

À propos de : Giulia Mensitieri, « *Le plus beau métier du monde* ». Dans *les coulisses de l'industrie de la mode*, Paris, La Découverte, 2018.

On pourra lire [ici un extrait de l'ouvrage](#).



Si l'étude des « coulisses » d'un univers est parfois une formule de rhétorique, elle prend ici tout son sens face à un monde qui repose sur le fantasme, l'image et l'apparence. Et ce d'autant plus quand ces coulisses sont précisément à l'inverse du « rêve ». Alors que le regard sur la mode – entendue ici comme le monde professionnel du luxe et de la haute couture – se concentre souvent sur les figures visibles de cet univers, en premier lieu les directeurs artistiques des grandes maisons de haute couture ou les PDG de grands groupes de luxe, l'auteure entend ici montrer « un monde qui produit le luxe et la beauté à coups de salaires misérables et de travail non rémunéré », un monde « où la précarité se cache derrière la façade étincelante du capitalisme » (p.11).

Giulia Mensitieri s'appuie pour ce livre – et le travail de doctorat en anthropologie dont il est issu – sur une longue enquête parmi les travailleuses et travailleurs de la mode, essentiellement à Paris et à Bruxelles. Elle choisit de se concentrer sur les métiers dits « créatifs » – stylistes, photographes, etc. – mais aussi les mannequins, les vendeur.se.s et les « chargé.e.s de » (communication, stratégies commerciales des marques, etc.). Cette enquête donne à ce livre toute sa force et l'auteure la partage avec générosité par de longues descriptions d'observation en début de chapitre, de nombreux extraits d'entretien et la mise à nue de sa propre subjectivité d'ethnologue. L'empathie qu'on ressent avec les personnages de cette enquête – en particulier Mia, styliste et informatrice principale –, l'explicitation rigoureuse de ses relations avec elles et eux, la contextualisation des situations décrites nourrissent un propos très riche sur cet univers tellement surexposé, comme elle l'explique, qu'on n'y voit plus rien. La sociologue que je suis reste sur sa fin quant aux origines sociales des enquêté.e.s et à la mention parfois peu précise des « classes moyennes », acteurs pourtant centraux de ce « système-mode », mais la qualité de la démarche ethnographique confère au livre une finesse d'analyse et de

compréhension rare et la mobilisation fréquente de supports théoriques variés, en sociologie, anthropologie et philosophie, donnent de la force aux analyses développées.

Le propos est ancré dans une sociologie du travail attentive aux mutations les plus récentes des univers professionnels concernés mais aussi aux enjeux économiques et politiques liés à ce secteur marqué par une internationalisation grandissante des échanges, une domination culturelle des pays dits Occidentaux sur le reste du monde et une financiarisation des entreprises au cœur du système. Tout l'équilibre analytique repose sur l'articulation entre l'étude de la « fabrique du rêve », de la construction du pouvoir symbolique de la mode, et celle des aspects plus matériels liés aux salaires, conditions de travail et relations de hiérarchie. L'enchevêtrement entre ces deux dimensions, les contradictions et réalités que cela suppose pour les travailleuses et travailleurs, sont analysées à différentes échelles, de différents points de vue et offrent ainsi une vision complexe d'un monde au croisement de l'art et du commerce.

Trois parties structurent l'ouvrage : la première sur la fabrique du rêve dans le « système mode », la seconde sur les réalités du travail dans cet univers du point de vue de différentes catégories de professionnel.le.s et une dernière sur la construction des subjectivités de ces mêmes travailleuses et travailleurs.

La première partie s'attache à démonter, pièce par pièce, le « système mode » en montrant les rouages d'un univers qui construit un prestige apparemment détaché d'enjeux financiers au point d'invisibiliser les rapports de pouvoir économiques qui se jouent derrière la « fabrique du rêve ». Par exemple, dans un premier chapitre sur la presse et la publicité, elle rappelle que ce sont les marques qui achètent des pages de publicité dans les magazines, et donc les financent, qui verront leurs vêtements présentés dans les reportages photos. « Le rêve, fabriqué de manière apparemment magique, découle en réalité du pouvoir économique des marques » (p.39). La publicité et les images participent pour beaucoup au pouvoir de transformation, de « transmutation » dirait Bourdieu, de la mode qui fabrique la valeur des objets, des corps et des individus qui seront valorisés, symboliquement et économiquement, sur ce marché.

Un autre rouage essentiel du pouvoir symbolique de la mode est la haute couture. Ce label, réservé à quelques maisons triées sur le volet, pèse de tout son poids symbolique sur l'univers de la mode. Il sert d'ailleurs d'abord à cela. Malgré le prix exorbitant des robes, la haute couture n'est pas rentable. Les marques ne font du profit que sur les produits dérivés que des « classes moyennes » achètent précisément parce que c'est le « « bout de rêve » qui est à leur portée » (p.63). Pour les marques, la fabrication d'un fantasme élitair par la haute couture répond d'abord à une stratégie commerciale. La manière dont l'État Français et la ville de Paris misent sur la mode répond au même enjeu : assurer un rayonnement international au pays et à la ville qui se traduira directement en revenus, notamment sous forme de cars de touristes.

Giulia Mensitieri nous propose dans cette partie une étude de la mondialisation « par le bas » en prenant pour objet différentes questions qui révèlent l'articulation des hiérarchies symboliques et économiques à l'échelle mondiale. Elle montre ainsi combien les labels « Made in China » et « Made in France » structurent les hiérarchies symboliques – et financières – entre les marques alors même que, comme lui explique un commercial d'une marque française haut-de-gamme, les réalités qui se cachent derrière ces labels sont bien plus floues qu'il n'y paraît. De même, elle s'attarde sur un exemple fascinant : l'organisation par les marques de défilés privés dans des hôtels de Singapour ou de Moscou pour des clientes fortunées à propos desquels ils ne font aucune publicité car ces clientes

sont exclues des « cartographies imaginaires du luxe » (p.89). Le récit d'un de ces défilés du point de vue de Mia, styliste précaire chargée de choisir les vêtements, les « looks » et les mannequins, permet de montrer de manière fine l'entremêlement des dominations : si Mia incarne auprès de ces clientes asiatiques qui assistent au défilé le « chic à la française » et cette élite cosmopolite du luxe, qu'elles l'admirent pour cela et que Mia en joue ostensiblement, les clientes, en tant que membres d'une élite économique et financière au pouvoir d'achat indécent, sont ici dans leur quotidien, et payent à prix d'or l'appropriation de ce rêve distingué. Mia, elle, vit le temps d'une semaine « le rêve » en logeant dans une suite luxueuse et en côtoyant des dirigeants de marque haut placés mais elle travaille sans relâche jusqu'à « craquer » psychologiquement et rentrera bientôt dans son petit appartement parisien de la Chapelle, retrouvant ses factures impayées côtoyant sur son canapé les chaussures Miu Miu qu'elle s'est achetée sur un coup de tête pour, elle-aussi, s'approprier un peu de ce rêve.

La sociologie du travail apparaît ainsi comme une manière pertinente d'interroger cet univers où les basses réalités économiques et matérielles sont dénigrées, invisibilisées au profit du prestige et du fantasme et la deuxième partie de l'ouvrage le montre très bien.

Cet intérêt est redoublé quand on envisage les métiers de la mode comme des archétypes du modèle de travail du « rêve néolibéral » renvoyant aux métiers dits « créatifs » valorisant l'esprit d'entreprendre, l'innovation, l'autonomie, tous ces axiomes dont le discours politique use et abuse. « Depuis l'entrée en vigueur des politiques néolibérales, les industries culturelles et créatives sont les fers de lance de l'économie capitaliste, aussi bien du point de vue financier que symbolique. Or ces secteurs fonctionnent généralement grâce à une multitude de travailleurs qui sont autant valorisés symboliquement qu'économiquement précaires » (p.270). Le travailleur artistique, autrefois marginal, est devenu le modèle de la *New Economy*. Dans la mode, cela se traduit par Karl Lagerfeld qui tient un discours assumé sur l'« injustice totale » de ce milieu où les raisons du succès sont « inexplicables », balayant ainsi du revers de la main toutes les causes structurelles de ces inégalités. Les valeurs liées à ces métiers mêlant prise de risque et passion, entrepreneuriat et vocation artistique, s'associent pour organiser et justifier la précarité du plus grand nombre. « C'est précisément en vertu de cette incorporation du risque et de la logique de démonétisation du travail que ces secteurs professionnels ont été érigés en modèles par le capitalisme, ou en figures prophétiques du travail du futur » (p.136).

On approche différents métiers de l'univers de la mode dans cet ouvrage. Les vendeuses, « émissaires du rêve » se doivent d'y croire alors même qu'elles et ils se situent à la frontière de ce monde social, n'en font partie que par procuration, par proximité. Les mannequins ne sont qu'une petite minorité à atteindre le « jackpot » de contrats rémunérateurs et valorisés symboliquement. La plupart oscillent entre des défilés ou shooting prestigieux mais payés en tubes de rouge à lèvres, finissant même endettées envers leurs agences, ou des contrats pour des marques plus commerciales qu'elles cachent sur leurs CV. Les stylistes, groupe pivot sans qui rien n'arrive, sont paradoxalement invisibles dans le processus de création derrière les « grands noms ». Dans les documentaires de Loïc Prigent, on voit les ouvrières et leurs « petites mains » mais pas les stylistes qui travaillent pour les directeurs artistiques des marques de haute-couture. Cela remettrait en cause l'aura du grand créateur. Le parcours de Thierry, un styliste ayant travaillé 50 ans dans le milieu sans jamais réellement percer révèle les profondes évolutions du métier et les parcours de celles et ceux qui ne sont pas exposés.e.s. Le dénigrement dont sont l'objet les jeunes stylistes dans les grandes maisons, à coups d'humiliation, d'asservissement, de chantage affectif, et de dépossession totale de leur

temps, apparaît comme systémique afin de garantir une force créatrice peu coûteuse. Tout fonctionne comme si « l'exceptionnalité des produits entraîne l'« exceptionnalisation » des conditions de travail ». (p.179)

Ainsi, une règle implicite mais non moins puissante s'impose : « les travaux les plus valorisants symboliquement et les plus décisifs pour la carrière ne sont pas rémunérés, tandis que les travaux bien rémunérés sont pénalisants pour la carrière » (p.126). Cette opposition entre registre commercial et registre artistique a été bien théorisée par Pierre Bourdieu ou encore Viviana Zelizer, et l'auteure s'appuie aussi sur d'autres travaux plus récents, comme ceux d'Ashley Mears, mais l'intérêt de ce livre est d'aborder ces enjeux sous l'angle d'une sociologie du travail. La place des rémunérations symboliques du travail dans cet univers permet en effet d'aborder la question plus large du travail gratuit qui touche beaucoup d'espaces professionnels, au sein des « industries culturelles et créatives » mais pas seulement, si l'on pense aux métiers du care par exemple. Ces régimes de gratuité et d'auto-exploitation apparaissent d'autant plus criants ici qu'il s'agit « d'une des industries les plus puissantes et les plus riches du capitalisme contemporain » (p.261). La coprésence, dans des espaces de travail commun, de travailleuses et travailleurs aux statuts et aux revenus très éloignés ne fonctionne que par l'adhésion de toutes et tous à la « magie » de la mode et l'invisibilisation des inégalités. Par exemple, le fait que des travailleuses et travailleurs précaires de la mode puissent posséder des objets de luxe (notamment parce qu'ils se font parfois rémunérés comme cela) entretient l'illusion que toutes et tous vivent dans l'opulence et le luxe ; alors qu'ils n'y ont accès que par intermittence et par fragments. La précarité est ainsi masquée derrière l'illusion d'un luxe accessible et les personnes concernées se retrouvent ainsi souvent à mener une double vie avec des emplois « alimentaires » que l'enquêtrice raconte avoir du mal à connaître tant elles et ils les cachent.

La question finit donc par s'imposer : au-delà de ces bénéfices symboliques, comment *tiennent-ils* dans cet univers si peu rémunérateur et parfois violent ? Pourquoi n'y a-t-il pas plus de révolte dans ce monde professionnel ? La dernière partie de l'ouvrage donne des clefs pour comprendre la façon dont les travailleuses et travailleurs se positionnent subjectivement face à cet univers de travail. En introduction de partie, Giulia Mensitieri rappelle que « le capitalisme actuel fait en grande partie reposer sa productivité non pas sur l'extraction de la force physique des travailleurs, mais sur leur vie même, leurs émotions, leurs relations, leur créativité, leur sensibilité, leur capacité à se gérer, à s'autogérer, à se surveiller », aboutissant ainsi au fait que « les travailleurs ne sont pas contraints d'être là, mais ils sont contraints d'« être » d'une manière précise s'ils choisissent d'être là et s'ils veulent y rester » (p.188).

La démarche ethnographique révèle ici toute sa force tant les nombreux extraits et situations précises décrites permettent de se rendre compte des contradictions et paradoxes de ces acteurs, de *comprendre* au sens fort du terme quelles sont leurs motivations, le sens de leur engagement professionnel. La qualité des matériaux s'impose d'autant plus dans le chapitre 8 où elle mobilise une enquête ethnographique participante chez un créateur de mode. Frustrée de ne pas approcher d'assez près la réalité quotidienne du travail, elle se fait embauchée comme assistante de communication chez un créateur bruxellois en pleine préparation de la fashion week parisienne. Elle raconte les relations apparemment égalitaires (par l'organisation de l'espace notamment) et pourtant hautement hiérarchiques avec la directrice des ventes autoritaire, la floppée de stagiaires non payées et pourtant dévouées, la mise à l'écart d'un stagiaire comptable issu des classes populaires qui refuse de « jouer le jeu », sans trop le savoir, en préservant sa vie

privée, en partant à l'heure de débauche, en ne participant pas à l'enthousiasme des autres vis-à-vis de cet univers et qui va se faire licencier avec un grand mépris, et sans aucun soutien de la part des autres stagiaires.

Le récit de la semaine de la fashion week parisienne, tant attendue par les stagiaires, est plein de cette violence sourde dans les rappels à l'ordre hiérarchique des stagiaires qui espéraient accéder à des espaces convoités. La façon dont elles se remettent vite de leur déception fait dire à l'auteure que « l'excitation, l'enthousiasme et les montées d'adrénaline ne semblent pas provoquées par des expériences, mais par des projections, par l'effleurement d'un rêve qui paraît à portée de main, par le fait de se penser là » (p.208) Et cette constante projection dans l'avenir empêche de penser le présent, de l'analyser, le critiquer. Dans la même démarche de compréhension des subjectivités, Giulia Mensitieri s'appuie sur sa propre expérience subjective et met à profit pour l'analyse le sentiment de dégoût qu'elle a ressenti longtemps après la fin de ce stage. Elle s'interroge, en anthropologue, sur ce sentiment et réalise qu'elle a été prise par cette « subjectivation totale » qu'exige ce métier, qu'elle a vécu intimement et émotionnellement toutes les injustices perçues et la normalisation de celles-ci. Cette subjectivation totale empêche tout décentrement et donc toute analyse critique et politique de la situation. « Être là » est vécu comme un « privilège », un mot qui « renvoie étymologiquement à une loi privée, à un droit exclusif. Un droit qui n'est donc pas la loi de tous, mais la loi d'une minorité, d'une élite, celle du désir, qui construit son « exceptionnalité » aussi à travers le fait d'être hors de l'état de droit » (p.224)

Dans les deux chapitres suivant, l'auteure analyse ces subjectivités d'abord sous l'angle des relations qui se tissent entre travailleuses et travailleurs puis sous l'angle des carrières subjectives d'engagement professionnel. Elle montre ainsi comment la structuration inégalitaire des rapports hiérarchiques sont voilés par des relations apparemment égalitaires et affectives où les compétences sont évaluées en termes de « coolitude ». En finissant cet ouvrage par un chapitre sur les carrières d'engagement et d'éventuelle sortie du métier, elle rappelle les fondements de la « croyance collective » dans la légitimité de ce système : c'est un univers auquel on rêve depuis l'enfance, qu'on choisit souvent parce qu'on se sent « hors-norme », qu'il s'agisse d'orientation sexuelle, ou d'une fragilité, du sentiment d'être un « paria » dans le monde « normal ». Elle explique qu'ensuite, on « se fait », dans le sens « se construire » et « s'y faire » dans un univers où la logique concurrentielle n'est pas questionnée, y compris par ceux qui la subissent, et encore moins par celles et ceux qui « s'en sortent ». Par contre, ceux qui « en sortent » ont bien vu la violence de l'exclusion s'abattre comme un couperet face à celles et ceux qui trahissent le jeu. Dans ce champ des possibles, ce jeu où l'on s'engage subjectivement, la passion pour le métier est associée au sacrifice et à la souffrance, une passion qui rend ces sujets agissants et les mène en même temps à accepter des formes de précarité et d'exploitation impensables sans ça. Comme le dit Mia, c'est un travail qui « remplit la vie », « qui te comble » au point de te « coloniser » et d'encercler « l'espace du corps et de la subjectivité, qui doivent « se faire » et « tenir », c'est-à-dire construire l'unicité de l'individu et se plier aux règles du jeu » (p.263).

En conclusion de son ouvrage, Giulia Mensitieri s'interroge sur la spécificité du monde de la mode « dans ses tensions irrésolues entre prestige social et précarité, entre travail passionné et exploitation ». « En résumé, la mode s'inscrit-elle dans les dispositifs d'organisation du travail propres au capitalisme contemporain ou est-elle absolument singulière ? » (p.266). C'est ainsi l'occasion pour elle de rappeler que non, l'économie sociale et solidaire, l'université, les mondes de l'art sont autant d'univers où des

fonctionnements similaires peuvent être observés. Cette observation générale renvoie au fait que le travail, aujourd'hui plus qu'hier, est censé donner « sens à la vie », un sens pour lequel on peut accepter une forme de précarité. Ce d'autant plus que la marginalité à laquelle pouvait être associée les métiers dits « créatifs » apparaît aujourd'hui, dans une certaine mesure, une place enviable et désirable. L'intérêt de l'étude de la mode, monde situé au cœur du capitalisme (à l'inverse d'autres secteurs du dévouement professionnel), est de montrer que « le projet néolibéral de précarisation a en effet contribué à diffuser une conception non monétarisée du travail » (p.270-271) et que « les modes de production capitalistes sous-payent et précarisent les mêmes catégories de travailleurs qu'ils valorisent et érigent en modèle » (p.271). Loin d'être un livre sur la mode uniquement - univers déjà passionnant à analyser pour lui-même - la contribution de Giulia Mensitieri apporte de nombreux éléments d'analyse et de réflexion face aux formes contemporaines du travail au sein de l'économie capitaliste.