il reste intimement lié à *Sophiatown*. L'historien Noor Nieftagodien de l'Université du Witwatersrand explique :

⁴⁰⁷ David B. Coplan, *Sophiatown et le jazz sud-africain, réappropriation d'une identité culturelle* [mis en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : <http://www.africultures.com>. Texte traduit de l'anglais par Jérôme Bessière.

⁴⁰⁸ « *Triomf* » est un mot afrikaans qui signifie Triomphe.

⁴⁰⁹ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

« Une bonne partie des journalistes qui écrivaient pour *Drum* appartenait à une élite de la classe moyenne bien particulière. Pour eux, *Sophiatown* était une sorte de monde glamour, mais c'était leur microcosme »⁴¹⁰, alors que la plupart des habitants étaient pauvres.

Selon l'anthropologue David D. Coplan ils furent cependant :

« les auteurs du journalisme, de la nouvelle satire, du commentaire politique et social et de la critique musicale les plus en quête d'innovation que l'Afrique du Sud ait jamais connus »⁴¹¹.

C'est de cette partie de l'histoire de son pays que Nkhensani s'inspire principalement. À travers sa création vestimentaire, elle veut ériger une marque qui soit l'expression d'une culture africaine urbaine. Elle a cette volonté d'explorer l'identité et la culture pour tenter de comprendre cette période où les Noirs essayaient de négocier une nouvelle identité. Selon elle, l'histoire fait partie intégrante du regard qu'elle pose sur la culture et l'identité sud-africaine, « l'histoire fait partie de ce que nous sommes »⁴¹² [Notre traduction]. Elle explique lors de notre entretien, qu'elle a grandi dans les années 1980, période où le gouvernement déclarait l'état d'urgence, et il fallait lutter contre les préjugés. Habitant à Soweto, elle était très consciente de son environnement, et cela l'a aidée à développer sa « touche vestimentaire ». L'apartheid a formé son inspiration⁴¹³. Elle situe sa démarche créatrice dans une réflexion sur l'identité sud-africaine contemporaine : « que signifie être africain au 21^{ème} siècle dans l'Afrique du Sud post-apartheid ? » résume-t-elle comme le questionnement constant qui sous-tend sa production. À travers ses vêtements elle veut reformer une identité, elle questionne « la façon dont les Sud-africains se sentent, dont ils se définissent en tant qu'Africains »⁴¹⁴. Elle se réapproprie les vêtements dits traditionnels ainsi qu'une histoire passée pour créer des vêtements qui célèbrent une identité sud-africaine, une

⁴¹⁰ Drum, le mythique magazine du glamour noir sud-africain, a 60 ans, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible : <http://www.lexpress.fr>

⁴¹¹ David B. Coplan, « Sophiatown et le jazz sud-africain, réappropriation d'une identité culturelle » [mis en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : <http://www.africultures.com>. Texte traduit de l'anglais par Jérôme Bessière.

⁴¹² SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴¹³ Jeudi 25 juin 2009 : entretien avec Nkhensani Manganyi Nkosi (marque : *Stoned Cherrie*) dans sa boutique au *Rosebank Mall*, Johannesburg.

⁴¹⁴ Jeudi 25 juin 2009 : entretien avec Nkhensani Manganyi Nkosi (marque : *Stoned Cherrie*) dans sa boutique au *Rosebank Mall*, Johannesburg.

fierté africaine. En s'inspirant de ce patrimoine culturel au sens large, elle traduit des formes et des événements du passé dans une nouvelle iconographie contemporaine. Elle est, par exemple, connue pour avoir repris le portrait de Stephen Bantu Biko⁴¹⁵ en imprimé sur des tee-shirts, sa volonté étant de « sortir certaines de nos icônes des archives poussiéreuses de l'histoire pour qu'elles fassent partie de la pensée populaire »⁴¹⁶ [Notre traduction].

La photographie n° 12 (annexe 1) est une robe de satin de soie imprimé de fleurs dans différents tons bruns. La forme cintrée à la taille par une ceinture puis évasée pour le reste de la robe ainsi que le large col rappellent sans aucun doute les robes des années 1950-60 qui apparaissaient dans les photographies de *Drum Magazine*⁴¹⁷. Le deuxième ensemble (photographie n° 13, annexe 1) rappelle cette même époque : il est constitué d'un chemisier de satin de soie brune cintré par une fine ceinture bleue turquoise haute sur la taille, et d'une jupe droite en coton ocre clair, serrée, sans fioriture, arrivant jusqu'aux genoux. Elle fait penser à la « jupe crayon » des années 1960 portée haute et cintrée. La styliste utilise majoritairement des tissus couleurs terre et brillants, ainsi que des tissus imprimés africains. Nkhensani voit sa marque comme un mélange de cultures interprétées à travers les vêtements, qui peuvent être portés par tout le monde. Ces deux créations s'inscrivent bien dans la volonté d'accessibilité de sa marque, une ligne prêt-à-porter dans un style qualifié d' « afro-chic ». Elle veut définir un « luxe africain »⁴¹⁸. Les journalistes de mode ont dès le début situé son style comme « afro-chic ». Ce terme est né à la fin des années 1990, en même temps que l'enthousiasme de la nouvelle démocratie, il reflétait un nouvel optimisme. « Afro-chic » est une notion qui valorise les références à l'Afrique et qui porte l'idée d'une fierté africaine, c'est un style vestimentaire qui évolue en même temps que l'identité africaine. Elle utilise des tissus *shweshwe*, des tissus à motifs, des couleurs dites sud-africaines (bruns, orange, jaune), des vêtements traditionnels qu'elle réinterprète à travers des formes vestimentaires plus contemporaines et souvent plus occidentales.

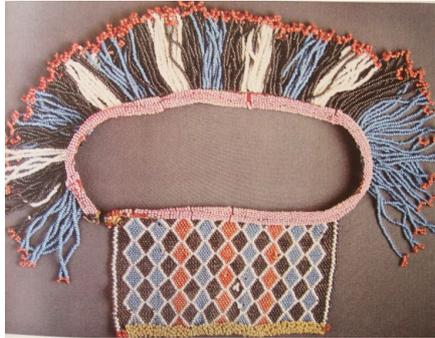
⁴¹⁵ Militant sud-africain, grande figure de la lutte anti-apartheid. Il est né le 18 décembre 1946 et mort le 12 septembre 1977 en détention dans des conditions douteuses. Il devint alors un symbole de la résistance noire à la cruauté du pouvoir en place.

⁴¹⁶ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴¹⁷ Voir les photographies de *Drum Magazine* en annexe 3.

⁴¹⁸ Jeudi 25 juin 2009 : entretien avec Nkhensani Manganyi Nkosi (marque : *Stoned Cherrie*) dans sa boutique au *Rosebank Mall*, Johannesburg.

Dans les photographies n° 14 et n°15 (annexe 1), la polychromie est de rigueur avec une inspiration explicite des parures traditionnelles : les perlage et la capeline. La jupe courte, accompagnée d'une ceinture de perles aux motifs de losange (dits *diamonds* en anglais) dans une combinaison de couleurs vives, fait référence aux ceintures/cache-sexes zoulous.



Cache-sexe perlé zoulou⁴¹⁹.

Figure 38 : Ceinture perlée, fin 19^{ème} siècle.

Cache-sexe perlé zoulou⁴²⁰.



Figure 39 : Tablier perlé, fin 19^{ème} siècle.

Ceinture perlée zouloue contemporaine⁴²¹.



Figure 40 : Ceinture perlée, 20^{ème} siècle.

⁴¹⁹ Ce cache-sexe à franges date de la fin du 19^{ème} siècle. Il est fait de perles de verre et de fibres végétales, 13,5 cm/22,5 cm, ceinture : 71 cm. Collection Michael Stevenson et Michael Graham-Stewart. Image extraite du livre *South East African Beadwork, 1850-1910: From Adornment to Artefact to Art*, Cape Town: Fernwood Press, 2000.

⁴²⁰ Ce tablier est un perlage zoulou datant du milieu du 20^{ème} siècle, provenant de la région de Nongoma, fait de perles de verre et de coton. 48cm/28,5 cm, Paris, collections du Musée du Quai Branly.

⁴²¹ Photographie extraite du site www.africancraftsmarket.com. Il faut noter la ressemblance entre la ceinture de la création *Stoned Cherrie* et cette ceinture perlée.

La capeline décorée de lignes horizontales perlées fait évidemment référence au traditionnel *kaross*. Ce type de broderie de perles semble similaire à celui des couvertures portées par les femmes mariées dans la communauté zouloue *Msinga* dans la province du *KwaZulu Natal*, présentées dans les photographies du livre de Jean Morris: *Speaking with Beads, Zulu Arts from Southern Africa*. À travers ces créations, la styliste revendique son attachement à son patrimoine culturel de manière mimétique. Elle intègre le perlage dans le vêtement, il y est incorporé comme une empreinte de l'histoire de l'Afrique du Sud. Elle mêle intimement les matières, perles de verre et tissu.

À travers les deux créations suivantes (photographies n°16 et 17 en annexe 1), la styliste rend clairement hommage à cette histoire du perlage. La forme simple et fluide des deux robes permet de faire ressortir les magnifiques perlages qui ornent le haut de chacune d'entre elles. Elle joue sur la combinaison de deux couleurs principales qui interagissent en rapport de complémentarité: l'orange et le bleu. La photographie n° 16 montre une robe en mousseline de soie teinte en bleu et brun orangé. L'association de ces couleurs complémentaires crée une harmonie visuelle renforcée par le dégradé des deux couleurs qui se mélangent légèrement au milieu de la robe. La fluidité du tissu répond au balancement des longues franges de perles qui décorent tout le tour du large col ouvert jusqu'aux épaules. Ces franges sont exactement les mêmes que celles qui décorent les ceintures perlées portées sur les hanches des jeunes filles zouloues en âge de mariage. Le blanc des perles et des plumes de la coiffure ajoute une touche très lumineuse à l'ensemble déjà chatoyant. Les boucles d'oreilles, à nouveau de longues franges créant des lignes horizontales rouges et vertes (couleurs complémentaires), renforcent la vibration optique produite par les couleurs de la tenue.

La robe de la photographie n° 17 (annexe 1) est faite d'un tissu de coton uni orange vif qui se termine aux genoux. La forme bustier laisse le cou, la gorge et les épaules dégagés. La créatrice s'inscrit dans une approche formelle mimétique car le perlage du buste de la robe s'apparente à une parure traditionnelle zouloue typique. Le perlage qui orne le bustier est un tablier zoulou, comme ceux portés par les jeunes filles pubères lors des rencontres de danse entre jeunes gens. Il présente les motifs récurrents du répertoire zoulou : les formes géométriques du triangle, du zig-zag, puis les petites franges perlées. Le blanc des perles et de la coiffure illumine le haut de la tenue et attire donc le regard sur le minutieux travail de perlage.



Jeunes filles zouloues en âge de mariage, à la cérémonie annuelle de la danse des roseaux, à *Nongoma, KwaZuluNatal*⁴²².

Figure 41 : Jeunes filles zouloues parées de perlages, 20^{ème} siècle.

Dans la photographie n° 18 (annexe 1) Nkhensani reprend entièrement la jupe traditionnelle xhosa orange, décorée de lignes horizontales brodées de fil noir et de boutons nacrés avec quelques perles de verre. Elle retravaille seulement sa longueur et sa forme. C'est une « jupe crayon », taille haute, près du corps, longue jusqu'aux genoux. Il a suffi à la styliste d'utiliser une forme de jupe redevenue à la mode ces dernières années pour faire de la jupe xhosa un vêtement « afro-chic ».

Ces créations illustrent bien la notion de « touche vestimentaire africaine », qui se caractérise par une approche à la fois historique (culture sud-africaine) et mimétique de certaines formes vestimentaires dites traditionnelles tels que les perlages. Elles font partie de la ligne *Love Movement* de la styliste, destinée à être accessible à un large public. Le concept est de diffuser l'amour, d'inciter les gens à répandre l'amour autour d'eux⁴²³. En présentant les perlages comme les emblèmes de l'amour, Nkhensani rappelle que les perlages gardent leur pouvoir revendicateur et identitaire en toute circonstance.

b. Amanda Laird Cherry.

Amanda laird Cherry est née en 1961 à Cape Town. Elle a suivi des études de mode à la *Durban University of Technology* au début des années 1980 et créé sa marque en

⁴²² Photographie extraite du site www.africancraftsmarket.com

⁴²³ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

1996. Co-proprétaire de plusieurs espaces de boutiques à travers le pays, elle fournit la franchise *Big Blue* et sa production est aussi vendue par *Liberty* à Londres. Sa marque inclut du prêt-à-porter féminin, masculin et des chaussures. Cette créatrice de mode est une autre grande figure du style dit « afro-chic ». Elle est souvent décrite par les journalistes de mode comme étant une artiste et une conteuse, une diseuse d'histoires (*storyteller*) personnelles, politiques, qu'elle tisse au fil de ses vêtements. Sa notoriété est fondée sur la démarche historique qu'elle propose à travers ses vêtements car elle incorpore dans son travail diverses références sud-africaines historiques et matérielles. Elle aime s'inspirer des couvertures/capes xhosa, des perlage zoulous, utiliser le tissu *shweshwe* et des éléments du patrimoine vestimentaire élargi tels que les tissus indiens. Elle déclare lors d'une interview :

« J'ai un amour inné pour notre pays et je suis fascinée par la façon dont les gens à travers toute l'Afrique du Sud ont des manières si intéressantes et différentes de s'habiller. Des groupes de gens ont adapté les vêtements de sorte à refléter leur culture. Ici je ne parle pas seulement de ce que l'on voit dans les régions rurales, dont les couvertures et les perles, mais aussi dans les plus grandes villes »⁴²⁴ [Notre traduction].

Son intérêt pour les diverses cultures de son pays s'est développé pendant son enfance et ses longs voyages en voiture du Cap à Durban, au cours desquels elle observait les gens sur les bords des routes. Elle n'a cessé d'explorer les références à l'Afrique du Sud qui est sa source d'inspiration. Selon elle la fonction de la mode est « d'explorer et d'exprimer notre existence sous une forme matérielle »⁴²⁵ [Notre traduction]. Elle considère que le vêtement permet à celui qui le porte de s'exprimer. Le vêtement lui permet ainsi de façon consciente ou non de se situer et de définir de quelle manière il se voit dans la société⁴²⁶. Elle insiste donc sur la capacité signifiante du vêtement et sa fonction identitaire. Elle explique aussi: « mon intention est d'exposer ce

⁴²⁴ Seamstory, Amanda Laird Cherry talks about how the fabric of society has changed through her past few collections, interview d'Amanda Laird Cherry [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>: « I have an innate love for our country and am fascinated with how people all over South Africa have such interesting, different ways of dressing. Pockets of people have adapted clothes to reflect themselves and their culture. Here I am not only talking about what one sees in remote rural areas, where blankets or beads may feature, but also in the bigger cities ».

⁴²⁵ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

⁴²⁶ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

qui est beau dans notre pays et de promouvoir le débat sur les stéréotypes que nous regardons et que nous renversons »⁴²⁷ [Notre traduction]. Ce questionnement sur les rapports entre compatriotes, les identités et les stéréotypes représente sa façon de travailler depuis plus de vingt ans. Elle veut que ses vêtements reflètent le climat sud-africain⁴²⁸, qu'ils interpellent les spectateurs, qui seraient alors tentés de s'intéresser plus profondément à ces cultures sud-africaines. Comme la plupart des stylistes du réseau institutionnalisé de la mode, elle s'adresse à une large clientèle, nationale et internationale. Son but est de réinterpréter des éléments vestimentaires culturels sud-africains comme les longs fils de perles, pour en faire des éléments faisant partie intégrante d'un vêtement qui répond aux goûts de la mode internationale, s'inscrivant dans les tendances de mode actuelles. Ses créations présentent donc ce double aspect : leur ancrage culturel sud-africain et leur rayonnement vers un public international. Elle décrit ses vêtements comme étant enracinés dans sa culture sud-africaine et comme étant pertinents partout ailleurs dans le monde⁴²⁹. Amanda Laird Cherry a une perspective très intellectualisée de sa création. Elle ne prétend pas reformuler les identités sud-africaines à travers son travail mais elle cherche plutôt à exprimer ses réflexions. Pour sa collection automne/hiver 2007, Amanda Laird Cherry s'est inspirée de l'histoire migratoire de l'Afrique du Sud, des rapports que les différentes populations entretenaient entre elles. Elle a voulu explorer particulièrement ce que les gens portaient quand ils sont arrivés en Afrique du Sud, comme les Européens ou les Sikhs. Sa démarche créatrice s'inscrit dans une réflexion sur le rapport à l'autre à travers le vêtement, notamment sur les attentes des Blancs vis-à-vis des populations déjà présentes, dont le but était de voir les Africains couvrir leur corps et adopter les vêtements européens. Elle s'attache donc à la problématique développée dans le premier chapitre : les interactions socioculturelles durables entre Européens, Africains, Indiens, qui au cours du temps ont amené à un changement des codes vestimentaires. Elle explique que ses créations sont composées de plusieurs couches, de superpositions, qui

⁴²⁷ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

⁴²⁸ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

⁴²⁹ Seamstory, Amanda Laird Cherry talks about how the fabric of society has changed through her past few collections, interview d'Amanda Laird Cherry [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

expriment l'histoire, les souvenirs, le temps qui passe⁴³⁰. Cette collection présente de nombreux tons non colorés, du gris, du blanc, du noir, souvent considérés par les créateurs de mode comme des tons naturels rappelant la pierre, la craie.

La photographie n° 19 (annexe 1) présente un vêtement masculin, une cape à capuche faite d'un tissu feutré gris, portée sur un pantalon également gris. Il semble que le parti-pris soit de faire ressortir la pièce maîtresse de la garde-robe des populations d'Afrique australe avant l'arrivée de nouveaux codes vestimentaires : le *kaross*. Le seul ornement de la tenue est un long collier de perles gris porté non pas autour du cou mais quasiment autour des épaules. Ces perles sont faites avec des petits coquillages trouvés dans les rivières du *KwazuluNatal*, utilisés dans les perlage zoulous. La capuche sur la tête induit une forme pyramidale et sculpturale du vêtement. L'ensemble monochrome et épuré résulte d'une volonté de la créatrice de faire référence aux vêtements traditionnels autrement que par la couleur ou par les motifs. Recouvrant la tête et le haut du corps, cette cape semble estomper l'identité de la personne qui la porte, la forme de ce vêtement pourrait alors être une façon de « brouiller les pistes ». L'apparence de la personne est englobée par des formes souples, évolutives, qui créent une aura mystérieuse car n'importe qui pourrait être sous ce vêtement. Dans cette collection, de nombreuses pièces comme les manteaux sont « déconstructibles et réversibles »⁴³¹. Pour montrer que l'identité est multiple et variable, « nous jouons avec ce que nous sommes, d'où nous venons et où nous avons besoin d'aller »⁴³² déclare Amanda Laird Cherry.

La styliste fait référence à la population ndébélée à travers un vêtement (photographie n° 20 en annexe 1) à première vue très éloigné des parures et vêtements traditionnels ndébélés. Jusqu'alors elle avait toujours évité de faire référence à cette population compte tenu de la manière détestable, selon elle, dont elle est représentée à travers les objets de curiosité dans les boutiques d'aéroports⁴³³. Ici elle a donc voulu se détacher des éléments formels typiquement ndébélés comme les peintures murales

⁴³⁰ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

⁴³¹ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

⁴³² SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

⁴³³ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

(formes géométriques multicolores), les perlages aux couleurs vives et les très larges anneaux perlés portés au cou, aux jambes et aux bras. Elle a fait abstraction des couleurs pour ne retenir que des contours de formes, des silhouettes. Cet ensemble combine des tons sombres : du gris foncé et du noir. Une longue tunique droite sans manches, de forme rectangulaire faite de tissu feutré gris couvre presque la longueur du corps. Elle est superposée à un haut noir à manches longues et un pantalon bouffant. Les sous-vêtements n'ont en fait que peu d'importance, ce sont les formes de la tunique et de la coiffe qui retiennent l'attention du spectateur. La tunique est de structure très angulaire, elle remonte jusque sous le cou de façon rigide formant des angles de chaque côté au dessus des épaules et traçant une ligne horizontale sous le menton. La créatrice explique que cette forme, obligeant à avoir un haut port de tête et à rester droite, lui a été inspirée par les épais colliers cylindriques portés par les femmes ndébélées.



Femme ndébélée portant des anneaux de cou en cuivre et un *isigolwani* (épais anneau perlé porté autour des membres)⁴³⁴.

Figure 42 : Femme ndébélée, 20^{ème} siècle.

La coiffe est en fait une longue traîne directement inspirée dans sa forme des traînes de mariées perlées ndébélées. Le pli horizontal au dessus de la tête au niveau du tombé du tissu vers l'arrière créé une ligne horizontale qui répond à celle du col. Cette forme angulaire du vêtement pourrait aussi évoquer les tabliers ndébélés rectangulaires couverts de broderies de perles. Ils sont faits d'une toile noire couvrant un support rectangulaire ou carré rigide (plus rarement de cuir) sur laquelle les femmes travaillent longuement leur broderie de perles à travers de savantes combinaisons de couleurs et de motifs.

⁴³⁴ Image extraite de Google images.



Isiphephetu, tablier porté par les jeunes filles ndébélées initiées⁴³⁵.

Figure 43 : tablier perlé ndebélé (support de cuir), 20^{ème} siècle.

La créatrice joue avec les éléments du patrimoine vestimentaire sud-africain pour « évoquer un sentiment de culture »⁴³⁶ [Notre traduction]. Même si la styliste ne l'évoque pas dans ses explications, cette tenue rappelle étrangement le costume des religieuses, une autre façon de faire référence à un passage de l'histoire sud-africaine: la christianisation.

Pour la tenue présentée dans la photographie n° 21 (annexe 1), la styliste s'est inspirée de façon évidente des vêtements indiens. Elle se compose d'un pull gris foncé aux bordures noires ainsi que d'un tissu de satin de soie blanc gris. Ce tissu passe sur l'épaule droite puis gauche dans un drapé rattaché au pantalon par le côté droit. Le bas est de forme ample, rappelant le *shalwar* (pantalon indien qui se noue et se serre à la taille donnant un pantalon ample avec de nombreux plis). Ce tissu drapé sur une épaule et lié au bas de la tenue évoque également le sari. Il semble donc que dans cette création elle se soit intéressée à la population indienne et à ses vêtements. En effet, pour pallier le manque de main d'œuvre lié à l'abolition de l'esclavage en 1834 dans les colonies britanniques, les autorités coloniales mirent en place l'émigration sous contrat. À la fin du 19^{ème} siècle, des dizaines de milliers d'Indiens pauvres, appelés *Coolies*, furent recrutés pour venir travailler dans les plantations sucrières de la région est du pays, le *Kwazulu Natal*. Cette population installée définitivement dans le pays, compose donc une facette du paysage historique et socioculturel de l'Afrique du Sud.

⁴³⁵ Tablier brodé de perles datant des années 1990 fait de perles de verre et de cuir. Image extraite du livre de Margaret Courtney-Clarke, *Ndebele l'art d'une tribu d'Afrique du Sud*, traduit de l'anglais par Emmanuelle Occansey, Paris: Artaud, 1992.

⁴³⁶ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

c. Marianne Fassler.

Il est important de citer l'aînée des créateurs de mode sud-africains : Marianne Fassler, dont l'œuvre se caractérise par une « touche vestimentaire africaine ». Née en 1949 à Johannesburg, elle a été élevée dans la culture du respect des Anciens, des Chefs. Elle raconte que lorsqu'elle arrivait à la ferme de sa grand-mère, elle devait aller saluer le chef dans le *kraal* (hameau, village de forme circulaire), boire le thé et ensuite rentrer à la maison⁴³⁷. Elle a étudié l'histoire de l'art et la littérature afrikaans à l'Université du Witwatersrand. Politiquement engagée au sein de l'ANC (*African National Congress*) elle a combattu le régime d'apartheid. Elle est styliste depuis les années 1970 et représente une figure très respectée et reconnue dans le réseau des SAFW. Elle revendique comme principale source d'inspiration l'Afrique, citant d'ailleurs le livre de Barbara Tyrell⁴³⁸ comme son livre de chevet, une immense source d'inspiration. L'Afrique est sa source d'inspiration constante, le cœur créatif de sa production, notamment les rues, l'énergie de sa ville Johannesburg. Elle est considérée comme la reine africaine de la « *Slow Fashion* ». Pour elle la mode est un miroir de l'histoire, et elle veut protéger l'industrie du vêtement sud-africain. La « *Slow Fashion* » (Mode Lente) est une mode qui se concentre sur le savoir-faire, le patrimoine culturel et humain, l'histoire, la matière... une mode qui refuse l'interchangeabilité, vouée à perdurer et non à disparaître. Dans cette démarche elle critique le grand nombre de semaines de la mode dans le pays, qu'elle considère comme inutiles, leur préférant le temps de la création. Elle déclare « tout ce dont nous avons besoin c'est d'une vitrine principale, une semaine de la mode »⁴³⁹ [Notre traduction]. Elle incarne la figure de l'aînée qui a une très longue expérience de la mode en Afrique du Sud, faisant partie du réseau des SAFW depuis ses débuts.

Dans la photographie n° 22 (annexe 1), l'ensemble est composé de trois pièces de vêtement :

- un haut moulant en tulle élastique de couleur verte. Les manches sont longues, le col large est ouvert jusqu'aux épaules.

⁴³⁷ 2 juillet 2009 : entretien avec Marianne Fassler, dans son atelier qui est aussi sa maison, *Leopard Frock, 34 Engelwold Drive, Saxonwold*, Johannesburg.

⁴³⁸ Barbara Tyrell, *Tribal Peoples of southern Africa*, Cape Town: Books of Africa, 1968, 206 p.

⁴³⁹ Bambina Wise, « One country, three Fashion Weeks », 19 août 2005, *WWD (Women's Wear Daily)* [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur: <http://www.wwd.com>: « All we need is one prime showcase, one fashion week ».

- un débardeur à fines bretelles se superpose au haut moulant. Il est fait dans un tissu élasthanne aux motifs ressemblant à une peau de reptile, les « écailles » sont de couleur verte métallisée.

- une jupe longue faite d'une combinaison de tissus *shweshwe* brun, de soie grise et dorée, et de tulle brun.

Le motif central de la jupe est composé d'un ensemble tripartite composé de trois bandes de tissu imprimé représentant un personnage africain fumant la pipe portant une coiffe et des perlage. Ce motif fait directement référence aux femmes et aux hommes *xhosa* fumant leur longue pipe. Il renvoie à l'Afrique de façon mimétique en réutilisant une image très connue de la population *xhosa*. Chaque bande de cet ensemble tripartite est entrecoupée de soie grise et dorée repliée en accordéon, donnant de l'épaisseur à la jupe. Un jupon de tulle brun foncé dépasse du bas de la jupe et tombe sur les chevilles. La styliste a utilisé dans cette tenue un assortiment de tissus de différentes textures. Cette hybridation formelle permet une matérialité singulière qui peut être interprétée comme une référence à la multiplicité culturelle de son pays.

La robe de la photographie n° 23 (annexe 1) est entièrement réalisée en tulle élastique, une matière de prédilection pour la styliste. La robe très ajustée au niveau du buste, est fluide à partir de la taille. Elle est constituée d'une superposition de couches de tissus très colorés : bleu, rouge, brun, orange, blanc. La ceinture est simplement un fin cordon de soie rose fuchsia noué à la taille, rappelant les cordons portés par les fidèles apostoliques et sionistes sur leurs costumes religieux, à la taille ou en bandoulière. La combinaison de multiples couleurs renvoie au large patrimoine artistique sud-africain comme les perlage, les couvertures et jupes venda très colorées, les peintures murales. La superposition de tissus ainsi que la polychromie sont caractéristiques de la production vestimentaire de Marianne Fassler. Les quatre bretelles de la robe structurent le vêtement lui conférant un aspect géométrique. Deux larges bretelles passent sur le dessus de chaque épaule tandis que deux autres passent de façon horizontale sur le bas des épaules, elles entourent en quelque sorte les bras. Ce croisement de lignes verticales et horizontales fait ressortir la forme arrondie des épaules et en même temps les encadrent géométriquement.

La robe longue en tissu de soie imprimé, dans les tons bruns foncés et très clairs (photographie n° 24 en annexe 1) représente la signature de cette créatrice de mode depuis 30 ans : le motif léopard, récurrent dans toutes ses collections. Marianne Fassler est aussi connue pour son excentricité, sa fantaisie, qui se reflète ici dans le jeu entre la

bretelle droite et la bretelle gauche. D'un côté la robe présente une fine bretelle, de l'autre une petite manche flotte et couvre à peine l'épaule décorée de lanières tombant sur le bras, ceci donnant une allure faussement déstructurée à la robe. Le poignet gauche orné d'un froufrou volumineux de tissu léopard, faisant écho à la petite manche de l'épaule gauche, montre aussi le souci du détail de la part de la styliste. Sur toute la longueur de la robe elle a alterné deux tissus aux motifs léopard, et des petits volants brun clair. Les pièces de tissus ont été cousues dans un mouvement diagonal descendant, ces lignes diagonales donnent l'impression d'envelopper le corps, de l'enchâsser dans une spirale. Le dynamisme de la coupe s'associe harmonieusement à l'allure générale zoomorphe et féline de la robe. Marianne Fassler a souvent déclaré aux journalistes qu'à travers ses vêtements elle voulait montrer « un africanisme exubérant », cette robe donne forme à ses propos. Le léopard d'Afrique est la sous-espèce de léopard la plus répandue, trouvée principalement en Afrique australe. Autrefois sa peau était réservée à la confection de capes pour les chefs africains, vêtement royal elle faisait donc partie des regalia. Cette robe est alors empreinte de l'histoire du vêtement en Afrique australe et elle est aussi exubérante, car les volants, les lanières de tissu, les ornements aux poignets tourbillonnent et débordent lui conférant un effet baroque.

B. Le patrimoine culturel dans la mode : un outil commercial.

1. La mode sud-africaine dans l'industrie de la mode.

La mode est une forme d'art intimement liée à sa clientèle, elle vise à répondre à des attentes tout en créant de nouveaux goûts pour des groupes différents de personnes. Destiné à être porté, ce type de création est quasiment dépendant de sa clientèle à qui elle doit plaire, et auprès de laquelle elle doit se vendre. La création vestimentaire doit être artistique, pratique et surtout rentable.

L'approche de Gavin Rajah en est l'exemple, sa marque répond à un marché ciblé: une clientèle fortunée. Il déclare « il faut travailler très dur pour se faire une clientèle, et

savoir s'adapter au marché »⁴⁴⁰. Il est donc un créateur de mode consacré et légitimé par le réseau institutionnalisé de la mode. Ses créations résultent d'un travail d'équipe qui se vendent chères sur un marché du luxe. Comme tous les autres créateurs faisant partie du réseau institutionnalisé de la mode et de la grande industrie qui lui est liée, il est un chef d'entreprise dont la production s'inscrit dans une logique mercantile et de profit. La création vestimentaire officielle qui s'inscrit dans le système de la mode tel qu'il est décrit dans cette recherche, est corrélative de l'apparition d'une volonté de développer l'industrie de la mode en Afrique du Sud. L'industrie de la mode ne peut exister sans les créateurs de mode, et réciproquement les créateurs de mode ne peuvent exister sans cette industrie pour leur donner les moyens de produire leurs vêtements. Frédéric Godart écrit :

« Le travail du créateur ou de la créatrice de mode n'existe que parce qu'il y a une activité économique et industrielle qui se déploie pour permettre la production de vêtements. Toute maison de mode est une entreprise orientée vers le profit et en cela se compose des différentes fonctions que l'on retrouve dans toute entreprise, des ressources humaines au contrôle de gestion en passant par les relations presse ou l'informatique »⁴⁴¹.

Le statut d'artiste induit l'idée d'une certaine autonomie de création. Or, les créateurs reconnus du réseau officiel de la mode font partie d'un champ de production artistique dans lequel la marge de liberté créatrice est relativement étroite. L'élan créatif s'avère limité par un certain nombre de contraintes, dirigé par la SAFW, l'AFI :

- répondre à une définition de la mode.
- présenter autant de collections que de semaines de la mode possibles.

Les exigences de l'industrie de la mode s'imposent tant dans la production des vêtements que dans la façon dont ils seront consommés : produire dans une certaine quantité, s'adresser à une clientèle relativement aisée, ouvrir plusieurs magasins localement puis internationalement ou bien vendre ses collections dans des grandes chaînes de magasin, diversifier ses produits dans la décoration ou le linge de maison. La visée commerciale inhérente à la création vestimentaire qu'elle soit d'inspiration traditionnelle ou non, rend partielle son autonomie.

Ce fonctionnement est presque inévitable dès lors que toute production a une valeur marchande et qu'elle doit générer du profit. Comme tous les stylistes interrogés, les

⁴⁴⁰ Lundi 24 Août 2009: entretien avec Gavin Rajah, Cape Town.

⁴⁴¹ Frédéric Godart, *Sociologie de la mode*, Paris : La Découverte, 2010, p 77.

créateurs de mode sont à la fois des stylistes et des chefs d'entreprise inscrits dans une logique du profit. Le profit se traduit par le bénéfice, soit le solde positif entre les ventes et les coûts de revient d'une entreprise. Dans le système économique actuel le but d'une entreprise est de faire des bénéfices, rapporter de l'argent. Le profit revient en premier au styliste qui a investi, il l'utilise aussi pour rentabiliser le matériel, les locaux, pour payer toute l'équipe sans que ses vêtements n'existeraient pas, pour payer les taxes. Evidemment, la proportion de ce qui revient à l'entrepreneur créateur de mode et aux employés ou à la main d'œuvre en général, pourrait être discutée. Le salaire que le créateur attribue à un couturier, détenant un savoir-faire particulier, est significatif de la valeur qu'il lui accorde. Ainsi, s'estimer être bien rémunéré participe à une reconnaissance. Gavin Rajah incarne l'exemple type du créateur chef d'entreprise, il déclare que s'il utilise les savoir-faire du pays comme la broderie c'est pour « les amener dans l'espace commercial, car être créateur de mode c'est vendre ses vêtements »⁴⁴² [Notre traduction]. Il explique dans une interview qu'il regarde les vêtements, les techniques et savoir-faire traditionnels pour les amener à un niveau différent⁴⁴³. Par exemple, pour créer une robe de cocktail noire brodée de perles il s'est inspiré d'une femme zouloue qu'il a vu faire des perlages selon une technique de crochet sur la plage à Durban, ainsi que de la dentelle française qu'il a vue lors de l'un de ses séjours en France. Il a voulu utiliser ce qu'il avait repéré de façon créative à travers la fabrication d'un « superbe tissu »⁴⁴⁴ [Notre traduction]. Il observe ce qui se passe dans le pays et n'est donc pas indifférent à sa richesse culturelle. L'environnement dans lequel il travaille est propice à la couture : il est installé au Cap qu'il considère comme ayant un grand héritage de tailleurs, « beaucoup de Juifs s'y sont installés à l'époque et ont transmis leur savoir-faire de la couture »⁴⁴⁵ [Notre traduction]. Il se sert d'un certain patrimoine traditionnel pour faire des tissus innovants, pour se tourner vers le futur⁴⁴⁶. Gavin Rajah est dans une logique marketing (commercialisation), il veut se démarquer internationalement sur le marché car son

⁴⁴² SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴⁴³ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains : ...) Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴⁴⁴ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains : ...) Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴⁴⁵ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains : ...) Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴⁴⁶ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains : ...) Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

objectif est d'exporter sa marque. Dans cette optique, il n'utilise pas un savoir-faire traditionnel pour son seul aspect esthétique, il veut l'intégrer à sa collection pour en faire un produit commercial⁴⁴⁷. Il reconnaît avec une grande probité qu'il lui est possible de faire de la « couture » (au sens de « haute-couture ») grâce à une main d'œuvre très qualifiée et encore très bon marché en Afrique du Sud.

David Tlale est lui aussi dans une dynamique globale à la fois dans la définition de sa marque et dans la visée commerciale de celle-ci. Il s'adresse à des consommateurs fortunés. Il travaille avec une équipe d'environ 15 personnes (couturières) pour créer des vêtements qui coûtent entre 1000 et 2000 dollars. Son expérience à la *New York Fashion Week* a été l'occasion de présenter sa marque aux Etats-Unis et d'obtenir le plus de commandes possible pour élargir sa clientèle et ainsi son marché. Cela lui a permis en tant que marque globale de s'évaluer commercialement⁴⁴⁸. Bien qu'étant un véritable artiste, l'aspect commercial de sa création prend une place importante sur l'aspect artistique, il déclare qu'« un produit est un produit, qu'il soit fait en Inde, en Afrique ou en Europe, car l'œil saisit ce qui lui plaît »⁴⁴⁹ [Notre traduction]. Il pense que la création vestimentaire africaine doit étendre ses horizons et créer des articles au sein d'une demande globale, ils ont « beaucoup à donner au monde »⁴⁵⁰ [Notre traduction]. Il explique sur une radio sud-africaine : « nous ne sommes pas juste un produit africain, nous sommes un produit global. Parce que quand tu vois un produit il doit te parler ... Un produit est un produit, il ne demande pas à dire où il a été fait. Il dit : « je suis beau achète moi »⁴⁵¹ [Notre traduction].

Manganyi Nkhensani Nkosi considère sa griffe comme une marque d'un art de vivre afro-urbain qui ne se limite pas à la mode vestimentaire. Elle cherche donc à diversifier sa production à des produits d'ameublement, de linge de maison, d'optique telles que des lunettes de vue et de soleil dont la collection est distribuée dans de nombreux pays africains⁴⁵². Elle touche un large public et veut créer des lignes de vêtements abordables

⁴⁴⁷ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains : ...) Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴⁴⁸ Propos tirés d'une vidéo d'une interview avec le créateur à la veille de son défilé à New York, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : www.ladybrille.com

⁴⁴⁹ Propos tirés d'une vidéo d'une interview avec le créateur à la veille de son défilé à New York, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : www.ladybrille.com

⁴⁵⁰ Fashion Week in South Africa, Vidéo produite par RUETERS, [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur : www.youtube.com

⁴⁵¹ Redi Direko interviews David Tlale, [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur : www.youtube.com.

⁴⁵² Jeudi 25 juin 2009 : entretien avec Nkhensani Manganyi Nkosi (marque : *Stoned Cherrie*) dans sa boutique au *Rosebank Mall*, Johannesburg. .

pour les jeunes. Pour autant elle considère que même si dans son pays la mode a le réel potentiel de devenir un conducteur économique et de s'accroître, ce domaine doit faire face à de nombreux défis car l'industrie est encore jeune⁴⁵³. La fabrication peut se révéler difficile car de nombreuses usines textiles ont fermé en 2005 à cause de la concurrence chinoise. Ainsi, il est par exemple plus difficile de produire un tissu denim (jean) authentique en Afrique du sud qu'ailleurs⁴⁵⁴. Les limites d'une liberté totale de création se jouent aussi dans la difficulté d'accès aux tissus, parce que les quantités ne sont pas toujours suffisantes. Cet aspect de la production se révèle aussi problématique dès lors que le styliste veut produire en volume. Il existe donc une réelle limitation de production à laquelle doit faire face une industrie de la mode en développement. Mais selon la styliste, la plus grosse barrière est l'étape de la distribution. Elle souhaiterait plus de dialogue et de collaboration entre les créateurs de mode locaux et les enseignes de grande distribution⁴⁵⁵. Elle s'inscrit dans la même logique de profit que tous les autres créateurs de mode connus. Son but est d'accroître son entreprise, elle considère que la créativité est importante mais ne suffit pas. Elle explique qu'il y a des principes d'entreprise de base à appliquer pour réussir (marges, profit, durabilité) et qu'il faut arriver à comprendre qu'« en fin de compte il faut dépasser l'étape de survie et réussir à vraiment faire de l'argent, du profit »⁴⁵⁶ [Notre traduction].

La double facette art et profit qui peut paraître antinomique est pourtant ce qui caractérise cette forme d'art qu'est la création vestimentaire.

2. *Fashion Fusion Project.*

Ce projet a été mis en place par Lucilla Booyzen au sein de la SAFW dans le but de promouvoir la collaboration entre les créateurs de mode établis et les artisans du pays.

⁴⁵³ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴⁵⁴ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴⁵⁵ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

⁴⁵⁶ SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

En partenariat avec le Département des Arts et de la Culture (DAC), le *Fashion Fusion Project* a été introduit en 2004. C'est un événement qui a lieu chaque année au sein de la SAFW qui tente de fusionner la création de mode et les artisanats locaux. L'idée est de nourrir, d'enrichir la création vestimentaire par les artisanats, et de permettre aux artisans ruraux de partager leurs savoir-faire, de participer à des ateliers et d'améliorer leur revenu. Le *Fashion Fusion Project* vise à développer la collaboration avec les artisans ruraux des neuf provinces du pays. Les termes exacts utilisés au sein de cette initiative sont ceux de « *craft* » et « *craftsmen* », signifiant « artisanat » et « artisans ». L'artisan est une personne qui exerce un savoir-faire manuel, qui détient une compétence et une dextérité particulières. Bien que la couture et la création vestimentaire soient dans ce sens, eux aussi, des artisanats, et que les couturiers détenant un savoir-faire manuel spécifique soient eux-mêmes des artisans, les termes « *craft* » et « *craftsmen* » dans le cadre de ce projet, renvoient à des artisans ruraux souvent spécialisés dans deux domaines : les perlage et la broderie (de perles et de fil de coton). Afin d'éviter toute confusion, il faut préciser que le terme « artisans ruraux » ne désigne pas les stylistes et couturiers travaillant dans le cœur de la ville. La « collaboration » des créateurs de mode du monde officiel de la mode avec les stylistes de l'ombre sera, elle, abordée dans le troisième chapitre.

Les créateurs de mode peuvent parfois donner l'impression d'avoir utilisé les artisanats comme pour répondre à un « exercice de style » proposé par le *Fashion Fusion Project*. Les décorations artisanales qui ornent les vêtements sont très discrètes⁴⁵⁷. Les stylistes créeraient de façon ludique une collection de vêtements à partir d'une contrainte, celle de collaborer avec un artisan et d'utiliser sa technique (perlage, broderie) pour aboutir à une création vestimentaire, tout en restant fidèle à sa « touche vestimentaire ».

L'intérêt de la SAFW est de fusionner les « artisanats traditionnels » (*traditional skills*) et la création de mode (*fashion design*), ainsi la volonté clamée par Lucilla Booyzen est de se distinguer dans l'industrie de la mode en apportant une touche différente puisée dans le patrimoine sud-africain⁴⁵⁸. Elle déclare à ce sujet :

« La culture et le patrimoine sud-africain sont devenus, à travers ces dernières années, une inspiration croissante pour leur peuple. Il y a un fort sens de l'identité parmi notre diversité, avec une

⁴⁵⁷ Voir deux créations « *Stoned Cherrie* » en annexes III.

⁴⁵⁸ Power to the people [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: www.ifashion.com

volonté de reconnaître et d'encourager le meilleur de l'Afrique du Sud, et ce sont les éléments qui conduiront nos communautés créatives et notre économie »⁴⁵⁹ [Notre traduction].

Il est clair que tous les acteurs du réseau de la mode institutionnalisée, des organisateurs jusqu'aux stylistes, accordent une importance aux savoir-faire artisanaux, au patrimoine sud-africain. Pourtant ils rejettent de leur sphère les vêtements dits traditionnels ou tout type de production s'en approchant. Cette donnée patrimoniale donc identitaire, censée donner un caractère distinct, « une signature distinctive à la mode sud-africaine »⁴⁶⁰ [Notre traduction], est destinée à enrichir et à agrandir le potentiel commercial de l'industrie⁴⁶¹. Selon la responsable du département des Arts et de la Culture, Masana Chikeka, c'est une façon de « donner à la mode une tournure africaine »⁴⁶². Nkhensani Manganyi Nkosi ajoute que cela a donné « un peu d'âme » à sa collection d'août 2008 et « un réel lien au patrimoine »⁴⁶³ [Notre traduction]. Il est significatif du lien intrinsèque des créateurs de mode avec leur patrimoine, que la collaboration avec les artisans soit perçue comme une spécificité sud-africaine alors que le propre de la haute couture en France, et donc de la mode *high fashion*, est de faire appel à tout type d'artisanat, notamment l'artisanat d'art. Au sens français de la haute couture, « les départements de haute-couture ont toujours été de véritables ateliers artisanaux »⁴⁶⁴. Les grandes maisons de couture françaises n'ont cessé depuis le début du 20^{ème} siècle de collaborer avec de grands artisans chapeliers, fleuriste-plumassier, brodeurs, pour donner forme aux idées les plus folles d'ornements et de parures des créateurs de mode. Le propre de la mode et surtout de la haute couture française, dont s'inspire la création *high fashion* sud-africaine, a toujours été de travailler avec des

⁴⁵⁹ Power to the people [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: www.ifashion.com: « South African's culture and heritage have, over recent years, increasingly become an inspiration to its people. There is a strong sense of identity within our diversity placed together with a will to recognize and support the very best of South Africa and these are the elements that will drive our creative communities and our economy ».

⁴⁶⁰ Angie Hattingh, Top designers and crafters will launch collaborative collection at Sanlam SA Fashion Week [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur: www.ifashion.com: «... a distinctive south african fashion signature ».

⁴⁶¹ Power to the people [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: www.ifashion.com

⁴⁶² Aspasia Karras, Arts and Crafts: Sanlam SA Fashion Week brings you fashion fusion, [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur www.thetimes.uk: «... to give the fashion an african twist ».

⁴⁶³ Aspasia Karras, Arts and Crafts: Sanlam SA Fashion Week brings you fashion fusion, [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur www.thetimes.uk: « a bit of soul », « it gave a real connection to heritage ».

⁴⁶⁴ Marc De Ferrière Le Vayer, L'industrie du luxe et la mode: du temps des créateurs eu temps des communicants (fin 19ème, fin 20ème), *Apparences* p 1/20 [en ligne] (page consultée le 30 décembre 2011). Disponible sur: apparences.revues.org

artisans. Il est à remarquer que les stylistes sud-africains connus emploient déjà toute une équipe composée de couturiers et d'artisans, pour leurs broderies, leurs perlages, leurs finitions. Sans eux, la mode n'existerait pas. Lucilla Booyzen déclare « ajouter de l'artisanat hautement qualifié / technique au processus de création de mode était quelques chose que j'avais voulu faire depuis la mise en place de la première semaine de la mode »⁴⁶⁵. Ainsi, l'industrie de la mode sud-africaine, qui a pris son essor il y a une quinzaine d'années à peine, n'en est qu'à ses balbutiements quant à une réelle collaboration artisanale. Cette volonté de formaliser et d'encourager cette collaboration dénote clairement les lacunes du réseau institutionnalisé de la mode en termes d'échange et de collaboration avec tous les acteurs de la chaîne de production. Elle dénote ainsi son caractère exclusif et hermétique. Le but ultime semble être celui d'ajouter de la valeur à un produit de luxe qu'est la création d'un styliste reconnu sur un marché local et international. L'incorporation de formes telles que les perlages et les broderies comme ornements des vêtements, a un but commercial. Même s'il y a une notion de partage dans ce projet, l'utilisation des artisanats semble être une stratégie « *marketing* » qui permet de promouvoir un patrimoine, de rendre le culturel rentable, ce qui est habituellement antinomique. L'utilisation floue du terme « traditionnel » de la part des acteurs de la SAFW pour parler de ces artisanats, confirme bien la place accordée à leur potentiel commercial. Ce qui est qualifié de traditionnel est souvent immédiatement associé à l'authenticité, au passé, et rarement à des savoir-faire en perpétuelle évolution. Ainsi, ce qualificatif justifie et légitime ce genre d'initiative parfois même considérée aux yeux du critique de mode occidental comme une noble cause, une mission qui viserait à sauver des artisanats en péril, voire à les sauver de l'oubli. En effet FWD, une compagnie américaine qui fournit des services d'informations sur la mode notamment, avec des reporters et photographes aux Etats-Unis et en Europe, ne manque pas de publier en ligne un article empreint de ce paradigme. Erin Skrypek écrit : « À travers ce programme une nouvelle mode est promue et les arts traditionnels des tribus indigènes préservées »⁴⁶⁶. Ces propos sont inexacts, inadaptés, car les savoir-faire tels que le perlage ou la broderie et le crochet ne

⁴⁶⁵ Lucilla Booyzen in 10x SA Fashion Week, *Voices Et Images From Ten Years Of South African Fashion Week*, Johannesburg: Anthony Tischhauser, Channel F Publishing, July 2006, p 4: « Adding highly skilled craft to the process of fashion design was something that I had wanted to do since staging the first SA Fashion Week ».

⁴⁶⁶ Erin Skrypek, South Africa fashion Week: Building the Industry on Tradition and Goodwill [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur: www.fashionwiredaily.com: « Through this programme new fashion is promoted and traditional arts of the native tribes preserved ».

sont pas en péril et n'ont pas besoin d'une intervention officielle pour être « préservés ». Une artisane, Ndileka Mapuma, interrogée en 2009, déclarait : « J'ai appris à broder au Cap grâce à des dames venues de l'étranger ». Voici précisément pourquoi l'utilisation du terme « traditionnel » porte à confusion et serait volontairement utilisé par les organisateurs du projet pour laisser planer une idée d'« authenticité » qui fait vendre. Certains artisans n'ont jamais rien appris de leurs parents, contredisant l'idée générale de transmission générationnelle de savoir-faire inchangés au cours du temps. Certains ont appris seuls, auprès de pairs, au sein d'ateliers ou lors de formations proposées dans leur quartier. C'est cette réalité qu'il conviendrait de relater, marquée par les échanges culturels, et aujourd'hui celle d'un monde de la communication où les gens continuent d'interagir. Il faut admettre que les artisans ruraux peuvent parfois être peu en contact les uns avec les autres (pas d'accès internet, peu d'événements culturels), mais faut-il pour autant caricaturer le monde artisanal ? Il y a dans ce projet quelque chose de gênant qui relève de la façon de présenter un patrimoine dans une logique commerciale. En faisant appel uniquement à des artisans ruraux, la SAFW associe donc artisanat et milieu rural. L'artisanat existe pourtant aussi en milieu urbain. Les stylistes immigrés sont des artisans qui travaillent à leur propre compte, parfois à la tête d'une petite entreprise de trois employés. À la différence des stylistes officiels qui utilisent des techniques industrielles pour produire leurs lignes de prêt-à-porter, ils exercent une technique de production vestimentaire artisanale puisqu'ils assurent tous les stades de la production du vêtement de façon manuelle et à l'aide de machines à coudre. Ils détiennent également un savoir-faire qui s'inclut dans le savoir-faire de la couture : la broderie. La mode déborde du cadre fixé par le réseau institutionnalisé de la mode, elle est à la fois art, commerce et artisanat. Il convient alors de décrire le travail de ces « artisans de la mode ».

Chapitre III. Réseau de la mode de l'ombre.

I. La mode de l'ombre.

La mode du réseau officiel n'est pas véritablement la mode « pratiquée », c'est-à-dire celle portée communément. Les vêtements présentés dans les défilés de mode sont accessibles à une minorité de personnes fortunées qui peuvent commander une création qui leur sera faite sur-mesure. Les vêtements des collections prêt-à-porter de ces mêmes créateurs de mode, distribués dans leurs boutiques de luxe sont inaccessibles pour le plus grand nombre. La mode standard est multiple. Les vêtements prêt-à-porter aux tailles les plus courantes sont achetés dans des grandes chaînes de distribution, dans des boutiques, et les vêtements sur-mesure sont réalisés par les stylistes de l'ombre dans les boutiques-ateliers, ou vendus sur les marchés pour la plupart des jeunes stylistes sud-africains en devenir. Le porteur a un rôle déterminant car il compose son style à partir de toutes ces données. Il serait vain d'imaginer que la mode (vêtements et accessoires) standard s'inspire uniquement des défilés « haute couture », même si certaines enseignes sont particulièrement connues pour s'inspirer des tendances véhiculées dans les semaines de la mode pour les rendre accessibles. Mais le monde la mode est plus vaste. Elle investit différentes sphères de la société comme le sport, les cérémonies.

Quelques exemples de la vie quotidienne illustrent une partie de la mode sud-africaine. Être à la mode c'est porter un ensemble en tissu *wax* à l'instar des idoles des sitcoms nigériens. La mode suscite la curiosité, révèle une identité culturelle qui se définit par exemple par le fait de se parer d'une quantité de bracelets et de colliers de perles. Un fait particulier observé dans l'atelier de Léo, styliste nigérien, peut rendre compte de ce marqueur identitaire. Une jeune femme, étudiante à l'Université du Witwatersrand et guérisseuse (une *sangoma*) est entrée vêtue d'une cape et de bracelets de perles blanches, bleues et rouges. Cet habillement n'est pas courant dans les rues de Johannesburg. Les clients l'observaient avec attention car ces perlages signalaient son statut particulier et respecté de *sangoma*. En outre, elle était parfaitement consciente de l'effet que produisait sa tenue sur les Sud-Africains. Un autre exemple de marquage

identitaire consiste à porter un casque décoré à l'effigie de son équipe lors des matchs de football. C'est une pratique en vogue qui participe à véhiculer ce qui marque la tendance de la mode. Les supporters de football sud-africains des grandes équipes du pays comme les pirates d'Orlando à Johannesburg, ont pris pour habitude lors des matchs de porter des casques de mineurs « customisés » par des couleurs, des emblèmes, des photos, qui sont de fait transformés en des sortes de masques, et s'apparentent à de véritables œuvres d'art. Les décorations peuvent être très imposantes et sont arborées avec fierté. De manière générale la mode au quotidien consiste à réutiliser des formes qui résonnent dans l'inconscient collectif. Les perlage de *sangomas* ou les casques de mineurs des supporters de football font référence à l'histoire et à la culture de l'Afrique du Sud et constituent donc un fond culturel et identitaire. La tendance de la mode qui est suivie par une grande partie de Sud-Africains est définie par une gamme de vêtements d'inspiration traditionnelle sud-africaine et africaine. La mode du réseau de l'ombre plus particulièrement produit des vêtements fabriqués sur-mesure qui peuvent être portés dans la vie quotidienne mais surtout pour des occasions particulières. Leur prix abordable⁴⁶⁷ permet de développer une mode accessible qui la rend populaire. Qualifiée « de l'ombre » par opposition à la structure organisée et rigide du réseau « officiel » de la mode, ce réseau n'est pas soumis à des règles strictes, son organisation est souple et inclusive. Il se veut très démocratique car il admet une grande diversité d'acteurs aux multiples origines culturelles et aux différents savoir-faire mis en oeuvre. Ces stylistes présentent une variété complexe de profils qui révèlent un ensemble beaucoup plus hétérogène que celui du réseau institutionnalisé de la mode et donc plus riche. Il est constitué en grande partie des stylistes immigrés des groupes 3 et 4 travaillant à leur compte pour une clientèle ou ponctuellement pour des créateurs de mode connus, de quelques stylistes sud-africains installés travaillant à leur compte, et de jeunes stylistes sud-africains du groupe 5 ayant suivis un cursus académique très performant ou parfois inachevé, tous installés ou de passage dans la sphère urbaine. Cette hétérogénéité permet à chacun de développer un esprit créatif qui se nourrit des apports mutuels et révèle un apport important des techniques plus ou moins bien maîtrisées, associées à la couture, à la broderie, et au perlage.

⁴⁶⁷ Une robe de soirée ou une robe de mariée est vendue entre 700 et 1500 rands (70 et 150 euros).

Ce chapitre abordera principalement le fonctionnement de ce deuxième réseau de la mode sud-africaine, une mode qui opère dans l'ombre, en silence, car elle ne bénéficie d'aucune couverture médiatique, ni d'aucun canal institutionnel de reconnaissance.

A. Des artisans de la mode⁴⁶⁸.

1. Réinvention des vêtements dits traditionnels grâce à de nouvelles coupes, à la broderie et au perlage.

Parmi le Groupe 3 des stylistes, treize stylistes non sud-africains ont été interrogés, certains spécialisés dans la création de vêtements dits « traditionnels » africains. Certains d'entre eux ont suivi des études supérieures, d'autres ont suivi des filières professionnelles dans des écoles de modélisme, de couture, et rares sont ceux qui se sont uniquement formés auprès de leurs pairs et n'ont aucune formation académique. Un grand nombre a suivi un apprentissage dans un atelier de leur ville d'origine. Anne Grosfilley décrit le processus de formation de beaucoup de jeunes stylistes africains : « Comme ailleurs en Afrique de l'Ouest, les jeunes apprentis passent plus de quatre années à découvrir progressivement les différents aspects du métier : la couture à la main et à la machine, le repassage au fer à charbon, et enfin la coupe »⁴⁶⁹.

Une part importante des stylistes de l'ombre est constituée d'hommes qui créent des vêtements dits traditionnels ou d'inspiration traditionnelle, ceux à qui une grande partie de la population sud-africaine fait appel pour ses tenues de soirées, de mariage. Les stylistes immigrés (groupe 1 et 2) de ce champ « non officiel » de la mode sud-africaine portent en eux un « capital spécifique »⁴⁷⁰ qui est constitué par leur fond culturel et savoir-faire d'origine, qu'ils travaillent et mettent en œuvre dans les vêtements en Afrique du Sud et de fait, ils font apparaître des formes nouvelles.

L'immigration africaine contemporaine dans le pays contribue à l'apparition de changements de styles vestimentaires, les vêtements sont retravaillés à travers les

⁴⁶⁸ Les créations analysées dans ce chapitre se trouvent dans le corpus photographique en annexe 2.

⁴⁶⁹ Anne Grosfilley, « Les créateurs africains de « haute couture » : entre redéfinition du vêtement et recherche d'identité », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, Edizioni Lai Momo, Bologna, 69-70, Aprile 2010, p 10.

⁴⁷⁰ Concept de Pierre Bourdieu.

coupes et les tissus, et grâce à deux types d'artisanat principalement: la broderie et le perlage.

Une partie des stylistes immigrés (groupe 1) a su s'adapter à une demande spécifique urbaine de vêtements dits traditionnels zoulous, xhosas, pédis, etc. Ils les retravaillent en y incorporant des formes propres issues de leur culture d'origine (pagne, tissus *basin*, *wax*, broderie). L'unique styliste sud-africain de ce groupe interrogé, quant à lui, se sert surtout du perlage pour innover dans ses créations. Il convient de présenter quelques-uns de ces stylistes et leur travail.

a. Nouvelles coupes et combinaison de tissus, le travail de Léo, styliste nigérian.

Léo tient sa boutique-atelier sur *Bree Street*, à côté de l'*Africa Museum* et du *Market Theatre*. Ce quartier de *Newtown*, qui est un des endroits les plus paisibles du centre-ville, regroupant des institutions culturelles (le musée africain, un théâtre, l'Institut Français d'Afrique du Sud), des cafés, pourvu également d'un marché d'objets artisanaux (perlage, bijoux fantaisie, sculptures, tee-shirts), il occupe donc un endroit de prédilection, une place stratégique. C'est un lieu très fréquenté et plus touristique que le reste du cœur de la ville considéré comme dangereux. Ce brassage et cette effervescence qui caractérisent *Newtown* permettent assurément à Léo de compter parmi sa clientèle des Sud-Africains noirs, blancs, des musiciens et artistes issus du monde du théâtre, des Nigériens, des Congolais et des Zimbabwéens, ainsi que nombre de touristes occidentaux de passage, européens et américains⁴⁷¹. Il explique que les vêtements qu'il crée sont souvent utilisés pour différents moments événementiels tels les mariages⁴⁷².

Léo est arrivé en Afrique du Sud en 2002, a étudié les Beaux-Arts à *Lagos State Polytechnic*, puis a suivi une filière professionnelle dite « textile ».

La création de la photographie n° 25 (annexe 2), haute en couleur, est composée de trois tissus différents :

- *ankara* (un tissu *wax*, imprimé à la cire)

⁴⁷¹ Entretien avec Léo le jeudi 27 août 2009 dans sa boutique-atelier, *Bree street*, *Newtown*, Johannesburg.

⁴⁷² Entretien avec Léo le jeudi 27 août 2009 dans sa boutique-atelier, *Bree street*, *Newtown*, Johannesburg.

- satin⁴⁷³ orange
- coton bleu et vert (larges franges situées au bas de la robe)

La robe bustier est constituée par un boléro aux manches mi-longues évasées, cousu sur le haut de la tenue, permettant de couvrir les épaules et le dos. Ce boléro est réalisé sur un mode binaire qui caractérise toute la robe : une composition ordonnée en deux éléments combinant un tissu de satin orange et un tissu *wax* aux motifs géométriques circulaires et aux couleurs chatoyantes. Elle est cintrée à la taille par une ceinture réalisée dans le même tissu *wax* que le reste du vêtement. Elle se termine en bas des genoux par un mouvement vertical et dynamique rendu par de larges franges bleues et vertes de coton qui décorent le bas de la robe sur toute sa périphérie. Elles rappellent incontestablement les franges des tabliers de perles traditionnels des populations sud-africaines, dont le styliste s'est certainement inspiré. Il qualifie les tissus tels que le satin ou le taffetas de tissus « anglais » les différenciant des « africains » comme le *wax*, le *basin*, le *shweshwe*. Il différencie de la même façon deux styles de vêtements : le « style africain » et le « style anglais »⁴⁷⁴ qui plus globalement renvoie au style occidental. Il importe certains tissus africains tels que le *kente* et l'*ankara*. Léo déclare aimer combiner les deux types de tissus, imaginer et dessiner mentalement ses créations, il considère qu'il faut « diversifier ses créations pour se différencier »⁴⁷⁵.

Les stylistes sont nombreux en ville, même s'ils ne sont pas toujours directement visibles depuis la rue. Leur statut de stylistes et de chefs d'entreprise, les contraint à se distinguer sur le marché local pour mieux vendre, en proposant des vêtements différents qui répondent à la demande d'originalité attendue par leurs clients.

Les créations présentées dans la photographie n° 26 confirment le goût de Léo pour l'association de tissus imprimés et du satin. L'une d'entre elles est une longue robe de soirée faite de tissu *shweshwe* rouge et de tissu satiné rouge. De larges bretelles faites de tissu *shweshwe* passent derrière le cou, alors que le reste de la robe cintrée jusqu'à mi-cuisses est faite de satin. La partie inférieure de la robe présente une alternance de larges

⁴⁷³ Le satin est l'une des trois armures principales de tissage. Ainsi, le terme satin désigne l'ensemble des textiles élaborés par ce type de tissage, soit des étoffes fines et brillantes sur l'endroit et mat à l'envers. Il est important de préciser qu'il existe différentes qualités de satin comme il existe différentes qualités pour tout type de tissu. Il est clair que les stylistes de l'ombre n'utilisent pas le même satin que celui utilisé par les stylistes connus qui eux investissent dans des tissus luxueux et chers. Considérant la différence de ressource financière entre les deux types de stylistes, il est probable que les stylistes de l'ombre se servent plus souvent du satin de polyester que du satin de soie.

⁴⁷⁴ Termes utilisés par le styliste lui-même.

⁴⁷⁵ Entretien avec Léo le jeudi 27 août 2009 dans sa boutique-atelier, *Bree street, Newtown, Johannesburg*.

volants en tissu *shweshwe* et de satin rouge. Les robes présentées ici ne sont pas associées à une région particulière d’Afrique, mais sont décrites comme de « style africain global ». Léo s’inspire autant du monde de l’art, comme le Festival National d’Art de Grahamstown, que de ce qu’il voit dans les magazines et à la télévision (Fashion TV)⁴⁷⁶ et de tout ce qui peut permettre une opportunité d’enrichissement. Il utilise aussi la broderie de perles (l’une de ses créations est décrite plus bas). En 2009, au moment de l’entretien, il comptait parmi ses employés trois personnes d’origine malawite. Lors du terrain suivant en octobre 2010, son personnel comprenait une nouvelle équipe de couturiers dont une couturière était camerounaise. Ce milieu de la mode connaît une circulation constante de travailleurs immigrés qui occupent des emplois de couturier de façon temporaire, et qui, pour certains, avaient un autre métier dans leur pays d’origine. Cette diversité d’origine accroît les possibilités créatives et définissent de nouvelles expériences combinatoires.

Dans la photographie n° 27 (annexe 2), le mélange de différents styles africains est flagrant. Tawfik, un styliste ghanéen, reprend une coupe vestimentaire féminine proche des ensembles portés en Afrique de l’ouest, et innove dans la combinaison du tissu *basin* rouge brillant (en provenance d’Afrique de l’ouest) et du tissu coton imprimé à l’emblème du Swaziland (pays enclavé dans l’Afrique du Sud). Ce vêtement est considéré par les Swazis d’Afrique du Sud et du Swaziland comme un vêtement « traditionnel », alors même que la coupe et une partie du tissu représentent une nouvelle esthétique vestimentaire africaine apportée par le styliste créant ainsi une forme inédite.

b. La broderie de fil de coton.

La broderie est un art de décoration qui consiste à ajouter sur un tissu, un motif plat ou en relief, une création de fils. Dans le cas des stylistes immigrés, elle est semi-mécanique, c’est-à-dire effectuée à la machine. Ce savoir-faire est connu des stylistes et couturiers sud-africains, mais il semble tout de même plus spécifique aux stylistes et couturiers immigrés d’Afrique de l’ouest tels que les Ghanéens et les Nigériens.

Uche Nnadozie écrit, dans un article sur la mode au Nigéria,

⁴⁷⁶ Entretien avec Léo le jeudi 27 août 2009 dans sa boutique-atelier, *Bree street, Newtown, Johannesburg.*

« ... la broderie, spécialement la broderie de calot, est quelque chose de commun dans le nord et paraît d'un grand raffinement. Dans la plupart des traditions c'est une occupation masculine, mais depuis peu les femmes sont plus impliquées. La création de broderie est aussi devenue plus individualiste, elle est faite de plus en plus à la machine plutôt qu'à la main, c'est un travail minutieux »⁴⁷⁷. [Notre traduction].

Les immigrants paraissent détenir plus que d'autres, certains savoir-faire qu'ils utilisent au service d'une création vestimentaire sud-africaine, avant tout destinée à un marché local sud-africain majoritairement noir.

1) Tawfik : Styliste ghanéen.

Tawfik a toujours voulu être styliste, dès son plus jeune âge il allait chercher du tissu pour coudre avec son oncle, après l'école. Plus tard il a été formé à la *Polytechnic School* de Kumasi où il a étudié le design. Il est arrivé en Afrique du Sud en 2000. Son employée est une jeune femme sud-africaine de Soweto. Ils se fournissent habituellement en tissus à *Oriental Plaza*⁴⁷⁸.

Dans le travail de création vestimentaire, la relation avec le client est indispensable puisqu'il est commanditaire. Les habits sont élaborés à partir de ses attentes. Tout vêtement est le fruit d'échanges entre le styliste et son client qui viendra plusieurs fois au long de la fabrication pour des séances d'essayage qui permettront au styliste et ses couturiers d'opérer les ajustements nécessaires.

Il mentionne deux façons de procéder :

- le ou la cliente a une idée précise de ses désirs, ou présente une photographie du vêtement souhaité. Dans ce cas, le styliste produit quelque chose d'original à partir de ces paramètres qui sont transformés et renouvelle un vêtement de base montré comme exemple.

⁴⁷⁷ Nnadozie Ushe, « Fashion and Design in Nigeria : A Brief Appraisal on Trends and Particularities », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70 Aprile 2010, Edizioni Lai Momo, Bologna, p 38:

« Embroidery, especially cap embroidery, is common in the north and looks exquisite. In most traditions this is a male occupation, but in recent times women have also become more involved. Embroidery design has also become more individualistic, as it is increasingly done by sewing machine instead of by hand, which is painstaking ».

⁴⁷⁸ 38-60 *Bree Street*.

- la personne n'a pas d'idée précise et le styliste lui suggère des propositions possibles et la conseille. Dans ce cas aussi, le processus créatif prend appui sur des formes existantes, la création du styliste sera la résultante d'un processus interprétatif original qui aura pris forme à partir des modèles de vêtements puisés dans son environnement immédiat, et qu'il va enrichir de son apport personnel. L'utilisation des technologies de l'information et de la communication est également déterminante dans le processus créatif, car les défilés de mode diffusés à la télévision ainsi que les magazines de mode, de mariage, constituent aussi un point de départ à la création.

Le processus de création-commande qui répond à une demande spécifique du client est commun à tous les stylistes interrogés en Afrique du Sud, des deux réseaux confondus ainsi qu'à d'autres stylistes africains, particulièrement les Dakarois.

Joanna Grabski dans sa contribution au livre collectif *Contemporary African Fashion*, « The Visual City, Tailors Creativity, and Urban Life in Dakar, Senegal », propose une analyse des « tailleurs » sénégalais et de leur processus créatif dans la ville de Dakar. Ils sont très nombreux, environ 20000, qui investissent de multiples endroits de la ville pour y tenir leurs ateliers⁴⁷⁹. Ces tailleurs « travaillent sur commande et selon les demandes spécifiques du client, le dialogue est essentiel pour développer un design particulier et élargir le répertoire créatif du tailleur »⁴⁸⁰ [Notre traduction]. Tawfik explique qu'il s'inspire des vêtements « traditionnels » sud-africains pour les moderniser et en faire des créations originales qui répondent aux aspirations des clients. À partir d'une coupe de base, il invente un nouveau vêtement. Il utilise principalement la broderie, un savoir-faire développé dans son pays d'origine. Tous les stylistes immigrés rencontrés se sont défendus de « faire de la copie ». Même quand ils s'inspirent d'un vêtement existant, la forme finale est le fruit d'un travail complexe constitué de leurs apports personnels. Partir d'un modèle antérieur fait partie intégrante du processus de création. Le vêtement de référence constitue un support à partir duquel se développe l'imagination qui permet l'invention de nouvelles combinaisons formelles et d'agencements originaux de tissus. La source inspiratrice de ce type de production

⁴⁷⁹ Joanna Grabski, « The Visual City, Tailors Creativity, and Urban Life in Dakar, Senegal », in: *Contemporary African Fashion*, edited by Suzanne Gott et Krystine Loughran, Bloomington and Indianapolis: Indiana Press University, 2010, p 30.

⁴⁸⁰ Joanna Grabski, « The Visual City ... », p 35: « Because tailors work by custom order and according to a client's specifications, dialogue is essential to developing a particular design and enlarging the tailor's creative repertoire ».

tient au caractère cosmopolite de la ville. Comme l'écrit Joanna Grabski pour les couturiers dakarois :

« Parce que le processus créatif des tailleurs leur permet de sélectionner et combiner des éléments formels de sources variées en les intégrant dans un vêtement, les ressources visuelles riches de la ville agissent comme un répertoire de formes et une source d'inspiration »⁴⁸¹ [Notre traduction].

La photographie n° 28 (annexe 2), permet de montrer un style empreint d'influences d'Afrique de l'ouest, avec un haut manches trois quart évasées et une longue jupe évasée. Cette création est faite dans un tissu typique d'Afrique de l'ouest : le *basin*. Ici, le styliste décore richement la tenue de broderies sur les bords des manches, sur les « volants » de la jupe, et tout autour de l'encolure. Les arabesques et les éléments floraux rappellent les motifs de l'art islamique.

Dans la photographie n° 29 en annexe 2 (robe rouge zouloue), le styliste reprend des caractéristiques du vêtement zoulou : le traditionnel collier de perles se déploie sous forme d'une large collerette décorée de broderies, et le tablier est couvert de motifs brodés multicolores. L'analogie entre ces broderies et les perlages traditionnels est évidente, les losanges et les zigzags y sont récurrents.

Pour une tenue dite « xhosa » (photographie n° 30, annexe 2), il reprend le bustier tablier des femmes xhosas ainsi que la cape (traditionnellement le *kaross* de cuir). Tawfik utilise une combinaison de tissu *basin* et de tissu coton agencée dans une coupe caractérisée par un jeu de superpositions. Le bustier tablier tombant sur une lourde jupe fait également référence au vêtement traditionnel xhosa.

⁴⁸¹ Joanna Grabski, « The Visual City, Tailors Creativity, and Urban Life in Dakar, Senegal », in: *Contemporary African Fashion*, edited by Suzanne Gott et Krystine Loughran, Bloomington and Indianapolis: Indiana Press University, 2010, p 32: « Because the tailors' creative process allows them to select and combine formal elements from various sources by integrated them into one garment, the city's rich visual resources act as a repertoire of forms and a source of inspiration ».

Cette photographie est tirée de Joan Broster, *Red Blanket Valley*, Johannesburg: H. Kearsland, 1967:



Figure 44 : Femme xhosa, années 1960.

Peinture de Silma Keys - « Mrs Majali in her Xhosa Dress » :



Figure 45 : Femme en tenue xhosa, 20^{ème} siècle.

Voici une jupe traditionnelle xhosa datant du 20^{ème} siècle, faite de coton, de perles de verre, de boutons (collection du *Metropolotan Museum of Art*, New York) :



Figure 46 : jupe xhosa, 20^{ème} siècle.

Enfin, il réinterprète les broderies de perles traditionnelles, les perles de verre habituellement brodées sur le tissu sont remplacées par des points brodés de plusieurs couleurs.

Dans une autre tenue (photographie n° 31, annexe 2), Tawfik garde l'aspect formel général du vêtement traditionnel xhosa : les couleurs orange et noir, les lignes noires en bas d'une longue jupe, la cape. Cependant, le styliste ajoute sur la poitrine une décoration jamais vue sur une tenue de ce type : un large motif de style oriental aux formes arabesques se déploie. Dans cette création, l'apport culturel et religieux est significatif au regard des origines ghanéennes d'un styliste de confessions musulmane. L'arabesque fait partie intégrante du répertoire formel des arts décoratifs islamiques, l'influence de sa culture est donc manifeste. Il est intéressant de noter les deux personnages stylisés brodés sur la jupe : une femme à la poitrine nue porte une coiffe haute rappelant la forme des coiffes des femmes mariées zouloues et une longue jupe (qui rappelle la forme des crinolines). Elle se tient aux côtés d'un homme plus petit qu'elle, qui arbore une chevelure noire, portant un vêtement de style occidental et tenant un long couteau dans la main gauche. Il semblerait que le styliste ait combiné dans le même motif des éléments issus de différentes cultures vestimentaires et relevant de différentes temporalités : la coiffe qui apparaît dans le motif est portée par les femmes zouloues mariées qui couvrent leur poitrine, ici la femme a la poitrine découverte, ce

qui atteste que le styliste mélange différents codes vestimentaires traditionnels en vigueur en Afrique du Sud. La crinoline qu'elle porte, était surtout portée au 19^{ème} siècle, or nous sommes au 21^{ème} siècle. L'homme habillé en costume occidental tient un objet qui rappelle la forme des couteaux akan du Ghana du 19^{ème} et 20^{ème} siècle. Cette broderie synthétise le caractère composite des vêtements réalisés par les stylistes immigrés.

2) Hillaly, styliste burundais.

Hillaly est un styliste originaire du Burundi. Il exerce son activité à Cape Town, et son patron est malien. La culture islamique de ce jeune styliste se traduit à travers les broderies de ses vêtements. Il s'agit ici d'une robe de soirée (photographie n° 32) qu'il qualifie de style occidental: une robe bustier mi-longue, réalisée dans un tissu de satin blanc. Le motif central vertical est un motif floral ou végétal, sorte d'arabesque répétée sur toute la longueur de la tenue. Il qualifie également plusieurs chemises de « style afro-américain » (photographies n° 33 et 34 annexe 2), destinées aux touristes noirs américains⁴⁸², en tissus imprimés colorés, ornées de broderies développées dans des motifs d'arabesques sur le col, ou le long de la boutonnière. La broderie orne ici différentes formes de vêtements.

Les stylistes immigrés utilisent la broderie soit pour traduire les traditionnels perlages sud-africains par des points de couleurs à l'aide d'une technique maîtrisée, soit pour intégrer de nouveaux motifs dans les vêtements. Elle reflète à la fois la volonté de s'adapter à des codes vestimentaires propres aux vêtements dits traditionnels en Afrique du Sud, et l'expression de leur créativité par des apports formels personnels. Si les perlages multicolores sont devenus au cours du 20^{ème} siècle un symbole de la « nation arc-en-ciel », il se pourrait bien que les vêtements de cette mode encore dans l'ombre, deviennent le symbole d'une nouvelle Afrique du Sud, cosmopolite et inlassablement multiple.

⁴⁸² Entretien avec Hillaly, dans la boutique-atelier où il travaille, *Loop Street*, Cape Town, Août 2009.

c. Le perlage.

1) Léo, styliste nigérian.

Dans la photographie n° 35, Léo utilise le perlage pour une tenue zouloue. Il reprend la forme de la jupe plissée traditionnellement faite de cuir noircie au charbon. Ici c'est une jupe serrée, taille haute, ceinturée sous la poitrine. Elle est réalisée dans un tissu feutré rouge parsemé de petites perles de verre colorées composant des lignes verticales à espaces réguliers le long des plis. Il y ajoute un soutien-gorge noir assez couvrant, brodé de perles de plastique multicolores de taille moyenne. Sous la poitrine, pend une ceinture de longues franges de perles de plastique, rappelant encore une fois les ceintures de perles traditionnelles. Il utilise à la fois des perles de verre et des perles de plastique combinant matériaux dits nobles et matériaux synthétiques. L'utilisation des deux types de perles reflète l'évolution contemporaine de l'art du perlage dans le pays, avec une prédominance des perles en plastique : leur taille plus grosse facilite le travail, elles sont plus accessibles et permettent un ensemble visuel qui joue sur la diversité de la matérialité des perles qui créent des jeux d'effets : de transparence, d'opacité, de brillance et de matité.

Son épouse qui collabore à ce travail, se charge de la broderie des perles. En revanche, pour les coiffes spécialement portées par les femmes mariées zouloues (au premier plan à droite sur la photographie), il explique qu'il fait appel à des artisanes du *Kwazulu Natal*⁴⁸³.

2) Prince, styliste sud-africain.

Prince est un des rares stylistes de l'ombre interrogés, de nationalité sud-africaine, appartenant à la communauté zouloue. Il a étudié la mode dans une école privée à Pretoria. Il travaille dans une pièce, à côté d'autres stylistes, qu'il loue dans un bâtiment de la ville, avec trois employés (couturiers) sous sa direction. Il explique qu'il prend le

⁴⁸³ Entretien avec Léo le jeudi 27 août 2009 dans sa boutique-atelier, *Bree street, Newtown, Johannesburg*.

vêtement traditionnel et le modernise⁴⁸⁴. Dans cette création considérée comme une tenue zouloue (photographie n° 36), il garde deux principaux aspects formels du vêtement: la jupe noire plissée et les décorations de perles. Ces données de départ lui ont permis de créer une robe bustier de coton noir qui se décompose en trois parties :

- Le haut est un bustier décoré de perles, en bas duquel pendent des franges de perles multicolores.
- À partir des franges, le tissu cinte la taille et les hanches puis tombe sans pli de façon évasée jusqu'aux genoux. Une fleur brodée de perles de verre décore la partie droite de cette pièce de tissu et le styliste a créé une bordure de perles cousues très serrées définissant visuellement la dernière partie du vêtement.
- La partie inférieure de la robe est définie par des plis droits verticaux (comme les kilts) et la bordure finale est décorée de quatre bandes horizontales de tissu brillant jaune, bleu, vert et rouge, qui animent cette finition. La polychromie est une référence formelle aux parures traditionnelles zouloues.

Dans un autre style, la photographie n° 37 présente une robe longue de soirée. Le haut de la robe est un bustier blanc parsemé de quelques fleurs stylisées de couleur brune, brodées directement sur le tissu. À partir de la taille, la robe est taillée dans un tissu satiné brun de forme légèrement évasée jusqu'aux pieds. La partie inférieure de la robe présente de larges bandes horizontales orange rappelant les lignes noires décorant le bas des jupes xhosas. Le styliste se sert des perles de façon subtile, en décorant le buste d'une rangée horizontale de fils de perles blanches et brunes, accrochés de part et d'autre du buste.

Tous les perlage sont réalisés à la main. Ils servent soit à réinterpréter un vêtement « traditionnel » tel que le vêtement des femmes mariées zouloues, soit à créer de nouveaux éléments décoratifs faisant partie intégrante du vêtement.

Les immigrés utilisent couramment la pratique de la broderie de fil dans leurs créations, à la différence de Prince qui utilise le perlage seulement comme élément décoratif de ses vêtements. Ces deux savoir-faire ainsi que les nouvelles coupes et la combinaison de tissus africains et non africains constituent indéniablement un apport déterminant dans ce réseau de la mode silencieuse, un moyen d'innover, de se distinguer et de s'affirmer. Cette production, dans son ensemble, met en avant un style

⁴⁸⁴ Entretien avec Prince le 7 septembre 2009. Voici ce qui figure sur sa carte professionnelle : *Prince's traditional wear, room 12, 4th floor, standard house, 67 Simmonds and CNR Brees Street, Johannesburg.*

« panafricain » et des styles sud-africains très ouverts, où sont associées des formes vestimentaires diverses, des décorations recherchées et personnelles de la part des stylistes. Ils disposent, pour la plupart, d'une connaissance du métier acquise par une formation reconnue alliant théorie et pratique (école ou université), ou, s'ils se sont formés auprès de leurs pairs comme certains Congolais, ils ont souvent suivi quelques années d'enseignement universitaire dans un tout autre domaine. Ces derniers sont souvent plus diplômés que les stylistes sud-africains installés en ville ce qui les aide certainement dans la gestion de leur entreprise.

2. Les jeunes stylistes sud-africains de la génération ambitieuse et dynamique post-apartheid.

a. Des formations hétérogènes.

Neuf stylistes interrogés tout au long de cette recherche font partie de l'ensemble du groupe 5. À l'exception de l'un d'entre eux, tous ont suivi un cursus d'études supérieures. Seul Lethu a été formé différemment, de façon moins académique que ses pairs. La formation pour adulte qu'il a suivi tous les samedis pendant un an, alliait pratique et théorie, à l'institut *Mash* de Johannesburg. Il a appris à dessiner des patrons, à coudre, à créer ...⁴⁸⁵. Les huit autres jeunes stylistes interrogés ont suivi un cycle d'études supérieures. En revanche, deux d'entre eux ont commencé un cursus dans la mode qu'ils n'ont pas achevé par manque de moyens financiers. C'est le cas d'Andrew à la tête de la marque *Last Number*, qui a suivi deux ans de cours de mode à l'Université du Witwatersrand, et de Sokhana (sa marque est *Sokhana Designs*) qui a suivi deux ans de cours de mode (*National Diploma in Clothing*) à la *Central University of Technology* dans le *Free State*. La majorité, c'est-à-dire 6 sur 9, est diplômée de l'enseignement supérieur. Deux ont effectué un parcours complet dans une école de mode : Nokwanda a passé son diplôme de mode au sein de l'école *Sew Africa* créé par Rees Man dans le cœur de la ville, et Molilo a obtenu son diplôme au sein de l'école de mode *Mmabana*

⁴⁸⁵ 21 novembre 2009 : entretien avec Lethu (sa marque est *White Dove Design*), quartier de Yeoville, Johannesburg.

de Mafikeng (capitale de la province du Nord-Ouest). Deux autres ont suivi un long cursus qui comprend un enseignement de deux à trois ans à l'université et se termine par une école de mode (trois ans). Cindy a étudié le commerce pendant deux ans avant de s'inscrire à l'école de mode *Sew Africa* pendant trois ans, et Nonhlanhla a étudié les multimédias pendant deux ans, puis le journalisme pendant un an, pour ensuite commencer l'école de mode *Sew Africa*⁴⁸⁶. Les deux derniers ont un parcours de formation effectué dans un autre domaine que la mode, de trois ans après le *matrix* (équivalent du baccalauréat français). Richy a étudié le graphisme, la communication et la politique à *UNISA*⁴⁸⁷ et Thandeka a étudié la communication dans une école de publicité très réputée de Johannesburg : la *AAA School of Advertising Johannesburg*. Leurs parcours sont donc variés, hétérogènes, et parfois atypique, ce qui génère certainement cette richesse formelle.

b. Une inspiration aux multiples références culturelles.

En 2009, ces neuf jeunes stylistes sud-africains avaient tous entre 21 et 30 ans. Ils sont donc issus de la génération née dans les années 1980. Cette époque correspond aux derniers temps du régime d'apartheid qu'ils ont donc peu connu. Il semblerait que cette génération soit moins politisée et marquée par le régime d'apartheid, qui a disparu pendant leur enfance. Cette partie de l'histoire est absente de leur discours, contrairement aux stylistes connus interrogés qui sont plus âgés et aux immigrés africains arrivés au moment de la démocratisation du pays. Ils ne mettent donc en avant aucune position politique. Leurs discours les placent dans une posture très optimiste dirigée non vers leur histoire passée mais vers le futur. Néanmoins, ils restent attachés à leur patrimoine. Leur inspiration est parfois africaine, venant de leurs cultures d'origine (multiplicité de couleurs des perlages, des peintures ndébélées ...), mais elle est aussi globale. Ainsi, Lethu dit s'inspirer de l'Afrique, voulant exprimer à travers ses vêtements l'unité des Africains, la fierté d'être africain⁴⁸⁸. Il utilise majoritairement les tissus *denim* (jean) et *sack* (toile), et affectionne particulièrement le motif du continent

⁴⁸⁶ Entretien effectué le 23 novembre 2009 au sein de l'école de mode *Sew Africa* dans *Pritchard Street*, Down Town Johannesburg. À cette époque Nonhlanhla n'était qu'en première année de mode.

⁴⁸⁷ UNISA: *University of South Africa* à Pretoria.

⁴⁸⁸ 21 novembre 2009 : entretien avec Lethu (sa marque est *White Dove Design*), quartier de *Yeoville*, Johannesburg.

africain. Les photographies n° 38 et 39 (annexe 2) montrent une combinaison pour femme entièrement faite de tissu *denim*, et un ensemble veste et pantalon pour homme où alternent tissu *denim* et tissu toile, à travers de larges bandes horizontales.

Ces jeunes stylistes sont très ouverts vers l'extérieur même s'ils ont encore peu voyagé. Formant la jeune génération instruite, ces stylistes sud-africains sont attachés aux médias et aux techniques contemporaines de l'information qui leur offrent une ouverture sur le monde. Les huit autres stylistes interrogés dans ce groupe revendiquent une inspiration beaucoup plus large que celle de Lethu. Ils évoquent leur patrimoine (les couleurs vives, la nature), mais aussi l'environnement urbain dans lequel ils évoluent, induisant des tendances cosmopolites. Ils mettent également en avant leur intérêt pour les médias, les magazines et les chaînes de télévision consacrées à la mode. Ils sont donc très au fait des événements en l'occurrence les semaines de la mode internationales et sud-africaines auxquelles certains d'entre eux aimeraient participer. Lethu aspire à présenter ses vêtements dans ces défilés et en connaît les obstacles, notamment financiers. Il considère que le fossé qui existe entre les stylistes de l'ombre et les « *top designers*⁴⁸⁹ » est encore très important. Andrew, qui loue un atelier dans le bâtiment *London House*, a étudié la mode pendant deux ans avant d'arrêter ses études par manque de moyens financiers. Il reste néanmoins confiant et pense pouvoir présenter une collection dans une semaine de la mode d'ici quelques années. Sokhana, en dépit du refus que lui a opposé la SAFW d'exposer ses vêtements sur un emplacement en 2010, nourrit toujours l'espoir de présenter ses créations dans un événement de ce réseau. Thandeka, quant à elle, même si elle n'a fait aucune école de mode, aimerait participer à un défilé de la SAFW. Elle a appris à travers son école de communication, à rendre un produit attractif et différent, en étudiant le commerce et les techniques de commercialisation (marketing)⁴⁹⁰. Elle ne sait pas coudre mais elle sait promouvoir un produit, en l'occurrence un vêtement. Son entrée dans le monde de la mode a commencé fortuitement, lorsqu'elle a commencé à couper ses jeans et ses tee-shirts pour les peindre, ce qui a suscité l'enthousiasme et l'adhésion de ses amis. Elle a très vite compris l'opportunité d'un marché, consciente qu'un panel de jeunes

⁴⁸⁹ Propos de Lethu.

⁴⁹⁰ Entretien avec Thandeka, vendredi 22 octobre 2010, devant la salle de concert *Baselines* dans le quartier de *Newtown*, Johannesburg.

consommateurs serait disposé à acheter ses vêtements. Elle décrit cette pratique comme de « l'art sur tissu »⁴⁹¹.

Quand elle a décidé de quitter le monde de la publicité pour celui de la mode en 2003, elle s'est spécialisée dans la collecte de vêtements dans le but de les recombinaer, les couper, les peindre. Cette pratique de récupération pour créer de nouvelles formes fait écho à l'histoire du vêtement en Afrique du Sud évoquée dans le chapitre I. Les jeunes Sud-Africains, au début du 20^{ème} siècle, procédaient de la même manière pour mélanger les formes, les tissus et les couleurs. Thandeka aime travailler avec des tissus imprimés africains, particulièrement ceux de Dar Es Salaam (Tanzanie). Autodidacte, elle a appris à créer des patrons et délègue le travail de couture à une couturière. Elle propose un style urbain « *stylish et funky* »⁴⁹², qui s'inscrit dans la mouvance colorée introduite par la jeunesse de Johannesburg. Elle fait montre d'une grande créativité en dépit de son manque de savoir-faire technique. Son dynamisme et ses connaissances du marketing peuvent la rendre attractive aux yeux du réseau institutionnalisé de la mode.

Lucilla Booyzen a déclaré lors de notre rencontre en octobre 2010, ne cibler que les meilleurs espoirs en création ou en marketing, puisque la mode est avant tout une industrie mercantile. De fait, Thandeka qui sait choisir les couturiers compétents et douée de sa maîtrise commerciale, connaîtra probablement une notoriété que lui permettront les acteurs du réseau officiel de la mode.

Les photographies n° 40, 41 et 42 présentent trois de ses créations. La tunique courte et le pantacourt bouffant sont réalisés en tissus imprimés. Sur ces photographies, la styliste porte un collier de perles dont chaque extrémité est attachée à ses oreilles, ainsi qu'un fil perlé en bandoulière. Ces perlages sont directement inspirés de son patrimoine culturel. Sans les transformer, elle les intègre comme accessoires qui peuvent faire office de bijoux fantaisie. La photographie n° 42 montre un short en jean sur lequel elle a peint des tâches de couleurs vives où apparaît le nom de sa marque : *No Ohdar*.

⁴⁹¹ Entretien avec Thandeka, vendredi 22 octobre 2010, devant la salle de concert *Baselines* dans le quartier de *Newtown*, Johannesburg.

⁴⁹² Entretien avec Thandeka, vendredi 22 octobre 2010, devant la salle de concert *Baselines* dans le quartier de *Newtown*, Johannesburg.

c. Marketing intelligent.

Ces jeunes stylistes sont ambitieux et ont acquis des méthodes intelligentes dans le domaine de la commercialisation (marketing). C'est le cas particulièrement de Thandeka, Molilo et Richy qui évoquent des stratégies d'auto-promotion. Ils sont doués de cette intuition qui permet de trouver des moyens pour promouvoir leur marque sans engager de frais particuliers.

Thandeka vend ses vêtements à l'entrée de la salle de concert *Basslines* lors des soirées reggae qui attirent nombre de jeunes de la ville les jeudis soirs. Son esprit de femme d'affaire lui permet de mener ses projets et ses entreprises à terme. D'ailleurs le fait qu'elle soit la seule de tous les jeunes stylistes émergents sud-africains interrogés, à s'être rendue à l'entretien avec deux jeunes femmes qu'elle a parées de ses créations, pour que nous puissions photographier son travail, atteste de la rigueur de son esprit qui révèle que tout moment peut être déterminant pour sa notoriété. Cette initiative inattendue dénote sa capacité à prendre en compte l'aspect professionnel de sa marque.

Molilo, qui a été formé dans une école de mode, se définit comme artiste et écrivain. Il considère ses vêtements comme des œuvres d'art. Dans ses textes, il s'exprime sur les défis de l'Afrique et cherche à retranscrire ses réflexions poétiques et philosophiques dans ses vêtements⁴⁹³. Il traduit des sentiments tels que la tristesse dans des couleurs sombres. Il parle de sa volonté de « se tourner vers le futur »⁴⁹⁴. Dans cette dynamique il a trouvé un moyen simple de montrer ses créations à un public ; il écrit et joue des pièces de théâtre, et demande aux comédiens de porter ses vêtements lors des représentations, ce qui lui permet de faire sa publicité⁴⁹⁵.

Richy, lui, se définit comme « *jersey maker* ». Il crée des vêtements avec une seule matière : la laine. Il a appris à tricoter avec sa mère et a inventé des coupes de vêtements (telle que la « *bubble skirt* »), qui lui ont permis de devenir styliste. Après des études de trois ans à *UNISA* (graphisme, communication, politique), il a décidé de se consacrer à la création vestimentaire. Ses études lui ont servi à créer son site internet ainsi qu'à développer une stratégie marketing : des mannequins travaillent pour lui et font sa

⁴⁹³ Entretien avec Molilo, en décembre 2009, dans le quartier de *Newtown*, Johannesburg.

⁴⁹⁴ Entretien avec Molilo, en décembre 2009, dans le quartier de *Newtown*, Johannesburg.

⁴⁹⁵ Entretien avec Molilo, en décembre 2009, dans le quartier de *Newtown*, Johannesburg.

publicité. Il les appelle les « *scotchies angels* ». Il fait don de ses créations à ces jeunes femmes qui en échange les portent dans les marchés, et lors de manifestations culturelles. Elles attirent l'attention et tout le monde porte un regard admiratif sur ses vêtements. Sa stratégie consiste donc à attribuer un nom particulier à ses modèles qui deviennent des représentantes officielles de sa marque. Les photographies n° 43, 44, 45, montrent trois créations de Richy : une robe à bretelles rose, une jupe rouge et orange nommée « *bubble skirt* », et une robe verte et bleue, toutes tricotées à la main. La particularité de ses créations se marque par l'utilisation de teintes très souvent intenses aux couleurs vives, et de la laine comme matière première. La laine, une fois tricotée, s'étire facilement, et rend donc extensible la matière, laquelle est peu courante pour ce type de vêtements (robes et jupes).

Certains d'entre eux réussissent à vendre leurs vêtements sans avoir à tenir une boutique, ce qui serait trop onéreux. Bien souvent, ils collaborent avec un patron qui leur accorde un espace dans son magasin. À chaque produit vendu, chacun perçoit un pourcentage de la somme défini auparavant. C'est le cas de Richy et Nokwanda. Lors de l'entrevue (fin 2009), cette dernière prévoyait d'ouvrir une boutique à *Rosebank* avec des amis stylistes. Cette initiative semblait risquée à cause de la cherté de ce quartier où le loyer d'une boutique est prohibitif. Lethu en témoigne, il avait une boutique à *Rosebank* qu'il a dû quitter car il ne pouvait plus assumer le loyer, il se contente donc aujourd'hui de sa boutique dans le quartier de *Yeoville*. Ainsi, ces jeunes stylistes rêvent de s'installer dans des quartiers particuliers de la ville, pour vendre plus facilement à une clientèle aisée, mais ils n'ont pas toujours la sécurité financière et la maturité qui leur permettraient de s'y implanter durablement. *Rosebank* est le quartier où nombre de grands créateurs de mode connus possèdent leur boutique, tels *Stoned Cherrie* et *Clive Rundle*. C'est aussi le lieu qui accueille les *SAFW* depuis environ deux ans, au *Crowne Plaza the Rosebank*. Vouloir s'y installer signifie vouloir se rapprocher du monde institutionnalisé de la mode, qui n'est pas chose facile.

- d. Lien trans-générationnel avec la couture. Le rôle matriarcal dans la transmission d'une histoire.

Nombre de femmes sous l'apartheid, grand-mères et mères, travaillaient comme domestiques dans les familles blanches de Johannesburg, ou comme ouvrières dans les

fabriques de textiles et de vêtements. Iris Berger, dans un livre publié en 1992, retrace l'histoire sociale de ces femmes, leur rôle et leurs actions menées dans l'industrie du pays entre 1900 et 1980. Durant la seconde guerre mondiale, un petit nombre de femmes noires en Afrique du Sud entrèrent dans l'industrie⁴⁹⁶. L'augmentation de la population urbaine créait de nouvelles demandes, notamment en nourriture et en vêtements, auxquelles les femmes pouvaient répondre en travaillant dans les usines alimentaires, textiles. La plupart d'entre elles migrèrent dans les villes pendant cette période. Selon Iris Berger, jusqu'en 1960, ces femmes sud-africaines noires n'étaient que peu à intégrer le milieu de la production industrielle⁴⁹⁷, car la majorité travaillait comme employées domestiques. Après la guerre, elles intégrèrent les fabriques de vêtements en plus grand nombre. Cet accroissement résultait de deux facteurs : une volonté de travailler en usines de la part des femmes noires, qui répondait en même temps à une politique de recrutement d'ouvrières noires. Les industriels devaient trouver des travailleurs bon marché⁴⁹⁸ et ces ouvrières étaient moins bien payées que les autres « catégories » de femmes (blanches, asiatiques, *colored*), donc moins coûteuses pour l'entreprise. Baisser le coût de la main d'œuvre restait un moyen basique d'économiser de l'argent⁴⁹⁹. Malgré tout, les femmes y trouvèrent également leur intérêt car ces emplois restaient mieux rémunérés que les emplois domestiques. Les usines constituaient des lieux de sociabilités, d'échanges et de solidarité, alors que le travail domestique était très solitaire. Ainsi, entre 1947 et 1952, le pourcentage des femmes noires travaillant dans l'industrie du vêtement dans le Transvaal (actuelle province du Gauteng), passa de 14% à 31%⁵⁰⁰. Ce travail en usine induisait une organisation à la chaîne et mécanisée des différentes tâches où chacune exécutait un travail de façon répétitive. Comme l'explique un jeune styliste sud-africain, Andrew, leurs « mères et grands-mères travaillaient dans des usines de vêtements, c'était un travail à la chaîne donc elles savent assembler les morceaux de tissu mais elles ne savent pas créer de patrons »⁵⁰¹. Il ne leur était pas demandé d'être créatives ou d'élaborer des formes nouvelles, elles exécutaient une tâche : coudre des pièces de tissus. Iris Berger explique

⁴⁹⁶ Iris Berger, *Threads of Solidarity, Women in South African Industry 1900-1980*, Bloomington et Indianapolis: Indiana University Press, London: James Currey, 1992, p 153.

⁴⁹⁷ Iris Berger, *Threads of Solidarity...*, p 155.

⁴⁹⁸ Iris Berger, *Threads of Solidarity...*, p 171.

⁴⁹⁹ Iris Berger, *Threads of Solidarity...*, p 171.

⁵⁰⁰ Iris Berger, *Threads of Solidarity...*, p 178.

⁵⁰¹ Propos d'Andrew. Entretien mené le mercredi 20 octobre 2010 dans son atelier (salle 138) du bâtiment nommé *London House*, angle *Main street* et *Loveday street*, quartier de *Ghandi Square*, Johannesburg.

que dès les années 1940, « le Comité du Commerce et de l'Industrie poussait fortement à une plus grande rationalisation de la production, mais aussi au développement industriel à travers la déqualification »⁵⁰² [Notre traduction]. Pendant plusieurs décennies, le but des industriels dans le domaine du vêtement, était de maintenir les femmes noires à des fonctions non qualifiées, non propices à l'acquisition et au développement d'une expertise, d'un savoir-faire particulier, simple moyen de faire des économies. Les femmes noires remplacèrent les femmes blanches dans les niveaux les plus bas de la hiérarchie⁵⁰³, et les salaires continuèrent de baisser⁵⁰⁴. Dans cette mouvance inégalitaire, les activités dans les usines de vêtements étaient aussi de plus en plus ségréguées, en adéquation avec les lois votées par le Parti National au pouvoir depuis 1948 : « le gouvernement nationaliste continua d'intensifier le contrôle et l'exploitation de la main d'œuvre noire et d'introduire des contrôles sur les femmes africaines ... »⁵⁰⁵ [Notre traduction]. Cette partie de l'histoire sociale des femmes sud-africaines est transmise à leurs enfants à travers les récits qu'elles en font. Les jeunes générations de stylistes sont liées à cette histoire professionnelle des femmes de leur famille. Ce lien se traduirait par la transmission d'un intérêt pour le domaine du vêtement et parfois par une transmission technique réelle. Pour deux jeunes stylistes interrogés, les mères ont joué un rôle actif dans la transmission d'un intérêt pour la couture et d'un savoir-faire de la couture: Cindy a une mère couturière qui la dirige, l'aide à corriger ses erreurs de couture et à parfaire ses finitions. Elles travaillent dans la même boutique-atelier à *London House*. Richy, spécialisé dans le travail de la laine, a tout appris de sa mère⁵⁰⁶. Ce lien les pousse à vouloir progresser, à créer de façon indépendante. Ils ne sont pas des ouvriers comme l'étaient leurs mères, mais des stylistes qui font de la création vestimentaire. Ils héritent également de l'esprit d'entreprise et de « débrouillardise » de leurs mères et grands-mères. Les femmes ouvrières de l'industrie du vêtement ont connu de nombreuses difficultés. Beaucoup d'entre elles vivaient dans des conditions très modestes, étaient souvent célibataires, veuves, élevaient leurs enfants seules. Ces femmes mirent en œuvre des logiques de

⁵⁰² Iris Berger, *Threads of Solidarity...*, p 172: « In its general report on manufacturing, the Board of Trade and Industry strongly pushed not only greater rationalization of production, but also the idea of stimulating industrial development through deskilling ».

⁵⁰³ Iris Berger, *Threads of Solidarity...*, p 181

⁵⁰⁴ Iris Berger, *Threads of Solidarity...*, p 180.

⁵⁰⁵ Iris Berger, *Threads of Solidarity...*, p 186: « the nationalist government continued to intensify the control and exploitation of black labor and to introduce controls over African women ... »

⁵⁰⁶ Entretien avec Richy, en décembre 2009 à *Newtown*, Johannesburg.

survie dans un monde qui en faisait les premières victimes de l'apartheid. Elles avaient un esprit entreprenant développé par la nécessité de subvenir aux besoins de leur famille, en tant qu'unique source de revenu pour le foyer. Iris Berger évoque certaines d'entre elles, commerçantes de liqueur, de *dagga* (cannabis et autre), ou cousant et vendant des vêtements faits à la maison pour leur employeur, leurs voisins, leurs familles⁵⁰⁷. Il est donc évident que certaines surent développer des compétences créatives dans ce domaine, devenant couturières à leur compte (*dressmaker*). À la maison elles vaquaient souvent à des activités productives telles que le tricot, la couture, le perlage⁵⁰⁸. La couture du cuir, la broderie des perles et plus tard la couture de vêtements européens, en partie au travers de leurs mères, font partie de l'histoire vestimentaire de l'Afrique du Sud. Ils voudraient poursuivre cette histoire mais sont confrontés à certaines lacunes techniques et commerciales qui enrayent cette dynamique. Le savoir-faire spécifique de la couture (notamment les finitions) n'est pas maîtrisé par tous, et ils manquent de connaissances et de notions en mercatique (gestion, comptabilité, commercialisation), nécessaires à l'organisation de l'entreprise et à sa rentabilité. Trois d'entre eux expriment leur souhait de faire de la production en série (*mass production*). Lethu précise sa volonté de devenir un fabricant capable de fournir les uniformes à des écoles, ou du prêt-à-porter pour des chaînes de magasin⁵⁰⁹. Cindy et Nonhlanhla déclarent également vouloir faire de la production en série dans le futur. Cette volonté formulée à plusieurs reprises pourrait s'expliquer par deux faits. D'une part, il est fort possible que la médiatisation des compétitions de mode organisées par le réseau institutionnalisé de la mode, offrant la possibilité à de jeunes stylistes d'élaborer une ligne de vêtement pour une enseigne de magasin, ait un impact sur les projets professionnels des jeunes stylistes. D'autre part, le parcours exemplaire de Manganyi Nkhensani Nkosi (figure notoire de la mode sud-africaine) fondatrice de la marque *Stoned Cherrie*, est certainement exemplaire. Cette maison de mode travaille depuis des années avec la chaîne de magasin *Woolworths*. Manganyi Nkhensani et ses stylistes créent des lignes de vêtements prêt-à-porter. Elle est une femme d'affaire qui fait modèle, car elle a su créer une solide entreprise ainsi que des produits dérivés de sa

⁵⁰⁷ Iris Berger, *Threads of Solidarity, Women in South African Industry 1900-1980*, Bloogminton et Indianapolis: Indiana University Press, London: James Currey, 1992, p 163-164.

⁵⁰⁸ Iris Berger, *Threads of Solidarity, Women in South African Industry 1900-1980*, Bloogminton et Indianapolis: Indiana University Press, London: James Currey, 1992, p 228.

⁵⁰⁹ 21 novembre 2009 : entretien avec Lethu (sa marque est *White Dove Design*), quartier de Yeoville, Johannesburg.

marque. Les conseils qu'elle promulgue auprès des médias sont certainement écoutés avec attention et entendus par la jeune génération :

« Je pense que la leçon la plus importante que j'ai apprise est d'avoir été exposée à l'expérience commerciale de *Woolworths*. Si j'avais un enfant qui voulait travailler dans cette industrie j'insisterais absolument pour qu'il travaille dans l'environnement que constitue un grand magasin en tant que planificateur/organisateur, spécialiste des marchandises (*merchandiser*), acheteur, et ensuite dans une chaîne à grande distribution internationale. Et j'insisterais pour qu'il fasse cela pendant des années⁵¹⁰ » [Notre traduction].

Cette chef d'entreprise de renom et créatrice de mode estime donc que l'expérience acquise à travers des années de création de lignes de vêtements en collaboration avec de grands magasins est une formation inégalable, englobant tous les aspects de la mode. Elle considère que cette collaboration lui donne accès à une expertise de fabrication et lui permet d'atteindre un marché très élargi⁵¹¹. L'influence de son discours joue sans conteste un rôle non négligeable dans l'ambition professionnelle des jeunes stylistes qui déclarent vouloir faire de la production en série. Le processus mis en œuvre par les stylistes officiels n'est plus uniquement artisanal. La production en série représente aujourd'hui le mode de fonctionnement de tous les grands créateurs de mode qui font de la haute couture, mais dont la majorité du gain financier se fait grâce au prêt-à-porter. L'historienne de la mode Florence Müller déclare :

« Il faut penser que les défilés de prêt-à-porter doivent plaire au plus grand nombre d'acheteurs. Les créations doivent être portables, séduisantes, convaincantes. Leur implication commerciale est donc beaucoup plus importante que pour celles de la Haute-Couture »⁵¹²

⁵¹⁰ Juliet Pitman, 23 mars 2010 Success Stories, Stoned Cherrie: Nkhensani Nkosi [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: <http://www.entrepreneurmag.co.za>
Stoned Cherrie has come a long way since its early vision of capturing a new urban African aesthetic. We spoke to the brand's creator, Nkhensani Nkosi, about big dreams, being inspired and making it happen.
« I think the biggest lesson I learnt was from being exposed to the Woolworths retail experience. If I had a child who wanted to get into this industry I would absolutely insist that they work in a department store environment as a planner, merchandiser, buyer, and then at an international retailer. And I would insist that they do it for years ».

⁵¹¹ Woolworth SA Designers [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.spice4life.co.za>

⁵¹² Florence Müller, historienne de la mode interrogée par le site internet PureTrend [en ligne] (page consultée en juillet 2012). Disponible sur le site internet : www.puretrend.com

À la différence de la haute couture, « le prêt-à-porter est pensé pour pouvoir se dupliquer »⁵¹³. Il est constitué de vêtements vendus en tant que produits finis et non pas en tant que vêtements réalisés sur-mesure de façon artisanale. Il induit la standardisation des tailles qui permet la production en série. L'univers de l'usine, de la standardisation, est une réalité de la mode, et surtout de la mode « *high fashion* ». Il peut s'agir de production en petite, moyenne ou grande série. *Stoned Cherrie* produit en série pour une chaîne connue de magasins et crée parallèlement des vêtements sur-mesure pour une clientèle aisée. Tous les créateurs de mode, comme David Tlale ou Gavin Rajah, s'inscrivent dans ce mode binaire de production pour pouvoir aisément vivre de leur art, distinguant dans leur création une ligne « couture » et une ligne « prêt-à-porter ».

B. Processus de reconnaissance participatif.

1. Une mode reconnue par le peuple.

a. Processus de légitimation populaire.

Le processus de reconnaissance de la mode de l'ombre inclut une participation active des consommateurs. Elle plaît et se vend très bien, elle est ainsi reconnue par une grande partie des Sud-Africains. Elle est qualifiée de « mode de l'ombre » par opposition à la « mode officielle » mise en lumière par les médias. Les médias qui ont un rôle important dans le processus de légitimation de la mode institutionnalisée, sont absents du réseau de l'ombre. En marge du réseau institutionnalisé, les stylistes de l'ombre ne participent à aucun événement couvert par la presse télévisuelle ou écrite. Cette création vestimentaire ne suit pas de règles préétablies et ses nouveautés sont diffusées par ses propres consommateurs à travers les échanges verbaux, l'observation, le réseau « informel », le bouche à oreille.

⁵¹³ Florence Müller, historienne de la mode interrogée par le site internet PureTrend [en ligne] (page consultée en juillet 2012). Disponible sur le site internet: www.puretrend.com

Selon Yuniya Kawamura, dans son livre *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies* publié en 2005, qualifier quelque chose d'« être à la mode » et le reconnaître comme étant « à la mode », c'est le légitimer comme tel⁵¹⁴. Dans le réseau non institutionnalisé de la mode de l'ombre, cette légitimation s'opère à travers les interactions entre personnes. Les consommateurs par leurs discours et leurs pratiques vestimentaires définissent et dictent ce qui est à la mode. La rue, les lieux de cérémonies ou les lieux de sociabilité comme les concerts, les festivals, les journées du patrimoine, représentent leurs podiums, permettent leurs « défilés ». Y. Kawamura décrit le système de la mode français comme un système d'interactions où des « proposants » et des « adoptants » communiquent entre eux⁵¹⁵. Elle évoque deux types de communications entre les deux types de protagonistes, c'est à dire les stylistes qui introduisent et proposent des changements dans le vêtement, et les consommateurs qui adoptent ces changements vestimentaires. D'après la sociologue, la communication peut se faire directement entre les personnes ou bien de façon médiatisée à travers les médias de masse⁵¹⁶. Ces deux modes de communication qui permettent de diffuser des formes vestimentaires, sont aussi celles qui prévalent entre les différents acteurs du système en Afrique du Sud. La diffusion de formes vestimentaires grâce à la communication directe caractérise le réseau de l'ombre. Bien que le propre des médias de masse se caractérise par leur capacité à atteindre et influencer une large audience, la communication immédiate et celle qui passe par le réseau « informel », que l'on appelle le « bouche à oreille », ont aussi une grande efficacité dans la diffusion. Si comme le décrit Yuniya Kawamura, la mode est une organisation sociale tissée d'un réseau d'individus, avec des créateurs et des consommateurs qui communiquent directement ou par le biais des médias de masse, alors la mode de l'ombre fait partie intégrante de cette organisation. Le réseau des stylistes de l'ombre produit une partie importante de la mode dans le pays, ainsi que sa propre légitimation à travers ses consommateurs. Il constitue un champ de production parallèle au réseau « officiel », avec d'autres canaux de reconnaissance: la rue, les lieux de festivités, la transmission orale, les discussions. La communication à travers les discussions quotidiennes entre les personnes influence leurs opinions, leurs goûts vestimentaires. La mode, les vêtements sont des sujets de

⁵¹⁴ Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, p 45.

⁵¹⁵ Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, p 48: « The proposers and adopters in this network must be in communication with each other ».

⁵¹⁶ Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, p 49.

conversation très appréciés et répandus en Afrique du Sud. Le rôle des clients est donc double : ils consomment et diffusent les informations et les nouveautés. Y. Kawamura écrit: « Pour qu'un nouveau style devienne à la mode, il doit d'une certaine manière attirer un grand nombre de personnes. Les habitudes d'habillement d'un individu sont le résultat de la vie du groupe »⁵¹⁷ [Notre traduction]. De la même manière, un grand nombre de personnes sont attirées par les créations vestimentaires proposées par les stylistes immigrés, qui répondent à leurs habitudes de vie. Dans l'Afrique du Sud urbaine, les pratiques culturelles induisent le port de certains vêtements dits traditionnels comme les ensembles de tissu *shweshwe* portés par de nombreuses femmes sud-africaines au quotidien, et la nécessité de certaines tenues portées pour des occasions spéciales telles que les mariages, les journées du patrimoine (*heritage day*), les funérailles.

Les jeunes Sud-Africains revendiquent de nouvelles habitudes de vie, différentes de celles de leurs parents sous l'apartheid. Ils brandissent la Liberté comme un droit fondamental pour lequel ils n'ont pas eu à se battre. Les pratiques vestimentaires des jeunes gens (18-25 ans), dans la ville de Johannesburg, se traduisent par une récupération de vêtements qu'ils recombinent avec des éléments originaux, très colorés, et de nombreux accessoires. Cette tendance a été proposée par le groupe de stylistes *Smarteez* il y a quelques années, avant qu'ils n'intègrent le réseau institutionnalisé de la mode. Ces jeunes hommes sont aujourd'hui les représentants d'un phénomène de mode urbaine excentrique en Afrique du Sud. Dans la vidéo réalisée par Chris Saunders et Rod Stanley, les quatre membres du collectif se présentent chacun à leur tour, et se disent à la fois créateurs de mode, peintres, disque jockey ...⁵¹⁸. Ils revendiquent le fait de cultiver leur liberté d'expression, d'être contre la conformité et d'aimer faire la fête. Ils incarnent cette nouvelle génération post-apartheid qui ne se préoccupe plus de mener des combats politiques comme ce fut le cas pour les générations précédentes. Les *Smarteez* ont un comportement et une manière de s'habiller qui s'écartent de ce qui est habituel dans la société sud-africaine très conservatrice. Certains d'entre eux, issus de famille zouloue, ont été rejetés de leur foyer. Ils proposent une tendance hybride : des chemises cintrées aux motifs multicolores, avec des nœuds papillon, ou bien des rubans

⁵¹⁷ Yuniya Kawamura, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, p 76: « For a new style to become fashionable, it must in some way appeal to a large number of people. The clothing habits of an individual are the result of group life ».

⁵¹⁸ Chris Saunders et Rod Stanley, *Dazed heads into downtown Jo'burg with four DIY designers from Soweto* [en ligne] (page consultée en avril 2012). Vidéo disponible sur: <http://www.dazeddigital.com>

autour du cou, des bretelles, des pantalons de ville souvent colorés et parfois à petits carreaux, des ceinture, des colliers à profusion, des jupes longues pour homme, des lunettes aux forme extravagantes, des casquettes et des chapeaux. L'association d'éléments vestimentaires disparates crée une agréable discordance qui peut se révéler harmonieuse. Sur les podiums de la SAFW, leurs créations deviennent un peu moins extravagantes, mais la tendance « *Smarteez* » reste influente chez les jeunes hommes et jeunes femmes de Johannesburg. Cette mode multiple plaît autant aux Sud-Africains qu'aux Occidentaux. Sur les blogs de mode français, ils sont décrits comme des « modeurs ». Au sien du réseau de l'ombre, la légitimation des vêtements passe par la valeur sociale et culturelle que les porteurs leur accordent.

Photographie de Sibü, un membre des *Smarteez*⁵¹⁹.



Figure 47 : Le style des « *Smarteez* » à Soweto, Johannesburg, 2010.

⁵¹⁹ Photographie personnelle prise le 17 octobre 2010 à Soweto, Johannesburg.

b. Les mariages comme vecteurs de nouveaux modèles vestimentaires.



Figure 48 : Tenue swazie réinventée par un styliste congolais, 2009.



Figure 49 : Tenue swazie réinventée par un styliste congolais, 2009.

Maria, une femme zouloue, dans une tenue de cérémonie faite par un styliste congolais⁵²⁰.

Dans cet exemple, le mélange de différents styles africains est intéressant. Il s'agit d'un vêtement considéré comme swazi. Le styliste congolais qui est à l'origine de cette tenue, a utilisé des pièces de coton imprimées à l'effigie de l'actuel Roi du Royaume du

⁵²⁰ Photographie personnelle: Maria, le 4 septembre 2009, Craighall Park, Johannesburg

Swaziland⁵²¹, dans une coupe typique du Congo : le pagne noué à la taille, recouvrant les jambes. En soi le pagne est un morceau de tissu coloré et décoré de motifs divers. Au Congo, la tenue traditionnelle est appelée un *wax*. Il comprend trois pagnes : un haut, une jupe, et la large pièce de tissu qui se noue par dessus⁵²². Cette troisième pièce est importante, elle a plusieurs fonctions : habit, accessoire, étole, support sur la tête, coiffe, coussinet, natte, décoration pour invités de marque, peignoir, porte-bébé⁵²³. Avant tout un vêtement, chaque femme congolaise apprend par elle-même à nouer son pagne, le nouage révélant un trait de personnalité⁵²⁴. Dada Stella Kitoga, dans sa vidéo sur le langage du pagne, explique qu'il permet à la femme de connaître son corps, elle déclare : « le pagne on doit le nouer et le sentir sur son corps »⁵²⁵. Il est le symbole de la féminité et fait l'objet de tout un apprentissage avant d'être porté définitivement par les femmes congolaises lorsqu'elles sont assez matures⁵²⁶. Ainsi, les stylistes congolais qui introduisent le pagne en Afrique du Sud, font plus qu'apporter des changements vestimentaires, ils font le don d'une partie de leur culture. Dans le cas de Maria, le styliste a fait une tenue « sud-africaine » ou « swazie » dans une coupe congolaise, sous forme de deux pièces de vêtements : une longue tunique agrémentée d'un long pagne noué par-dessus. Maria ne manque pas de montrer que le pagne qui se noue à la taille peut aussi être porté comme cape, rappelant l'élément typique des vêtements traditionnels sud-africains : le *kaross*. Elle explique que c'était sa tenue de mariage, elle l'a choisie pour son mari qui appartient à la communauté swazie. Elle raconte que le jour de notre entretien, elle prit le bus vêtue ainsi, ce qui suscita une réaction de tous les habitués du bus qu'elle côtoyait quotidiennement pendant de longs trajets. Ils la complimentèrent précisant qu'elle les rendait fiers en portant un vêtement « traditionnel »⁵²⁷. Les transports en commun, utilisés par beaucoup de Sud-africains venant des anciens townships, comme Soweto, pour se rendre sur leur lieu de travail

⁵²¹ Le Swaziland est un petit pays enclavé dans l'Afrique du Sud et bordé par le Mozambique. C'est une monarchie absolue dirigée par le roi Mswati III qui succéda à son père en 1986.

⁵²² Dada Stella Kitoga (2012). La magie et le langage du pagne [en ligne] (page consultée en avril 2012). Disponible sur www.afriqueredaction.com

⁵²³ Dada Stella Kitoga (2012). La magie et le langage du pagne [en ligne] (page consultée en avril 2012). Disponible sur www.afriqueredaction.com

⁵²⁴ Dada Stella Kitoga (2012). La magie et le langage du pagne [en ligne] (page consultée en avril 2012). Disponible sur www.afriqueredaction.com

⁵²⁵ Dada Stella Kitoga (2012). La magie et le langage du pagne [en ligne] (page consultée en avril 2012). Disponible sur www.afriqueredaction.com

⁵²⁶ Dada Stella Kitoga (2012). La magie et le langage du pagne [en ligne] (page consultée en avril 2012). Disponible sur www.afriqueredaction.com

⁵²⁷ Propos de Maria, le 4 septembre 2009, Craighall Park, Johannesburg.

dans le centre et les banlieues riches de Johannesburg, sont des endroits de sociabilité où les gens échangent, communiquent sur tout type de sujet, et notamment sur les vêtements. Il est tout à fait possible d'imaginer, que les femmes ayant aimé sa tenue lui aient demandé l'adresse et le nom de son styliste. Voici une façon de reconnaître et de légitimer la mode de l'ombre. Ce type de tenue est habituellement porté pour une occasion particulière. En la portant dès le matin pour aller travailler, Maria étonna tout le monde. Cette anecdote rappelle bien la force identitaire des vêtements, notamment des vêtements d'inspiration traditionnelle qui, en Afrique du Sud, suscitent un intense sentiment de fierté. Les femmes sud-africaines noires portent des vêtements d'inspiration traditionnelle pour des occasions cérémonielles, des moments de rassemblement, de convivialité, comme les baptêmes, les « *baby shower* », ou encore pour le service dominical dans les églises. Le choix du vêtement ne se fait pas forcément en fonction de l'appartenance ethnique, les cérémonies de mariages montrent bien que les femmes d'une même communauté portent des vêtements différents : zoulou, pedi, swazi ... Plusieurs facteurs déterminent le choix du vêtement d'inspiration traditionnelle. Maria qui est zouloue et shona, a choisi une tenue swazie pour son mariage, vêtement qu'elle portera ensuite pour d'autres occasions. Anitra Nettleton nous a expliqué lors d'un exposé à l'Université de Pretoria⁵²⁸ dont le sujet portait sur la tradition et la modernité dans un mariage zoulou, qu'une femme porte le vêtement qu'elle trouve beau. Dans sa recherche de terrain, lors d'un mariage zoulou, une invitée portait l'habit venda car elle aimait le tissu et non parce qu'elle était venda. Les femmes choisissent donc de porter un vêtement qui leur plaît, sans se préoccuper de leur origine.

⁵²⁸ Anitra Nettleton, « Threading the interstices: tradition and modernity in an African wedding in Kwa Zulu-Natal », *The politics of Change: looking backwards and forwards*, communication orale, 25th Annual conference of the South African Association of visual Art Historians, 9-11 July 2009, University of Pretoria.



Figure 50 : Femme en tenue venda, 2009, Johannesburg.

Cette photographie montre une dame habillée en habit venda. Il est rare de croiser des femmes sud-africaines habillées en tenue d'inspiration traditionnelle dans la rue. Cette dame revient certainement d'une fête particulière. Il n'est pas certain qu'elle soit venda, car elle a pu choisir ce vêtement par goût personnel.

Certaines cérémonies de mariage reflètent les tendances vestimentaires dans le pays, celles de l'Afrique et celles de l'Europe. A. Nettleton distingue trois phases du vêtement dans un mariage zoulou du *KwaZulu-Natal*⁵²⁹ :

- tout d'abord la mariée porte la robe blanche, classique, introduite par les missionnaires à la fin du 19^{ème} siècle.
- les mariés portent ensuite le vêtement dit traditionnel, qui lui-même est remis au goût du jour, en fonction des origines et de l'esprit créatif du styliste.
- ils portent finalement des vêtements dans un style africain global. Pour les hommes les chemises sont inspirées d'Afrique de l'ouest avec un col brodé rappelant celui des *qamis* (longues tuniques) portées par les Musulmans. Les femmes quant à elles portent souvent des robes bustier, dans des couleurs dites « sud-africaines », c'est-à-dire brun, jaune, orange.

La cérémonie de mariage peut donc être un écran reflétant les multiples tendances vestimentaires d'inspiration traditionnelle du pays, comme c'est le cas au Nigéria. Elisha P. Renne fait remarquer l'importance des mariages comme révélateurs de différentes tendances vestimentaires en vigueur au sein des mariages nigériens :

⁵²⁹ Anitra Nettleton, « Threading the interstices: tradition and modernity in an African wedding in Kwa Zulu-Natal », The politics of Change: looking backwards and forwards, communication orale, 25th Annual conference of the South African Association of visual Art Historians, 9-11 July 2009, University of Pretoria.

« ... certains ont des mariages en deux ou trois parties, qui incluent les cérémonies de mariage traditionnelles et les services d'église chrétiens. La plupart de ces pratiques de mariage impliquent l'utilisation de différents types de vêtements pour représenter des identités sociales particulières et des affiliations de groupe⁵³⁰ » [Notre traduction].

Il est probable que le port de vêtements dits traditionnels ou d'inspiration traditionnelle, soit plus fréquent au sein des mariages des communautés zouloues, connues pour leur forte revendication et valorisation identitaire. D'après Manuel Valentin, le port de vêtements d'inspiration traditionnelle est loin d'être systématique dans tous les mariages sud-africains, au contraire le costume occidental est souvent de rigueur. « Être beau » dans ce style d'habits est une façon de s'attirer faveurs et protection⁵³¹.

Illustration des deux premières phases vestimentaires dans un mariage zoulou. Le couple de mariés porte les vêtements européens, puis zoulous. Image extraite du magazine *True Love*, été 2007.

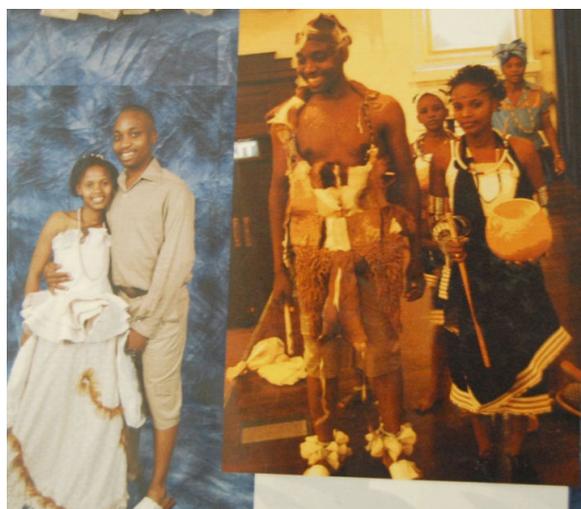


Figure 51 : Mariage zoulou en ville, 2009.

⁵³⁰ Elisha P. Renne, « Contemporary Wedding Fashions in Lagos, Nigeria » in *Contemporary African Fashion*, edited by Suzanne Gott et Krystine Loughran, Bloomington and Indianapolis: Indiana Press University, 2010, p 73: « ... some have two or three- part marriages, which include traditional marriage ceremonies and Christian church services. Most of these marriage practices involve using different types of dress to represent particular social identities and group affiliations ».

⁵³¹ Entretien avec Manuel Valentin au Musée de l'Homme, Paris, lundi 23 mai 2011.

Illustration de la troisième phase de vêtement lors d'un mariage. L'homme porte un ensemble inspiré d'Afrique de l'ouest, et la femme une robe bustier dans les tons bruns. Image extraite du magazine *True Love*, summer 2007.

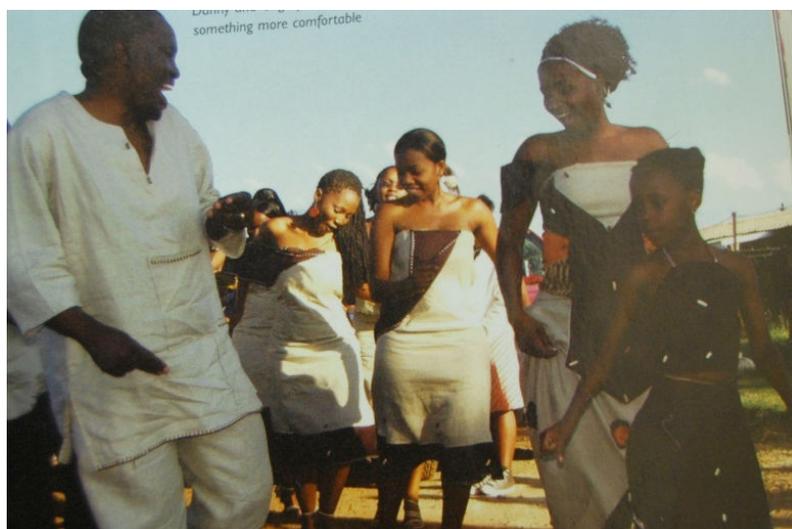


Figure 52 : Mariage zoulou en ville, 2009.

Que les vêtements portés soient de style global africain ou bien plus précisément d'inspiration traditionnelle, les mariages constituent des occasions de la vie sociale où un styliste pourtant anonyme, acquiert une légitimité car la communauté discute, porte des jugements sur le vêtement en question, et valide une création. Le porteur valide le vêtement en amont du processus, pendant la fabrication et les essayages. Il exprime ses désirs auprès du styliste et décide de porter sa création. Il est donc le premier à reconnaître ce vêtement. Dans un second temps, l'évènement au cours duquel est porté l'habit ainsi que les avis émis, réitèrent cette légitimation. Le mariage est bien une occasion pour le peuple de légitimer le travail des stylistes. Ces stylistes sont créatifs et leurs vêtements plaisent, c'est la raison pour laquelle ils sont si nombreux à travailler dans le centre des villes. D'une année à l'autre, les mêmes stylistes sont toujours là, même s'il arrive que certains changent d'ateliers et donc de lieu de travail. Leur place n'est plus à prouver, ils sont eux aussi membres du système. Le réseau de l'ombre est implanté dans la vie urbaine, il n'est pas invisible mais parallèle au premier réseau. Dans cette idée, Marie Amy Mbow écrit dans un article publié dans la revue *Africa e Mediterraneo* :

« À en juger par l'expansion des panneaux de tailleurs dans les marchés et aux coins des rues dans les diverses capitales africaines, la vitalité de la fabrication textile locale, et la richesse et fréquente modernisation des vêtements portés par les jeunes gens tendance de Dakar, Abidjan, Lomé ou Libreville, il ne peut y avoir de doute sur le fait que la mode a beaucoup de facettes différentes »⁵³² [Notre traduction].

Elle ajoute :

« ... il est clair que la vraie mode - la mode des rues - est en fait créée par les tailleurs locaux ou les couturiers aux coins des rues, et par les jeunes Africains à la mode eux-mêmes, puisqu'ils sont très peu à pouvoir se permettre de porter des vêtements de créateurs de mode africains connus (*fashion designers*)⁵³³ [Notre traduction].

Tous ces professionnels de la mode peuvent en fait être considérés comme de véritables « créateurs » de mode. Ils créent des vêtements dont les formes véhiculent des tendances de modes vestimentaires.

2. Des standards de beauté dans lesquels les femmes se reconnaissent.

a. L'impact visuel de la télévision et des magazines.

Les caractéristiques vestimentaires d'Afrique occidentale et centrale abordées précédemment, sont introduites en Afrique du Sud par les stylistes immigrés. Elles sont également diffusées par les magazines et par les films et sitcoms nigériens très populaires sur tout le continent. Ces modes de diffusion exercent une influence certaine sur les goûts vestimentaires des clients sud-africains. Selon un article du magazine

⁵³² Marie-Amy Mbow, « Dandyism in Africa », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna: Edizioni Lai Momo, Aprile 2010, p 70: « Judging by the spread of tailors' signs in markets and on street corners in the various African capitals the vitality of local textile manufacturing, and the richness and frequent modernisation of the clothes worn by fashionable young people in Dakar, Abidjan, Lomé or Libreville, there can be no doubt that fashion has many different facets ».

⁵³³ Marie-Amy Mbow, « Dandyism in Africa », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, 69-70, Bologna: Edizioni Lai Momo, Aprile 2010, p 70: « ... It is clear that true fashion – the fashion of the streets – is in fact created by local tailors or street-corner dressmakers, and by fashionable young African themselves, as there are very few who can afford to wear African designer clothes ».

*Arise*⁵³⁴ datant de juin 2009 qui traite du développement de Nollywood (au Nigéria) depuis plus d'une dizaine d'années, cette industrie représenterait la troisième plus grande industrie du film vidéo après Hollywood et Bollywood⁵³⁵. Dialika Krahe, quant à elle, annonce, dans son article du 24 avril 2010 publié en ligne sur le site du journal *Der Spiegel*, que Nollywood est passé devant Hollywood et se positionne en seconde position après Bollywood sur la base du nombre de films produits⁵³⁶. Cette industrie du film africain touche un large public à travers l'Afrique et sur d'autres continents : Caribéens, Indiens, Britanniques en sont aussi les spectateurs⁵³⁷. Ce sont des films « à propos de la famille, de l'amour et de l'honneur, à propos du sida, de la prostitution et du pétrole, et à propos de fantômes et cannibales. En d'autres mots des films sur l'Afrique »⁵³⁸ [Notre traduction]. Ils offrent une vitrine de l'Afrique et ses modes de vie, notamment du domaine vestimentaire africain par la diffusion de certains styles en provenance d'Afrique de l'ouest. Sarah Bentley écrit « les films sont une fenêtre ouverte sur l'Afrique réelle »⁵³⁹ [Notre traduction]. Les détracteurs de ces films, tel le dramaturge Femi Osofisan, contesteraient l'utilisation du mot « réelle », car les thèmes récurrents (violence, sorcellerie, meurtre, enrichissement personnel) sont caricaturaux et ne représentent pas vraiment l'Afrique. Les films mettent en scène « des meurtres grotesques, des chants cacophoniques et des incantations bizarres »⁵⁴⁰ rappelait Femi Osofisan. Malgré un contenu discutable, les Africains anglophones, dont une partie des Noirs sud-africains, raffolent de ces films (télévisés et vidéo). Les actrices y arborent des ensembles de tissus *wax* et de dentelle. Les propos d'une actrice sur un plateau de Nollywood sont très significatifs de l'importance de leur rôle en tant qu'icônes de mode :

⁵³⁴ Le nom complet du magazine est *ARISE Africa's Global Style and Culture Magazine From THISDAY*. Il a été créé en 2008-2009 par le Nigérian Nduka Obaigbena. Ce magazine met en avant la mode, les cultures, la musique et la politique africaines.

⁵³⁵ Sarah Bentley, « Nollywood Dreaming », *Arise Magazine*, issue 1, p 177.

⁵³⁶ Dialika Krahe, Nigeria's Silver Screen. Nollywood's Film Industry Second only to Bollywood in Scale p1/3, traduit de l'allemand par Christopher Sultan [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: *Der Spiegel Online International*, <http://www.spiegel.de/international/world>

⁵³⁷ Sarah Bentley, « Nollywood Dreaming », *Arise Magazine*, issue 1, p 178.

⁵³⁸ Dialika Krahe, Nigeria's Silver Screen. Nollywood's Film Industry Second only to Bollywood in Scale p1/3, traduit de l'allemand par Christopher Sultan [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: *Der Spiegel Online International*, <http://www.spiegel.de/international/world>: « ... films about family, love and honor, about AIDS, prostitution and oil, and about ghosts and cannibals. In other words, films about Africa. »

⁵³⁹ Sarah Bentley, « Nollywood Dreaming », *Arise Magazine*, issue 1, p 178: « The films are windows into the real Africa ».

⁵⁴⁰ Olivier Barlet, Nigéria, La vidéo rêve d'Oscars [en ligne] (page consultée le 14/12/2012). Disponible sur: www.africultures.com

« Apporter ton propre costume est la seule façon de garantir que tu porteras la dernière mode [...] pour nos fans nous ne sommes pas seulement des actrices, mais des icônes de mode. Nous devons être belles pour eux »⁵⁴¹ [Notre traduction].

Le rôle joué par ce cinéma est donc très important, il a une influence évidente sur une partie de la population sud-africaine qui regarde ces séries grâce au satellite. Les vêtements portés par les acteurs ouest-africains ont tendance à inspirer les téléspectateurs et de ce fait transformer leurs goûts vestimentaires. La diffusion d'images entraîne la propagation de styles vestimentaires vus par de nombreux Sud-Africains, et que les stylistes immigrés africains connaissent et réutilisent. La télévision, ne diffuse pas d'informations sur les stylistes de l'ombre, mais par les feuilletons ouest-africains elle véhicule une culture vestimentaire africaine qui correspond à celle que les stylistes proposent. De façon indirecte, elle promeut donc des formes vestimentaires retrouvées, de façon transformée, dans la mode de l'ombre. La reconnaissance des stylistes de l'ombre et de la mode qu'ils proposent en Afrique du Sud se concrétise dans la parole et la pratique des consommateurs mais pas seulement. Une reconnaissance « corporelle » s'opère à travers le port de vêtements qui répond à des critères physiques réalistes.

b. La mode de l'ombre et le corps.

Les films nigériens et leurs acteurs ont un impact fort sur leur public. Ils véhiculent des standards de beauté féminins qui correspondent à une réalité africaine et mondiale : « les courbes sont célébrées »⁵⁴² [Notre traduction]. Les corps des hommes et des femmes sont le support des métamorphoses vestimentaires créées par les stylistes. Le vêtement met en lumière les corps des porteurs ainsi que leur rapport au corps. Les représentations et les perceptions du corps ne sont pas les mêmes en fonction des sociétés, des cultures. Il « est une réalité changeante d'une société à une autre »⁵⁴³. Aussi, différentes perceptions du corps existent dans une même société. Dans la société

⁵⁴¹ Sarah Bentley, « Nollywood Dreaming », *Arise Magazine*, issue 1, p 177: « Bringing your own costumes is the only way to guarantee you'll be wearing the latest fashions. » [...] « To our fans we're not just actors, but fashion icons. We have to look good for them. »

⁵⁴² Sarah Bentley, « Nollywood Dreaming », *Arise Magazine*, issue 1, p 179: « Curves are celebrated ... »

⁵⁴³ David Le Breton, *La sociologie du corps*, Paris : PUF, 2010, p 31.

sud-africaine en particulier, qui mêle des populations de diverses origines (européennes, indiennes, ouest-africaines, est-africaines), différents types de corps et de rapport à ce corps coexistent. Les individus communiquent en permanence avec autrui à travers leur corps, l'« instrument le plus naturel de l'homme »⁵⁴⁴. David Le Breton écrit : « Émetteur ou récepteur, le corps produit continuellement du sens, il insère ainsi activement l'homme à l'intérieur d'un espace social et culturellement donné »⁵⁴⁵. Cet espace social, lorsqu'il est urbain et cosmopolite, est souvent traversé par de multiples cultures. Le corps produit alors des sens, produit une polysémie. Alors que la mode officielle propose en grande partie des vêtements présentés et adressés à des corps sveltes, voire filiformes, la mode de l'ombre propose des vêtements plus amples, des matières plus couvrantes, plus adaptées à la réalité sociale sud-africaine. Dès lors nous sommes en droit de nous demander : quelle est la nature de la clientèle de la mode de l'ombre ?

Les stylistes de l'ombre des groupes 3 et 4 ne visent pas le modèle occidental. La forme des vêtements convient à certaines formes de corps. Les longues robes évasées à partir de la taille, les pagnes noués à la taille, les tuniques, les manches amples ou bouffantes sont confortables et seyantes pour des corps tout en rondeurs. Les stylistes de l'ombre créent des vêtements pour des personnes plantureuses, parfois obèses. Dans cette création vestimentaire l'obésité ne pose pas de problème, elle est admise. D'après le journal *The Economist*, malgré une grande pauvreté, (40% des 50 millions d'habitants Sud-Africains vivent avec seulement 2 dollars par jour), l'Afrique du Sud figure parmi les pays qui compte le plus d'obèses au monde⁵⁴⁶.

« Comme dans les pays riches, les kilos accumulés en Afrique du Sud sont le résultat d'une urbanisation rapide, d'un travail qui nécessite moins d'efforts physiques, de la propagation de la télévision, et d'un changement de régime alimentaire avec l'apparition d'aliments transformés riches en graisses et en sucre »⁵⁴⁷.

⁵⁴⁴ Marcel Mauss, « Les techniques du corps », *Journal de Psychologie*, vol XXXII, n° 3-4, 15mars-15 avril 1936, p 10.

⁵⁴⁵ David Le Breton, *La sociologie du corps*, Paris : PUF, 2010, p 5.

⁵⁴⁶ Fat is bad but beautiful, South Africans need to become healthier [en ligne] (page consultée le 10/12/2012). Disponible sur: *The Economist*, www.economist.com

⁵⁴⁷ Fat is bad but beautiful, South Africans need to become healthier [en ligne] (page consultée le 10/12/2012). Disponible sur: *The Economist*, www.economist.com: « As in the richer world, South Africa's accumulating kilos are the result of rapid urbanisation, less physically demanding work, the spread of television, and a shift in diet from home-cooking to processed foods rich in fats and sugar. The

Selon une étude de l'*Imperial College de Londres*, les trois-quarts des Sud-Africaines sont en surpoids⁵⁴⁸. C'est une réalité qui concerne donc la majorité des femmes sud-africaines, dont bon nombre s'habille régulièrement chez les stylistes de l'ombre immigrés et sud-africains, et qui n'épargne pas non plus les hommes. Si cette donnée est considérée comme un problème de santé publique, elle est paradoxalement plutôt flatteuse au regard des standards de beauté de l'Afrique du Sud. Comme le journal le titre, en Afrique du Sud « être gros n'est pas bien mais c'est beau » [Notre traduction]. La rondeur est également signe de réussite. Au contraire la mode du réseau institutionnalisé prend appui sur le modèle culturel occidental où la minceur est valorisée. La minceur, la fermeté, et la jeunesse du corps sont même des obsessions qui ordonnent un diktat pour les hommes et femmes d'un grand nombre de sociétés occidentales. David le Breton le décrit de cette façon :

« Elles recourent sans état d'âme à la chirurgie esthétique, ou plutôt cosmétique, dont elles composent l'écrasante majorité de la clientèle, pour remodeler la forme de leur visage, leurs seins, leurs fesses, se débarrasser des graisses « superflues », remanier, ou lutter contre les traces du vieillissement »⁵⁴⁹.

À l'inverse des femmes occidentales, il semblerait que les Sud-africaines aient un rapport à leur corps moins complexé et de fait moins problématique. La rondeur et les formes épanouies des femmes imposantes sont plus appréciées que la minceur. De ce point de vue, la mode de l'ombre est la plus réaliste, la plus logique et pragmatique. Plus globalement, la façon de se mouvoir révèle un rapport au corps différent qu'en Europe. L'attitude corporelle est plus libérée, plus expressive. Les Sud-Africains aiment chanter et danser dans la vie quotidienne, dans la rue, aux abords d'une boutique de disques, d'un café, d'un arrêt de bus. Les manifestations donnent toujours lieu à des chants et des danses collectives. Là où certains seraient gênés de danser, les Sud-Africains le font avec aisance. Les personnes de tout âge s'assoient fréquemment sur les trottoirs pour discuter, ils rient beaucoup et avec force. Ces propos anecdotiques permettent de révéler une relation au corps assumée, où on accepte son corps car il est beau et parce qu'on s'y sent bien. Dans un tel contexte, les stylistes de l'ombre suivent

country's fast-food industry is booming. But whereas most Westerners seek to be thin, many black Africans still admire bulk in men and big contours in women. President Zuma's four wives are all chubby ».

⁵⁴⁸ Fat is bad but beautiful, South Africans need to become healthier [en ligne] (page consultée le 10/12/2012). Disponible sur : *The Economist*, www.economist.com

⁵⁴⁹ David Le Breton, *La sociologie du corps*, Paris : PUF, 2010, p 108.

de près l'évolution des corps. Les femmes et les hommes se reconnaissent dans les vêtements de la mode de l'ombre car ils y voient des formes adaptées à leur morphologie et reconnaissent ainsi les stylistes qui les créent. En accompagnant cette évolution physique de la société, répondant à un besoin de la vie quotidienne, ils forment une vraie force dans la « lutte » entre les deux réseaux.

II. La relation du réseau de l'ombre avec le réseau institutionnalisé.

A. Relations des stylistes de l'ombre avec les stylistes médiatisés.

1. Lutte silencieuse.

L'analyse se focalise ici sur les relations entre les stylistes immigrés africains (groupe 3 et 4) et les stylistes du réseau de la mode institutionnalisé (groupe 1 et 2). Dans le champ global de la mode, se profile une lutte entre ces deux types de créateurs de mode qui représentent, ensemble, les différentes facettes de la mode en Afrique du Sud. L'utilisation spécifique du terme « champ » plutôt que celui de « système » dans cette sous-partie est intentionnelle, il s'agit de se servir du concept du sociologue Pierre Bourdieu pour décrire une tension, un rapport de force sous-jacent à ces deux réseaux en grande partie hermétiques l'un à l'autre. Selon le sociologue, « dans tout champ on trouvera une lutte [...] entre le nouvel entrant qui essaie de faire sauter les verrous du droit d'entrée et le dominant qui essaie de défendre le monopole et d'exclure la concurrence »⁵⁵⁰. Dans le champ de la mode sud-africaine, composé d'un double réseau, les stylistes immigrés africains de l'ombre représentent les nouveaux entrants qui apportent des nouveautés formelles. Les stylistes du réseau institutionnalisé, eux, se posent en dominants, détenant le monopole de la définition de la mode véhiculée à travers les médias, et excluant explicitement tout acteur remettant en cause les normes

⁵⁵⁰ Pierre Bourdieu, « Quelques propriétés des champs » in : *Questions de sociologie*, Paris : Les Editions de minuit, 1984/2002, p 113.

établies par leur organisation. Les créateurs de mode connus sont effectivement la figure forte du champ puisqu'ils ont le « monopole » de la mode donnée comme référence, privilège conféré par le réseau même auquel ils appartiennent selon un processus de consécration décrit dans le deuxième chapitre. Néanmoins, les stylistes de l'ombre dérangent. Les entretiens montrent que les créateurs de mode connus comme Gavin Rajah et Marianne Fassler, ne les estiment pas à l'aune de leur talent car ils sont souvent considérés comme de « simples » couturiers ou des tailleurs faisant des vêtements traditionnels et non de la mode, et des copieurs. Dans la volonté de se distinguer, les stylistes connus reprochent à une grande partie des stylistes de l'ombre de faire des vêtements trop « traditionnels » et de copier les vêtements qu'ils repèrent dans les magazines⁵⁵¹. Cette remarque n'est pas fondée. De fait la création découle d'inspiration, elle ne peut naître de rien. Même lorsque un artiste souhaite faire table rase du passé, s'y opposer est une manière d'y faire référence et d'entretenir un lien avec l'histoire artistique. Les stylistes ont tous un lien avec des formes existantes passées et présentes, avec leur histoire, leur patrimoine culturel et plus précisément vestimentaire. Les créateurs de mode établissent une distinction primordiale entre eux, qui auraient la capacité créative, et les autres qui seraient des exécutants. Les rencontres avec les stylistes à majorité immigrée ont pourtant montré que la possession de bases techniques solides leur donne la capacité de tout faire, de l'idée d'un vêtement à sa réalisation dans les moindres finitions. Les Congolais interrogés n'hésitent pas à vanter leurs qualités professionnelles, leurs connaissances des matières et des couleurs. Contrairement aux stylistes de l'ombre qui maîtrisent le savoir-faire de la couture, les créateurs de mode officiels s'appuient sur une équipe qui donne forme à leurs idées. Ils dessinent les vêtements et font appel à différents professionnels pour leur réalisation technique, c'est la raison pour laquelle ils accordent parfois moins de temps à la maîtrise du savoir-faire de la couture. Bien que les formations des stylistes immigrés et des créateurs de mode sud-africains soient très différentes, les uns majoritairement formés auprès de maîtres tailleurs et les autres au sein d'écoles, ils semblent acquérir le même savoir. Ils paraissent tous avoir acquis les mêmes bases : les matières, les techniques de couture, l'entreprise. La différence réside dans l'exploitation des domaines de savoir. Les stylistes immigrés mettent l'accent sur le domaine technique, la qualité et les finitions de la couture, alors que les créateurs connus emploient des couturiers pour parfaire leurs

⁵⁵¹ C'est le cas de Gavin Rajah et Marianne Fassler qui formulent tous deux ce reproche.

vêtements et donnent de l'importance à l'aspect conceptuel des choses. Quel que soit leur place dans le champ, ils font tous partie du système de la mode. La dichotomie « *dressmaker* » / « *fashion designer* », mise en œuvre par les stylistes officiels, qui diviserait les stylistes de la ville en deux groupes : de « vrais » créateurs de mode contre les « autres », a peu de sens au vu de la réalité du terrain. Les stylistes officiels se servent également d'une définition stéréotypée et péjorative du terme « traditionnel », en opposant le concept de mode aux vêtements dits « traditionnels » de leurs concurrents. L'usage péjoratif d'un certain vocabulaire, plus largement le langage, constitue un moyen d'imposer, d'influencer les perceptions, les jugements portés sur un groupe de personnes. Ce langage peut véhiculer un certain pouvoir s'il est écouté et relayé. Dans le souci permanent de distinction dont font preuve certains groupes élitistes dans une société, le langage utilisé joue un grand rôle. De cette façon, les créateurs de mode connus établissent une barrière entre eux et les autres qui seraient hors du système. Leurs considérations envers les stylistes de l'ombre sont empreintes de condescendance ce qui nous amène à penser que la transformation du champ apportée par la présence et l'action des stylistes de l'ombre menacerait leur stabilité et leur position supérieure. Ils sont donc « inclinés à des stratégies de conservation »⁵⁵². En niant la créativité des stylistes de l'ombre des groupes 3 et 4, ils cherchent à renforcer leur position dans un champ en transformation. Autrement dit, pour préserver leur position, pour continuer à la légitimer et ne pas se sentir menacés, il est dans leur intérêt de faire perdurer l'idée selon laquelle tout ce qui se trouve en dehors de leur réseau de création ne fait pas partie du champ de la mode. L'apparition des stylistes de l'ombre, notamment les immigrés africains, semble poser problème au réseau institutionnalisé car en produisant des types de vêtements différents dans un réseau parallèle, ils affirment l'existence d'un autre visage de la mode. Ils opèrent des changements dans les formes vestimentaires proposées à une large clientèle sud-africaine, et de ce fait proposent une mode plurielle. La mode ne serait donc plus uniquement celle montrée par les médias, elle serait bien plus large. Détenir le « monopole », l'autorité sur ce que doit être la mode est un véritable enjeu qui consiste à créer des tendances, des styles de vêtements qui plaisent, à créer des goûts tout en s'accordant aux goûts existants. C'est particulièrement dans ce domaine que les stylistes immigrés semblent exceller car ils s'attachent à créer des vêtements adaptés au mode de vie, au coût de la vie et aux corps

⁵⁵² Pierre Bourdieu, « Quelques propriétés des champs » in : *Questions de sociologie*, Paris : Les Éditions de Minuit, 1984/2002, p 115.

des clients, alors que la mode de l'ombre oblige les clients à s'adapter aux formes vestimentaires, notamment physiquement. Le vêtement, entendons-nous souvent, « tombe » parfaitement sur les corps des mannequins féminins aux longues silhouettes sveltes et des mannequins masculins grands et musclés qui font rêver les consommateurs. Les uns imposent de nouveaux goûts, les autres essaient de préserver des goûts qui dominent le champ. Cette transformation mettrait en danger le « monopole » que le réseau institutionnalisé détient sur le concept de mode. La structure du champ serait amenée à changer.

Les interactions et collaborations entre les deux réseaux sont presque inexistantes, elles ont lieu lorsque les stylistes « officiels » font appel au savoir-faire de la couture des stylistes de l'ombre. Loin d'être une collaboration, cela s'apparente à une relation à sens unique. Est-ce vraiment dans l'intérêt des créateurs de mode du réseau institutionnalisé de collaborer avec les stylistes de l'ombre ? Travailler de concert à un objectif commun paraît impossible dans un système si concurrentiel. Les stylistes immigrés, même s'ils se savent détenir un capital spécifique (couture, culture de la sape, « savoir s'habiller »), ne semblent pas avoir conscience de faire partie prenante d'une compétition avec la mode institutionnalisée. Si eux-mêmes se considèrent comme des « *fashion designers* », ils parlent des créateurs du réseau institutionnalisé comme des « *top designers* », les plaçant au sommet de la notoriété. Dans les entretiens les mêmes commentaires reviennent souvent pour ce qui concerne le manque de moyens financiers qui ne leur permet pas de développer pleinement leur créativité comme peuvent le faire les « *top designers* ». Ils sont à la tête de micros entreprises qui semblent rentables aux vues d'une demande qui ne tarit pas. Mais ils se sentent limités par le coût des tissus. Le manque de moyens financiers, selon les stylistes interrogés, est un frein à la créativité artistique car ils ne peuvent investir dans tous les tissus souhaités, telle que la soie. Ce manque est en même temps moteur de créativité, car ils doivent être inventifs avec la contrainte d'un choix limité de tissus. Christophe, un « couturier créateur » comme il se définit lui-même, explique d'abord qu'il « n'est pas intéressé par les semaines de la mode car on lui a dit qu'il n'est pas qualifié pour cela »⁵⁵³. Puis il évoque la condition de nationalité qui fait obstacle pour lui permettre de présenter des vêtements à la SAFW. L'inscription y est trop chère et il n'a pas de « sponsor ». Mais à la fin de la

⁵⁵³ Entretien avec Christophe Masamba, originaire de la RDC. Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg, 6^{ème} étage.

conversation, il déclare qu'il voudrait présenter son travail lors d'une semaine de la mode⁵⁵⁴. L'ambition d'atteindre le réseau médiatisé de la mode le porte, pourtant il se résigne face à des conditions qui lui paraissent trop compliquées. Ses propos reflètent un certain fatalisme. Le système est fait de telle manière que le réseau prédominant semble avoir une autonomie complète et se suffire à lui-même, ôtant toute motivation aux stylistes de l'ombre de l'intégrer, et se préservant ainsi d'un bouleversement, d'une révolution interne. Pourtant il est évident que le réseau officiel dépend largement du réseau de l'ombre. Il a matériellement besoin des stylistes de l'ombre, particulièrement immigrés, qui louent leurs services techniques de couture. La mode institutionnalisée existe grâce aux « petites mains » immigrées qui travaillent pour elle.

Cette citation de Pierre Bourdieu, résume les potentialités du réseau de l'ombre, et donc le pouvoir que les stylistes de l'ombre détiennent en réalité :

« ... c'est surtout lorsqu'il s'agit de comprendre les révolutions intellectuelles ou artistiques qu'il faut avoir à l'esprit que l'autonomie du champ est une autonomie partielle, qui n'exclut pas la dépendance : les révolutions spécifiques, qui bouleversent les rapports de force au sein d'un champ, ne sont possibles que dans la mesure où ceux qui importent de nouvelles dispositions et qui veulent imposer de nouvelles positions, trouvent par exemple un soutien hors du champ, dans les publics nouveaux dont ils expriment et produisent à la fois les demandes »⁵⁵⁵.

Cette lutte est décrite comme « silencieuse » car elle est à peine commencée. Les stylistes immigrés ont les moyens de renverser le rapport de force installé dans le système de la mode depuis une quinzaine d'années. Ils permettent d'opérer cette révolution, importateurs de nouveautés et de « nouvelles positions », soutenus par un large public, une large clientèle sud-africaine qui fait constamment appel à leur savoir-faire. Ils ont su répondre à leurs demandes et en susciter de nouvelles. La production vestimentaire réalisée en ville dans les petits ateliers a la même légitimité que ce qui provient du réseau officiel.

Cette lutte silencieuse est aussi politique et sociale car elle met en jeu une partie de la population qui n'est pas complètement intégrée, et qui préfère souvent vivre à l'abri des regards. La situation irrégulière de certains stylistes peut participer à les maintenir

⁵⁵⁴ Entretien avec Christophe Masamba, originaire de la RDC. Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg, 6^{ème} étage.

⁵⁵⁵ Pierre Bourdieu, « Mais qui a créé les créateurs ? » in *Questions de sociologie*, Paris : Les Éditions de Minuit, 1984/2002, p 211.

dans des comportements d'évitement de toute activité officielle, et d'éviter de se confronter aux institutions, dont l'institution de la mode. Ils craignent la xénophobie ambiante et tentent de s'en protéger. Dans une société où ils sont encore peu intégrés, il leur est difficile d'agir comme des perturbateurs bien qu'ils soient de vrais porteurs de changements. Ils occupent une place importante sur le marché local des vêtements. Les Sud-Africains doivent compter et composer avec ces nouveaux acteurs dont ils ont besoin. En contribuant à un changement profond des vêtements dits « traditionnels », les stylistes de l'ombre immigrés et sud-africains opèrent une révolution silencieuse du champ de la mode.

En rompant avec les conventions de la mode officielle, les stylistes de l'ombre sembleraient être devenus une force d'avant-garde, comme celle que décrit Thierry De Duve :

« Qu'ont fait les peintres, les écrivains, les musiciens, les artistes qu'on a appelés d'avant-garde, dans toutes les disciplines ? Ils ont cassé une à une les conventions. Ils ont brisé les règles techniques, ils ont transgressé les convenances du goût, ils ont progressivement détruit, déconstruit ou abandonné toutes les conventions de leur art »⁵⁵⁶.

- a. Les « petites mains » : quand les stylistes de l'ombre sous-traitent pour les grands noms de la mode sud-africaine.

Les vêtements produits dans le réseau officiel de la mode en Afrique du Sud sont le résultat d'une chaîne, d'un processus qui implique l'intervention de plusieurs acteurs extérieurs au réseau ne constituant pas un ensemble cohésif. Même si les créateurs de mode du réseau institutionnalisé travaillent tous avec une équipe de couturiers plus ou moins importante, ils ont l'habitude de travailler en plus avec des « petites mains » du réseau de l'ombre que l'on peut considérer comme des sous-traitants. Ces petites mains travaillent à leur compte auprès d'une clientèle diverse : des particuliers et des professionnels de la mode. Certains des stylistes immigrés interrogés (groupe 4) travaillent de façon ponctuelle pour des créateurs de mode connus. Ils sont ainsi chargés d'une commande pour le compte d'une maison de couture. Cependant, cette location d'un service de nature professionnelle n'est pas une véritable sous-traitance puisqu'elle

⁵⁵⁶ Thierry De Duve, « Cinq réflexions sur le jugement esthétique », *Revista porto arte : Porto alegre*, Vol n° 16, n° 27, Novembre 2009, p 223.

ne se réalise pas sous forme d'une opération contractuelle officielle. Le créateur de mode connu (donneur d'ordre) confie à un autre entrepreneur (le styliste immigré), le soin de réaliser pour son compte et selon ses directives, tout ou partie d'un travail : coudre des vêtements à partir de patrons fournis au préalable⁵⁵⁷. Dans ce processus de production qui est en partie « externalisé », la fabrication de certains vêtements d'une collection se faisant en dehors des murs de l'atelier de la maison de couture, la réalisation du vêtement ne se fait pas au sein de l'équipe officielle du créateur de mode. Une fois le vêtement dessiné et les patrons exécutés par son « patronniste », il fait parfois appel à un technicien extérieur à son équipe. Il apporte ses patrons à un styliste immigré du réseau de l'ombre, précautionneusement choisi pour son capital technique (couture et/ou broderie). Une partie des stylistes de l'ombre est donc régulièrement employée à effectuer des tâches pour des créateurs de mode connus. Elles consistent à coudre des vêtements à partir de patrons donnés ou à exécuter un travail de broderie, souvent dans l'urgence pour terminer une collection, à l'approche d'une semaine de la mode. Ils travaillent régulièrement de façon non déclarée pour des maisons de couture. Il ne s'agit pas d'une relation assumée de la part des stylistes connus du réseau institutionnalisé. Au lieu de contrats écrits, ils fonctionnent par accords tacites. Cette main d'œuvre représente une composante de la force de travail des créateurs du monde officiel de la mode. Ils sont indispensables au fonctionnement du réseau officiel.

Les entretiens avec les stylistes du réseau officiel, avec les stylistes du réseau de l'ombre, et les discussions avec des clients, ont révélé que Congolais et Malawites sont préférés pour leur technicité, leur sérieux et leur fiabilité, parmi tous les stylistes. Les stylistes médiatisés entretiennent une relation préférentielle avec ces stylistes immigrés en particulier.

La présentation ici des cas de quatre stylistes congolais répond d'un choix, car très peu de Malawites ont été rencontrés.

⁵⁵⁷ Selon la définition du terme sous-traitance du dictionnaire Le Petit Robert de la langue française.

b. Cas de quatre stylistes congolais (RDC).

1) Christophe Masamba⁵⁵⁸.

Originaire de la République Démocratique du Congo, il est arrivé en Afrique du Sud en 2004. Il se définit comme un « artiste couturier »⁵⁵⁹. Il a commencé à coudre car il avait besoin d'un pantalon : il a donc décousu un de ses pantalons pour comprendre comment il était conçu. Il a ensuite « calqué » le pantalon d'origine en posant le tissu par-dessus et en découpant les contours. « Le plus dur », raconte-t-il « a été la fermeture »⁵⁶⁰. Cette anecdote montre avec force la capacité d'inventivité de cette personne, atout qui lui servit certainement par la suite dans son installation en Afrique du Sud. Il a aussi hérité un certain savoir-faire de sa mère qui était elle-même modéliste. Il n'a pas de formation académique mais il a travaillé pendant des années aux côtés d'un couturier nommé Papius qui lui a tout enseigné. Il explique qu'à ses débuts, Papius faisait les découpes, et lui, ne faisait qu'assembler et coudre les pièces. Il lui demandait comment il faisait, lui posait toutes sortes de questions sur la couture. Papius a été un véritable maître-formateur. Plus tard, ce dernier est parti aux Etats-Unis d'où il n'est jamais revenu, et Christophe a eu la responsabilité de reprendre l'atelier avec deux autres femmes. Ce type de styliste a une formation solide de plusieurs années d'expérience dans le domaine de la création vestimentaire et de la gestion d'une petite entreprise. Il a un important capital culturel et technique, c'est-à-dire un savoir-faire hérité de sa longue formation pratique auprès d'un maître-tailleur, et de son expérience de la gestion autonome d'un atelier. Ce capital se résume par une technique parfaite de la couture et un esprit entreprenant.

Dans son processus créatif, il combine ses idées avec celle du client. Il se renseigne sur ses goûts, dessine des croquis pour être sûr de ses souhaits. Il conseille sur la forme du vêtement, sur les couleurs en fonction du teint de la personne. Il crée toutes sortes de vêtements : des habits dits traditionnels, des robes de soirée, des costumes pour homme et pour femme. Il utilise donc une large gamme de tissus : des tissus « africains »

⁵⁵⁸ Entretien avec Christophe Masamba, originaire de la RDC. Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg, 6^{ème} étage.

⁵⁵⁹ Entretien avec Christophe Masamba, originaire de la RDC. Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg, 6^{ème} étage.

⁵⁶⁰ Entretien avec Christophe Masamba, originaire de la RDC. Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg, 6^{ème} étage.

comme le *shweshwe*, le *wax*, le *basin*, que les Sud-Africains aiment beaucoup, mais aussi du coton, du lin, du polyester, de la soie⁵⁶¹. La plupart de ses clients sont des Sud-Africains, ils ne comptent que peu de Congolais. Comme nombre d'autres stylistes congolais, il a su se faire une place reconnue par les consommateurs sud-africains au sein de ce milieu de micros entreprises qui foisonnent de petits ateliers composés de deux à trois personnes.

Pour se fournir en tissus africains tels que le *basin* ou même les tissus *wax*, ils font affaire avec d'autres immigrés (Sénégalais, Maliens, Ghanéens, Ivoiriens) ; ainsi c'est un réseau organisé et solidaire. Denis Kadima écrivait déjà avec certitude en 1999 qu'un « grand nombre d'interactions intervient entre Congolais et membres des autres communautés africaines immigrées »⁵⁶². Ils importent des tissus d'Afrique centrale mais aussi d'Afrique de l'ouest car « il existe pour ces produits un marché relativement plus large, en particulier au sein des communautés noires sud-africaines »⁵⁶³. Il faut reconnaître que durant les entretiens, de nombreux stylistes immigrés ont parlé du goût de plus en plus prononcé de leur clientèle sud-africaine pour les nouveaux tissus qu'ils importent d'Afrique occidentale et centrale.

Concernant la commercialisation de ses créations, Christophe avait l'habitude d'attendre ses clients pour faire un vêtement à la demande. Sa stratégie commerciale a évolué avec le temps. Aujourd'hui, il cherche des tissus, crée une sorte de petite collection de costumes, et contacte ses clients pour leur proposer la présentation de ses créations⁵⁶⁴. Il a aussi su se faire connaître auprès de créateurs de mode connus qui font appel à lui pour la confection de costumes pour homme et pour femme. Il lui a fallu démarcher quantité de boutiques de créateurs de mode, avec quelques-uns de ses vêtements sous le bras, pour attirer leur attention. Il a su les convaincre de son savoir-faire en réalisant à la perfection un costume qui lui avait été commandé. Ces démarches commerciales et créatives prouvent sa capacité entrepreneuriale.

⁵⁶¹ Il est probable que s'il utilise de la soie (tissu cher) c'est que le ou la cliente la lui a fournie directement.

⁵⁶² Denis Kadima, « Motivations à l'émigration et activités économiques des immigrés congolais (RDC) en Afrique du Sud » in *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, dirigé par Antoine Bouillon, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 115.

⁵⁶³ Denis Kadima, « Motivations à l'émigration ... », p 115.

⁵⁶⁴ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, 6^{ème} étage.

2) Séraphin Kolongui⁵⁶⁵.

Ce styliste est arrivé en Afrique du Sud en 2004 car la situation était difficile en République Démocratique du Congo. Il voulait bénéficier de plus d'opportunités professionnelles et de meilleures conditions de vie, comme le déclarent tous les autres Congolais interrogés. Il a étudié les mathématiques-physiques pendant deux ans à l'université, cependant il a commencé sa vie professionnelle en tant que styliste. Il a hérité son capital culturel à la fois de sa famille et de ses pairs, car il a appris à coudre avec sa mère à la maison et il a aussi côtoyé de nombreux couturiers⁵⁶⁶. Quand il est arrivé à Johannesburg, il a également participé à une formation en broderie à Hillbrow. En arrivant dans ce pays étranger, Séraphin avait donc la volonté d'acquérir encore plus de savoir-faire, de se perfectionner, bien déterminé à y réussir dans « la seule chose qu'il sait faire »⁵⁶⁷ : la couture. Cela fait maintenant plus de 15 ans qu'il coud, il déclare : « c'est un plaisir, une passion »⁵⁶⁸. Ces immigrants ont vécu la guerre civile en RDC depuis 1997 et ont connu de grandes difficultés avant d'atteindre ce pays comme terre d'asile. Aussi sont-ils animés par une grande détermination et une immense volonté de réussir. Séraphin travaille sans relâche. Il confie lors d'une discussion en fin de journée qu'il ne rentrerait pas chez lui ce soir-là, il travaillerait toute la nuit et dormirait dans son atelier à même le sol⁵⁶⁹. Dans son ambition de faire prospérer son affaire, il a eu l'idée de créer des chemises aux motifs et couleurs du drapeau sud-africain, qu'il a vendues pendant la coupe du monde de football 2010. Ces stylistes cherchent toujours à innover pour mieux se démarquer et ainsi mieux vendre. Ils tentent de mettre des choses en place, parfois l'initiative échoue, d'autres fois elle rencontre le succès, mais quelle que soit l'issue, tous les stylistes congolais rencontrés, se sont positionnés dans cette dynamique optimiste et volontariste.

⁵⁶⁵ Entretien avec Séraphin Kilongui, Jeudi 14 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg.

⁵⁶⁶ Entretien avec Séraphin Kilongui, Jeudi 14 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg.

⁵⁶⁷ Entretien avec Séraphin Kilongui, Jeudi 14 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg.

⁵⁶⁸ Entretien avec Séraphin Kilongui, Jeudi 14 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg.

⁵⁶⁹ Entretien avec Séraphin Kilongui, Jeudi 14 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg.

Séraphin se concentre sur la couture homme de style européen : chemises, gilets, pantalons, vestes, pour ne pas se « borner aux vêtements traditionnels africains »⁵⁷⁰. Il s'inspire de l'Afrique, de l'Europe, allie les deux tendances. Il regarde aussi les magazines et les défilés de mode, expliquant qu'« il y a une recherche »⁵⁷¹ dans son travail. Très apprécié pour ses ensembles vestes/pantalons, des clients lui demandent parfois de coudre une étiquette *Dolce Gabana* sur le vêtement, ce qu'il refuse car « ce serait de la contrefaçon ». Séraphin semble avoir une grande technicité pour la réalisation de costumes, habileté pour laquelle il est souvent sollicité par un créateur de mode sud-africain très connu nommé Thula Sindi.

3) Marc.

Marc est arrivé en Afrique du Sud en 2003, date à laquelle la couture est devenue son vrai métier. Son talent s'est développé dans l'enceinte familiale quand en 1989 son père a rapporté de Belgique une machine à coudre pour sa mère. Il s'est alors découvert une passion pour la couture en reprenant les vieux vêtements pour les transformer. Après le lycée en 1995, il s'est octroyé 3 mois durant lesquels il a « étudié la coupe avec un couturier » Mono, qui veut dire « oncle ». Il a étudié les statistiques pendant trois ans à l'université, terminant ses études en 2001. Durant ces années-là, il a toujours continué à coudre des vêtements pour le plaisir, pour un groupe restreint de personnes. C'est en 2003 qu'il a décidé de venir en Afrique du Sud.

Il est important de remarquer que ces stylistes francophones utilisent le terme de « couturier », qu'il faut entendre au sens large français, de « couturier et créateur » à la fois. Selon Marc « la couture congolaise est différente de la couture sud-africaine »⁵⁷². Il a dû apprendre les nouvelles notions de la couture sud-africaine, dans le choix des tissus et les différents styles sud-africains dits traditionnels. Au travers de sa création, il souhaite répondre à la demande du marché, s'adapter d'abord à ses clients, avec le souci primordial de beauté du vêtement qui correspond selon lui à la savante combinaison des

⁵⁷⁰ Entretien avec Séraphin Kilongui, Jeudi 14 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg.

⁵⁷¹ Entretien avec Séraphin Kilongui, Jeudi 14 octobre 2010, *London House*, 21 *loveday street*, Johannesburg.

⁵⁷² Entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques, le vendredi 7 août 2009. *London House*, 21 *loveday street*, salle 57, Johannesburg.

couleurs et des finitions parfaites⁵⁷³. Le style est aussi une notion essentielle à ses yeux : « Chaque couturier a sa préférence, son style. Le style c'est une façon de s'habiller, les couleurs, le choix des tissus, la finition »⁵⁷⁴. Il ne fait aucun doute que l'assurance en terme de style, dont font preuve les stylistes congolais, provient d'un capital culturel fortement imprégné de la culture de la sape congolaise.

4) Jacques⁵⁷⁵.

Jacques, également originaire du Congo Kinshasa, a étudié le modélisme à l'université. Il est arrivé en Afrique du Sud en 2004 avec le statut de réfugié. Il travaille dans le même atelier que Marc, en tant qu'associé. Il estime pouvoir gagner plus facilement de l'argent dans ce pays, et pratiquer son deuxième métier, celui de musicien. Les Congolais sont connus pour leur musique, en particulier la rumba congolaise qui s'est développée dans les années 1940-50 et 1970. Ils ont une culture dont ils sont très fiers et ils n'hésitent pas à la mettre en avant. Selon lui, « l'Afrique du Sud commence à découvrir la couture, les Sud-Africains ne sont pas des sapeurs, ils aiment plus la griffe que le style, peu connaissent la valeur de la couture sur mesure »⁵⁷⁶. Quand il parle de la façon de s'habiller des Sud-Africains, Jacques déplore leur style complètement occidentalisé, et le port de vêtements dits traditionnels uniquement réservé à des occasions. Il explique qu'en Afrique de l'ouest ou centrale, ils ont gardé leur style africain au quotidien. Pour aller travailler les hommes portent des boubous et les femmes des pagnes⁵⁷⁷.

Il a travaillé pendant un temps au sein d'une maison de couture très réputée en Afrique du Sud : *Black Coffee*.

⁵⁷³ Entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques, le vendredi 7 août 2009. *London House, 21 loveday street, salle 57, Johannesburg.*

⁵⁷⁴ Entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques, le vendredi 7 août 2009. *London House, 21 loveday street, salle 57, Johannesburg.*

⁵⁷⁵ Entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques, le vendredi 7 août 2009. *London House, 21 loveday street, salle 57, Johannesburg.*

⁵⁷⁶ Entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques, le vendredi 7 août 2009. *London House, 21 loveday street, salle 57, Johannesburg.*

⁵⁷⁷ Entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques, le vendredi 7 août 2009. *London House, 21 loveday street, salle 57, Johannesburg.*

Ces stylistes congolais contribuent tous à la mode officielle en travaillant occasionnellement pour des créateurs de mode connus. Les stylistes connus eux-mêmes, affirment sans hésitation que ce sont de très bons couturiers, réputés comme détenteurs d'une excellente technique de la couture. Pourquoi sont-ils préférés à d'autres stylistes ?

2. Relation préférentielle.

Dans le cadre de notre recherche, certains immigrés, notamment les Congolais, les Nigériens, les Malawites, se démarquent du reste de la population par leurs capacités entrepreneuriales dans le domaine du commerce. Il est indispensable de comprendre ce phénomène à la lumière du contexte socio-historique dans lequel il se déroule. Antoine Bouillon, dans son étude sur les migrants africains francophones, particulièrement les Congolais (RDC), écrit « En dehors du petit commerce, les immigrés en situation précaire recourent à tout un ensemble d'activités informelles, petit jobs occasionnels, emplois au noir et entreprises artisanales diverses »⁵⁷⁸. Parmi ces entreprises « informelles », il cite les ateliers de couture, de broderie, tenus par ces immigrés. Il constate donc une « prédominance des activités commerciales »⁵⁷⁹ au sens large, au sein des communautés africaines immigrées francophones de Johannesburg. De fait, le domaine commercial semble le plus facile à intégrer et il est possible de gagner rapidement quelques sommes d'argent permettant aux étrangers de vivre modestement et de rembourser l'argent qui a éventuellement été prêté. Leurs compétences dans ce domaine s'expliquent logiquement par la nécessité de gagner de l'argent. La place des Congolais dans ce système doit être interprétée à la lumière du contexte socio-historique qui ne leur donne pas d'autre choix que celui de réussir. L'immigration congolaise a souvent été motivée par des contraintes spécifiques à leur pays d'origine (guerre, situation socio-économique difficile). Les stylistes congolais, comme beaucoup d'immigrés d'autres cultures, considèrent plus important de se sacrifier pour un futur meilleur dans l'intérêt de leur famille et eux-mêmes. Ils quittent leur pays principalement pour mieux gagner leur vie et ainsi mieux vivre dans un endroit où la xénophobie envers les immigrés africains prend pourtant beaucoup d'ampleur. Ils

⁵⁷⁸ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 63.

⁵⁷⁹ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, ...*, p 63.

doivent donc s'adapter du mieux possible, l'intégration passant par la réussite sociale. Avec le temps, les Congolais en Afrique du Sud ont participé à un tel développement du négoce « informel », qu'il est possible de dire en 2012 qu'ils contrôlent « le gros du commerce » dans des zones de Johannesburg, comme le prédisait le géographe sud-africain C.M Rogerson en 1996⁵⁸⁰. Ainsi ils contribuent à la revitalisation économique du centre-ville et emploient principalement des Sud-Africains. Parmi les Africains francophones de Johannesburg, les Congolais ont réussi en une décennie à s'implanter économiquement sur le marché local, dont le domaine de la mode. Une enquête réalisée en 1996-1997 par Talibe Toure, étudiant d'origine malienne sous la direction de M. Rogerson, donne aussi des raisons à la réussite de ces immigrants francophones, ils « bénéficient d'avantages comparatifs, relativement à leurs collègues issus des pays de la SADC »⁵⁸¹. Selon cette enquête, ils ont un niveau d'instruction supérieur à celui des autres immigrants, bénéficient d'un réseau communautaire qui les assiste et les aide dans le fonctionnement de leur entreprise. Une majorité importe leur capital de départ. Ils exploitent et cultivent une culture francophone très valorisée sur place : il est élégant de parler français, surtout dans le milieu élitiste de la mode. Leur réputation auprès des créateurs de mode connus ne s'explique alors pas uniquement par leur savoir-faire technique de la couture : il est probable qu'en ayant montré leur capacité de réussite économique sur le long terme et ainsi leur crédibilité, à travers le déploiement de diverses compétences, les stylistes officiels aient intégré une perception très positive de cette population en particulier. Il est difficile de chiffrer précisément la population congolaise à Johannesburg ou dans le pays, il existe « un manque de chiffres officiels sur la taille de la population congolaise et sa composition socio-professionnelle »⁵⁸². Mais il est certain qu'ils participent à des apports économiques considérables dans le pays hôte. À travers leurs entreprises, « ils contribuent à sauvegarder sinon à créer des emplois dans le secteur manufacturier sud-africain dont ils augmentent les ventes »⁵⁸³. Au sein de la mode de l'ombre, ils travaillent avec d'autres immigrants pour l'importation de tissus et sont même capables d'apporter des changements considérables dans le

⁵⁸⁰ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud*, ..., p 65. A. Bouillon cite le géographe de l'université du Witwatersrand Johannesburg C.M Rogerson dans le deuxième paragraphe : « ... dans les 5 prochaines années, les Africains francophones pourraient contrôler le gros du commerce dans la zone cosmopolitaine d'Hillbrow, à Johannesburg » (City Vision, 25 janvier 1996).

⁵⁸¹ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, p 65. A. Bouillon cite les résultats de cette enquête.

⁵⁸² Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud*, ..., p 122.

⁵⁸³ Antoine Bouillon, *Immigration africaine en Afrique du Sud*, ..., p 122.

système de la mode, tant dans les formes de vêtements proposées que dans la structure du champ de la mode. Aux côtés d'autres groupes culturels immigrés, les stylistes congolais participent activement au système de la mode en travaillant pour les créateurs de mode du réseau institutionnalisé. Les Zimbabwéens et les Malawites sont aussi appréciés par les créateurs institutionnalisés pour leur compétence en couture.

Dans le capital culturel des Congolais, l'héritage symbolique de la sape joue aussi un rôle important, ce dernier fait parti de l'histoire du vêtement au Congo. Cet héritage revendiqué par les stylistes congolais a formé leur approche de la mode et leurs goûts. Ils revendiquent une appartenance de style, celui de la communauté des sapeurs, bien qu'eux-mêmes n'en fassent pas partie. Didier Gondola, dans son article *Dream and Drama : The Search for Elegance among Congolese Youth*, explique que cette pratique vestimentaire est née des contacts culturels entre Africains et Européens. Comme les jeunes mineurs et domestiques sud-africains au début du 20^{ème} siècle rapportaient des nouveautés vestimentaires dans leurs villages, les jeunes hommes congolais travaillant comme domestiques, au contact de leurs « maîtres », adoptèrent les nouveaux codes vestimentaires européens. Vers 1910, ils furent les premiers à « imiter leurs maîtres européens » [Notre traduction] en s'habillant dans des vêtements européens et en parlant en français⁵⁸⁴. D'après Didier Gondola, il était très prestigieux pour un « maître » d'avoir un domestique « éclairé » à qui il donnait volontiers ses vêtements usés, car cela constituait un reflet de son propre raffinement social⁵⁸⁵. Dès les années 1920, un certain nombre d'hommes congolais avaient pris l'habitude de porter des costumes ainsi que des accessoires tels que des cannes et des monocles, « ils formaient des clubs autour de leur intérêt pour la mode, se réunissant pour boire des apéritifs et danser sur de la musique cubaine et européenne, jouées sur un phonographe »⁵⁸⁶ [Notre traduction]. La sape s'est ensuite plus largement développée à Brazzaville et Kinshasa pendant la seconde guerre mondiale, au sein des clubs et des bars dansants⁵⁸⁷. La sape s'est aussi développée dans les grandes capitales européennes, avec comme figure de chef de file, le chanteur papa Wemba, installée à Paris. Aujourd'hui, les sapeurs

⁵⁸⁴ Charles Didier Gondola, « Dream and Drama: The Search for Elegance among Congolese Youth », *African Studies Review*, vol 42, n° 1, April 1999, p 26: « House boys were the first, around 1910, to begin to imitate their European masters ».

⁵⁸⁵ Charles Didier Gondola, « Dream and Drama:... », p 26.

⁵⁸⁶ Martin Phyllis, « Contesting Clothes in Colonial Brazzaville », *Journal of African History*, vol 35, n° 3, November 1994, p 407: « They formed clubs around their interest in fashion, gathering to drink aperitifs and dance to cuban and european music played on the phonograph ».

⁵⁸⁷ Charles Didier Gondola, « Dream and Drama :... », p 26.

congolais définissent la sape comme un héritage, comme une éducation propre⁵⁸⁸. Elle fait donc partie de leur socialisation tant dans l’imaginaire collectif que dans les pratiques vestimentaires (combinaisons de couleurs, costume trois pièces) qui font référence à cette particularité culturelle dont ils sont très fiers. Marc et Jacques notamment ont conscience de cela, et le formulent très clairement lors de l’entretien. Ils « savent s’habiller » alors que les Sud-Africains « ne sont pas des sapeurs »⁵⁸⁹. Cet élément culturel leur donne une grande confiance en leurs compétences de « couturiers », en leur goût et leur style, en plus de leur savoir-faire technique de la couture. Ils considèrent qu’ils sont des sapeurs, qu’ils savent s’habiller, qu’ils savent ce qu’est le style. Didier Gondola confirme l’influence de cet héritage en écrivant : « Il y a peu de doute que la sape [...] continue de donner forme à la société congolaise sur place et ailleurs »⁵⁹⁰ [Notre traduction].

Manque de réciprocité : l’art de la non-collaboration.

Les stylistes du réseau institutionnalisé de la mode et du réseau de l’ombre communiquent peu entre eux. Les stylistes de l’ombre qui offrent ponctuellement leurs services à des créateurs connus se trouvent à cheval sur les deux réseaux. Ils font partie du milieu de l’ombre mais contribuent au réseau officiel grâce à leur capital culturel et technique. Ces interactions entre stylistes connus et stylistes de l’ombre restent exclusivement de nature marchande: le paiement d’un service de couture. Ce qui pourrait ressembler à une collaboration n’en est pas une.

Pourtant, quand Christophe Masamba évoque les relations professionnelles qu’il entretient avec des stylistes médiatisés, il utilise le terme de « collaboration ». Il travaille avec des créateurs reconnus par le réseau institutionnalisé, qui présentent régulièrement leurs collections dans les semaines de la mode, particulièrement pour leur fournir des costumes, des complets. Il est souvent sollicité par *JJ Schoeman*, mais aussi par *RJ Kay Creations* ou encore *Frank Mark*. Il fait des vêtements pour diverses collections et insiste sur le terme de « collaboration » car il est payé 900 rands par

⁵⁸⁸ Charles Didier Gondola, « Dream and Drama :... », p 26.

⁵⁸⁹ Entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques, le vendredi 7 août 2009. *London House*, 21 *loveday street*, suite 57, Johannesburg.

⁵⁹⁰ Charles Didier Gondola, « La Sape Exposed! High Fashion among Lower-Class Congolese Youth » in *Contemporary African Fashion*, Bloomington et Indianapolis: Indiana University Press, 2010, p 172: « There is little doubt that la sape [...] continues to shape Congolese society at home and abroad ».

costume. Ainsi, Christophe considère que le paiement du travail fourni induit de fait la notion de collaboration. Il explique que ces créateurs de mode viennent dès qu'ils en ont besoin dans son atelier avec les patrons, les mesures, pour qu'il couse les vêtements. Malgré la volonté manifeste de valoriser son travail en utilisant avec conviction le terme de « collaboration », il n'oublie cependant pas de mentionner : « même pendant l'essayage, JJ ne veut pas que le client sache que c'est moi qui fait les vêtements »⁵⁹¹. Il est étonnant que le créateur de mode n'assume pas un élément du processus de création pourtant propre à toute maison de couture : celui de travailler avec des couturiers. Peut-être le styliste congolais fait-il plus que coudre des patrons ? Christophe ne coud pas seulement des vêtements pour certaines collections, il fournit aussi régulièrement ses costumes masculins pour garnir les rayons du magasin de *JJ Shoeman*. Il l'a connu en allant démarcher des boutiques de vêtements pour essayer d'y vendre ses vêtements masculins⁵⁹². Christophe raconte qu'il lui a montré quelques-uns de ses costumes, le créateur a regardé l'intérieur, la doublure, les finitions, et a accepté de lui en acheter pour les revendre à son propre compte⁵⁹³. Ainsi, une fois la création achetée à Christophe, le styliste la vend comme étant la sienne avec le montant associé à la réputation de sa marque. Christophe précise qu'il lui vend ses costumes à 1500 rands pièce (150 euros), c'est un prix fixe, et JJ les revend à partir de 3500 rands (350 euros), « c'est la loi du commerce »⁵⁹⁴. Christophe ne prend pas de pourcentage sur la vente de JJ, il vend tout simplement tous ses complets à 1500 rands, ensuite le créateur en fait ce qu'il veut et les vend au prix qu'il fixe⁵⁹⁵. Ce prix fixe reste inchangé tant pour ses clients particuliers que pour les stylistes à qui il les vend. Il en demande donc le même prix quelles que soient les circonstances. Il semble que ce fonctionnement soit profitable aux deux parties : d'un côté le créateur de mode qui lui rachète son vêtement gagne une marge importante en le revendant le double du prix payé tout en s'attribuant les mérites de la création, d'un autre côté en fournissant le magasin du créateur, le styliste congolais s'assure une rémunération fixe chaque mois, précieux avantage car « le coût

⁵⁹¹ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁵⁹² Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁵⁹³ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁵⁹⁴ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁵⁹⁵ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

de la vie est élevé en Afrique du sud et les clients sont longs à payer, ils ne viennent qu'à la fin du mois »⁵⁹⁶. Voici la raison principale pour laquelle Christophe apprécie de travailler avec des marques connues, c'est une seconde source de rentrée d'argent fiable.

Séraphin Kilongui, quant à lui, travaille souvent avec Thula Sindi, un styliste très connu du monde institutionnalisé de la mode qui vient régulièrement dans son atelier. Cette figure réputée de la mode sud-africaine connue pour le luxe et le raffinement de ses créations, apporte ses croquis ainsi que les mesures à Séraphin pour qu'il fabrique des costumes hommes et femmes⁵⁹⁷. Dans un second temps, il récupère les vêtements pour les faire essayer par les tops modèles, procéder à des retouches en fixant des épingles, puis il les rapporte à Séraphin pour qu'il procède à des modifications. Le créateur de mode vient seul dans l'atelier du styliste congolais. Il n'y amène jamais ses mannequins, les transactions se font donc à l'abri des regards. Selon Séraphin, Thula Sindi est reconnaissant en lui offrant des invitations pour ses défilés, mais il ne fait aucunement savoir qu'il travaille avec lui⁵⁹⁸. Ainsi, lors d'une de nos rencontres dans son atelier, Séraphin avait passé avec fierté une cassette VHS d'un défilé de mode où bon nombre de vestes et de pantalons de la collection de Thula Sindi avaient été fabriqués par ses soins. Concernant la rémunération, il déclare que le créateur connu « essaie toujours de tirer le prix vers le bas, et il paie parfois seulement 500 rands (50 euros) pour un costume »⁵⁹⁹. Séraphin considère que ce manque de transparence est frustrant mais il s'en satisfait car ce travail de sous-traitance le fait vivre. S'il refuse « Thula ira voir un autre styliste »⁶⁰⁰ de l'ombre. Aussi il ajoute : « couturier c'est mon métier, je ne sais rien faire d'autre »⁶⁰¹.

Jacques a lui aussi travaillé avec des maisons de couture comme *Sun Goddess* (maison sud-africaine) ou *Baby House Collection* (maison nigériane). À la différence des stylistes précédents, ce travail était reconnu sous contrat. En 2005-2006, il a aussi travaillé pour les deux grands créateurs de la marque *Black Coffee*, ce qui lui a permis

⁵⁹⁶ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁵⁹⁷ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁵⁹⁸ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁵⁹⁹ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁶⁰⁰ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

⁶⁰¹ Entretien avec Christophe Masamba, Samedi 16 octobre 2010, *London House*, 21 *Loveday street*, 6^{ème} étage.

de perfectionner ses finitions et de travailler avec des tissus très délicats comme la mousseline de soie⁶⁰². Il a pu y enrichir sa pratique.

B. Une articulation entre les deux réseaux.

1. Les balbutiements d'une réelle collaboration.

Bien qu'il y ait peu de liens et d'interactions entre les acteurs des deux milieux, des contextes et des possibilités d'entrecroisement des deux réseaux sont bien présents. Il s'agit de comprendre dans cette partie cette potentialité.

Comme évoqué précédemment, chaque réseau détient son fonctionnement interne avec ses propres acteurs. La barrière constituée par le réseau institutionnalisé de la mode à travers son caractère exclusif rend difficile les relations entre les deux sphères puisque faire « de la mode » serait le privilège des uns à l'exclusion des autres. Les seuls échanges existants s'opèrent à travers l'utilisation par les créateurs de mode d'une main d'œuvre couturière en majorité immigrée. De ce fait, nombre d'acteurs du réseau officiel disent « collaborer » avec les acteurs du réseau de l'ombre. En réalité si les possibilités sont bien présentes, elles ne sont pas encore concrétisées. La collaboration qui induit la notion de réciprocité, de travail avec d'autres personnes à une entreprise particulière, devrait être construite à travers un échange entre les individus, basée sur la reconnaissance de chacun. Cette reconnaissance pourrait être d'ordre :

- matérielle : mieux payer le styliste de l'ombre avec qui se fait la collaboration.
- intellectuelle : donner la liberté au styliste de l'ombre d'exprimer ses idées en termes de création.
- sociale : intégrer officiellement dans sa maison de mode, un styliste dont le travail est considéré comme excellent, ou bien reconnaître un partenariat entre la maison de couture et ces micros entreprises.

⁶⁰² Entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques, le vendredi 7 août 2009. *London House, 21 Loveday street, suite 57, Johannesburg.*

Certains créateurs de mode du réseau institutionnalisé cherchent à décloisonner leur réseau et à travailler de façon transparente avec le réseau de l'ombre. Ils se positionnent dans une démarche volontariste de se rapprocher des stylistes de l'ombre dont ils estiment avoir besoin. Ces personnes sont liées entre elles par une dépendance mutuelle d'intérêts : les stylistes connus ont besoin de personnes qui maîtrisent une technique parfaite de la couture pour pouvoir fabriquer leurs créations à partir de dessins ou de patrons, et les stylistes de l'ombre trouvent un apport financier supplémentaire en travaillant pour des maisons de couture. Même si le système de la mode est clairement divisé en deux réseaux, les créateurs des deux bords ont mutuellement besoin les uns des autres. Ces ensembles de stylistes (groupe 2 et groupe 4) installent un flou dans la frontière symbolique qui sépare les deux réseaux. Ils sont les initiateurs d'un changement dans le système de la mode, les initiateurs d'un système solidaire de la mode. Cette dépendance reste encore peu visible, elle se traduit par un travail en commun non révélé au grand public et ainsi non inclus comme partie intégrante du système. Lors des entretiens avec les stylistes officiels du groupe 2, quatre stylistes sur cinq⁶⁰³ ont rappelé à plusieurs reprises la nécessité pour eux de trouver et de travailler avec de « bons couturiers », utilisant en langue anglaise le terme de « *seamstress* ». Ils cherchent une main d'œuvre qualifiée. Ces stylistes travaillent de préférence avec des stylistes congolais et malawites. Thabo emploie deux couturiers malawites, il a aussi travaillé avec des Congolais pour certaines de ses collections. Il déclare que ces derniers savent tout faire. Lisa Jaffe pour la marque *Guillotine* explique que ses pairs tels *Moosa*, *Ella*, ou encore les stylistes à la tête de la maison *Black Coffee*, créateurs de mode très connus, emploient tous des couturiers congolais⁶⁰⁴. Elle exprime la nécessité de travailler avec les stylistes immigrés, mais surtout avec « les meilleurs »⁶⁰⁵. Son couturier actuel est malawite, « il détient un savoir-faire extraordinaire »⁶⁰⁶. Ephraïm pour la marque *Ephimol* est installé dans le bâtiment *London House* qui abrite un grand nombre de couturiers et de stylistes de l'ombre. Grâce à cet environnement, il a su s'entourer de stylistes de talent, ils sont malawites, ivoiriens, congolais et sud-africains,

⁶⁰³ Groupe 2 : stylistes connus initiateurs d'une collaboration avec le réseau de l'ombre : Bongiwe Walaza, Ephraïm de la marque Ephimol, Lisa Jaffe de la marque Guillotine, Justine de Just Clothing, Thabo de Thunderstorm.

⁶⁰⁴ Entretien avec Lisa Jaffe vendredi 5 novembre 2010 dans son atelier, 6 *De Beer Street, Braamfontein*, Johannesburg.

⁶⁰⁵ Entretien avec Lisa Jaffe vendredi 5 novembre 2010 dans son atelier, 6 *De Beer Street, Braamfontein*, Johannesburg.

⁶⁰⁶ Entretien avec Lisa Jaffe vendredi 5 novembre 2010 dans son atelier, 6 *De Beer Street, Braamfontein*, Johannesburg.

« ce sont de très bons couturiers »⁶⁰⁷. Justine pour la marque *Just Clothing* explique, lors de l'entretien, qu'elle n'utiliserait pas le terme de « collaboration » pour qualifier la relation professionnelle entretenue avec des stylistes de l'ombre, car elle ne fait que les payer pour un travail⁶⁰⁸. Elle exprime son souhait de travailler à nouveau avec des stylistes immigrés malgré le problème de leur non visibilité, « ils sont difficiles à trouver »⁶⁰⁹. Les créateurs de mode du réseau officiel sont toujours en demande de très bons « couturiers » mais ils ne savent pas où les rencontrer. Il existe une réelle demande d'accessibilité des réseaux à double sens. Justine termine en disant que l'« on a tous besoin des uns des autres pour faire marcher l'industrie de la mode sud-africaine »⁶¹⁰, elle évoque l'idée primordiale de « partage », d'« énergies partagées »⁶¹¹.

L'articulation qui se construit entre les deux réseaux n'en est donc qu'à ses balbutiements mais elle existe par un rapprochement spatial entre les stylistes du réseau officiel et les stylistes du réseau de l'ombre. La possibilité de travailler ensemble dépend en partie de l'espace occupé dans la ville. Dans certains quartiers, tous les éléments sont réunis pour développer la collaboration et ainsi la création: stylistes, couturiers, magasins de tissus, rampe en plein air ... Le *Fashion Kapitol*, quartier du centre-ville, en est un exemple. Mais cette potentialité reste trop peu exploitée.

Parmi le groupe 2, quatre stylistes sur cinq interrogés ont leur atelier dans le cœur de la ville. Bongiwe Walaza est une styliste très reconnue, elle détient tous les diplômes qui font d'elle une actrice reconnue du monde officiel de la mode. Elle a obtenu son diplôme de styliste au sein de la *Natal Technikon Fashion School*, ainsi que de nombreux prix qui lui ont permis de voyager dans divers pays⁶¹². Contrairement à la majorité de ses pairs installés loin du centre-ville, elle a toujours eu son atelier sur *Pritchard Street* en plein cœur de la ville, à côté des stylistes de l'ombre. Elle fait tout

⁶⁰⁷ Mardi 26 octobre 2010: entretien avec Ephraïm (*Ephymol by Ephraïm*) à *London House, Cnr Main street and Loveday Street*, Johannesburg.

⁶⁰⁸ Jeudi 28 octobre 2010 : entretien avec Justine de la marque *Just Clothing*, dans sa boutique, *44 Stanley Avenue*, Johannesburg.

⁶⁰⁹ Jeudi 28 octobre 2010 : entretien avec Justine de la marque *Just Clothing*, dans sa boutique, *44 Stanley Avenue*, Johannesburg.

⁶¹⁰ Jeudi 28 octobre 2010 : entretien avec Justine de la marque *Just Clothing*, dans sa boutique, *44 Stanley Avenue*, Johannesburg.

⁶¹¹ Jeudi 28 octobre 2010 : entretien avec Justine de la marque *Just Clothing*, dans sa boutique, *44 Stanley Avenue*, Johannesburg.

⁶¹² Décembre 2009 : entretien avec Bongiwe Walaza, dans son atelier de *Pritchard Street, Fashion District*, Johannesburg.

dans cet unique atelier, elle y crée, reçoit ses clients, retouche les vêtements, répond aux interviews.

Thabo à la tête de la marque *Thunderstorm*, a étudié la communication, le marketing, et le stylisme à la *Birman Business School*. Il participe aux semaines de la mode sud-africaines (SAFW) depuis ces quatre dernières années, il a donc présenté officiellement huit collections depuis le début de sa carrière. Il a monté sa marque en 2005 et a très vite employé des couturiers malawites, cette communauté étant appréciée tout autant que les Congolais, pour son savoir-faire de la couture. Thabo déclare : « ils savent tout faire, du design, du patron jusqu'à la couture »⁶¹³. Il a aussi déjà travaillé avec des Congolais pour certaines collections, mais il évoque des difficultés pratiques car certains d'entre eux sont en situation illégale et peuvent être arrêtés à tout moment. Il ne veut pas prendre le risque de perdre ses couturiers mais « ils ont le savoir-faire », donc il essaie parfois de les aider à obtenir leurs papiers⁶¹⁴. Il a son atelier dans le cœur de la ville.

Ephraïm, lui, a étudié la publicité. Il a été mannequin avant d'entrer dans la mode en présentant sa première collection en 2003. Installé dans le quartier de *Ghandi square*, au sein du fameux bâtiment « *London House* », il est immergé dans le milieu des stylistes de l'ombre au quotidien. Il les côtoie en permanence et en emploie un certain nombre. *London House* est un lieu « fameux » car certains stylistes connus ont beaucoup entendu parler de cet immeuble sans jamais y être allés. Curieux de savoir ce qu'il s'y passe, ce lieu reste mystérieux pour eux. La créatrice de mode Lisa Jaffe déclare qu'elle a abondamment entendu parler de cet endroit et que cela fait un certain temps qu'elle voudrait y aller pour peut-être y louer les services d'un couturier. Elle, est installée dans le quartier de *Braamfontein*, à la fois près du cœur de la ville et non loin des axes principaux.

Le changement qu'apportent ces créateurs de mode réside dans le fait qu'ils reconnaissent ouvertement l'existence et l'importance du travail des acteurs du réseau de l'ombre. Pour autant, ils ne changent pas fondamentalement la nature du rapport qui existe entre eux, car ils ne les considèrent pas comme des « stylistes » qui créent une partie de la mode.

⁶¹³ Mardi 2 novembre 2010 : entretien avec Thabo (marque : *Thunderstorm*) dans son atelier situé au sein de l'immeuble *Standard House*, office 602, *Cnr jeppe and simmonds street*, Johannesburg.

⁶¹⁴ Mardi 2 novembre 2010 : entretien avec Thabo (marque : *Thunderstorm*) dans son atelier situé au sein de l'immeuble *Standard House*, office 602, *Cnr jeppe and simmonds street*, Johannesburg.

Il arrive que les stylistes officiels (groupe 2) encouragent les consommateurs à venir au centre-ville voir leurs créations. Ils valorisent la mode qu'ils produisent en centre-ville sans jamais faire référence au travail des stylistes de l'ombre. À leurs yeux, il n'existe donc pas d'autre création vestimentaire que la leur. Une vidéo intitulée *Talking Fashion in Johannesburg's inner-city*, mise en ligne sur *youtube*, reflète bien cet état d'esprit. Des figures du réseau institutionnalisé de la mode y apparaissent : Alinah Seoane Missouri, l'assistante de Lucilla Booyzen qui travaille pour la *SAFW*, et Ephraïm, créateur de mode dans le milieu des *SAFW*, qui est un ami de Lucilla Booyzen. La vidéo est filmée par Renato Palmi fondateur de la compagnie *The Redress Consultancy*, qui promeut le développement économique dans le domaine de la mode. Ainsi, ces trois personnes sont des acteurs du réseau « officiel » de la mode. Les 4 minutes 40 secondes de vidéo montrent Alinah et Ephraïm marchant dans le cœur de la ville et s'exprimant sur le dynamisme du centre-ville où il est important de venir pour y découvrir la mode. Ils promeuvent le réinvestissement du centre, en invitant les gens à s'y rendre, s'y promener, y regarder les vitrines. Ainsi, les « *malls* » (galeries marchandes de grands magasins) ne sont pas l'unique lieu où trouver des vêtements à Johannesburg. Cette invitation à visiter le cœur de la ville s'adresse donc à la clientèle des stylistes connus qui ne veut pas s'y rendre, lui préférant les quartiers périphériques plus sûrs. Même si ce discours tente de faire changer les mentalités des habitants concernant leur vision de l'« *inner-city* », il n'est pas fait mention des stylistes de l'ombre. Il est d'ailleurs important de noter qu'Ephraïm s'arrête devant le magasin « *Le Coq Sportif* », le donnant comme exemple de la mode internationale. Selon Ephraïm, cette marque française de vêtements de style sportif et urbain représente donc une partie de la mode. Il est stupéfiant de voir avec quelle aisance il se réfère à une marque provenant d'un pays aussi lointain que la France, bien que réputé pour sa haute couture, alors qu'il ignore la création vestimentaire qui se trouve à portée de main. Il déclare qu'il faut venir dans le *CBD*⁶¹⁵ pour y trouver les créateurs africains, « non pas du *Jean-Paul Gaultier* mais du *Ephimol*, du *David Tlale* ... »⁶¹⁶. Pour lui, les stylistes de l'ombre qu'il côtoie pourtant quotidiennement, semblent ne pas exister dans ce *CBD*. La

⁶¹⁵ *CBD* : *Central Business District*, désigne le centre économique d'une ville, en l'occurrence le cœur de la ville de Johannesburg.

⁶¹⁶ Renato Palmi. *Talking Fashion in Johannesburg's inner-city* [en ligne] (vidéo consultée en janvier 2012). Disponible sur *youtube*. Le commentaire de la vidéo est le suivant : « *The ReDress Consultancy talks to Alinah Seoane Missouri of SAFW and fashion designer Ephraim Mologano about shopping and the vibe within Johannesburg's CBD* ».

notion de lien, clef de l'ouverture de la barrière entre les deux réseaux, semblerait entravée par la crainte de collaborer les uns avec les autres.

Finalement, l'articulation qui permettra de relier les deux réseaux pour construire un réel et solide système de la mode où tous les acteurs communiquent, sera possible par un changement de nature des relations : la collaboration avec une importance donnée à la réciprocité. Cette liaison se fera également par un rapprochement physique des deux types de stylistes dans l'espace urbain. Dans un réseau aussi fermé que celui des SAFW/AFI, la brèche créée par quelques acteurs qui admettent enfin l'existence et l'importance des stylistes de l'ombre, laisse penser que la collaboration est possible ainsi que l'inclusion de ces nouveaux acteurs à long terme.

2. Investir certains endroits du centre-ville de Johannesburg pour créer des lieux de mode.

a. *Fashion District et Fashion Kapitol.*



Figure 53 : *Fashion Kapitol*, Johannesburg, 2010.

*Fashion Kapitol*⁶¹⁷.



Figure 54 : *Fashion Kapitol*, Johannesburg, 2010.



Figure 55 : *Fashion Kapitol*, Johannesburg, 2010.

Rees Mann est l'homme à l'initiative du projet de rénovation du district de la mode dans la ville de Johannesburg, mené de façon conjointe avec la *Johannesburg Development Agency* depuis 2003. Le *Fashion District* est un secteur du centre-ville limité par les rues *Jeppe*, *End*, *Commissionner* et *Von Weilligh*. La rue principale de ce district est la rue *Pritchard*. Dès les années 1930 il s'imposait comme le quartier de l'industrie de la mode et du vêtement dans la ville, puis il connut un déclin dans les années 1980. Depuis une dizaine d'années, Rees Mann, avec le concours de la ville, s'évertue à lui rendre son dynamisme économique. Le district de la mode a revu le jour grâce à la démolition et la reconstruction de certains immeubles. Situé à l'extrême est de la ville, il comprend 26 immeubles et abrite plus de « 200 commerces reliés à la

⁶¹⁷ Photographies personnelles prises le 22 octobre 2010 à Johannesburg.

mode »⁶¹⁸ [Notre traduction]. Le *Fashion District* accueille le *Fashion Kapitol*, un lieu nouveau qui prend la forme d'une place limitée par des grilles et ouverte sur *Pritchard street*, dédiée à la promotion des stylistes dans la ville. L'objectif de Rees Mann est de créer un lieu ouvert, dynamique, où les gens viennent se balader lors d'une pause dans la journée. Une rampe en plein air et un amphithéâtre permettent de donner de nouveaux moyens d'exposition aux stylistes. Le lieu est aussi pourvu de cafés et de boutiques elles aussi destinées à être louées par de jeunes stylistes, avec des loyers abordables. Rees Mann semble s'adresser en priorité aux jeunes stylistes, à des étudiants de mode du centre-ville. Il y a créé l'école de mode *Sew Africa* qui se trouve également dans la rue *Pritchard*, en face de son magasin de tissus renommé, ainsi qu'à côté du *Fashion Kapitol*. Un marché de la mode y est ouvert tous les samedis, et de nombreux défilés ont lieu sur sa rampe en plein air, présentant les créations des élèves de l'école de mode *Sew Africa*. Une nouvelle école de commerce y loue aussi ses locaux. C'est un endroit qui est donc redevenu très dynamique.

Dans les nombreux articles mis en ligne par le site internet de la ville de Johannesburg, les boutiques-ateliers qui façonnent le quartier sont souvent décrites comme des « commerces reliés à la mode et au design ». Ces commerces liés à la mode englobent ainsi quantité de boutiques-ateliers tenues par les stylistes de l'ombre, sud-africains et immigrés. Pourtant les articles présentés sur le site de la ville ne mentionnent pas explicitement la présence importante des stylistes de l'ombre dans ce district. Les termes utilisés sont vagues, Ray Moata dans son article *Fashion Kapitol gest new tenant*, parle de petits commerces de mode et de stylisme qui se sont installés dans le quartier, devenant ainsi un centre pour l'innovation⁶¹⁹. Dans la suite de son article, il écrit :

« Beaucoup de petits commerces de mode et de stylisme se sont depuis (le début des années 1990), réinstallés dans le quartier, créant un foyer jeune et vibrant, mélangeant touristes, résidents du centre-ville et clients des banlieues »⁶²⁰ [Notre traduction].

⁶¹⁸ Hannah Dawson et Lucille Davie, Thursday 4 november 2004. Revamp makes fashion District all the vogue [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za

⁶¹⁹ Ray Maota, Fashion Kapitol gets new tenant (12 october 2010) [en ligne] (page consultée en novembre 2010). Disponible sur: www.joburg.org.za. Ray Maota est reporter pour le groupe de médias en ligne *Big Media*.

⁶²⁰ Ray Maota, Fashion Kapitol gets new tenant (12 october 2010) [en ligne] (page consultée en novembre 2010). Disponible sur: www.joburg.org.za: « Many small fashion and design businesses have since moved back into the area, creating a vibrant, young and dynamic hub with a fusion of tourists, inner city residents and suburban shoppers ».

Il n'est jamais fait directement référence aux stylistes de l'ombre. En revanche, certains grands noms de la mode sud-africaine ne manquent pas d'être cités, donnant plus de prestige à ce nouveau lieu de la ville. Lucille Davie⁶²¹ dans l'article *Takkies, combs and things on poles*, mentionne les noms de Bongiwe Walaza et Clive Rundle⁶²², qui ont chacun une boutique dans le *Fashion Kapitol*. Dans un article plus récent datant de février 2011, cette journaliste parle plus précisément du *Fashion Kapitol* comme étant « le battement du cœur du *Fashion District*, une place élégante avec 30 magasins fournissant un espace pour les créateurs établis et en devenir »⁶²³ [Notre traduction]. Cette place est considérée comme un lieu contemporain et attractif.

Seul un article datant de 2003, écrit par Lucille Davie, évoque les stylistes installés en ville qui contribuent à la mode de style global africain. Elle parle de création ethnique africaine qui devient de plus en plus populaire. Elle rapporte ensuite les propos de Rees Maan qui déclare qu'« il y a environ 500 tailleurs et couturiers opérant depuis cette partie de la ville »⁶²⁴ [Notre traduction] qui devraient aussi bénéficier du renouveau du district de la mode. L'unique mention explicite de stylistes immigrés se trouve à la fin de cet article, où la journaliste écrit que « ce qui est excitant à propos du district c'est qu'il représente bien l'Afrique – il y a des créateurs de la Côte d'Ivoire, du Ghana, et même d'aussi loin que le Sénégal »⁶²⁵ [Notre traduction]. Il semblerait que cette phrase soit la seule qui rende compte de façon réaliste et lucide de la composition de la population travaillant dans le *Fashion District* et dans le centre-ville en général. Un problème se pose alors: les défenseurs du renouveau du *Fashion District* méconnaissent la réalité du terrain, ils accordent peu d'intérêt aux stylistes de l'ombre des groupes 3 et 4 qui y sont installés depuis le début des années 1990. Ainsi, les concepteurs du district ne sont jamais allés à la rencontre des stylistes de l'ombre qui

⁶²¹ Lucille Davie est journaliste chez Big Media, un groupe de médias en ligne.

⁶²² Lucille Davie, *Takkies, combs and things on poles* (Wednesday June 2009) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za: « ... studios of several established designers like Clive Rundle and Bongiwe Walaza ». Clive Rundle et Bongiwe Walza sont des créateurs très connus et reconnus au sein du système institutionnalisé de la mode, depuis de nombreuses années. Ils sont des stylistes confirmés.

⁶²³ Lucille Davie, *Great venues for fashion week* (17 february 2011) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za: « The Fashion Kapitol is the heart beat of the fashion kapitol, a stylish square with 30 shops providing space for the city's upcoming and established designers ».

⁶²⁴ Lucille Davie, *Fashion District gets boost* (13 June 2003) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za

⁶²⁵ Lucille Davie, *Fashion District gets boost* (13 June 2003) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za: « But what's exciting about the district is that it represents a good deal of Africa – there's designers from Ivory Coast, Ghana, even as far a Senegal ».

travaillent dans ce secteur géographique. Il en découle une situation absurde : les stylistes de l'ombre interrogés en 2009 ne connaissaient pas le *Fashion District*. Pour certains travaillant dans *Pritchard street*, ils ne savaient même pas qu'ils en faisaient partie. Ils n'avaient également jamais entendu parler de Rees Mann, qui est pourtant capable de chiffrer ces « tailleurs (*taylors*) et couturiers (*seamstresses*) » au nombre de 500. Monsieur Mann expliquait lors de notre entretien en fin 2009, qu'il ne connaissait pas vraiment tous ces stylistes de l'ombre, mais qu'il était très intéressé par un recensement de cette population et par l'organisation d'une réunion avec eux⁶²⁶. Pourtant six ans auparavant, dans l'article de Lucille Davie datant de 2003⁶²⁷, il était capable d'estimer leur nombre à 500. Il est alors légitime de se demander si cette donnée n'était pas seulement utilisée pour valoriser son projet. Il s'avère qu'en 2009, il ne s'était pas réellement intéressé à cet ensemble de stylistes. Ainsi, la question reste de savoir comment l'objectif de ce projet peut-il être atteint alors même que la majorité des stylistes et de leurs commerces installés en son cœur, ne sont finalement pas visés par le développement prétendu par ses initiateurs. En 2008, Angie Hattingh parlait de l'objectif du projet du *Fashion District* : le développement des échanges de biens et de services entre « créateurs de mode, fabricants, détaillants, fournisseurs, propriétaires et leur clientèle »⁶²⁸ [Notre traduction]. Cet objectif reste à l'état de potentiel, le district de la mode sera un échec si les acteurs les plus nombreux qui le composent ne sont pas mis dans la lumière et au centre des échanges. De même, le rôle premier du *Fashion Kapitol* étant de promouvoir la création et les stylistes de la ville, il n'apportera rien de nouveau s'il reste seulement un lieu dont se sert ponctuellement l'AFI pour ses semaines de la mode, comme ce fut le cas en février 2011. Le district de la mode a vraiment redonné vie et assurance à une partie du centre-ville qui était beaucoup moins fréquenté auparavant. Il permet aussi de médiatiser une partie des jeunes stylistes sud-africains de Johannesburg. Pour autant, il ne remplit pas ce à quoi son nom le destine. S'il représente la mode dans la ville, les stylistes de l'ombre interrogés dans cette recherche devraient y être promus et visibles.

⁶²⁶ Malheureusement cette idée proposée à la veille de mon départ ne put être réalisée.

⁶²⁷ Lucille Davie, Fashion District gets boost (13 juin 2003) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za

⁶²⁸ Angie Hattingh, Jhb, The Fashion Kapitol (Wednesday 23 avril 2008) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.ifashion.co.za

b. 70 Juta Street

70 Juta Street est le nouveau lieu prisé de la ville dans le quartier de *Braamfontein*, né grâce à l'investissement d'Adam Levy, un jeune entrepreneur. Se trouvant à l'angle de la rue *Juta* et de la rue *De Beer*, *70 Juta Street* a ouvert ses portes le 7 novembre 2010. Cet endroit comporte quinze espaces créatifs : des boutiques de mode dont celles des créateurs Lisa Jaffe et David Tlale, un café, un bureau d'architecte, un atelier de décoration d'intérieur, une galerie d'art, une boutique de meubles ... Le lieu s'étend en rez-de-chaussée le long de la rue *Juta* avec une façade multicolore. Les boutiques se répartissent autour d'une cour intérieure rectangulaire.

Ce projet s'inscrit dans le mouvement récent de réinvestissement du centre-ville de Johannesburg qui avait été délaissé depuis la fin de l'apartheid, et qui était devenu peu attractif pour la jeune génération. Les habitants de Johannesburg veulent se réapproprier ce centre-ville pour en faire un lieu dynamique, culturel et sans danger. *70 Juta Street* promeut le « *design* » dans un esprit de convivialité puisque les gens s'y retrouvent autour d'un verre. L'intention d'Adam Levy est de faire revenir les jeunes dans la ville⁶²⁹ grâce à ce type de lieu. À la différence du *Fashion District*, le concept consiste à faire venir des créateurs de mode connus dans le centre-ville comme Lisa Jaffe et David Tlale, à décroquer la population en amenant des personnes des townships et des banlieues aisées, pour que tout le monde puisse se rencontrer dans un endroit agréable de l'« *inner-city* »⁶³⁰. En revanche, il ne semble pas avoir pour vocation de promouvoir l'ensemble des stylistes de la ville. C'est la raison pour laquelle les stylistes de l'ombre environnants ne sont pas pris en compte dans cette entreprise. Non loin de *70 Juta Street*, à l'angle de la rue *De Korte* et de la rue *Melle*, se trouve une petite boutique-atelier qui fut la toute première à être visitée lors du travail de terrain en Juin 2009 : *PAFA DESIGNERS CC*, tenue par deux Nigériens (Paul et Hubert). Le balcon de leur atelier à l'allure chatoyante donne sur la rue, situé au premier étage d'un vieil immeuble. Ce balcon est occupé par des mannequins habillés de robes multicolores dans le style panafricain. L'entrée de l'immeuble est une modeste porte ouvrant sur un escalier délabré qui mène à la boutique. Une musique forte et rythmée provient du bar

⁶²⁹ Scrazzolo Louise, Hip shopping alert! 70 Juta Street, Braamfontein (18 novembre 2010) [en ligne] (consultée en mars 2012). Disponible sur: allwomen.co.za. Adam Levy et David Tlale sont interrogés dans « Video of the 70 Juta Street launch ».

⁶³⁰ Scrazzolo Louise, Hip shopping alert! 70 Juta Street, Braamfontein (18 novembre 2010) [en ligne] (consultée en mars 2012). Disponible sur: allwomen.co.za. Adam Levy et David Tlale sont interrogés dans « Video of the 70 Juta Street launch ».

dansant au deuxième étage. Les escaliers sont encombrés par le passage incessant des personnes, entre le bar, que rien ne laisse deviner, et la rue. Bien d'autres boutiques-ateliers sont implantées dans *Braamfontein*, comme dans tout le reste de la ville. Voici donc une partie de l'environnement qui caractérise les alentours de *70 Juta Street*, néanmoins ce type de « *design* » dit « traditionnel africain » n'est pas représenté à *Juta Street*. La volonté de rajeunir (*rejuvenization*) le centre-ville en réunissant les jeunes de tout horizon autour d'un foyer de création, ne signifie pas en premier lieu, aller à la rencontre des gens qui vivent, travaillent et font déjà de la création dans ce centre-ville. David Tlale qui a récemment investi une boutique du complexe, quittant ainsi sa banlieue chic de *Parkhurst*, explique que s'opère un grand mouvement fait de jeunesse, de mode et d'art, dans le quartier de *Braamfontein* qu'il considère comme étant « le futur »⁶³¹.



Petite cour intérieure de *70 Juta Street*, www.joburg.org.za

Figure 56 : *70 Juta Street*, Johannesburg, 2010.

⁶³¹ Scrazzolo Louise, Hip shopping alert! 70 Juta Street, Braamfontein (18 novembre 2010) [en ligne] (consultée en mars 2012). Disponible sur: allwomen.co.za. Adam Levy et David Tlale sont interrogés dans « Video of the 70 Juta Street launch ».



Figure 57 : 70 Juta Street, Johannesburg, 2010.

À l'angle de la rue Juta et une vue de la cour bondée de visiteurs. <http://www.jhblive.com>

Le long de 70 Juta Street. <http://blogs.timeslive.co.za>



Figure 58 : 70 Juta Street, Johannesburg, 2010.

L'articulation des deux réseaux s'ordonne par le réinvestissement du centre-ville qui permet un rapprochement physique de tous les acteurs du système et la volonté de travailler ensemble, de créer une dynamique.

Il est possible d'envisager des points d'ancrage sur des solutions susceptibles de faire émerger le rayonnement du réseau de l'ombre en fondant nos appuis sur les éléments de recherche repérés in situ. Certaines suggestions doivent tenir compte de nombreux paramètres et ne sont que des possibles propositions.

Il semblerait que les stylistes de l'ombre n'envisagent aucunement comme une force cohésive le fait de coexister. Pour que les stylistes de l'ombre aient une visibilité, une voix, il serait indispensable qu'ils réussissent tout d'abord à s'unir et qu'ils mettent en place un réseau cohésif. L'inscription dans un corps de métier désigné pourrait former

la « Corporation des Stylistes de Johannesburg ». L'union officielle de ces stylistes serait porteuse de changement. Elle permettrait à la fois une transparence de ce milieu donnant un accès plus facile à leurs potentiels collaborateurs et clients, et de se protéger en tant que corporation qui pourrait défendre des droits, mettre en place des cahiers des charges, poser des exigences de rémunération afin de favoriser les conditions d'une « collaboration » constructive.

Créer un site internet sur la mode sud-africaine pourrait mettre en relation les différents acteurs et leur permettre de se solliciter pour mutualiser les compétences. Ce projet pourrait être mené tout d'abord à l'échelle d'une ville, comme la ville de Johannesburg avec l'aide de son Agence pour le Développement qui opère dans le « *Fashion District* » depuis plusieurs années. Il s'agirait de recenser tous les stylistes anonymes du centre de la ville et de relayer un certain nombre d'informations sur le site en communiquant leurs coordonnées et spécifiant leur domaine de spécialité. Ils pourraient ainsi disposer d'une plateforme médiatique réservée. Chacun bénéficierait d'une boîte email par le biais du site, leur permettant d'échanger des informations avec des confrères mais aussi d'élargir leur clientèle. Ce serait un moyen utile pour les clients de trouver le styliste recherché à la manière d'un annuaire qui comporte les coordonnées des différents praticiens, des différents métiers, et les services. Le partage d'idées, une base commune de contacts, l'échange de leurs savoir-faire, de leurs expériences, et disposer d'une agence en conseils sur la mise en place de leur marque à travers un forum, fonderaient une structure permettant une prise de conscience de leur potentiel à constituer une force économique et concurrentielle. Les stylistes connus nécessitant cette main d'œuvre, n'auraient qu'à puiser et exploiter les informations sur ce site pour contacter le styliste dont le travail est le plus approprié à leurs projets de création. Dans une société de la communication où les médias sociaux tiennent une place grandissante en stratégie commerciale, il apparaît comme une nécessité que les stylistes de l'ombre aient un accès facilité à cet outil.

Rees Mann expliquait en 2009 que, moyennant un prix de location de la rampe en plein air, tout styliste de la ville pourrait venir y faire défiler des personnes (mannequins, amis) portant leurs créations, le public étant les citoyens attablés à la terrasse des cafés et les passants. Le *Fashion Kapital* pourrait accueillir une semaine de la mode « des refusés » ou « des indépendants ».

Conclusion

La création vestimentaire actuelle en Afrique du Sud peut se définir comme un patrimoine en devenir qui, prenant appui sur un héritage de formes, de matériaux et de couleurs, s'est enrichi et transformé à partir d'influences issues de toute l'Afrique. La ville de Johannesburg plus particulièrement, haut lieu de cette nouvelle créativité s'inscrit dans la ligne d'une histoire marquée par les échanges culturels.

Si les vêtements « traditionnels », dont les perlage forment une part essentielle, ont été promus au statut d'objets d'art et conservés dans les musées, nous sommes en droit de nous poser la question de l'éventuelle patrimonialisation des créations vestimentaires contemporaines. Développent-elles le patrimoine national sud-africain ? Admettre cette hypothèse induirait que ces vêtements soient validés par une dimension artistique ou reconnus d'un apport culturel. Le propre d'un objet d'art est d'être conservé dans un musée, ce qui n'est pas le cas de la majorité des créations vestimentaires, destinées à être vendues et portées immédiatement. Toutefois, si nous nous intéressons aux raisons de ces créations, c'est qu'elles revêtent une grande importance culturelle en tant que reflets du multiculturalisme du pays. Comme le suggère Paul Ricœur, en s'appuyant sur Charles Taylor, « il faut entendre par « raisons » plusieurs niveaux »⁶³², qui sont au nombre de trois :

- le premier niveau est celui du « discours ordinaire »
- le deuxième est celui des « rationalisations philosophiques ou autres »
- le dernier est celui « de la motivation profonde en termes de grands héritages culturels »⁶³³

L'existence des créations vestimentaires en Afrique du Sud s'inscrit particulièrement dans ce troisième niveau qui les rend lisible grâce à l'histoire, au patrimoine culturel entendu au sens large. La société sud-africaine post-apartheid est marquée par un certain nombre de changements qui ont eu pour conséquence une redéfinition du paysage social et artistique, et dans le domaine de la création vestimentaire, ont abouti à plusieurs faits notoires :

- l'immigration africaine qui représente une grande partie du réseau de l'ombre

⁶³² Jean-Pierre Changeux, Paul Ricœur, *Ce qui nous fait penser la nature et la règle*, Paris : Odile Jacob, 1998, p 36.

⁶³³ Jean-Pierre Changeux, Paul Ricœur, *Ce qui nous fait penser la nature et la règle*, Paris : Odile Jacob, 1998, p 36.

- la mise en place du réseau officiel de la mode avec les semaines sud-africaines de la mode
- un accès plus large aux études supérieures et aux écoles de mode

La création vestimentaire contemporaine, héritière de l'histoire récente post-apartheid, se pose en paradigme majeur pour comprendre l'Afrique du Sud actuelle. Elle manifeste ce qui se passe au niveau social. Les tensions qui s'exercent dans le domaine de la création vestimentaire touchent toute la société sud-africaine, car elles accompagnent une redéfinition de l'identité sud-africaine. Que signifie être sud-africain aujourd'hui ?

Dans l'intention de véhiculer une nouvelle identité sud-africaine, les stylistes proposent une nouvelle image de l'Afrique du Sud. Ils participent à travers leurs productions, à la diffusion d'une nouvelle iconographie contemporaine de l'Afrique ainsi qu'une nouvelle perception de la réalité africaine. Les représentations des vêtements des Noirs sud-africains ont évolué au cours du temps. Depuis la fin des années 1990 et le début des années 2000 apparaissent de nouvelles représentations du vêtement et de la mode sud-africaine. Les vêtements révèlent un caractère cosmopolite. Les formes travaillées s'adressent autant aux consommateurs africains, qu'européens ou américains. Le réseau institutionnalisé, qui se rapproche des critères de la mode occidentale, offre une image de la mode africaine encore peu connue, avec des semaines de la mode médiatisées, des mannequins africains, des créations vendues dans le monde entier. Cette nouvelle iconographie des vêtements africains et ainsi de l'Afrique coïncide bien sûr avec un contexte socioculturel en pleine mutation. La chute du régime d'apartheid et l'ouverture sur le monde ont contribué à enrichir la création vestimentaire.

Le point de vue comparatif Occident/Afrique, Modernité/Tradition, souvent adopté concernant les arts de l'Afrique, ne paraît plus pertinent. Le regard porté sur la mode africaine et sud-africaine est souvent international au détriment d'un regard empreint « d'africanité » qui permettrait de comprendre les rouages du système de la mode sur place. Ainsi, plutôt que d'aborder la création vestimentaire en la comparant avec la mode occidentale, le parti pris a été de produire des analyses et de conduire des réflexions sur les arts de l'Afrique, depuis l'Afrique, avec des Africains, contribuant à saisir des problématiques propres aux contextes africains.

Pour cela il a fallu identifier les spécificités de la création vestimentaire en Afrique du Sud. Le développement de l'art du perlage a marqué un premier tournant dans cette

histoire. L'héritage colonial de l'uniforme, du costume, et du vêtement européen, tout en modifiant définitivement l'apparence et les vêtements des Africains, a exacerbé leur potentiel créatif et la valeur identitaire des habits. Les Sud-Africains noirs sont très fiers de leurs costumes « traditionnels » riches et variés, qui évoquent les nombreuses communautés qui constituent le pays : zouloues, xhosas, pédies, tswanas ... Enfin, la fin de l'apartheid a eu un impact considérable sur la libération créative des stylistes et suscité l'apparition et le développement croissant des stylistes africains immigrés.

Cette histoire des Formes nécessite un cadre de recherche propre pour poursuivre des analyses déjà engagées par quelques chercheurs qui étudient la mode africaine « de l'intérieur » pour en proposer une vision différente susceptible de révéler de façon plus concise ses spécificités. Certains ouvrages et articles écrits par des chercheurs en histoire de l'art ou en anthropologie font état de la réalité de la mode africaine en abordant divers types de créations vestimentaires, observés sur le terrain. Les plus représentatifs de cette mouvance sont le numéro 69/70 du journal *Africa e Mediterraneo Cultura e Società* publié en avril 2010 et le livre *Contemporary African Fashion* publié en 2010 (Indiana University Press). Ces écrits regroupent des travaux traitant de la mode africaine sous ses aspects multiples, d'un point de vue artistique et sociologique. Mais il semblerait nécessaire dès lors d'élargir l'approche de la création vestimentaire pour la comprendre dans une perspective globale.

Ce sujet pluridisciplinaire nécessiterait d'être abordé également d'un point de vue socio-économique. Le problème de la disponibilité restreinte des tissus sur le marché sud-africain reste un aspect du sujet non exploré à ce jour. La notion de « rareté » du tissu est support de réflexion. Les créateurs de mode officiels ont évoqué le déclin de l'industrie textile sud-africaine qui s'accompagne de nombreuses fermetures d'usines depuis 2005. Il y aurait ainsi peu de fabriques textiles dans le pays, l'Afrique du Sud manquerait de tissus en variétés et en quantités. La rareté de cette ressource la rend coûteuse. C'est une donnée importante car le coût élevé de certains tissus est vécu par les créateurs de la mode de l'ombre comme un frein à leur créativité. Paradoxalement, ces restrictions génèrent une dynamique de créativité car ils doivent se contenter de peu de matières pour créer. Ils compensent cette carence par l'importation et l'utilisation de tissus d'Afrique de l'ouest et d'Afrique centrale. Ils cherchent donc leurs ressources ailleurs qu'en Afrique du Sud et introduisent de ce fait de nouveaux tissus. Selon les stylistes médiatisés, la rareté de certaines étoffes ne leur permet pas de travailler

plusieurs fois avec un même tissu. Il arrive que certains stocks soient épuisés et non renouvelés. Les stylistes médiatisés et les stylistes de l'ombre dépendent tous d'un marché dont les approvisionnements sont incertains. Il en résulte une frustration. Cette rareté de la matière qui contraint la création est aussi ce qui renforce son caractère particulier, confinant parfois à l'unicité. La création vestimentaire dépend donc des tissus auxquels les stylistes ont accès. Bien qu'ils opèrent des choix, ils sont tout de même soumis à des contraintes de goût du client, et bien sûr de rareté et de cherté de ces « matières premières ». L'étude de l'industrie textile sud-africaine pourrait apporter des informations supplémentaires et ouvrir de nouveaux questionnements. Nombre de stylistes citent la production chinoise, moins chère, qui a des répercussions sur cette économie. Depuis les années 2000 les importations textiles de l'Afrique du Sud proviennent principalement de Chine. La plupart des tissus vendus dans les principaux points de vente de Johannesburg (*Oriental Plaza* et *Pritchard Street*) où la majorité des stylistes se ravitaillent en matière textile, sont donc des tissus importés. Les stylistes de l'ombre ont aussi pour habitude de faire directement affaire avec la population immigrée chinoise qui importe elle-même des tissus *wax*, *basin*, fabriqués en Chine, moins chers que ceux acheminés depuis la Hollande ou les pays du continent africain. Ils seraient moins chers car moins riches en coton : les tissus fabriqués en Chine seraient un mélange de coton et de fibres synthétiques. Le coût de la main d'œuvre est également faible. Il est possible d'en trouver en quantité au « *China Mall Johannesburg* » ou à « *Dragon City* » à Johannesburg. Les immigrés chinois fournissent peut-être également d'autres types de tissus tels que la soie. Il serait intéressant d'interroger ces acteurs. En Afrique du Sud la brillance des surfaces, des matières, est un facteur esthétique important, la soie est très recherchée par les stylistes. Les Chinois sont partie prenante de la dynamique de contacts culturels qui caractérise la création vestimentaire contemporaine et cosmopolite de l'Afrique du Sud. Des nouvelles tendances sont ainsi à l'œuvre. Mais l'apport de la Chine est controversé. Si la population chinoise commerce avec les Sud-Africains et contribue au développement de la mode de l'ombre grâce à la vente de tissus à des prix attractifs, elle provoque l'animosité de certains stylistes officiels. Il semble qu'elle soit accusée de copier les artisanats et de porter préjudice aux artisans et à leur commerce. De nouvelles tensions se cristallisent au travers de cette population immigrée. À nouveau il est question de tensions identitaires et de lien avec le patrimoine : copier les artisanats sud-africains semble être une atteinte au patrimoine sud-africain.

Le cuir a une résonance particulière dans l'imaginaire collectif sud-africain : il fait référence à tout un mode de vie proche de celui des Ancêtres dans lequel le bétail, réputé pour ses magnifiques robes aux couleurs et motifs divers, jouait un rôle fondamental. Le cuir est, avec le perlage, un symbole du patrimoine vestimentaire sud-africain. Aujourd'hui, il existe de nombreuses entreprises sud-africaines de cuir de bovins, d'autruches et d'autres animaux, qui exportent en Afrique, en Europe, en Asie, aux Etats-Unis. Le cuir est donc un matériau de luxe, cher, raffiné, dont les stylistes officiels pourraient se servir dans leurs créations. Paradoxalement, les stylistes connus l'utilisent peu, et les stylistes de l'ombre semblent ne pas s'en servir du tout. L'utilisation de ce matériau dans la création vestimentaire contemporaine semble donc tomber en désuétude dans une société où l'on prône une conscience de l'Environnement. L'Afrique du Sud a accueilli plusieurs grandes rencontres internationales comme la « *Durban Climate Change Conference* » en novembre/décembre 2011, c'est une préoccupation inscrite dans l'agenda politique. Bien que les peaux dont le cuir soient des produits dérivés de la viande de bœuf sortie des abattoirs, elles ne sont plus adaptées aux pratiques vestimentaires et aux mentalités contemporaines. Hormis les cas particuliers des initiations masculines, on lui préfère les tissus de soie, de coton.

Dans le même ordre d'idée, le processus de création vestimentaire implique aussi une conséquente perte de matériau: pour finaliser un vêtement, d'importantes quantités de chutes de tissus sont jetées. Les créateurs de mode officiels réfléchissent de plus en plus au gaspillage que leur pratique génère, alors que les stylistes de l'ombre eux, disent manquer de moyens pour acheter les tissus recherchés, notamment de la soie de qualité. Les uns gaspillent et les autres manquent, n'y aurait-il pas un nouvel échange possible à exploiter ? La notion de « mode anti-gaspillage » (« *No Waste Fashion* »), de plus en plus promue au sein des institutions académiques de la mode, comme la *Parsons School of Design* à New York, est matière à réflexion. Réduire le gaspillage de tissu induit le fait de ne pas laisser de chute de tissus, de travailler avec une quantité précise de matière. Ces contraintes ne stimuleraient-elles pas la créativité des stylistes ? Le non réapprovisionnement en certains tissus et leurs prix élevés en Afrique du Sud, sont déjà des paramètres qui induisent un moindre gaspillage et plus de créativité. Ce concept se concrétise également en créant la mode à partir de vêtements recyclés, et c'est déjà ce que font les jeunes stylistes en devenir de la ville de Johannesburg. L'Afrique du Sud

recèle donc un réel potentiel pour faire une mode qui s'inscrive dans des préoccupations contemporaines et mondiales.

Les pays africains ont une grande admiration pour l'Afrique du Sud qui constitue pour eux un repère économique susceptible de changer les repères sociaux. Elle est à la fois adulée et en même temps détestée par les autres pays africains. Son double système de la mode à la fois inclusif et exclusif est révélateur d'une Afrique du Sud ouverte au monde extérieur et qui le rejette en même temps, un pays qui a besoin des autres pays africains à ses côtés mais qui nourrit un ostracisme sans précédent envers ses voisins. La création vestimentaire reflète l'immense richesse d'une société multiculturelle où coexistent de grandes contradictions. En dépit des apparences, ces contradictions sont une source de créativité.

Les formes vestimentaires prennent vie dans les tissus, les couleurs, à travers les mains des stylistes. Envisager l'homme dans son immense diversité, comme le suggère Henri Focillon, semble l'unique façon de saisir la complexité des échanges entre les hommes et les techniques qui permettent de faire exister la création vestimentaire en Afrique du Sud. Les formes existent « dans un monde puissamment concret, puissamment divers »⁶³⁴. Les formes vestimentaires mobiles et transformables sont créées au gré de l'histoire des hommes.

« L'homme n'est pas scellé dans une définition éternelle, il est ouvert aux échanges et aux accords. Les groupes qu'il constitue doivent moins à une fatalité biologique qu'à la liberté de l'adaptation réfléchie, à l'ascendant des personnalités fortes, au travail constant de la culture. Une nation est, elle aussi, une longue expérience. Elle ne cesse de se penser elle-même et de se construire »⁶³⁵.

De la même façon, la nation sud-africaine ne cesse de se construire grâce à des hommes qui communiquent et cherchent des accords pour réussir à vivre ensemble. Les multiples groupes arrivants, dont les stylistes des communautés africaines, ont choisi de s'adapter aux demandes vestimentaires du pays qui les accueille. Le vêtement est unificateur. Il rassemble des personnes de milieux (social, culturel, économique)

⁶³⁴ Henri Focillon, *Vie des formes*, dans le cadre de la collection : « Les classiques des sciences sociales », dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi, p 19 [en ligne] (page consultée le 25/12/12).

Disponible sur : http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

⁶³⁵ Henri Focillon, *Vie des formes*, dans le cadre de la collection : « Les classiques des sciences sociales », dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi, p 60 [en ligne] (page consultée le 25/12/12).

Disponible sur : http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

différents. L'« art vestimentaire » émerge dans des conditions d'échanges, car les matières avec lesquelles le styliste crée sont elles-mêmes déjà travaillées, les tissus sont réalisés en dehors de l'atelier. Les hommes doivent se mettre en lien les uns avec les autres pour faire vivre la mode, décomposer et recomposer les formes. La créativité parcourt la vie et la culture composite sud-africaine permet de développer cette créativité.

Un questionnement de nature esthétique s'impose, en partant du paradigme selon lequel la vie et l'art sont confondus. Selon Marcel Duchamp, suivi par Joseph Beuys et à présent par Michel Onfray, il est possible de faire de sa vie une œuvre d'art. L'art est alors proche du mouvement de la vie, de l'énergie que nous investissons pour faire les choses, dont s'habiller quotidiennement en combinant inlassablement des formes, des couleurs, des textures. La création vestimentaire est une forme d'art imbriquée dans la vie quotidienne. Chacun, avec ses propres moyens, peut pratiquer l'« art vestimentaire ». Les défilés et les occasions particulières où apparaissent les créations vestimentaires peuvent être envisagés comme des « performances artistiques », apparentés à des « happenings » si l'on se situe du côté du spectateur qui ne peut savoir à l'avance ce qu'il y verra. D'après Allan Kaprow, « le happening se doit de créer une réaction créative chez le spectateur, l'encourageant à établir ses propres connexions entre ses idées et l'évènement auquel il est en train de participer »⁶³⁶. Observer et porter les créations vestimentaires lors d'un défilé, ou en participant à un mariage, provoque d'innombrables sentiments, idées, associations d'idées et des envies de se créer ou se faire créer un vêtement qui ait du sens. Les personnes ont des réactions vives qui donnent lieu à des discussions sur les vêtements.

Michel Onfray écrit :

« Avant les Beaux-Arts qu'on enferme dans les institutions et qu'on présente dans les cages ou prisons appropriés, l'art fut certainement plus proche encore de ce qu'il devrait être aujourd'hui : une pratique de la vie quotidienne, un exercice d'existence »⁶³⁷.

⁶³⁶ Créateur du passé, Allan Kaprow, par The Creators Project Staff 21 août, [en ligne] (page consultée le 01/01/13). Disponible sur : <http://thecreatorsproject.com/fr/blog/cr%C3%A9ateurs-du-pass%C3%A9-allan-kaprow>

⁶³⁷ Michel Onfray, *La sculpture de soi, la morale esthétique*, Paris : Grasset, 1991, p 109.

De fait, la création vestimentaire serait une forme d'art de la vie, la forme d'art la plus évidente, la plus spontanée. Selon Michel Onfray, la naissance de l'œuvre nécessite le passage à l'acte de l'artiste⁶³⁸. Elle « est » au moment où l'artiste, à travers les gestes de son savoir-faire, donne forme au vêtement. Des potentialités possibles de formes existent et l'artiste opère des choix « pour élire la courbe, le volume, la forme, la couleur et déterminer ainsi un style ». Dans l'« art vestimentaire », l'artiste (styliste) parmi d'innombrables idées, tissus, couleurs ..., décide de certains choix vestimentaires qui mènent au résultat final. La création vestimentaire implique une volonté, un désir, qui s'actualise dans l'ensemble de formes qui sera porté en contribuant à la mise en forme d'un style, une manière de s'habiller et donc de se mouvoir et de se comporter, qui définira une identité. L'artiste est « sculpteur » de sa vie, de lui-même, et de là se fait sculpteur de l'apparence d'autrui. Le styliste « sculpte » une création à partir de « l'informel » : une pièce de tissu, pour lui donner forme. Les porteurs, actifs dans ce processus, donnent vie et grâce à la forme créée.

Marcel Duchamp définissait l'activité artistique dans ces termes : « Les porteurs de l'ombre travaillent dans l'infra-mince »⁶³⁹. Les porteurs de l'ombre, soient les artistes (stylistes dans cette recherche), travaillent dans un domaine difficilement définissable, qui confond à la fois art et vie. En d'autres mots, il n'y a pas d'écart entre l'art et la vie. Allan Kaprow, lui-même inspiré par la position et le travail de M. Duchamp, distinguait deux histoires des avant-gardes dans l'art occidental : l'art semblable à l'art et l'art semblable à la vie⁶⁴⁰. C'est bien sûr cette deuxième conception qui nous intéresse, et pour mieux saisir l'importance de la création vestimentaire en tant que phénomène d'art vécu au quotidien, il faut adopter cette posture singulière, celle proposée dans cette thèse : un concept de l'art élargi. Ce sujet de thèse permet de dépasser « la tendance à l'isolement disciplinaire »⁶⁴¹ si prégnante en France. La création vestimentaire permet un « éclatement des limites »⁶⁴² de l'art : « Depuis Duchamp, il s'agit d'ouvrir les fenêtres, de changer d'air et de congédier les vieilles habitudes »⁶⁴³.

⁶³⁸ Michel Onfray, *La sculpture de soi, la morale esthétique*, Paris : Grasset, 1991, p 101.

⁶³⁹ Catherine Perret, *Les porteurs d'ombre, Mimésis et modernité*, [en ligne] (page consultée le 01/01/13). Disponible sur : www.editions-belin.com/.../fiche-article-les-porteurs-d-ombre-4325.p...

⁶⁴⁰ Allan Kaprow, Musée d'art contemporain de Lyon – 2010, [en ligne] (page consultée le 01/01/13). Disponible sur : www.mac-lyon.com/static/mac/contenu/fichiers/artistes/.../kaprow.pdf

⁶⁴¹ Jean-Pierre Changeux, Paul Ricœur, *Ce qui nous fait penser la nature et la règle*, Paris : Odile Jacob, 1998, p 35.

⁶⁴² Michel Onfray, *La sculpture de soi, la morale esthétique*, Paris : Grasset, 1991, p 118.

⁶⁴³ Michel Onfray, *La sculpture de soi, la morale esthétique*, Paris : Grasset, 1991, p 113.

Joseph Beuys a prôné le « concept de champ élargi de l'art » : « ... l'art est en tout, l'art est tout et tout est art. Il ne distingue pas l'art de la vie et œuvre pour un art total, qui ne s'embarrasse ni des disciplines, ni des domaines »⁶⁴⁴ et envisage même la sculpture sociale. Pour lui, la ménagère qui pèle un oignon fait œuvre d'art. La radicalité de cette affirmation peut paraître très discutable, néanmoins cette posture est importante car elle accepte que tout le monde puisse être artiste. De là les épigones n'ont cessé d'œuvrer pour estomper les frontières entre les différentes « catégories » artistiques, briser les conventions dans le but de dépasser le « jugement esthétique comparatif » et passer des Beaux-Arts à l'« art en général »⁶⁴⁵. Dès 1962, le sculpteur français Etienne Martin travaillait, dans sa série des « Demeures », le *Manteau* considéré comme la première sculpture/vêtement en tissus du 20^{ème} siècle. L'artiste, qui avait revêtu ce vêtement à certaines occasions, cherchait à établir un lien entre sa maison natale et son corps, son histoire et lui-même, il était donc question dans sa recherche de convoquer et de célébrer l'idée de mémoire. Dans les années 1990, Marie Ange Guilleminot, se mettait en scène, habillée de vêtements et objets qu'elle confectionnait elle-même. Munie de son *Chapeau-Vie*, elle s'est rendue dans diverses villes du monde où elle a déroulé cette étrange robe le long de son corps, la transformant en camisole. Elle invitait le spectateur à réfléchir sur l'identité, l'image de soi, et sur le fait que le corps peut être contraint. Dans le milieu des années 1990, Louise Bourgeois commençait à intégrer ses propres vêtements dans ses installations. Ses robes, chemisiers et autres pièces vestimentaires qui avaient été en contact avec son corps, conservaient le souvenir des personnes, des relations et des lieux⁶⁴⁶. Christian Boltanski a également utilisé des vêtements en vue de poser le questionnement sur la mémoire et le devoir de mémoire. De fait, l'« art vestimentaire » dans l'Afrique du Sud post-apartheid, comme nous l'avons analysé, pourrait être envisagé et inscrit comme forme d'art se développant dans un musée que nous nommons « à ciel ouvert », car non présenté pour l'heure dans un contexte muséal institutionnel et qui, de fait révèle un musée vivant.

⁶⁴⁴ Sandra Bébié-Valérian, « Joseph Beuys, l'art pour tous ? » [En ligne] (Page consultée le 04/01/13). Disponible sur : www.oudeis.fr/wp-content/uploads/2009/01/jbeuys.pdf

⁶⁴⁵ Thierry De Duve, « Cinq réflexions sur le jugement esthétique », *Revista porto arte : Porto alegre*, Vol n° 16, n° 27, Novembre 2009, p 223.

⁶⁴⁶ Louise Bourgeois 1911-2010, Musée des Beaux-Arts du Canada, [en ligne] (page consultée le 7/01/13). Disponible sur : <http://www.beaux-arts.ca/fr/apropos/1034.php>

Dans un article où il réfléchit au jugement esthétique, Thierry De Duve écrit :

« Tout ce qui compte aujourd'hui comme chefs-d'œuvre de la modernité, depuis L'enterrement à Ornans de Courbet jusqu'aux Demoiselles d'Avignon de Picasso, en passant par Les Fleurs du mal de Baudelaire, Madame Bovary de Flaubert, Le sacre du printemps de Stravinski, Ulysse de James Joyce, le Déjeuner sur l'herbe de Manet au Salon des Refusés, et une multitude d'autres œuvres, a été en butte à des jugements du type « ce n'est pas de l'art, ça, ce n'est pas de la peinture, ce n'est pas de la musique, ce n'est pas de la littérature » ».

S'il est entendu dans la société sud-africaine, selon un consensus social, un « pacte » (ensemble de conventions), que la *high fashion* (celle des stylistes connus) « est art », la création vestimentaire de l'ombre est jugée de manière opposée : « ce n'est pas de l'art » ou bien « ce n'est pas du *fashion design* ». Thierry De Duve ajoute « Et on a dit d'une quantité d'artistes [...] que leur œuvre était ridicule », pourtant « l'histoire, jusqu'à nouvel ordre, a inversé ces jugements »⁶⁴⁷. De nombreuses personnes en Afrique du Sud raillent le fait que des femmes politiques sud-africaines s'habillent avec des tenues inspirées des formes vestimentaires d'Afrique de l'ouest. Nkosazena Dlamina-Zuma, femme politique sud-africaine à la tête de l'Union Africaine, en est le parfait exemple. Elle apparaît toujours publiquement vêtue de tenues en tissu *basin*, décorées de larges broderies, et coiffée de tissus (*basin, kente*) noués. Il semblerait que ce type de jugement méprisant émane de personnes n'ayant pas encore saisi le caractère panafricain de la création vestimentaire de l'ombre, son inscription dans une histoire d'échanges et de ce fait que l'Afrique du Sud continue d'écrire son histoire. Ce jugement négatif et qui pourrait paraître rédhibitoire, témoigne néanmoins de l'importance de la création vestimentaire dite de l'ombre et lui assure une forme de reconnaissance en l'inscrivant dans le discours articulé et écrit.

Il est important de continuer à se tenir à l'écart de ce que Thierry De Duve appelle « les jugements esthétiques classiques » de type : « ceci est beau ». La création vestimentaire est pertinente dans ce qu'elle a de plus profond, de plus « évocateur » : l'histoire des hommes. Cette thèse permet en partie d'expliquer en quoi « ceci (la création vestimentaire) est de l'art », qui malgré tout, reste un jugement d'ordre esthétique et comparatif.

⁶⁴⁷ Thierry De Duve, « Cinq réflexions sur le jugement esthétique », *Revista porto arte : Porto alegre*, Vol n° 16, n° 27, Novembre 2009, p 222.

L'essence de l'art est entièrement subjective, elle réside dans l'esprit de chacun, ce que chacun choisit comme faisant partie de sa « collection mentale »⁶⁴⁸ :

« .. le jugement esthétique moderne ne dispose d'aucun critère déterminant, mais qu'on se retrouve cas pas cas, tout nu devant la nécessité d'exercer, comme disait Kant, son jugement réfléchissant, en baptisant l'objet jugé du nom d'art »⁶⁴⁹.

L'histoire de l'art s'inscrit dans les sciences de l'art et par là-même dans les sciences humaines. Si les hommes créent l'histoire « d'un art en liaison avec la vie et tout le reste », d'« un art au service de la vie »⁶⁵⁰, elle fait alors partie des sciences de la Vie. L'art émane du vivant, il est un domaine indéniablement rattaché à la vie, donc à l'organisme vivant et l'Homme en tant qu'être vivant. L'art est ainsi une question de perception qui passe par le prisme de la pensée. Lorsque l'on perçoit visuellement un phénomène relevant de « ceci est de l'art », nos pensées, notre jugement sont mobilisés. Les formes résultent de nos perceptions physiques et mentales d'un objet.

Les relations que le cerveau entretient avec l'esprit sont le sujet de nombreux débats et forment un pôle de réflexion intéressant au regard de nos recherches. Jean-Pierre Changeux, reconnu comme le chef de file des neurosciences en France, a établi des rapprochements féconds entre son champ de réflexion et celui de l'art. Les connaissances sur le cerveau pourraient apporter « une conception nouvelle, une représentation différente de ce que nous sommes, de ce que sont nos idées, nos pensées, les dispositions qui interviennent dans notre jugement »⁶⁵¹. Des recherches de ce type permettraient de voir s'il se passe la même chose dans le cerveau à la vue d'une création vestimentaire que devant la contemplation d'une peinture, d'une sculpture. Le jugement « ceci est de l'art » pourrait alors peut-être se traduire via les neurones dans le cerveau.

Dans le monde anglosaxon, en Angleterre particulièrement, des historiens de l'art et des neurobiologistes tels que John Onians, Semir Zeki et d'autres par la suite, s'intéressent à ce qu'ils appellent la « *neuroarthistory* » ou la « *neuroeesthetic* » depuis les années 2005. S'ils étudient ce qui se passe dans le cerveau des artistes et leur façon

⁶⁴⁸ Une interview de Thierry De Duve, rediffusion d'une interview de la RTBF en 1989, [en ligne] (page consultée le 7/01/13. Disponible sur : <http://www.multimedialab.be/blog/?p=1136>

⁶⁴⁹ Thierry De Duve, « Cinq réflexions sur le jugement esthétique », *Revista porto arte : Porto alegre*, Vol n° 16, n° 27, Novembre 2009, p 221.

⁶⁵⁰ Allan Kaprow, Musée d'art contemporain de Lyon – 2010, [en ligne] (page consultée le 01/01/13). Disponible sur : www.mac-lyon.com/static/mac/contenu/fichiers/artistes/.../kaprow.pdf

⁶⁵¹ Jean-Pierre Changeux, Paul Ricœur, *Ce qui nous fait penser la nature et la règle*, Paris : Odile Jacob, 1998, p 37.

de penser, ils mènent aussi des travaux sur nos réactions aux divers médias artistiques. Même si les expériences qui fondent leurs recherches se rapportent à l'esthétique classique à travers l'appréciation et le jugement subjectif de la notion de « beauté », leur position mérite la réflexion. Leurs travaux révèlent que « les expériences esthétiques impliquent des processus du cerveau reliés à la perception, la mémoire, la compréhension, l'attention, l'émotion et le plaisir »⁶⁵². Ces nouvelles études, bien que controversées, ont l'intérêt de proposer une nouvelle approche des activités artistiques. Au moment de l'acte de création artistique et de celui de l'appréciation des formes résultantes d'une activité artistique, l'être (son esprit) et le cerveau sont en synergie. La pensée est mobile, fluide, dynamique. Cette réflexion s'inscrit dans la volonté de comprendre les fonctions les plus élevées du cerveau, « qui relèvent traditionnellement du domaine de la philosophie : la pensée, les émotions, la faculté de connaissances et, pourquoi pas, le sens moral »⁶⁵³. Il est ainsi possible de se demander quel impact une création vestimentaire pourrait avoir sur le cerveau. Les représentations sont analysées par le cerveau, les neurones reconnaissent chaque forme. Selon Jean-Pierre Changeux, « il y a une efficacité esthétique de l'œuvre d'art »⁶⁵⁴, qui accède à la conscience en mobilisant la mémoire, les émotions. La perception de l'œuvre d'art s'opère à la fois par la rétine et la pensée : nous voyons un vêtement qui nous évoque quantité de pensées. Ce « pouvoir évocateur »⁶⁵⁵ fait appel à la mémoire personnelle, culturelle, mais aussi à la mémoire collective. Maurice Halbwachs qui a théorisé le concept de « mémoire collective », affirme que tout groupe social crée et partage une histoire qui lui est propre. Il écrit : « Par une partie de ma personnalité, je suis engagé dans le groupe, en sorte que rien de ce qui s'y produit, tant que j'en fais partie, rien même de ce qui l'a préoccupé et transformé avant que je n'y entre, ne m'est complètement étranger »⁶⁵⁶. L'artiste porte en lui, dans sa mémoire, une partie de l'histoire des formes

⁶⁵² International Network for Neuroaesthetics, « Neuroaesthetics » [en ligne] (page consultée le 6/01/13). Disponible sur: <http://neuroaesthetics.net/neuroaesthetics/>: « ... aesthetic experiences involve brain processes related with perception, memory, understanding, attention, emotion and pleasure ».

⁶⁵³ Jean-Pierre Changeux, Paul Ricœur, *Ce qui nous fait penser la nature et la règle*, Paris : Odile Jacob, 1998, p 11.

⁶⁵⁴ Art et Science- Portrait du neurobiologiste Jean-Pierre Changeux, dans l'émission radiophonique « La tête au carré », France inter, présentée par Mathieu Vidard, le 20/04/12 de 14h à 15h.

⁶⁵⁵ Art et Science- Portrait du neurobiologiste Jean-Pierre Changeux, dans l'émission radiophonique « La tête au carré », France inter, présentée par Mathieu Vidard, le 20/04/12 de 14h à 15h.

⁶⁵⁶ Maurice Halbwachs, Chapitre II « Mémoire collective et mémoire historique » in *La mémoire collective*, 1950, p 26, un document produit en version numérique par Mme Lorraine Audy, stagiaire et Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie. Dans le cadre de la collection: "Les classiques des sciences sociales" [en ligne] (consulté le 6/01/13).

Disponible sur : http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

et des hommes. Le fait que la « tradition » se perpétue même si elle apparaît sous des formes nouvelles de créations et que l'on puisse y repérer des marqueurs de l'histoire (cuir, perlage, broderie), implique que toute création vestimentaire étudiée se révèle comme un fragment ou un récit de l'histoire de l'homme au travers de ses pérégrinations et adaptations aux vicissitudes de la vie (immigration, changement de contexte politique et social). Il semblerait que ce « pouvoir évocateur » qui permet de faire émerger de façon manifeste l'histoire du pays soit le fil d'Ariane de l'histoire des formes vestimentaires en Afrique du Sud. Le « pouvoir évocateur » (mémoire, émotions) est peut-être finalement ce qui fonderait le jugement « ceci est de l'art », en faisant appel à la mémoire du patrimoine, les formes artistiques passées et présentes. Ainsi, nous sommes en droit de poser l'idée que chaque vêtement aurait des centaines d'années dans la mesure où il révélerait des passations d'idées, de marqueurs sociaux, de codes, de postures, de choix, chaque vêtement constituant un espace de sensibilités, d'émotions lointaines et présentes. En cela il constitue une somme, un capital culturel et humain. Une somme au sens où Picasso disait de *Guernica*, son œuvre majeure, qu'elle se présentait comme une « somme », car il s'agit de l'histoire de l'homme, de la barbarie, de l'histoire de la peinture toute entière convoquée dans cette composition. Si « chaque homme est d'abord le contemporain de lui-même et de sa génération »⁶⁵⁷, ses créations reflètent sa génération : l'histoire qui lui est contemporaine et l'histoire qui lui est passée. Les créations vestimentaires sud-africaines évoquent une somme d'histoires, une trace mémorielle (mémoire sociale et historique) qui légitime leur inscription dans l'histoire comme forme d'art.

⁶⁵⁷ Henri Focillon, *Vie des formes*, dans le cadre de la collection : « Les classiques des sciences sociales », dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi, p 54-55 [en ligne] (page consultée le 25/12/12).
Disponible sur : http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

Bibliographie.

10x SA FashionWeek: Voices Et Images From Ten Years Of South African Fashion Week, Johannesburg: Anthony Tischhauser, Channel F Publishing, July 2006, 187 p.

About AFI, [en ligne] (page consultée en Janvier 2012). Disponible sur <http://www.afisa.co.za>

About iFashion [en ligne] (page consultée en mars 2012).

Disponible sur: www.ifashion.co.za

Aderanti Adepoju, « Continuity and Changing Configurations of Migration to and from the Republic of South Africa », *International Migration*, Vol. 41, n°1, 2003, pp 3-28.

African traditional garb of the natives tribes of southern Africa, a bibliography compiled by Rosine Levy, Johannesburg: University of the Witwatersrand, 1972, 74 p.

Alberti Ludwig, *Description physique et historique des Cafres sur la côte méridionale de l'Afrique*, 1811, Amsterdam: E. Maaskamp, 255 p.

Allman Jean Marie, *Fashioning Africa: Power and the Politics of Dress*, Bloomington: Indiana University Press, 2004, 247 p.

Anderson Allan, *African Reformation: African Initiated Christianity in the Twentieth Century*, Trenton, NJ: Africa World Press, 2001, 257 p.

Anderson Allan, *Zion and Pentecost: the spirituality and experience of Pentecostal and Zionist/apostolic churches in South Africa*, Pretoria: UNISA Press, 2000, 328 p.

Anderson Allan, « The Lekganyane and Prophecy in Zion Christian Church », *Journal of Religion in Africa*, vol 29, n° 3, octobre 1999, pp 285-312.

Art et Science- Portrait du neurobiologiste Jean-Pierre Changeux, dans l'émission radiophonique « La tête au carré », France inter, présentée par Mathieu Vidard, le 20/04/12 de 14h à 15h.

Austrian Lace Documentary [en ligne] (vidéo consultée en mai 2011). Disponible sur: <http://www.ladybrillenigeria.com>

Ayliff John et Rev. Whiteside Joseph, *History of The Abambo, generally known as Fingos*, Transkei: Gazette, 1912, Cape Town: C. Struik, 1962, 107 p.

Barlet Olivier, Nigéria, La vidéo rêve d'Oscars [en ligne] (page consultée le 14/12/2012). Disponible sur: www.africultures.com

Barrett David B, *Schism And Renewal In Africa An Analysis Of Six Thousand Contemporary Religious Movements*, Nairobi, Addis Abeba, London: Oxford University Press, 1968, 363 p.

Barthes Roland, « Histoire et sociologie du vêtement », *Annales, Economies, Sociétés, Civilisations*, vol 12, n° 3, 1957, pp. 340-441.

Barthes Roland, *Système de la mode*, Paris : Seuil, Avril 1967, 358 p.

Bébié-Valérian Sandra, Joseph Beuys, l'art pour tous ? [En ligne] (Page consultée le 04/01/13. Disponible sur : www.oudeis.fr/wp-content/uploads/2009/01/jbeuys.pdf

Beitone Alain, Les pratiques culturelles : déterminisme et interaction, juillet 2006, corrigé de dissertation, p 2, format pdf, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : www.aix-mrs.iufm.fr/formations/filieres/ses/.../pratiquesculturelles.pdf

Bentley Sarah, « Nollywood Dreaming », *Arise Magazine*, issue 1, 2009, pp 177-181.

Berger Iris, *Threads of Solidarity, Women in South African Industry 1900-1980*, Bloomington et Indianapolis: Indiana University Press, London James Currey, 1992, 368 p.

Bernolles Jacques, *Permanence de la parure et du Masque Africain*, Paris : G.P Maisonneuve et Larose, 1966, 632 p.

Bibila Nadège, « La mode vestimentaire à Brazzaville dans le contexte de la révolution des TIC : entre innovation et imitation entrepreneuriales », *Inclusive Growth, Innovation and Technological Change : Education, Social capital and Sustainable Development GLOBELICS 7^{ème} Conférence Internationale 2009*, 17 p, [en ligne] (page consultée en février 2012).

Disponible sur: smartech.gatech.edu/bitstream/handle/1853/36350/nadege.pdf

Boram-Hays Carol, « Borders of beads: Questions of Identity in the Beadwork of the Zulu- speaking People », *African Arts*, vol 38, n° 2, Summer 2005, pp 38-49.

Bouillon Antoine, *Immigration africaine en Afrique du Sud, les migrants francophones des années 90*, Paris : Karthala et IFAS, 1999, 238 p.

Bouillon Antoine, « Immigration et immigrés en Afrique du Sud », *Revue européenne de migrations internationales*, vol. 14, n°1, 1998, pp 193-219.

Bourdieu Pierre, *Questions de sociologie*, Paris : Minuit, 1984/2002, 277 p.

Bourdieu Pierre, *La distinction critique sociale du jugement*, Paris : Minuit, 1979, 670 p.

Bouttiaux Anne Marie, Sorber Frieda, Mark John, *Costumes et textiles d'Afrique, des Berbères aux Zulu*, Paris : Cinq continents, 2008, 320 p.

Booyzen Lucilla, courriel reçu le mardi 30 janvier 2012.

Braunholtz H. J., « Ethnographical Exhibition in the South African Pavilion, British Empire Exhibition ». *Man*, Royal Anthropological Institute of Great Britain and Ireland, vol 24, sept. 1924, pp. 129-132.

Bronwyn V. Brottem et Ann Lang, « Zulu Beadwork », *African Arts*, vol. 6, n° 3, spring 1973, pp 8-84.

Broster Joan, *Red Blanket Valley*, Johannesburg: H. Kearsland, 1967, 197 p.

Burgelin Olivier, « Barthes et le vêtement », *Communications*, vol 63, n°1, 1996, pp 81-100.

Calefato Patrizia, « Fashion and Worldliness: Language and Imagery of the Clothed Body », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 1, n°1, 1997, pp 69-90.

Camps Gabriel, Conducteurs de chars et bâtisseurs dans le Fezzan antique [en ligne] (page consultée en novembre 2010). Disponible sur : <http://www.clio.fr>

Cardona-Forney Judith Anne, *An Investigation of The Relationship Between Dress And Appearance And Retention of Ethnic Identity*, ETD for Purdue University, 1980.

Carte du Congo et du Pays des Cafres. Date : 1708. Taille : 5376 x 4096. Auteur : Delisle Guillaume (1675- 1726). Origine : BNF. [en ligne] (page consultée en novembre 2010). Disponible sur : <http://cartanciennes.free.fr>.

Casalis Eugène, *Les Bassoutos ou 23 années d'étude et d'observation au sud de l'Afrique*, Paris: C. Meyrueis, 371 p.

Changeux Jean-Pierre, Ricœur Paul, *Ce qui nous fait penser la nature et la règle*, Paris : Odile Jacob, 1998, 350 p.

Clark Judith, « Defining Dress: Dress as Object, Meaning and Identity edited by Amy De La Haye and Elizabeth Wilson », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 5, n° 1, 2001, pp 99-101.

Colenso John William, *Ten Weeks in Natal, A Journal of a First Tour of Visitation Among the Colonists and Zulu Kafirs of Natal*, Cambridge : Macmillan & co, 1855, 287 p.

Collin Philippe, Marcel Duchamp, archives du XXème siècle (01/01/1967, 15 min 311s) [en ligne] (vidéo consultée le 5/12/2012). Disponible sur : www.ina.fr

Comaroff Jean, « Les Vieux Habits de l'Empire, façonner le sujet colonial », *Anthropologie et Sociétés*, vol. 18, n° 3, 1994, pp 15- 38.

Comaroff Jean et John, *Of revelation and revolution: Christianity, Colonialism and Consciousness in South Africa*, Chicago: University of Chicago Press, 1991, 612 p.

Contemporary African Fashion, Bloomington et Indianapolis: Indiana University Press, 2010, edited by Suzanne Gott et Kristine Loughran, 248 p.

Coplan David B., Sophiatown et le jazz sud-africain, réappropriation d'une identité culturelle [mis en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : <http://www.africultures.com>. Texte traduit de l'anglais par Jérôme Bessièrè.

Corrigall Mary, « Passion for fashion », *The Sunday Independent* (South Africa), 23 juillet 2006, propos de Lucilla Booyzen, [en ligne] (page consultée en septembre 2009). Disponible sur: www.highbeam.com

Courtney-Clarke Margaret, *Ndebele l'art d'une tribu d'Afrique du Sud*, traduit de l'anglais par Emmanuelle Occansey, Paris: Artaud, 1992, 200 p.

Cowley Cecil, *Kwa Zulu: Queen Mkabi's Story*, Cape Town: C. Struik, 1966, 226 p.

Craik Jennifer, *The Face of Fashion: Cultural Studies in Fashion*, New York: Routledge, 1994, 264 p.

Créateur du passé, Allan Kaprow, par The Creators Project Staff, 21 août, [en ligne] (page consultée le 01/01/13). Disponible sur :

<http://thecreatorsproject.com/fr/blog/cr%C3%A9ateurs-du-pass%C3%A9-allan-kaprow>

Crinoline [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://fr.wikipedia.org>

Daneel Marthinus Louis, *Quest For Belonging: introduction to a study of African Independent Churches*, Gweru, Harare, Gokomere: Mambo Press, 1987, 310 p.

David Tlale heads off to New York City [en ligne] (page consultée en mars 2011). Disponible sur: <http://www.totalexposure.co.za>

Davie Lucille, « Fashion District gets boost » (13 june 2003) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za

Davie Lucille, « Great venues for fashion week » (17 february 2011) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za

Davie Lucille, « Takkies, combs and things on poles » (Wednesday june 2009) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za

Dawson Hannah et Davie Lucille, Revamp makes fashion District all the vogue Thursday (4 november 2004) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.joburg.org.za

De Duve Thierry, « Cinq réflexions sur le jugement esthétique », *Revista porto arte : Porto alegre*, vol n° 16, n° 27, Novembre 2009, p 223.

De Ferrière Le Vayer Marc, « L'industrie du luxe et la mode: du temps des créateurs eu temps des communicants (fin 19ème, fin 20ème) », 20 p, *Apparences* [en ligne] (page consultée le 30 décembre 2011). Disponible sur : apparences.revues.org

Définition [en ligne] (page consultée en janvier 2011). Disponible sur : <http://www.toupie.org/Dictionnaire/Ideologie.htm>

De la Haye Amy and Wilson Elizabeth, *Defining Dress: Dress as Object, Meaning and Identity*, Manchester, New York: Manchester University Press, 1999, 160 p.

Descamps Marc-Alain. La psychologie de la mode [en ligne] (page consultée le 13/10/2012). Disponible sur : <http://europsy.org/marc-alain/psymod.html>

Descamps Marc-Alain, *Le nu et le vêtement*, Paris: Editions Universitaires, 1972, p 87.

Direko Redi interviews David Tlale, [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur: www.youtube.com.

Driver Dorothy, « Drum Magazine (1951-9) and The Spatial Configurations of Gender », in Karin Barber (ed), *Readings in African Popular Culture*: Bloomington, Indianapolis: Indiana University Press, 1997, 184 p.

Drum, le mythique magazine du glamour noir sud-africain, a 60 ans, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur: <http://www.lexpress.fr>

Du Plessis Izak David, *The Cape Malays: history, religion, traditions, folk tales, the Malay quarter*, Cape Town: A. A. Balkema, 1972, 97 p.

Durham Deborah, « The predicament of Dress: Polyvalency and The ironies of Cultural Identity », *American ethnologist*, vol 26, n° 2, May 1999, pp 389- 411.

Eicher Joanne B., « The Art of African fashion By Prince Claus Fund », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, February, vol 5, n°1, 2001, pp 103-107.

Encyclopeadia Universalis [en ligne]. Disponible sur: www.universalis.fr

Engelbrecht Bernhard, *Man does not go naked*, Basel: Wepf, 1989, 463 p.

Existe-t-il une mode noire ? Entretien de Pascale Berloquin-Chassany par Ayoko Mensah, [en ligne] (page consultée en juin 2011).

Disponible sur : <http://www.africultures.com>

Extrait du dossier réalisé par le SESSI (service des études et des statistiques industriels) pour le ministère de l'Économie, des Finances et de l'Industrie, dans *La Mode en Chiffres*, Édition 2005, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : <http://www.industrie-gouv.fr>

Fashion brightens downtown Johannesburg, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur: <http://www.globalpost.com>

Fashion District [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur : www.joburg.org.za

Fashion Kapitol opens with aplomb [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur : www.jda.org.za

Fashion Week in South Africa, Vidéo produite par RUETERS, [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur: www.youtube.com

Fat is bad but beautiful, South Africans need to become healthier [en ligne] (page consultée le 10/12/2012). Disponible sur : *The Economist*, www.economist.com

Faure Véronique (ed), *Dynamiques religieuses en Afrique australe*, Paris : Karthala, 2000, 354 p.

Fauvelle- Aymar François-Xavier, *Histoire de l'Afrique du Sud*, Paris: Seuil, 2006, 468 p.

First clenched, spirits raised; The Thulisa Brothers have been performing for years, infusing hardship and hope, suffering and survival into their rendition of a living hostel beats, *The Star* (South Africa), February 5, 2009, [en ligne] (page consultée en juillet 2009). Disponible sur: www.highbeam.com

Fisher Angela, *Africa Adorned*, New York: Harry N. Abrams, 1984, 304 p.

Flanagan Louise, Avoid commercialisation, initiation hearing is told (23 octobre 2006) [en ligne] (page consultée en décembre 2010). Disponible sur: <http://mg.co.za/article/2006-10-23-avoid-commercialisation-initiation-hearing-is-told>

Focillon Henri, *Vie des formes*, dans le cadre de la collection : « Les classiques des sciences sociales », dirigée et fondée par Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie au Cégep de Chicoutimi, [en ligne] (page consultée le 25/12/12). Disponible sur : http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

Forney Judith Anna Cardona, *An investigation of the relationship between Dress and Appearance and Retention of ethnic identity*, Michigan: University Microfilms International, 1989, PhD soutenu à Purdue University en 1980, 170 p.

Fynn Henry Francis, *Chaka roi des Zoulous*, Toulouse : Anacharsis, 2004, 316 p.

Gandoulou Justin-Daniel, *Dandies à Bacongo: le culte de l'élégance dans la société congolaise contemporaine*, Paris: L'harmattan, 1989.

Gardi Bernhard, *Le Boubou-c'est chic, Les boubous du Mali et d'autres pays de l'Afrique de l'Ouest*, Museum der kulturen, Basel : Editions Christoph Merian, 2002, 207 p.

Gardiner Allen Francis, *Narrative of A Journey to the Zoolu Country in South Africa*, Le Cap: Struik, 1966, Fac-similé de la version originale publiée à Londres: William Crofts, Chancery Lane, 1836, 416 p.

Gauteng South Africa [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur: <http://www.sa-venues.com>

Gelas Nadine, *Le signe vestimentaire*, enregistrement numérique, Paris BPI 2003, date et lieu : 17/01/2003, petite salle, Centre Pompidou, 33 min, [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur : www.bpi.fr

Geoffroy-Schneiter Bérénice, *L'Afrique est à la mode*, Paris: Assouline, 2005, 79 p.

Gillow John, *African Textiles: colour and creativity across a continent*, London: Thames and Hudson, 2003, 240 p.

Global Trekking, « Wanted » supplément du journal Business Day, Août 2009.

Godard Frédéric, *Sociologie de la mode*, Paris: La Découverte, 2101, 123 p.

Gollifer Ann, « Urban Camouflage Street Safari », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, Edizioni Lai Momo, Bologna, 69-70, Aprile 2010, pp 59- 63.

Gondola Didier, « Dream and Drama : The Search For Elegance among Congolese Youth », *Journal of Southern African Studies*, vol 42, n°1, April 1999, p 23- 48.

Grange Helen, A cool place for new talent, 22 février 2011, [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: <http://www.iol.co.za>

Grosfilley Anne, « Le tissage chez les Mossi du Burkina Faso : dynamisme d'un savoir-faire traditionnel », De Boeck Université, *Afrique contemporaine*, 2006/1, n° 127, p 203, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur : <http://www.cairn.info>

Grosfilley Anne, « Les créateurs africains de « haute couture » : entre redéfinition du vêtement et recherche d'identité », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, Edizioni Lai Momo, Bologna, 69-70, Aprile 2010, pp 10-14.

Grosfilley Anne, *L'Afrique des textiles*, Aix en Provence: Edisud, 2004, 175 p.

Halbwachs Maurice, Chapitre II « Mémoire collective et mémoire historique » in *La mémoire collective*, 1950, 105 p, un document produit en version numérique par Mme Lorraine Audy, stagiaire et Jean-Marie Tremblay, professeur de sociologie. Dans le cadre de la collection: « Les classiques des sciences sociales » [en ligne] (consulté le 6/01/13). Disponible sur :

http://www.uqac.quebec.ca/zone30/Classiques_des_sciences_sociales/index.html

Halpern Catherine, Jean-Claude Ruano-Borbalan (ed), *Identités : l'individu, le groupe, la société*, Auxerre : Editions sciences humaines, 2004, 391 p.

Hammond-Tooke W.D, *The Bantu-Speaking peoples of Southern Africa*, London and Boston: Routledge and Kegan Paul, 1974, 525 p.

Hansen Karen, *Salaula: The World of Secondhand on Clothing in Zambia*, Chicago: University of Chicago Press, 2000, 298 p.

Hatin Eugène, *Histoire pittoresque des voyages en Afrique : recueil de récits curieux, des scènes variées, des découvertes scientifiques, des mœurs et coutumes*, Paris : M. Ardant frères, 1847, 286 p.

Hattingh Angie, Top designers and crafters will launch collaborative collection at Sanlam SA Fashion Week [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur: www.ifashion.com

Hattingh Angie. Jhb, The Fashion Kapitol (Wednesday 23 april 2008) [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.ifashion.co.za

Hellman Ellen, « The Natives in Towns » Chap. 18, in Schapera Isaac, *The Bantu-Speaking Tribes of South Africa*, London: Routledge and Kegan Paul, 1962, 524 p.

Hendrickson Hildi (ed), « Introduction » in *Clothing and Difference: Embodied Identities in Colonial and Post-Colonial Africa*, Durham: Duke University Press, 1986.

Hermant Léon, *Au sud africain : chez les Basutos, les Zoulous, les Herreros*, Bruxelles : Lannoy, 1924, 131 p.

Interview de Florence Müller, Qu'est ce que la haute couture ? Propos recueillis par Maris Varroud-Vial [en ligne] (page consultée en août 2009). Disponible sur: www.puretrend.com

Jennings Helen, *New African Fashion*, Munich, London, New York: Prestel, 2011, 239 p.

Jennings Helen, « David Tlale, Having wowed Joburg with his first purely womenswear collection, David Tlale looks to the future and why the stars of African fashion are on the rise », *Arise magazine*, July 2009, issue 5.

Jordan Emma, « African fashion now. After years of colonialist clichés, a new breed of african designers are creating vibrant, unique clothes and are now ready to bring their vision to the rest of the world », *Arise Magazine*, issue 1, pp 74-79.

Jordan Emma, « Man Power », *Arise Magazine*, june 2009, issue 4, p 41.

Jordan Emma, « When Heni met Suzaan », *Arise Magazine*, issue 10, 2010, p 70.

Kaprow Allan, Musée d'art contemporain de Lyon – 2010, [en ligne] (page consultée le 01/01/13). Disponible sur :

www.mac-lyon.com/static/mac/contenu/fichiers/artistes/.../kaprow.pdf

Karras Aspasia, Arts and Crafts: Sanlam SA Fashion Week brings you fashion fusion, [en ligne] (page consultée en mai 2011). Disponible sur www.thetimes.uk

Kawamura Yunia, *Fashion-ology An Introduction to Fashion Studies*, Oxford, New York: Berg, 2005, 124 p.

Kennedy Carolee, *Art, Architecture and Material Culture of the Zulu Kingdom*, University of California, Los Angeles: U.M.I a Bell and Howell Company, 1993, 508 p.

Kerlan Alain, De la « haute culture » à la culture dans plusieurs mondes, La culture entre subjectivité et pluralité, Institut des sciences et pratiques d'éducation et de formation (ISPEF), Université Lumière Lyon 2, Unité mixte de recherche (UMR) Éducation et politiques, Document PDF [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: www.mus.ulaval.ca

Kidd Dudley, *The Essential Kafir*, London: Adam and Charles Black, 1904, 435 p.

Kitoga Dada Stella (2012). La magie et le langage du pagne [en ligne] (vidéo consultée en avril 2012). Disponible sur : www.afriqueredaction.com

Krahe Dialika, Nigeria's Silver Screen. Nollywood's Film Industry Second only to Bollywood in Scale 3 p, traduit de l'allemand par Christopher Sultan [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur:

Der Spiegel Online International, <http://www.spiegel.de/international/world>

Kuper Hilda, « Costume and Identity », *Comparative studies in Society and History*, Cambridge University Press, vol 15, n°3, june 1973, pp 348-367.

L'Orient des femmes vu par Christian Lacroix [en ligne] (consultée le 5/12/2012). Disponible sur: <http://www.quaibrantly.fr>

Labelle Marie- Louise, *Beads of Life, Eastern and Southern African Beadwork from Canadian Collections*, Gatineau Québec: Canadian Museum of Civilization Corporation, 2005, 185 p.

Lanni Dominique, *Fureur et barbarie. Récits de voyages chez les Cafres et les Hottentots. 1665-1721*, Paris: Cosmopole, 2001, 213 p.

Lazar Vicky, *Costume and Fashion in South Africa 1652-1910, a bibliography*, School of librarianship Cape Town: University of Cape Town, 1960, 30 p.

Le Breton David, *La sociologie du corps*, Paris : PUF, 2010, 127 p.

Le patrimoine culturel et historique [en ligne] (page consultée le 24/10/12).
Disponible sur : www.afriquepatrimoine.org

Le Vaillant François, *Voyages de F. Le Vaillant, dans l'intérieur de l'Afrique, par le Cap de bonne espérance*, Tome 1 et 2, de l'imprimerie de Crapelet à Paris, 1797-1798.

Lebreton Sophie, La pratique du pagne en Côte d'Ivoire, une expression multiculturelle, 2 p [en ligne] (page consultée le 9/05/2011). Disponible sur : www.aficultures.com

Legrand Catherine, Ichikawa Satomi, Guéry Anaïs, *Textiles et vêtements du monde. Le carnet de voyage d'une styliste*, Paris : Aubanel, 2007, 240 p.

Les tissus [en ligne] (page consultée en avril 2011). Disponible sur : <http://www.samani.fr/Tissus/Tissusframeset.htm>

LISOF Graduates open Joburg Fashion Week, 14 février 2011, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur: <http://www.lisof.co.za>

Louise Bourgeois 1911-2010, Musée des Beaux-Arts du Canada, [en ligne] (page consultée le 7/01/13). Disponible sur : <http://www.beaux-arts.ca/fr/apropos/1034.php>

Magubane Peter, *The Bantwane : Africa's undiscovered people*, texte de Sandra Klopper, South Africa : Struik, 2001, 144 p.

Magubane Peter, *African renaissance*, texte de Sandra Klopper, Londres : Struik, 2000, 168 p.

Maota Ray, Fashion Kapitol gets new tenant (12 october 2010) [en ligne] (page consultée en novembre 2010). Disponible sur: www.joburg.org.za:

Mbow Marie-Amy, « Dandyism in Africa », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, Edizioni Lai Momo, Bologna, 69-70, Aprile 2010, p 70-72.

Mendy-Ongoundou Renée, *Elégances Africaines: Tissus traditionnels et mode contemporaine*, Paris: Alternatives, 2002, 139 p.

Menkes Suzy, « Next Stop, Africa », *The New York Times Style Magazine*, Spring 2005, p 60.

Moeran Brian, « More than just a fashion Magazine », *Current Sociology*, September 2006, vol. 54 (5), p 725-744.

Moffat Robert, *Missionary Labours and Scenes in Southern Africa*, Londres : John Snow, Paternoster Row, 1842, 620 p.

Molajani Akbar, *Dictionnaire de sociologie contemporaine*, Paris : Zagros, 2004, 188 p.

Monneyron Frédéric, *La sociologie de la mode*, Paris : PUF, 2010, 127 p.

Morris Jean, *Speaking with Beads, Zulu Arts from Southern Africa*, text by Eleanor Preston- Whyte, New York: Thames and Hudson, 1994, 94 p.

Ndoye Mbengue Mariama, « Culture, art et mode vestimentaire au Sénégal », *le Potentiel* (mercredi 18 mars 2005) [en ligne] (page consultée en février 2012). Disponible sur: <http://www.lepotentielonline.com>.

Nettleton Anita, « Threading the interstices: tradition and modernity in an African wedding in Kwa Zulu- Natal », communication orale, 25th Annual conference of the South African Association of visual Art Historians, The politics of Change: looking backwards and forwards, University of Pretoria, 9-11 July 2009.

Nettleton Anita, Julia Charlton and Fiona Rankin-Smith, *Engaging modernities, Transformation of the common place*, Standard Bank Collection of African Art, Johannesburg: University of the Witwatersrand Art Galleries, 2003, 96 p.

Nicholson Emma, « An African experience of wonder », *Daily News* (South Africa), September 18, 2007, [en ligne] (page consultée en juillet 2009). Disponible sur: www.highbeam.com

Nine Takes The Fashion Fusion Project, Johannesburg: Channel F. Publishing, 2009.

Nontsikelelo Veleko photographe, texte de Henri Vigon, Paris : Editions de l'œil, 24 p.

Nuances de lumières, la collection printemps/été 2007 de Gavin Rajah, [en ligne] (page consultée en avril 2009). Disponible sur : <http://www.luxe-whisperer.com>

Nutall Sarah, « Liberté de style: cultures de consommation chez les jeunes de Johannesburg », *Politique Africaine*, n° 100 : *Cosmopolis* : de l'Afrique, de la ville et du monde, décembre 2005-janvier 2006, pp 248-271.

Onfray Michel, *La sculpture de soi, la morale esthétique*, Paris : Grasset, 1991, 286 p.

Palmi Renato, « Threadbare reasoning from fashion week folk », *Sunday Tribune*, 19 août 2007, [en ligne] (page consultée en septembre 2009). Disponible sur: www.highbeam.com

Palmi Renato, Talking Fashion in Johannesburg's inner-city [en ligne] (vidéo consultée en janvier 2012). Disponible sur: www.youtube.com

Perani Judith and Wolff Norma H., *Cloth, dress, and Art patronage in Africa*, Oxford: Berg, 1999, 217 p.

Perret Catherine, *Les porteurs d'ombre, Mimésis et modernité*, [en ligne] (page consultée le 01/01/13). Disponible sur : www.editions-belin.com/.../fiche-article-les-porteurs-d-ombre-4325.p...

Perrot Claude- Hélène, *Les Sotho et les missionnaires européens au 19ème siècle*, Université de Paris faculté de lettres et de sciences humaines, Dijon : imprimerie Darantière, 1970, 192 p.

Phillips Ray Edmund, *The Bantu in the City: a study of cultural adjustment on the Witwatersrand*, New York: AMS Press, 1977, 452 p.

Photographie de TJ Lemon prises dans les années 2000, directeur de la photographie au journal sud-africain *Sunday Independent*, [en ligne] (page consultée le 20/11/12). Disponible sur: <http://www.lightstalkers.org>.

Picton John, *The Art of African Textiles: Technology, Tradition and Lurex*, London: Barbican Art Gallery, 1995, 140 p.

Pitman Juliet, Success Stories, Stoned Cherrie: Nkhensani Nkosi (23 mars 2010) [en ligne] (page consultée en mars 2012).

Disponible sur: <http://www.entrepreneurmag.co.za>

Pop Denise, « Evolution d'un système vestimentaire dans les sociétés rurales de Roumanie », *L'Homme*, 1984, tome 24, n°1, pp 43-64.

Power to the people [en ligne] (page consultée en mars 2012). Disponible sur: www.ifashion.com

Project Runway, *Sunday Times*, June 14, 2009.

Prothero Mansell, « Le recrutement des travailleurs étrangers par l'Afrique du Sud », 1977, *Tiers Monde*, tome 18 n°69, pp 101-113.

Prozeski Martin et de Gruchy John, *Living Faiths in South Africa*, London: C. Hurst and Co Publishers, 1995, 238 p.

Qu'est ce que la haute couture aujourud'hui ? Müller Florence, historienne de la mode interrogée par le site internet PureTrend [en ligne] (page consultée en juillet 2012). Disponible sur le site internet : www.puretrend.com

Quiggin A. H., « Trade Routes, Trade And Currency in East Africa », *The occasional papers of the Rhodes-Livingstone Museum*, Oxford University Press, n°5, 1949, 13 p.

Rabine Leslie, *The Global Circulation of African Fashion*, New York: Berg, 2002, 224 p.

Rabine Leslie, « Not a Mere Ornament: Tradition, Modernity and Colonialism in Kenyan and Western Clothing », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 1, n°2, May 1997, pp 145-168.

Revillout Eugène, « Mémoire sur les Blemmyes d'après divers documents coptes », in *Comptes rendus des séances de l'Académie des Inscriptions et Belles-Lettres*, 15e année, 1871, pp 30-44, [en ligne] (page consultée en novembre 2010). Disponible sur : http://www.persee.fr/web/revues/home/prescript/article/crai_00650536_1871_num_15_1_67759

Rovine Victoria, « An african sensibility »: Chris Seydou's Fashion Innovations », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, Eidzioni Lai Momo, Bologna, 69-70, Aprile 2010, pp 15- 21.

Rovine Victoria, « Colonialisms Clothing: Africa, France, and the Deployment of Fashion », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 3, n°25, 2009, pp 44- 61.

Rovine Victoria, *Bogolan: Shaping Culture Through Cloth in Contemporary Mali*, Washington D.C: Smithsonian Institution Press, 2001, 178 p.

Ruether Kristen, « Heated Debates over Crinolines: European Clothing on Nineteenth-century Lutheran Mission stations in The Transvaal », *Journal of Southern African Studies*, Oxford University Press, vol 28, n° 2, June 2002, p 359- 378.

SA Fashion Panel 2008 (Interview de trois créateurs sud-africains: Gavin Rajah, Stoned Cherrie, Amanda Laird Cherrie) [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.designindaba.com>

Saunders Chris et Stanley Rod, Dazed heads into downtown Jo'burg with four DIY designers from Soweto [en ligne] (page consultée en avril 2012). Vidéo disponible sur: <http://www.dazeddigital.com>

Schapera Isaac, *Western civilization and the Natives of South Africa: studies in culture contact*, London: Routledge and K Paul, 1967, 312 p.

Schapera Isaac, *The Bantu-Speaking Tribes of South Africa: an ethnographical survey*, London: Routledge and Kegan Paul, 1962, 453 p.

Schapera Isaac, *Migrant labour and tribal life: A study of conditions in the Bechuanaland Protectorate*, Londres: Oxford University Press, 1947, 248 p.

Schapera Isaac, *The Tswana*, London: International African Institute, 1953, 80 p.

Scrazzolo Louise, Hip shopping alert! 70 Juta Street, Braamfontein, Adam Levy et David Tlale sont interrogés dans « Video of the 70 Juta Street launch » (18 novembre 2010) [en ligne] (consultée en mars 2012). Disponible sur: allwomen.co.za.

Seamstory, Amanda Laird Cherry talks about how the fabric of society has changed through her past few collections, interview d'Amanda Laird Cherry [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur: <http://www.designindaba.com>

Sechefo justinus, *Material Clothing of the Basuto*, Basutoland, Catholic Center, 1900/ca.

Seventh Art Releasing [en ligne] (page consultée le 20/11/12). Disponible sur : <http://www.7thart.com>,

Shrewsbury William J., *The Journal and Selected letters of Rev. William J. Shrewsbury 1826- 1835, First Missionary to the Transkei*, Johannesburg: Wivatersrand University Press, 1994, 238 p.

Singer Ronald and Jopp Werner, *The Earliest Illustration of Hottentots: 1508*, South African Archaeological Bulletin, publié par la South African archaeological society, vol. 22, n° 85, June 1967, pp 15-19.

Skrypek Erin, South Africa fashion Week: Building the Industry on Tradition and Goodwill [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur: www.fashionwiredaily.com

Sleen, van der Nicholaas, *A Handbook on Beads*, Liège: Librairie Halbart, 1973, 142 p.

Smith Andrew B., « Different Facets of the Crystal: Early European Images of the Khoikhoi at the Cape, South Africa », *Historical Archaeology in the Western Cape*, Goodwin Series 7, South African Archaeological Society, vol 7, June 1993, pp 8-20.

Spring Christopher, *African Textiles*, London: Studio, 1997, 62 p.

Stacey Lynn Holman, *Dressed like Kings*, documentaire gagnant du 2004 Tribeca Film Festival Creative Promise Award, Black Butterfly Productions.

Stevenson Michael, Graham-Stewart Michael, *South East African Beadwork, 1850-1910: From Adornment to Artefact to Art*, Cape Town: Fernwood Press, 2000, 192 p.

Sundkler Bengt, *Zulu Zion and some Swazi Zionists*, London: Oxford University Press, 1976, 337 p.

Sundkler Bengt, *Bantu Prophets in South Africa*, London: Oxford University Press, 1948, 344 p.

Sung Bok Kim, « Is Fashion Art? » *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 2, n°1, February 1998, pp 51-72.

Swarns Rachel, « Johannesburg Journal; In Purple, the Kings of Africans Evenings », *New York Times*, 6 juin 2002.

Tarlo Emma, *Clothing matters: Dress and Identity in India*, London: Hurst and Company, 1996, 360 p.

Telford Alexander Alan, *Yesterday's dress, A History of costume in South Africa*, Cape Town: Purnell, 1972, 177 p.

The Art of African Fashion, Trenton: NJ and The Hague: Africa World Press and Prince Claus Fund, 1998, 271 p.

Tyrrell Barbara, *Tribal Peoples of southern Africa*, Cape Town: Books of Africa, 1968, 206 p.

Ubuntu arts et cultures d'Afrique du Sud: exposition Paris, Musée national des arts d'Afrique et d'Océanie, 20 février-17 juin 2002. Commissaires d'exposition Manuel Valentin et Hélène Joubert, Musée de l'Homme, Paris : Réunion des Musées nationaux, 2002, 371 p.

Une interview de Thierry De Duve, rediffusion d'une interview de la RTBF en 1989, [en ligne] (page consultée le 7/01/13).

Disponible sur : <http://www.multimedialab.be/blog/?p=1136>

Ushe Nnadozie, « Fashion and Design in Nigeria : A Brief Appraisal on Trends and Particularities », *Africa e Mediterraneo Cultura e Società*, Edizioni Lai Momo, Bologna, 69-70, Aprile 2010, p 37-40.

Vacchiani-Marcuzzo Céline, « Le deuxième recensement de la population de l'Afrique du Sud post-apartheid », *Cybergeog : European Journal of Geography* [En ligne] (consulté le 27 janvier 2012) Espace, Société, Territoire, document 276, mis en ligne le 23 juin 2004,. URL: <http://cybergeog.revues.org/2455> ; DOI : 10.4000/cybergeog.2455, paragraphe 10.

Vahed Goolam, « Construction of Community and Identity among Indians in Colonial Natal, 1860-1910: The Role of the Muharram Festival », *The Journal of African History*, vol 43, n° 1, 2002, pp. 77-93.

Valentin Manuel, *L'apport européen dans la culture matérielle des populations d'Afrique australe (1488-1820) : une étude des interactions culturelles entre Khoisan*,

Bantou et Européens, thèse de doctorat, Paris 1, Histoire, 1994, sous la direction de Jean Boulègue.

Van Dyk Lewis, « Dilemmas in African Diaspora fashion », *Fashion Theory: The Journal of Dress, Body and Culture*, vol 7, n°2, June 2003, pp 163-190.

Van Riet Lowe Clarence, *The Glass Beads of Mapungubwe*, Pretoria: Union of South Africa, Department of Education, Arts and Science, Archaeological Survey, 1955.

Van Wick Gary, « Illuminated Signs: Style and Meaning In The Beadwork Of The Xhosa and The Zulu And Zulu-Speaking Peoples », *African Arts*, vol 36, n°3, Autumn 2003, p 12-33.

Vidéo d'une interview avec le créateur à la veille de son défilé à New York, [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur: www.ladybrille.com

Webb Virginia-Lee, « Fact and Fiction: nineteenth-Century Photographs of the Zulu », *African Arts*, UCLA James S. Coleman African Studies Center, vol 25, n°1, Jan 1992, pp 50-59.

West Martin et Jean Morris, *Abantuan introduction of the black people of South Africa*, C Cape Town, Johannesburg: Struik Publishers, 1976, 184 p.

West Martin, *Bishops and Prophets in a black city: African independent Churches in Soweto*, Johannesburg, Cape Town: David Philip, London: Rex Collings, 1975, 225 p.

Wise Bambina, « One country, three Fashion Weeks », 19 août 2005, *WWD (Women's Wear Daily)* [en ligne] (page consultée en janvier 2012). Disponible sur: <http://www.wwd.com>

Wise Bambina, One country, three Fashion Weeks, 19 août 2005, *WWD (Women's Wear Daily)*.

Woolworth SA Designers [en ligne] (page consultée en décembre 2011). Disponible sur : <http://www.spice4life.co.za>

Entretiens effectués durant les deux séjours de terrain (Juin-décembre 2009, octobre-novembre 2010) :

Vendredi 5 novembre 2010 : entretien avec Lisa Jaffe du label Guillotine, dans son atelier, 6 *De Beer Street, Braamfhonein*, Johannesburg.

Lundi 1^{er} novembre 2010: entretien avec la créatrice de mode à la tête de la marque *Sister bucks*, dans son atelier, *Joubert street*, Johannesburg.

Mardi 2 novembre 2010 : entretien avec Thabo (marque : *Thunderstorm*) dans son atelier situé au sein de l'immeuble *Standard House, office 602, Cnr jeppe and simmonds street*, Johannesburg.

jeudi 28 octobre 2010 : entretien avec Justine pour le label *Just Clothing*, dans sa boutique, *44 Stanley Avenue*, Johannesburg.

Mardi 26 octobre 2010: entretien avec Ephraim (marque: *Ephymol*) à *London House, Cnr Main street and Loveday Street*, Johannesburg.

Lundi 25 octobre 2010: entretien avec Lucilla Booyzen, à SA Fashion Week, *2nd Floor, Design District, Cnr 7th & Keyes Avenue, Rosebank*, Johannesburg.

Vendredi 22 octobre 2010 : entretien avec Thandeka (marque: *No Ohdar*), devant la salle de concert *Basslines* dans le quartier de *Newtown*, Johannesburg.

Mercredi 20 octobre 2010: entretien avec Andrew (sa marque est *Last Number*) dans son atelier (*room 138*) à *London house, Cnr Main street and Loveday Street*, Johannesburg.

Lundi 18 octobre : entretien avec Sokhana (*Sokhana Design*), à Sandton City, Johannesburg.

Samedi 16 octobre 2010: entretien avec Christophe Masamba à *London House, 6^{ème} étage, Cnr Main street and Loveday Street*, Johannesburg.

Jeudi 14 octobre 2010: entretien avec Séraphin Kilongui, *London House, 21 Cnr Main street and Loveday Street*, Johannesburg.

Décembre 2009 : entretien avec Molilo, *Newtown*, Johannesburg.

Décembre 2009 : entretien Richie, *Newtown*, Johannesburg.

Décembre 2009 : entretien avec Juliette, styliste ghanéenne, *Pritchard Street*, quartier du *Fashion Disrtict*, Johannesburg.

Décembre 2009 : entretien avec Bongiwe Walaza, dans son atelier de *Pritchard Street*, quartier du *Fashion District*, Johannesburg.

Décembre 2009 : entretien avec Liza Benson, encore étudiante à LISOF à cette époque, au *Fashion Kapitool, Pritchard street*, Johannesburg.

23 novembre 2009 : entretien avec Cindy, jeune styliste sud-africaine, à l'école de mode *Africa Sew, Pritchard street, Fashion District*, Johannesburg.

23 novembre 2009 : entretien avec Nokwanda, jeune styliste sud-africaine à l'école de mode *Africa Sew, Pritchard street, Fashion District*, Johannesburg.

23 novembre 2009 : entretien avec Nonhlanhla, jeune styliste sud-africaine, à l'école de mode *Africa Sew, Pritchard street, Fashion District*, Johannesburg.

21 novembre 2009 : entretien avec Lethu (marque : *White Dove Design*), quartier de *Yeoville*, Johannesburg.

7 septembre 2009 : entretien avec Phindi, styliste sud-africaine, *Miriam Makeba street, Newtown*, Johannesburg.

7 septembre 2009: entretien avec Prince: *Prince's traditional wear, Standard House, 4th floor, room 12, 67 Simmonds and Cnr Brees Street*, Johannesburg.

7 septembre 2009 : entretien avec Iyami, styliste malawite. *Standard House, 4th floor, 67 Simmonds and Cnr Brees Street*, Johannesburg.

4 septembre 2009 : entretien avec Maria, *Craighall Park*, Johannesburg.

Septembre 2009: entretien avec Néné, styliste congolaise, à *Gambela Market*, quartier de *Yeoville*, Johannesburg.

Septembre 2009 : entretien avec Paula Thompson, au *Hillcrest AIDS Center Trust*, Durban.

1er septembre 2009: entretien avec Léo, styliste nigérian dans sa boutique-atelier sur *Bree Street, Newtown*, Johannesburg.

26 août 2009 : entretien avec Hillaly, styliste burundais, *Loop street*, Cape Town.

Lundi 24 Août 2009: entretien avec Gavin Rajah, Cape Town.

11 août 2009: entretien avec Tawfik, styliste ghanéen: « *P.N.T Extra Fashion, Specialist in Dresses, Suits, African Wear and Embroidery* ». *Shop n°4, His Majesty's Building, Joubert Street, Between Commissioner and Fox Street*, Johannesburg.

Vendredi 7 août 2009 : entretien avec deux stylistes congolais associés, Marc Mbikay et Jacques. *Room 57, London House, Cnr Main street and Loveday Street*, Johannesburg.

2 juillet 2009 : entretien avec Marianne Fassler, à son atelier qui est aussi sa maison, *Leopard Frock, 34 Engelwold Drive, Saxonwold*, Johannesburg.

Vendredi 26 juin 2009 : entretien avec Célio, styliste congolais, *25 Melle Street CNR De Korte, Braamfontein*, Johannesburg.

Jeudi 25 juin 2009 : entretien avec Nkhensani Manganyi Nkosi (marque : *Stoned Cherrie*) dans sa boutique au *Rosebank Mall*, Johannesburg.

16 juin 2009: entretien avec David Tlale, *50 seventh avenue, Parktown North*, Johannesburg.



UNIVERSITE DE PARIS I PANTHEON-SORBONNE

UFR D'HISTOIRE DE L'ART ET D'ARCHÉOLOGIE

ED 441 Histoire de l'art

ANNEXES

La création vestimentaire dans l'Afrique du Sud post-apartheid: expression d'interactions multiculturelles.

Thèse présentée et soutenue publiquement en vue de
l'obtention du grade de docteur en Histoire de l'art par

Lakshmi Pather

Directeur de thèse : Jean Polet

Soutenue le 27 avril 2013 devant un jury composé de :

M. Jean Polet

M. Manuel Valentin

Mme. Victoria Rovine

M. Olivier Gosselain

Annexe 1

Créations des stylistes du réseau institutionnalisé de la mode

Gavin Rajah



Photographie n° 1: Collection *Nuances de lumières*, printemps/été 2007, 23 juillet 2007 à Paris. (www.joyce.fr)

Gavin Rajah



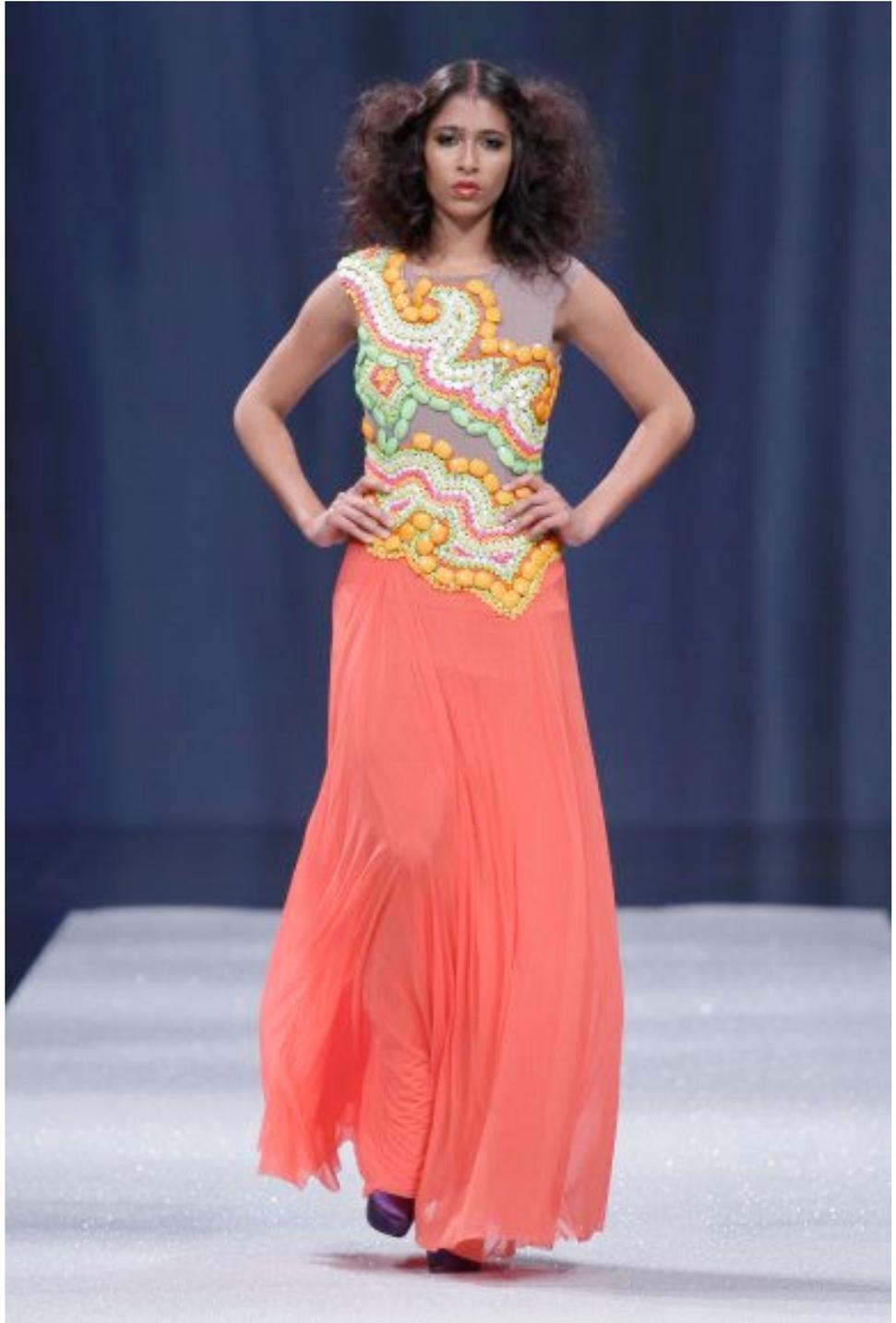
Photographie n° 2: Collection *Nuances de lumières*, printemps/été 2007, 23 juillet 2007 à Paris. (www.joyce.fr)

Gavin Rajah



Photographie n° 3: Collection *Jaipur*, *Cape Town Fashion Week*, Juillet 2011.
(www.stylesociety.co.za)

Gavin Rajah



Photographie n° 4: Collection *Jaipur*, *Cape Town Fashion Week*, Juillet 2011.
(www.capetownbuzz.com)

David Tlale



Photographie n°5: *Cape Town Fashion Week*, 8 août 2007. (www.dailylife.com).

David Tlale



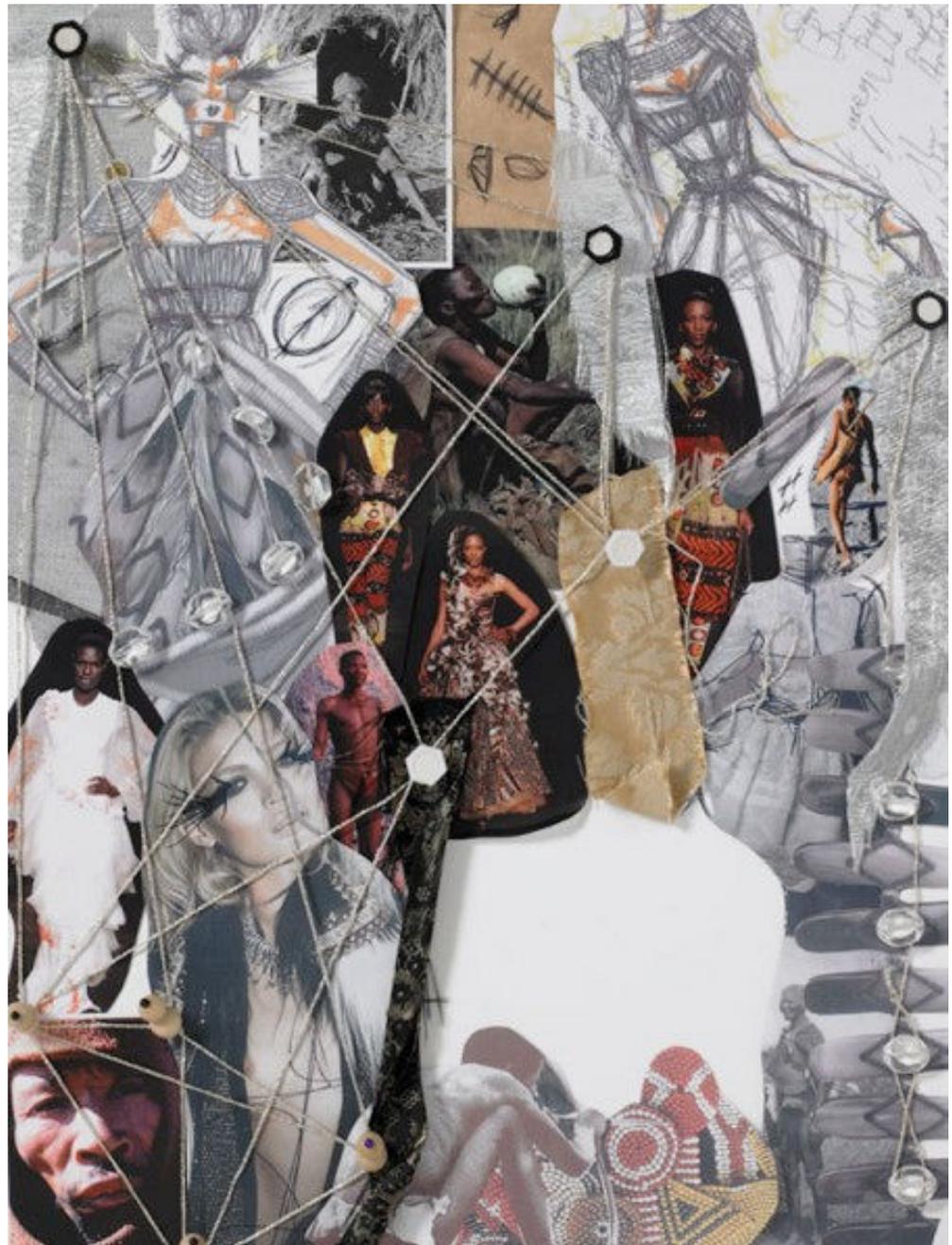
Photographie n°6: Collection printemps/été, *Joburg Fashion Week* 2008.
(www.jamati.com).

David Tlale



Photographie n°7: Collection printemps/été, *Joburg Fashion Week* 2008.
(www.jamati.com).

David Tlale



Photographie n° 8 : Planche d'images et de croquis qui ont servi à créer la collection : *Cultural Intimacy* (2009). (www.bellanaija.com).

David Tlale



Photographie n° 9: Collection *Cultural Intimacy*, *New York Fashion Week*,
Septembre 2009, *Bryant Park* New York. (www.bellanaija.com).

David Tlale



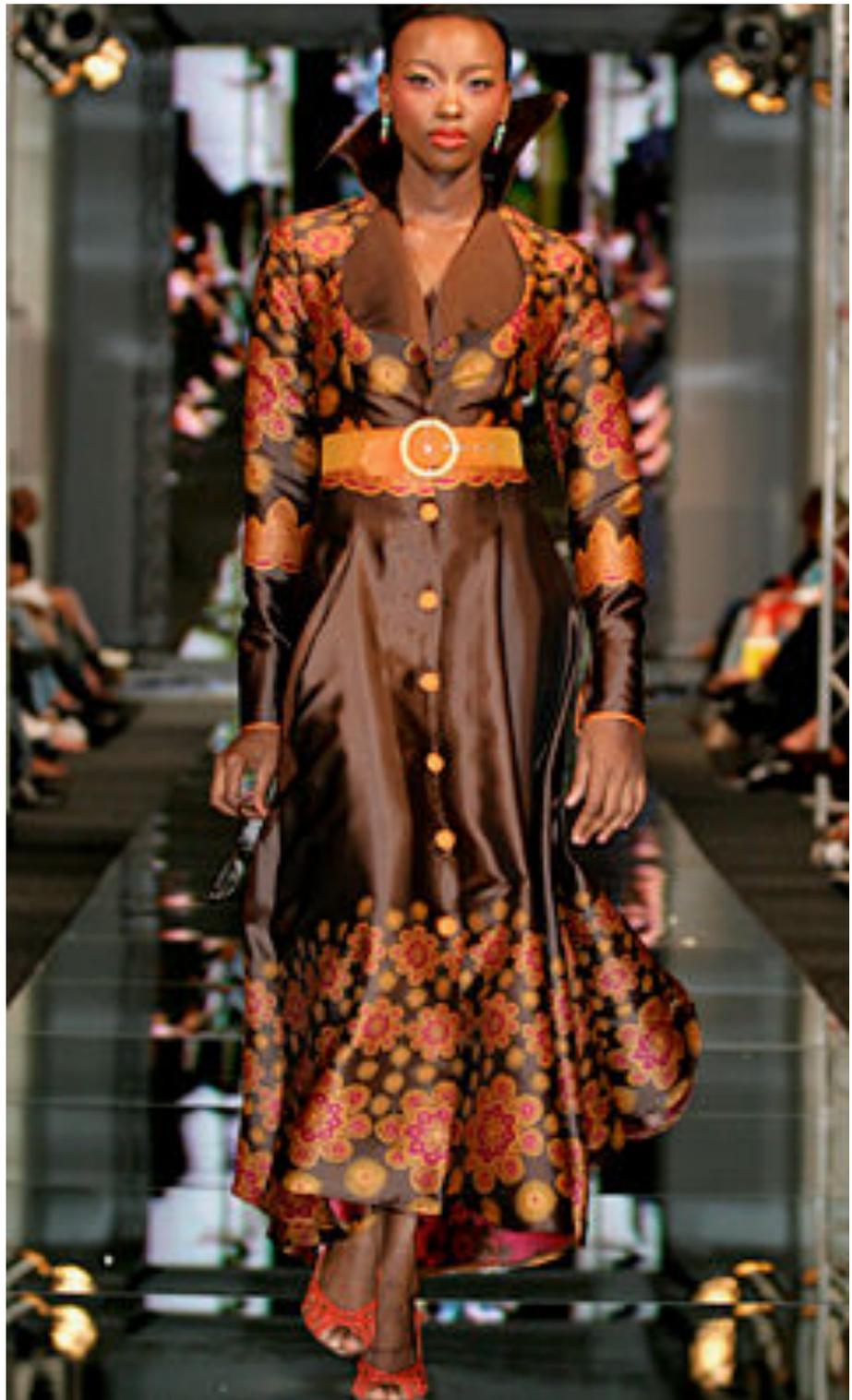
Photographie n° 10: Collection *Cultural Intimacy*, *New York Fashion Week*,
Septembre 2009, *Bryant Park* New York. (www.bellanaija.com).

David Tlale



Photographie n° 11: Collection *Cultural Intimacy*, *New York Fashion Week*,
Septembre 2009, *Bryant Park* New York. (www.bellanaija.com).

Stoned Cherrie



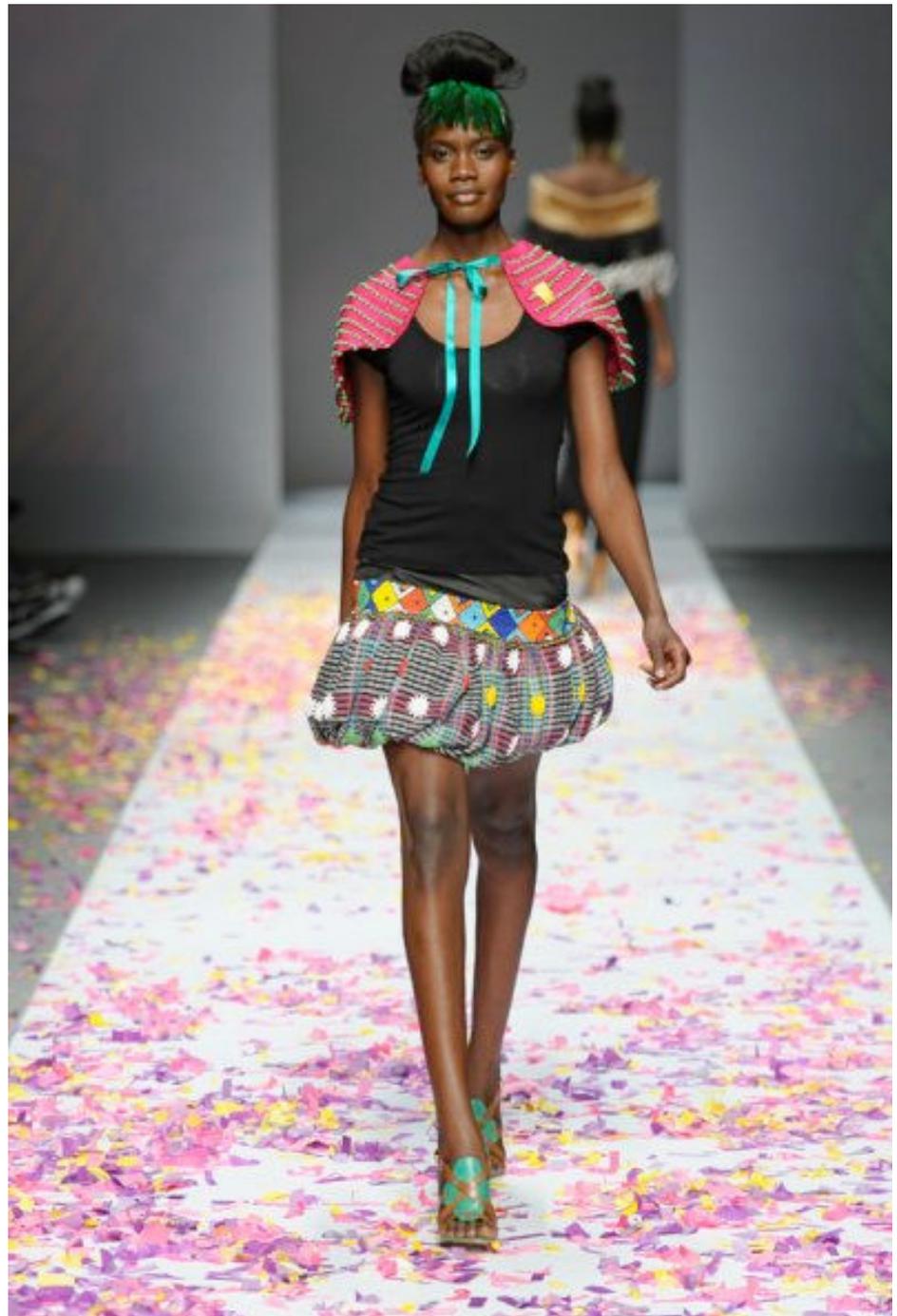
Photographie n° 12: Collection présentée en février 2007, *Audi Joburg Fashion Week*. (www.youngtanzaniafashion.blogspot.fr).

Stoned Cherrie



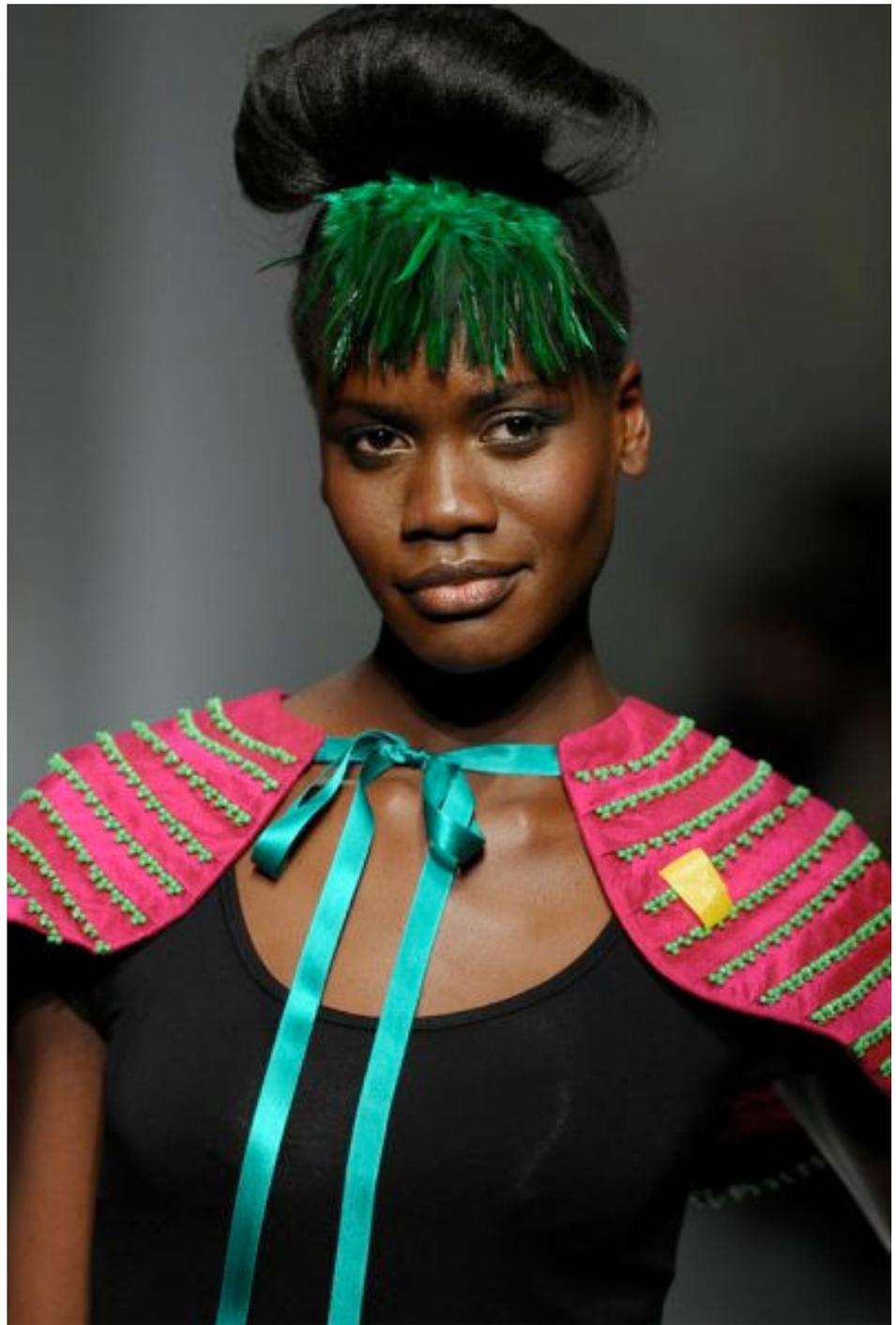
Photographie n° 13 : Collection présentée en février 2007, *Audi Joburg Fashion Week*. (www.youngtanzaniafashion.blogspot.fr)

Stoned Cherrie



Photographie n° 14: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town Fashion Week*, décembre 2010. (ciaafrique.com).

Stoned Cherrie



Photographie n° 15: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town Fashion Week*, décembre 2010. (ciaafrique.com).

Stoned Cherrie



Photographie n° 16: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town Fashion Week*, décembre 2010. (ciaafrique.com).

Stoned Cherrie



Photographie n° 17: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town Fashion Week*, décembre 2010. (ciaafrique.com).

Stoned Cherrie



Photographie n° 18: Collection *Love Movement*, printemps/été, *Cape Town Fashion Week*, 2011. (ciaafrique.com).

Amanda Laird Cherry



Photographie n° 19: Collection été 2009/2010, *SA Fashion Week*
(www.designindaba.com).

Amanda Laird Cherry



Photographie n° 20: Collection été 2009/2010, présentée à la *SA Fashion Week*.
(www.designindaba.com).

Amanda Laird Cherry



Photographie n° 21: Collection été 2009/2010, présentée à la *SA Fashion Week*.
(www.designindaba.com).

Marianne Fassler



Photographie n° 22: Collection *Street Juju*, printemps 2012, *Africa Fashion Week* 2011. (www.ramp.sdr.co.za)

Marianne Fassler



Photographie n° 23: Collection *Street Juju*, printemps 2012, *Africa Fashion Week* 2011. (www.ramp.sdr.co.za)

Marianne Fassler



Photographie n° 24: Collection *Street Juju*, printemps 2012, *Africa Fashion Week* 2011. (www.ramp.sdr.co.za)

Annexe 2

Les créations des stylistes du réseau de l'ombre

Léo, styliste nigérian



Photographie n° 25 : robe en tissu *wax*, tissu de coton et satin.
Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Léo, *Bree Street*,
Johannesburg, le 27/08/2009.

Léo, styliste nigérian



Photographie n° 26 : robes en tissu *shweshwe*, tissu *wax* et satin.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Léo, *Bree Street*, Johannesburg, le 27/08/2009.

Tawfik, styliste ghanéen



Photographie n° 27: robe en tissu *basin* et tissu de coton imprimé.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg, le 11/08/2009.*

Tawfik, styliste ghanéen



Photographie n° 28: robe en tissu *basin* décorée de broderies.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg*, le 11/08/2009.

Tawfik, styliste ghanéen



Photographie n° 29: robe en tissu de coton décorée de broderies.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg, le 11/08/2009.*

Tawfik, styliste ghanéen



Photographie n° 30: robe en tissu *basin* et tissu de coton décorée de broderies.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg, le 11/08/2009.*

Tawfik, styliste ghanéen



Photographie n° 31: robe en tissu *basin* et coton imprimé.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Tawfik, *Shop n° 4, His Majesty's Building, Joubert Street, between Commissioner street and Fox Street, Johannesburg*, le 11/08/2009.

Hillaly, styliste burundais



Photographie n° 32: robe en satin décorée de broderies.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Hillaly, *Long Street*, Cape Town, le 25/08/2009.

Hillaly, styliste burundais



Photographie n° 33: chemise homme décorée de broderies.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Hillaly, *Long Street*, Cape Town, le 25/08/2009.

Hillaly, styliste burundais



Photographie n° 34: chemise homme en coton décorée de broderie.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Hillaly, *Long Street*, Cape Town, le 25/08/2009.

Léo, styliste nigérian



Photographie n° 35: robe en tissu feutre et en tissu nylon (soutien-gorge) décorée de perles de verre et de perles plastique.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Léo, *Bree Street*, Johannesburg, le 27/08/2009

Prince, styliste sud-africain



Photographie n° 36: robe en tissu de coton noir, tissu satiné, décorée de perles de verre et de perles plastique.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Prince : « *Prince's traditional wear, room 12, 4th floor, standard house, 67 Simmonds and Cnr Bree Street, Johannesburg* », le 7/09/2009.

Prince, styliste sud-africain



Photographie n° 37: robe en tissu satiné, décorée de perles de verre.

Photographie personnelle prise dans la boutique-atelier de Prince : « *Prince's traditional wear, room 12, 4th floor, standard house, 67 Simmonds and Cnr Bree Street, Johannesburg* », le 7/09/2009.

Lethu (*White Dove Design*), styliste sud-africain



Photographie n° 38: combinaison de tissu *denim*.

Photographie personnelle prise devant la boutique-atelier de Lethu, *Yeoville*, Johannesburg, le 21/11/2009.

Lethu (*White Dove Design*), styliste sud-africain



Photographie n° 39: ensemble veste/pantalon en tissu *denim* et tissu *sack*.

Photographie personnelle prise devant la boutique-atelier de Lethu, *Yeoville*, Johannesburg, le 21/11/2009.

Thandeka (*No Ohdar*), styliste sud-africaine



Photographies n° 40, 41, 42 : tunique de tissu de coton imprimé, pantacourt de tissu de coton imprimé, collier/boucles d'oreilles en perles de bois, short en jean peint à la main.

Photographie personnelle prise à *Newtown* devant la salle de concert *Basslines*, Johannesburg, le 22/10/10.

Richy (*Matere Descotshe*) styliste sud-africain



Photographies n° 43, 44, 45 : jupe tricotée en laine orange et rouge appelée « *bubble skirt* », robe courte tricotée en laine rose, robe courte tricotée en laine verte et bleue.

Photographies personnelles. Créations de Richy, rencontré à Newtown en décembre 2009 à Johannesburg.

Annexe 3

Drum Magazine et la mode

Les photographies de *Drum Magazine* sont représentatives de l'intérêt que la population des townships portait au vêtement et du développement d'une culture urbaine noire dans les années 1950.



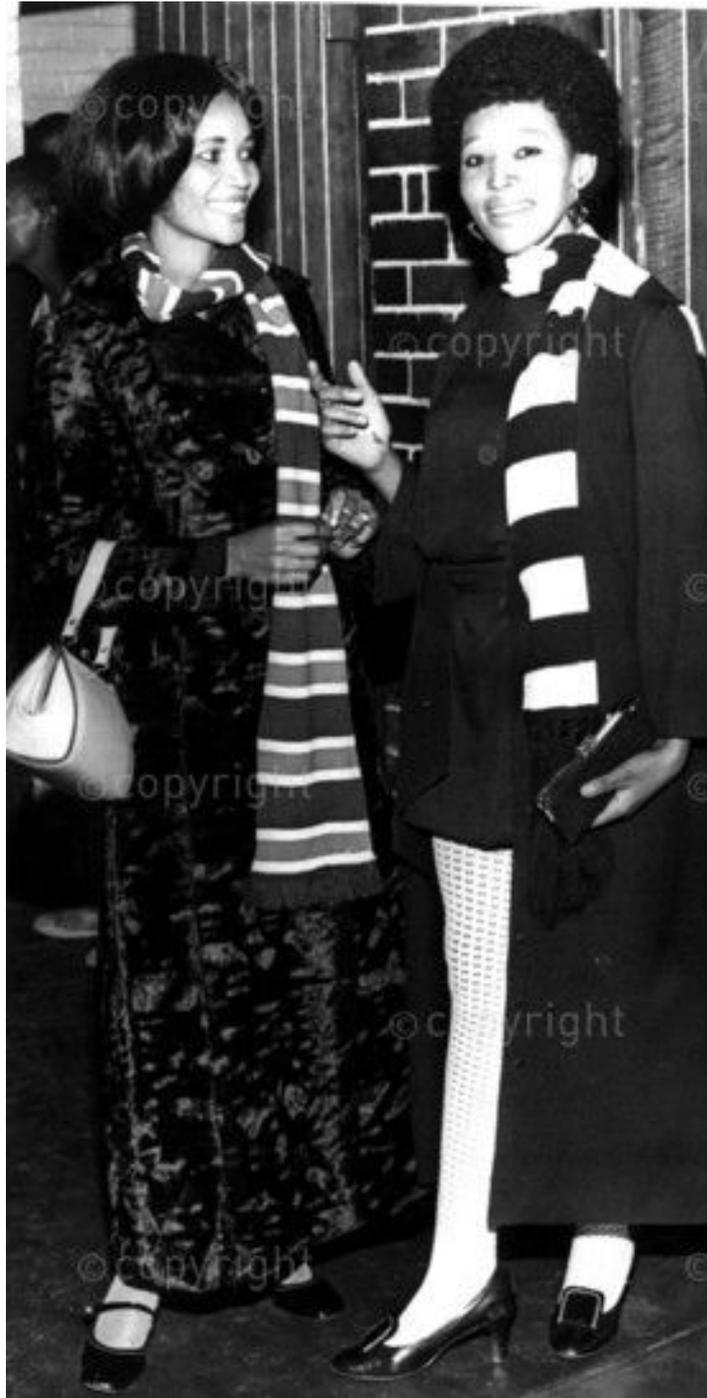
Subcollection:
Drum Social Histories

Image number:
dm2002070305

Caption:

DM2002070305:GCP:SOCIAL:BEUTY:FASHION:28JAN1971 - Spectators
Immortality - (Photograph by Len Kumalo © BAHA)

Date:
2008-02-15 20:49:15
(www.baha.co.za)



Subcollection:
Drum Social Histories

Image number:
dm2002070502

Caption:
DM2002070502:SAED:SOCIAL:PERSONALITY:18OCT1970 - Pinkie Paka and
Felicia Mabuza - (photograph by Drum Photograph BAHA)

Date:
2008-02-15 20:02:43
(www.baha.co.za)



Subcollection:
Drum Social Histories
Image number:
dm2001040305

Caption:
DM2001040305:SAED:SOCIAL:AUG1960 - Real High-Life Dolls - Patty Patience is a full time model in a shop. What beautiful girls! They are all models. And apart from all being stage and recording stars, they have another thing in common: They're all unmarried. (Photographs by Peter Magubane BAHA)

Date:
2008-02-15 19:32:25
(www.baha.co.za)



Subcollection:
Drum Social Histories
Image number:
dm2000080804

Caption:
DM2000080804:SAED:SOCIAL:NODATE - Retail, apartheid, fashion, general
clothing store. (Photo by Drum photographer BAHA)

Date:
2008-02-15 19:29:40
(www.baha.co.za)

Annexe 4

Cartes de la ville de Johannesburg

Carte n° 1.

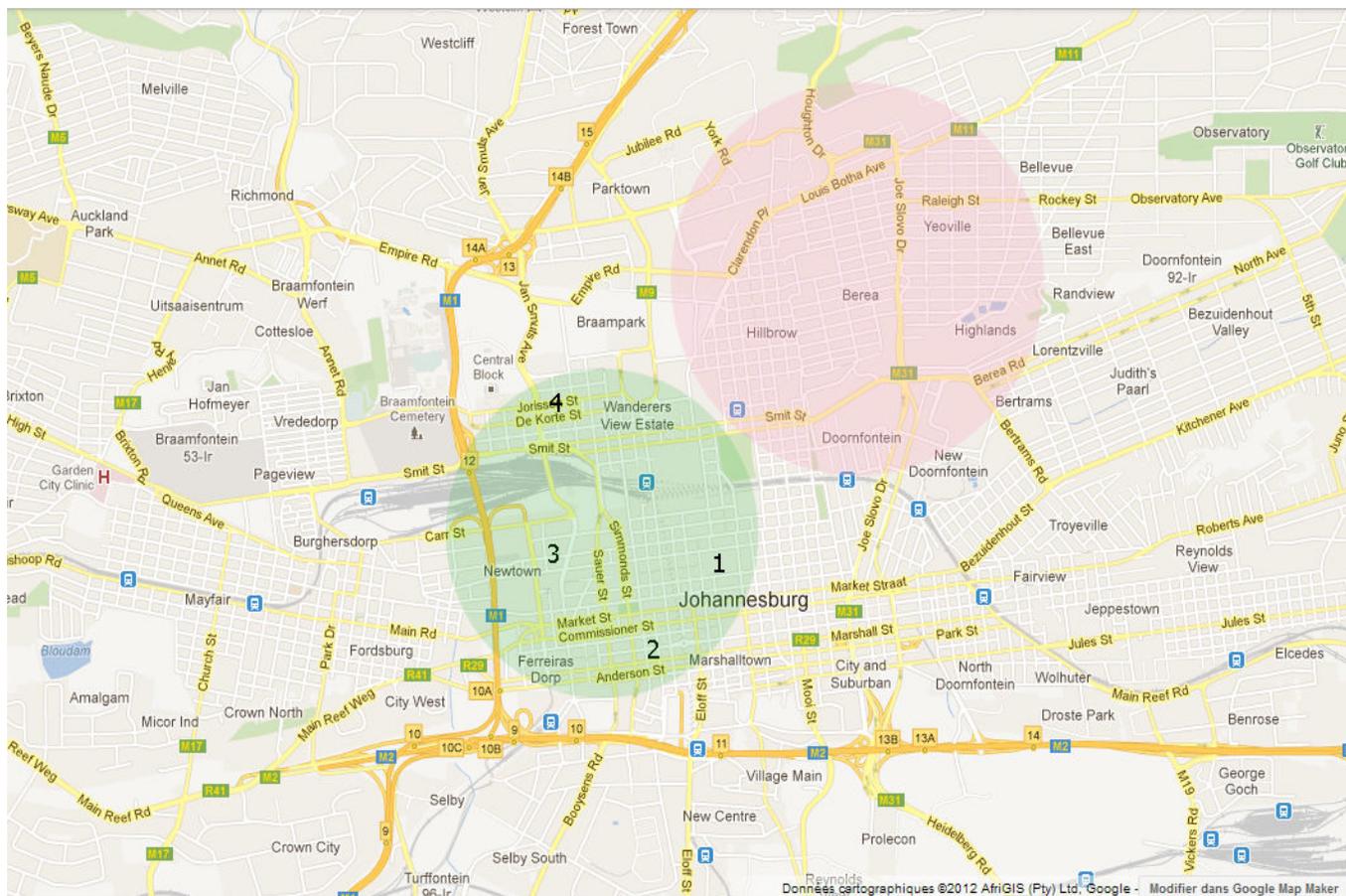
LOCALISATION DES STYLISTES DE L'OMBRE

Légende :

Lieux de travail : ●

1. *Fashion District*
2. *London House*
3. *Newtown*
4. *Baamfontein*

Lieu de vie : ●

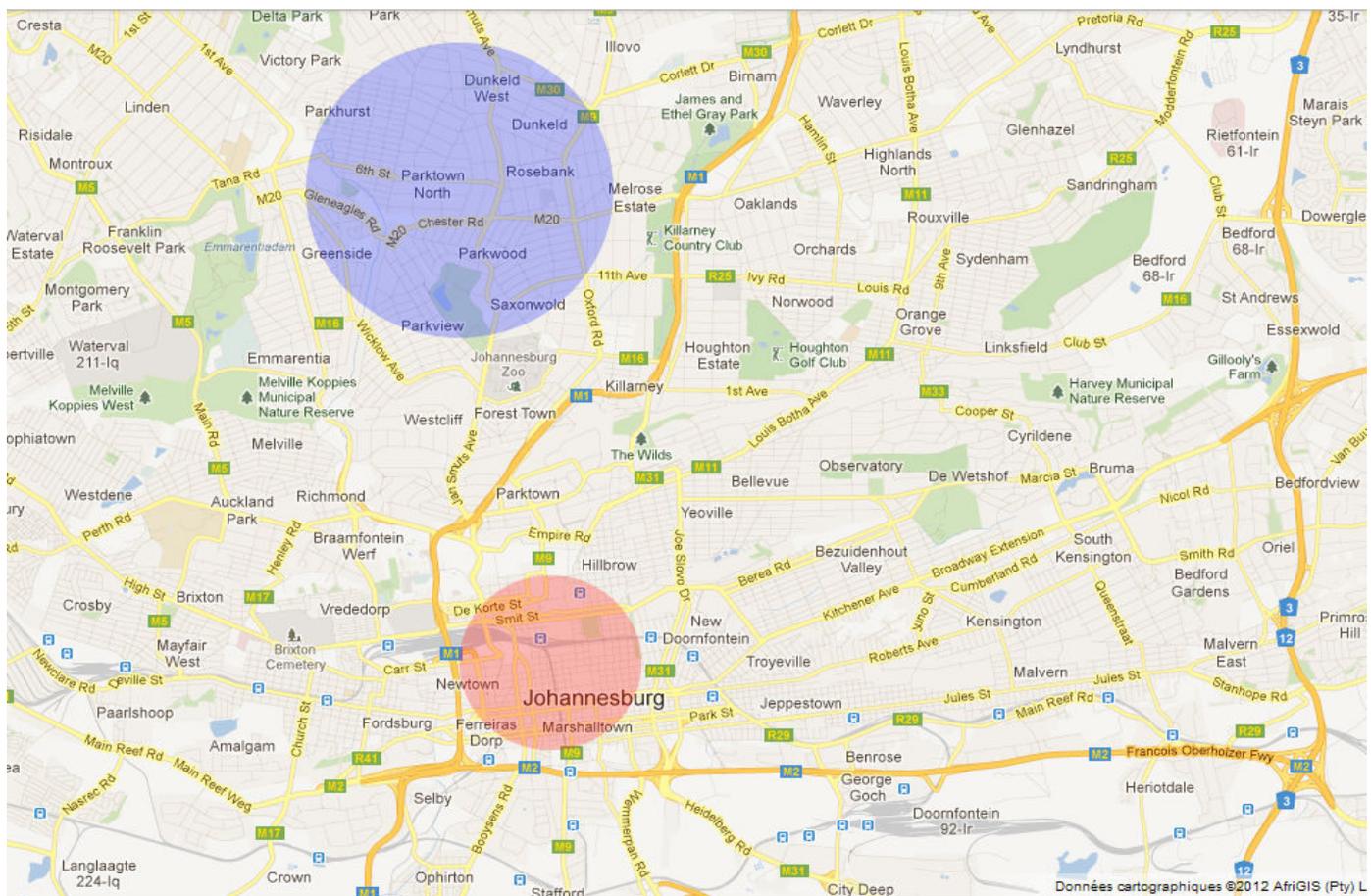


Carte n° 2.

STYLISTES OFFICIELS : LOIN OU PROCHES DES STYLISTES DE L'OMBRE

Légende :

-  : Stylistes officiels (groupe 1) excentrés et installés en banlieue riche.
-  : Stylistes officiels (groupe 2) installés dans le cœur de la ville.



Carte n° 3.

LOCALISATION DES SEMAINES DE LA MODE A JOHANNESBURG

