

# ρούχα

LE VÊTEMENT DANS L'ANTIQUITÉ GRECQUE ET ROMAINE





Croisière - Chanel - 2018.

**CHANEL**

*« Rien ne se perd, rien ne se crée :  
tout se transforme » A. Lavoisier*

# L'ÉDITO

## LE POINT DE DÉPART

Depuis le plus loin dont je me souviens, l'environnement, les animaux, les plantes m'émerveillent et j'ai toujours eu envie de les protéger. J'ai aussi dans mon cœur un domaine qui m'inspire depuis enfant : la mode. Alors, naturellement, en **2019**, après un baccalauréat en arts appliqués j'ai intégré le DNMADE matériaux design textile éco-responsable, éthique, prospectif et innovant du matériau à l'objet qui n'était autre qu'un lien entre mes deux domaines de prédilection. Durant ma première année, j'ai découvert la teinture naturelle aux côtés de Marie Marquet lors d'un workshop organisé par l'école. Cette technique alors inconnue pour moi deviendra une de mes grandes passions. En **2020**, j'ai décidé d'ouvrir mon entreprise de teinture sur textile : Atelier Violette car je pense que c'est une des solutions envisageables pour créer de la mode de façon plus saine. Pendant ces deux premières années d'études supérieures, je me suis inscrite dans le cercle vertueux de l'éco-design apparu dans les années 2000 et initié par Victor Papanek aux alentours de 1970. C'est-à-dire que les projets que j'ai menés ont été réfléchis pour être éco-responsables, durables et surtout pensés dans leur intégralité. De l'idée, en passant par le choix des matériaux, le mode de fabrication, le transport, l'impact de leurs usages, la durée de vie jusqu'à la fin de vie de l'objet. En **2021**, j'ai approfondi mes connaissances en couture et techniques textiles grâce à un stage de six semaines réalisé dans l'entreprise de slow fashion Aatise. Et j'ai compris, que ma place est là, dans cette industrie de la mode, mais dans un modèle plus sain et durable que nous devons bâtir de toutes pièces. Le rôle d'un designer est de répondre à des problématiques de son temps par des productions multiples. Alors, mon rôle sera de créer une industrie de la mode plus écologique et respectueuse dans les années à venir.

---

---

## OÙ ME CONTACTER ?

Site Web : [atelierviolette.fr](http://atelierviolette.fr)  
Instagram : [@\\_atelierviolette\\_](https://www.instagram.com/_atelierviolette_)  
Email : [contact@atelierviolette.fr](mailto:contact@atelierviolette.fr)

A row of five hanging dresses, likely made of silk or satin, displayed against a plain white background. The dresses are arranged vertically, hanging from thin straps. From left to right: the first dress has a light orange background with a pattern of darker orange and yellow floral motifs; the second dress is a solid, light peach color; the third dress has a white background with a pattern of yellow and orange flowers and smaller dark spots; the fourth dress is a solid, light peach color; and the fifth dress has a white background with a pattern of black and grey abstract shapes, possibly resembling a wolf or a similar animal's fur. The text 'Woola la!' is written in a black, cursive font across the middle of the dresses.

*Woola la!*

## Remerciements

Merci mes professeures Madame Duno et Madame Sinclair, merci à madame Pouget professeure de latin et de français au collège A. Calmette, merci aux professeurs qui m'ont accompagné durant mes années d'études au sein de la cité scolaire R.loewy et merci à Heide Baumann pour m'avoir ouvert les portes de son entreprise.



**ISSEY MIYAKE**



Madame Grès - 1940.

# L'INDUSTRIE DE LA MODE



# UNE INDUSTRIE DESTRUCTRICE : LA FAST-FASHION



---

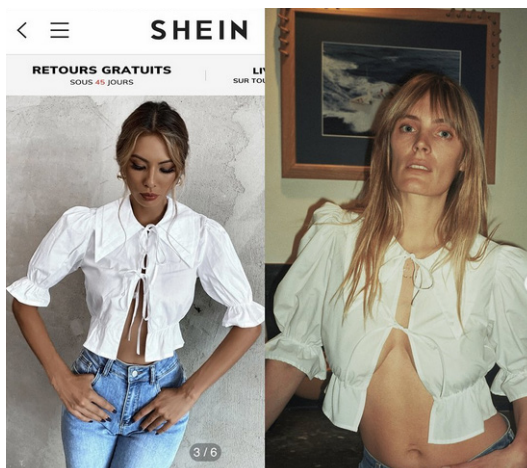
"Elle aura été  
à l'industrie de  
l'habillement  
ce que la  
thanatopraxie  
est à un  
cadavre : un  
cache misère."

## Une rapidité néfaste

La mode rapide et jetable fait son apparition dans les années 80 "elle aura été à l'industrie de l'habillement ce que la thanatopraxie et à un cadavre : un cache misère". Le livre noir de la mode de Audrey Millet. Cette industrie de la mode à bas prix se compose d'environ 56 millions de tonnes de vêtements vendus par an qui se déclinent en 8 saisons : printemps, été 1, été 2, automne, transition automne/hiver, hiver1, hiver2, vacances d'été. Ces 8 saisons sont elles-mêmes composées de 24 collections environ comme la saint valentin, la saison des mariages, la rentrée des classes, halloween etc. Le secret du succès de la fast fashion est la vente de gros volumes pour pouvoir être rentable. Le budget des ménages en matière d'habillement est passé de 33% du salaire en 1900 à 5% en 2020, ce qui permet de mettre de l'argent autre part. Si à première vue la mode jetable semble être un bon compromis pour les personnes aux revenus faibles puisque l'habillement devient accessible à tous, il n'en est rien. Car vous comprendrez que pour vendre moins cher, il faut faire des concessions et des choix. Le choix d'une main-d'œuvre exploitée, de matières premières de qualité inférieure, de la délocalisation des usines et bien d'autres. Ces choix impactent considérablement l'environnement mais aussi les travailleurs et les consommateurs. À la tête de cette folie, Amancio Ortega, le fondateur de la marque Zara et le PDG du groupe Inditex créé en 1985. Il possède également les marques Massimo Dutti, Bershka, Pull and bear, Stradivarius et bien d'autres. Zara c'est 65 000 nouveaux produits par an, 200 nouveaux modèles par jour, tous les mois, un quart des magasins sont approvisionnés en nouveaux modèles. Pour les marques plus raisonnables, c'est environ 5000 nouveaux modèles par an avec un renouvellement des modèles tous les 4 à 5 mois environ.

## La création décredibilisée

Si les nouveautés affluent si vite, c'est qu'il y a un débit de "création" très haut. Environ un mois entre le dessin et le produit commercialisé contre 4 à 6 mois pour les autres marques. Vous en conviendrez, cela est très peu. Alors comment font les marques pour avoir des idées qui fusent si vite ? C'est très simple, cela s'appelle la copie ! Mais dans le monde de la mode, c'est un peu le jeu des 7 différences. S'il y a au moins 7 points de divergence entre le modèle de base et la copie alors le modèle est considéré comme différent. Par exemple, la marque maison Cléo se fait sans cesse plagier par la marque d'ultra fast fashion Shein qui revend de pâles copies pour moins de 10€ alors que les modèles originaux sont vendus aux alentours des 200€. Le problème de cette pratique est que le travail des créateurs est invisibilisé, décredibilisé car si une marque peut le vendre 5 ou 10€, le prix d'origine qui comprend le salaire des employés, les matières premières, les machines, l'électricité, les bureaux, la création, le développement du produit et j'en passe n'est plus crédible aux yeux des consommateurs qui n'ont souvent aucune idée de ce qui se cache derrière le prix d'un vêtement. Le fait d'être habitué à voir les vitrines et l'agencement des magasins changer d'une semaine



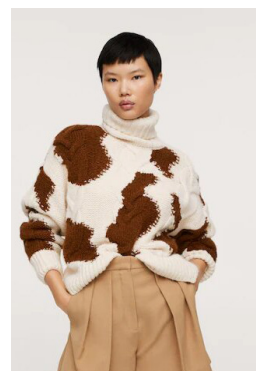
sur l'autre, rend la création superficielle et facile. Cela donne l'impression qu'un modèle peut être produit sans être réfléchi et encore une fois, une marque raisonnable qui chiffre le temps de travail qu'il faut ne serait-ce que pour un seul modèle se retrouve décredibilisée.

## Un culte de la rareté très paradoxal

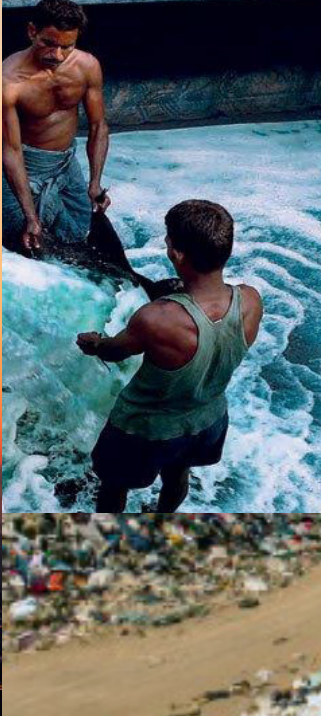
La mode rapide vise à créer de la rareté, les collections étant renouvelées rapidement, il faut être vif pour dégoter l'article de ses rêves qui sera remplacé par un autre modèle tout aussi charmant et au prix attractif. Mais finalement, les articles ne sont pas si rares que cela... Il suffit de déambuler dans les rues et de passer de boutiques en boutiques pour se rendre compte que les articles sont les mêmes. La seule différence qu'il peut y avoir est le prix. Plus c'est cher et plus les clients pensent que la qualité est bonne mais ce n'est généralement pas le cas car souvent les articles sont produits aux mêmes endroits, c'est simplement la marge de la marque qui augmente. Nous avons ici un exemple avec les marques Bershka et Mango.

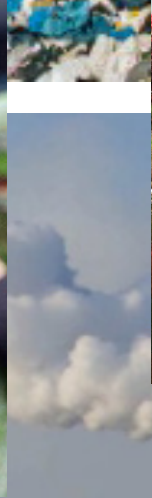


Bershka 29,90€.



Mango 59,99€.





## Une société de clones

À force de se copier les uns sur les autres, la rareté n'est même plus un argument car les marques vendent des articles similaires. Dans la rue, nous sommes des clones, il y a, à mon sens une envie d'unité dans la société. Il faut que tout le monde ressemble à tout le monde et ce culte est accentué par les marques elles-mêmes qui vouent un culte à la taille 0. Les grilles des tailles sont faites pour un type de corps et tant pis pour celles et ceux qui ne rentrent pas dans ces grilles. Alors on en vient à avoir honte de son corps, trop grand, trop petit, trop gros, trop maigre. La seule solution pour se faire accepter, s'habiller comme tout le monde, se fondre dans la masse et donc acheter encore et encore pour ressembler et coller à l'idéal de l'industrie de la mode. Si la mode rapide pose des problèmes au niveau de la création et du regard que l'on se porte à nous-même, elle crée des dégâts encore plus considérables au niveau de l'environnement, des travailleurs et des acheteurs.

## Une industrie meurtrière pour l'homme

En faisant du shopping, on se pose souvent la question "pourquoi cet article est cher ?" alors qu'il faudrait plutôt se demander pourquoi le prix est si bas. Le reportage Arte sur les dessous de la mode à bas prix met l'accent sur les ateliers de confection de Leicester au Royaume Uni où sont fabriqués les vêtements du groupe Boohoo (Pretty little things, Nasty gall, Missguided) les salariés ne sont pas employés pour leurs compétences, tout le monde peut venir y travailler même sans avoir touché une machine auparavant. La journaliste du reportage se fait embaucher malgré son incompétence en terme de confection. Elle coud une jupe droite aux finitions approximatives mais la jupe sera quand même vendue. Les travailleurs embauchés dans ce genre d'atelier sont en situation de précarité, ils n'ont pas d'horaires de travail et sont payés à la commande. Ils enchaînent les heures derrière les machines pour un salaire bien en

dessous du salaire minimum, dans des conditions affreuses. Nous pouvons prendre en exemple le Rana Plaza, un atelier de 8 étages de confection de vêtements situé à Dacca au Bangladesh qui s'est effondré le 24 avril 2013 faisant 1138 morts, 2000 blessés dont 340 très graves sur environ 3900 personnes présentes sur le site. L'immeuble s'est effondré, cependant la veille les travailleurs avaient remarqué de grandes fissures sur les murs mais ils ont été forcés de travailler et ont été enfermés dans le bâtiment. Bien évidemment, ce n'est pas le seul accident qu'il y ait eu dans l'industrie textile. Malheureusement, les grandes marques employant des travailleurs dans ce genre d'endroit ne se sont pas remis en question et le calvaire continue. La plupart des marques embauchent même des enfants, ils ne sont pas payés, sont endurants et leurs petites mains permettent de faire le travail que des mains d'adultes ne peuvent pas faire.

## Une catastrophe écologique

Un autre problème est causé par la fast-fashion : l'arrivée des matières synthétiques type nylon et polyester qui en plus de créer des réactions allergiques sur les consommateurs polluent l'eau car après chaque lavage, des microplastiques contenus dans les textiles se déposent dans l'eau. Les teintureries chimiques sont aussi un fléau pour les rivières puisqu'elles polluent la faune et la flore fluviale et maritime. Sans parler des matières dites écologiques qui redorent l'image de certaines marques de mode rapide comme les tissus en polyester recyclé qui au final sont aussi un fléau pour l'écologie. Car le plastique recyclé est toujours du plastique, donc des microparticules se déversent encore dans l'eau et surtout, cette matière ne se recycle pas à l'infini. Alors la question de la fin de vie du produit n'est pas solutionnée car recyclé ne veut pas dire recyclable.



Manteau en laine - Zara - 2021.



Robe en gaze - Mango - 2021.



Manteau en laine - zara - 2021.

### **Des matières faussement vertes pour rassurer le consommateur**

Il y a une autre matière très problématique mais qui passe pour une alternative écologique : la viscose. Cette fibre est issue de la fibre de bois, la cellulose alors si cela vient du bois, cela nous paraît naturel cependant c'est tout le contraire. Dans le reportage arte, on y voit l'entreprise Birla qui fabrique de la viscose en Inde. Pour transformer le bois en tissu, il faut tout un tas d'agents chimiques qui créent des évaporations de CS2 c'est-à-dire du disulfure de carbone. Ces vapeurs rendent les employés malades et/ou handicapés. Certains deviennent aveugles, d'autres perdent leur fertilité ou sont atteints de problèmes cardiaques et vasculaires. Et comme si cela ne suffisait pas, les populations qui vivent autour de l'entreprise en pâtissent car l'eau est polluée et les villageois boivent l'eau ce qui leur cause de graves problèmes comme la perte de mobilité, de la parole ou l'arrêt de la croissance. Birla nie les faits mais donne de l'eau potable aux villages alentour et possède son propre hôpital pour que les rumeurs ne s'ébruitent pas.

### **Une société prise dans les rouages de l'industrie de la mode rapide**

Malheureusement, cette industrie catastrophique n'est pas prête de s'arrêter car elle a une clientèle. Les ménages sont maintenant habitués à acheter à bas prix et très souvent. Le shopping est devenu une activité de détente à faire seul ou à plusieurs, il permet de sortir du quotidien et de se faire plaisir. Rentrer chez soi avec 5 pièces pas chères en plus dans la garde robe est plus plaisant que de revenir avec 1 seule pièce onéreuse car on a l'impression de pouvoir faire plus de tenues différentes avec 5 pièces qu'avec 1 seule. Nous sommes habitués à pouvoir changer de vie, de travail, de coiffure, de voiture ou de vêtement régulièrement à cause de la mondialisation qui crée des flux d'échanges rapides, qui repousse les limites et les frontières. Ce phénomène influe donc sur l'humain en lui montrant que le changement peut se faire régulièrement et par tous. Le problème c'est que pour changer une habitude, il faut tout changer et ce n'est pas possible de changer une société d'un seul coup en peu de temps. On ne peut pas demander à des gens dont le salaire est faible d'acheter un pull à 130€. Pour se faire il faudrait que le salaire augmente, ce qui créerait des changements dans pleins d'autres domaines ou bien il faudrait que l'on revienne à

un mode de consommation raisonnable où l'on achète uniquement ce dont on a besoin, sur mesure pour être sûr que le vêtement nous ira. Mais le problème c'est que personne n'a envie de «régresser» quand on voit les offres alléchantes qui nous appellent, et cela ferait perdre des emplois et de l'argent aux grosses entreprises. C'est un cercle vicieux et pour en sortir, il faudra de nombreuses années et sûrement des révolutions mais en attendant, nous pouvons d'ores et déjà commencer à entreprendre pour une industrie meilleure.

Après ce rapide tour d'horizon sur la fast fashion, il est grand temps d'agir à tous les niveaux : que ce soit social ou environnemental, il est urgent de changer les choses. Heureusement, certaines marques essaient de faire changer l'industrie de la mode en lançant des collections de vêtements éco-conçus avec des matières écologiques et en respectant les droits des travailleurs comme l'entreprise Aatise.

# AATISE

Une réponse à l'industrie de la mode rapide



**Une marque Française  
et éco-responsable pour  
hommes et femmes. Des  
vêtements fabriqués  
dans le respect des  
travailleurs et de  
l'environnement  
Une marque qui  
provoque l'industrie  
de la mode et défie les  
consommateurs.**

---

Aatise est une marque de vêtements féminins et masculins éco-responsables et made in France. Située dans la ville de Eysines, en périphérie de Bordeaux, cette entreprise a été fondée par Heide Baumann en 2017. Soucieuse des questions écologiques et sociales soulevées ces dernières années par les médias mais aussi par son expérience professionnelle, elle a décidé de créer une marque de vêtement qui soit la plus propre possible pour la planète.

Photo Aatise.

### **Où sont créés les vêtements de la marque Aatise ?**

Les pièces cousues sont pensées, conçues et produites dans l'atelier à Eysine, tout est fait sur place jusqu'à l'envoi du colis. Pour les pièces en maille comme les pulls, ils sont tricotés en France notamment à Saint Malo et l'impression des motifs sur les t-shirts en lin est faite à Bordeaux dans un atelier spécialisé.

### **Quelles matières sont utilisées pour la création de vêtements ? Et d'où viennent-elles ?**

Les matières utilisées sont le lin, la laine mérinos et l'éco-vero. Ces trois textiles sont écologiques puisque le lin provient de France et n'a pas besoin de beaucoup d'eau pour pousser ou être transformé en fibres. L'éco-vero est une viscose écologique issue de forêts éco gérées et la laine mérinos provient d'élevage italien et est tricotée en France.

### **Comment le stock est-il géré ?**

Aatise ne produit pas de stock, les vêtements sont fabriqués à la commande dans un délai de 3 semaines environ. Cela permet de ne pas sur-produire, de ne pas gaspiller de fournitures, d'argent, de temps ou d'énergie pour rien.

### **Combien il y a-t-il de collections chez Aatise ?**

Il n'y a pas vraiment de collections, les produits sont disponibles à l'année, il est donc possible d'acheter une robe à bretelle l'hiver. Certains modèles sont créés et sortis en pré-commande à des moments de l'année cohérents par exemple des pulls en octobre. Des nouveaux modèles intègrent le catalogue petit à petit quand le produit est finalisé.

### **Combien y a-t-il de modèles sur le catalogue ?**

Il y en a 37 pour les femmes, 8 pour les hommes et 3 unisexes. Donc au total il y en a 48.

### **Vos modèles sont-ils déclinés et pourquoi ?**

Oui, les modèles sont déclinés en plusieurs options par exemple avec des manches ou une forme de jupe différente ce qui permet de ne pas gaspiller de papier, d'encre ou d'énergie dans la production de nouveaux modèles.

### **Comment sont gérés les tissus et les chutes ?**

Les tissus sont utilisés jusqu'à l'épuisement du stock avant d'être remplacés par une nouvelle couleur ou un nouveau motif. Les rouleaux font entre 50 et 100m ce qui permet de faire un bon nombre de modèles. Les plus grandes chutes sont utilisées pour des chouchous accordés aux tenues ou pour créer des essais de coutures pour l'élaboration de fiche technique.

### **Comment se passe la conception des motifs ?**

Les motifs sont créés sur des logiciels type Illustrator ou Photoshop puis imprimés par une entreprise européenne sur les matières souhaitées afin de faire les derniers réglages et quand un échantillon colorimétrique est validé, l'impression à grande échelle peut être lancée.



Photo Aatise.



Imaginary View - Dan Tobin Smith et Rachel Thomas - London.

# L'ANTIQUITÉ GRECQUE ET ROMAINE



# LES GRANDES PÉRIODES

## La Grèce Antique

Elle se divise en trois périodes.

- La période archaïque de 800 à 500 av. JC.
- La période classique de 500 à 323 av. JC.
- La période hellénistique de 323 à 33 av. JC.

## L'empire Romain

Il s'étend de 27 av. JC à 476 ap. JC et atteint son apogée en 117 ap. JC. En 753 av. JC, Rémus et Romulus, deux frères fondent Rome, la capitale de l'Italie.

Les romains commencent à dominer le bassin méditerranéen uniquement après la mort d'Alexandre en 323 av. JC quand la démocratie athénienne commence à sombrer.





Les sabinnes - Jacques Louis David - 1796/1799.

# VESTIGE D'UNE ÉPOQUE

Une vision erronée de l'antiquité

*"Vestiges d'un édifice en partie détruit ou dégradé, les ruines ont un mode d'être ambigu et révèlent équivoque fondamentale des relations que l'homme entretient avec le temps, tour à tour destructeur et créateur."*

Sabine Forero Mendoza - Le temps des ruines : L'éveil de la conscience historique à la Renaissance - 2020.

Au cours des siècles, la vision de l'Antiquité grecque et romaine a évolué et surtout a été erronée. En effet, avec la redécouverte de Pompéi entre 1592 et 1600 (qui ne sera assuré qu'en 1763), on découvre le style antique qui avait été enfoui sous les cendres en 79 ap. JC. Nous nous mettons alors à explorer cet art et à s'en inspirer dans la mode mais aussi dans le mobilier. Il faut savoir que durant l'antiquité, les statues et les architectures étaient peintes, pas une surface n'était laissée sans couleur. Mais, au 18<sup>ème</sup> siècle, tout était blanc puisque les peintures n'ont pas résisté au temps. Dans la tête des populations, pendant cette période, tout était de marbre et la couleur principale était le blanc immaculé. Sous Napoléon Bonaparte, naît un style : le style empire, un mélange entre les imageries que l'on a de l'Égypte, de la Rome et de la Grèce Antique ainsi que de la puissance de Napoléon. Dans la mode, ce style se traduit pour les femmes par des longues robes fluides dont la taille est marquée sous la poitrine. Évidemment, durant l'Antiquité la taille n'était pas du tout marquée au même endroit et la forme générale de la tunique n'était pas aussi travaillée ni près du corps durant la période antique-. Dans le film Gladiateur de Ridley Scott sorti en 2000, nous pouvons constater que les décors, l'architecture, les reconstitutions de scènes de batailles sont assez fidèles à la réalité antique. Néanmoins, pour le costume et notamment pour ces couleurs c'est un peu moins le cas. Le bleu n'était pas tellement utilisé pour la royauté et surtout il était pastel et non profond. Le noir aussi revient beaucoup dans le film alors qu'il n'était pas utilisé à cette époque. Nous pouvons constater que l'interprétation contemporaine d'une époque influe sur les productions d'art et de design.



Robe de scène de Jean Giraudoux et Madame Grès 1952.

Dans le design comme dans le stylisme, nous pouvons retrouver des inspirations de l'antiquité grecque et romaine, vestiges de cette civilisation. Le salon Capitello du studio 65, la robe de scène de Jean Giraudoux et Madame Grès ainsi que Soft Hercule Stool de FAT en sont des exemples. Nous allons essayer de comprendre pourquoi le designer a besoin de revenir au passé pour créer. Et comment fait-il du neuf avec de l'ancien. Le créateur fait de ce qu'il connaît une force créatrice. C'est pourquoi il puise son inspiration dans une autre aire, afin d'en récolter ce qui l'intéresse et de le remodeler à sa façon. Dans les trois documents que forment cette étude, nous retrouvons des formes appartenant à l'antiquité. Par exemple, l'ensemble de salon Capitello reprend les formes des colonnes et chapiteaux grecs d'ordre ionique datant du IV<sup>ème</sup> siècle av. JC. Les différents éléments du salon sont coupés en oblique de façon à rappeler les ruines d'un temple. Nous pouvons en dire de même pour la robe de scène qui, elle aussi prend son inspiration dans la Grèce antique, et reprend les codes vestimentaires de l'époque avec le fameux plissé de soie. Un autre exemple avec Soft Hercule Stool qui reprend le détail de sculpture ainsi que les couleurs claires des statues de marbre Grecques et Romaines. La production d'œuvre avec une inspiration formelle d'une autre aire permet de montrer ce que l'on connaît ou ce que nous supposons de l'histoire du monde. En créant, nous laissons une trace, un passage de nos connaissances et de nos savoirs-faire qui évoluent avec le temps, les matières changent et les techniques aussi. Ainsi, la pierre des colonnes antiques se transforme en mousse polyuréthane et le marbre des statues en silicone. Le passage entre le fait de laisser formellement un élément dans son époque et le fait de le rendre contemporain par les matériaux est intéressant puisque l'aspect visuel est conservé, mais en le touchant, l'aspect est différent et étonnant. Nous pouvons trouver cette transition encore plus flagrante avec le travail du studio Harworth Tompinks qui réintroduit des habitats dans des ruines de maisons déjà existantes. Les matériaux sont nouveaux et contrastent avec les vestiges. Cependant si les ruines sont

en briques, le nouvel habitat sera couleur rouille. En utilisant de nouveaux matériaux et techniques de fabrication tout en respectant les vestiges ainsi que la forme, les designers et stylistes arrivent à créer du neuf avec de l'ancien. Ici, nous pouvons voir que les vestiges et le passé sont des vecteurs de création et qu'ils sont nécessaires pour produire de nouvelles choses. Comme le dit Sabine Forero-Mendoza, « l'homme entretient une relation fondamentale avec le passé ». Mais, par les nouveaux matériaux qu'il emploie et les nouvelles technologies, il crée un pont entre les époques. Depuis toujours, surtout depuis l'invention de l'écriture en -3000 av JC, l'homme laisse une trace de son passage, et de plus en plus c'est son but, il ne veut pas tomber dans l'oubli, il veut permettre aux générations futures la remémoration de ce qu'il s'est passé, car c'est toujours en s'inspirant de ce qui existe que l'on crée le monde de demain. C'est ce que nous dit l'enseignante avec « révèlent l'équivoque fondamentale des relations que l'homme entretient avec le temps ». Les productions Soft Hercule Stool et l'ensemble de salon Capitello sont des assises, le poids du corps, au vu des matériaux utilisés va laisser une trace de son passage en déformant temporairement le siège.

Nous pouvons comprendre ici, que le fait de laisser une trace est très important puisque c'est ce qui permet de créer de nouveaux vestiges. Parfois, l'usage peut être altéré au service de l'esthétique qui remet l'objet dans son contexte.

En effet, l'usagé dans les 3 productions est actif. Il se vêtit d'une robe pour incarner un personnage, faite à partir des vestiges de la garde robe féminine de l'antiquité grecque, c'est en un sens, s'habiller avec le passé, s'envelopper dedans, comme un réconfort que l'on retrouve dans les objets de notre enfance. En s'asseyant sur des ruines comme le salon Capitello ou sur le visage d'Hercule, l'usagé s'assoit sur ce qu'il connaît, il s'assoit, s'ancre dans le passé, comme l'artiste le fait dans ses créations puisqu'il s'inspire de faits passés et actés pour créer.

Il y a beaucoup d'éléments qui peuvent ressurgir du passé et inspirer les designers, stylistes et créateurs. Chacun reprend des bribes de l'histoire à sa façon en l'incorporant dans une société contemporaine. Le designer a besoin de se plonger dans d'autres époques avant de créer puisqu'il y a déjà beaucoup de matières à exploiter et que chaque création part d'un constat, et donc répond généralement à des besoins qui ont déjà pu être évoqués dans l'histoire. Les designers et stylistes utilisent des formes connues par la plupart des gens et qui évoquent directement une époque pour créer leurs productions. Grâce aux avancées technologiques, ils utilisent d'autres moyens et d'autres matériaux pour arriver à créer du neuf avec de l'ancien. Les créateurs invitent l'usagé à se mettre à leur place et à laisser une trace (éphémère) dans les créations comme l'histoire le fait avec les vestiges et les ruines car c'est grâce à eux que nous connaissons le monde et donc que notre capacité à créer peut exister. Parfois, pour fabriquer, le designer déconstruit et reforme les objets pour en faire de nouveaux au service de l'esthétique. En somme, les vestiges du monde influencent les designers et stylistes. Ils sont donc essentiels dans la création puisque nous ne pouvons pas créer à partir de rien.



Soft Hercules Stool - FAT - 2015.



Salon Capitello - Studio 65 - 1971.



# LE VÊTEMENT DANS L'ANTIQUITÉ



III

# LA MODE DANS L'ANTIQUITÉ GRECQUE ET ROMAINE

*On reconnaît un vêtement grec ou romain grâce à ses drapés et à ses nombreux plis. Leurs vêtements étaient composés de larges pièces de tissus à nouer ou à attacher autour de son corps créent du mouvement et du relief. Chez les romains, la taille est moins marquée que chez les grecs. Les vêtements et surtout ceux des romains sont très colorés et ornés de motifs et de broderies. Les vestiaires sont très codifiés entre les statuts sociaux des habitants ce qui permet de reconnaître rien qu'à l'habit les différentes classes.*

---

## Le vestiaire grec :

Chez les femmes, la poitrine est cachée pour la protéger, et la taille est marquée au niveau du nombril alors que celle des hommes sous le nombril.

Nous trouvons un jeu de superpositions et de drapés. Les vêtements sont unis et modulables grâce aux fibules. Les matières les plus utilisées sont le lin, le lin mélangé à la laine ou la laine seule. Certains vêtements sont unisexes.

## Le chiton grec, un vêtement qui traverse le temps :

À partir du 5ème siècle av. JC, le chiton est le vêtement de base du vestiaire masculin, féminin et infantin.

C'est un rectangle de tissus que l'on plie en 2 dans la longueur et que l'on attache coin contre coin au niveau des omoplates. On le ceinture à la taille et la largeur des plis varie. Un revers peut être fait en décoration sur le haut de la pièce. (1) C'est le vêtement que l'on connaît le mieux puisqu'il sera repris par des artistes dans des œuvres à la renaissance.

Le chiton aussi appelé exomis ou exomide évolue et se ressert sous la poitrine entre 300 av. JC et 100 av. JC. Le chiton est remplacé vers -550 retenu par de multiples petites fibules le long des bras. (2)

La ceinture et les fibules sont plus ou moins décorées



1

2

### **Le statut défini par le vêtement des romains :**

*"L'orateur, conscient que le vêtement est le miroir de l'âme, utilise le drapé pour mettre en scène son discours à partir de gestes efficaces et clairs. La toga traduit ces intentions"*

Genre et code vestimentaire à Rome - Baroin

*"Au quotidien, le vêtement indique le statut du porteur au premier coup d'œil. Le noble se différencie du citoyen et le citoyen de l'esclave".*

sebesta "symbolism in the costume of the roman woman"

Le vêtement est vecteur de sens et de messages, il est très important pour l'époque puisqu'il indique le statut social.

### **La couleur pour distinguer les porteurs entre eux :**

La tunique romaine (l'équivalent du chiton grec) est portée par tous. Une bande pourpre est ajoutée au bas pour distinguer certains statuts. La bande (clavi) la plus large est pour les empereurs et la moins large pour les chevaliers.

### **Le vestiaire romain masculin :**

En dehors de la sphère privée, les hommes portent une cape avec ou sans capuchon. Par dessus leur tunique les citoyens portent une toga en laine blanche. Elle est coupée en demi cercle, elle part de l'épaule, se drapé dans le dos, revient sur la poitrine et l'épaule. Elle comporte des plis plus ou moins profonds et amples selon la richesse du porteur.



# LA MODE, DICTAT DE LA SOCIÉTÉ ?

Nous allons faire une analyse sociologique et philosophique des textes extraits respectivement des ouvrages *Comment l'esprit vient aux objets* de Serge Tisseron et *Pratiques politiques et culturelles du vêtement* de Florence Gherchanoc et Valérie Huet. Le premier texte extrait du chapitre I, « un objet qui colle à la peau, le vêtement » (Tisseron) parle de la dimension indissociable de l'être humain et du vêtement qu'il porte. L'extrait « Le vêtement comme marque identitaire » (Gherchanoc et Huet) aborde plutôt le vêtement sous son sens d'identité et de rôle social qu'il confère au porteur dans la Rome antique. Suite à la lecture de ces textes, nous pouvons nous demander comment et pourquoi l'objet vêtement est devenu le marqueur identitaire indissociable de l'humain ? Dans un premier temps, nous aborderons le vêtement et son langage fort, puis nous parlerons de son aspect de façade. Enfin, nous conclurons par un comparatif avec la mode et les sociétés actuelles.

Le vêtement n'a pas seulement le rôle de protecteur des intempéries ou des prédateurs, il a aussi d'autres usages comme celui d'indicateur d'identité, de genre ou d'appartenance géographique et c'est ce que nous allons comprendre et expliquer grâce à ces textes.

En effet, il est d'abord la première approche vers l'autre. Comme l'explique Tisseron, nous accordons autant d'importance aux vêtements qu'au regard ou à la voix de notre interlocuteur, parfois même, nous n'écoutons plus la conversation, aveuglé par la tenue de l'autre. Le vêtement est donc placé au même niveau voire au-dessus des signes physiques de la personne qui se trouve en face de nous (regard, voix). Ce texte nous parle aussi de la rencontre amoureuse et du fait que les vêtements sont encore plus importants que dans d'autres situations car ils sont les premiers éléments palpables et visuels puisque c'est en premier lieu par les vêtements que le corps est regardé, approché, caressé ou même senti. En quelques sortes, il médiatise la relation. Il est vrai que l'on accorde d'autant plus d'importance à notre tenue le jour d'une première rencontre amoureuse car nous le savons, le vêtement dit des choses sur nous et notre histoire et laisse alors des indices à celui que nous espérons charmer. Le vêtement en un sens nous définit puisqu'il donne des idées sur notre être au monde extérieur. Comme le disent F. Guerchanoc et V. Huet dans leur essai historiographique sur le vêtement dans la Rome antique, le vêtement tout comme le corps en disent long sur qui nous sommes, se sont des marqueurs identitaires « l'habit fait le moine » est une expression utilisée dans le texte *Pratiques politiques et culturelles du vêtement* qui exprime clairement le fait que les habits durant l'antiquité étaient le reflet des personnes. Cependant, ce n'est plus forcément le cas à notre époque car les codes vestimentaires étaient bien plus rigides du temps des romains.

Le vêtement est très puissant puisqu'il parle de lui-même, dans le texte *Pratiques politiques et culturelles du vêtement*, il définit « les classes d'âge, le genre, les groupes sociaux, des différences entre hommes et femmes ». C'est-à-dire qu'un morceau d'étoffe peut en dire plus sur son porteur que le porteur lui-même. Il existait des différences dans le vestiaire qui distinguaient les citoyens des non-citoyens (les femmes, les esclaves etc.) Il y avait aussi des différences avec ceux qui étaient

en marge de la société et qui voulaient se distinguer des autres comme les efféminés ou les tyrans. Il est écrit dans ce même texte « Les vêtements sont des outils de communication identitaire et servent à afficher un statut social, politique ou religieux ainsi qu'à connoter des manières d'être ». L'habit est vraiment vecteur de sens et marque l'identité ainsi que le statut dans la société du porteur. Cela rejoint ce qu'écrit Serge Tisseron dans son livre, « le vêtement (...) à deux fonctions : une sociale tournée du côté du groupe et une fonction subjective tournée du côté de l'individu lui-même. La fonction sociale nous intéresse particulièrement ici, puisqu'elle indique « l e premier degrés de reconnaissance sociale ». C'est-à-dire que le vêtement est le premier signe distinctif en société, tout comme chez les romains, il donne des informations sur le porteur. Cependant, nous ne pouvons pas connaître avec certitude le statut d'une personne que nous croisons de nos jours. Mais nous pouvons tout de même savoir son âge, son sexe et une partie de ce qui l'anime grâce à des codes vestimentaires (t-shirt de groupe de musique par exemple). La phrase du texte *Comment l'esprit vient aux objets* « L'être humain endosse les comportements de la classe sociale ou de son ethnie en même temps qu'il en revêt les attributs vestimentaires ». Cette phrase, explique également qu'en plus d'être vecteur de sens social, le vêtement influe aussi sur les gestes comme les vêtements de travail munis de poches multiples. C'est aussi et surtout le cas notamment pour les toges romaines comme écrit dans le texte historiographique qui codifient encore plus les gestes et induisent un ton. Nous portons qui nous sommes ou sommes-nous portés par nos vêtements ? La confusion est grande.

Le vêtement est donc le premier témoin de notre être en tant que tel mais aussi de notre être en société. Il indique, avec son langage qui nous sommes. Il induit des comportements mais aussi des postures. Mais finalement, le vêtement n'est peut-être qu'une enveloppe, qui cache d'autres sujets plus profonds et intimes.

Nous l'avons vu, l'habit est un signe distinctif visuel pour le monde extérieur, il est en quelque sorte une façade que l'on revêt pour sortir en société. Le vêtement est un élément qui inclut l'idée de dualité, de paire d'inséparabilité. Comme écrit dans le texte de Tisseron, le vêtement de façon générale a une doublure soit parce que la matière de dessus serait désagréable contre la peau, soit par un soucis d'esthétisme (cacher les coutures) ou bien pour la tenue du vêtement. Il est composé de deux faces comme l'écrit Tisseron « un extérieur visible à tous et l'autre, intérieur, invisible et tourné vers le corps » C'est-à-dire qu'il est composé de ce que l'on voit, ce que l'on veut montrer (l'extérieur) et ce que l'on ne veut pas dévoiler, ce qui est intime puisque collé à la peau (l'intérieur/la doublure). À la manière d'un visage souriant qui peut n'être qu'une façade en société renfermant un état d'esprit triste, le vêtement, cache bien des choses et ne montre que ce que nous voulons qu'il montre. L'habit peut aussi être un moyen de se rassurer, de mieux se sentir puisque comme écrit dans le texte de S.Tisseron, « Ils renvoient aussi à une histoire personnelle ». On ne s'habille pas de la même façon suivant si l'on a confiance en soi ou non, suivant nos croyances, suivant notre état d'esprit, suivant

l'alignement entre notre corps et notre esprit et cela est très personnel, très intime. Si nous revenons sur le texte *Pratiques politiques et culturelles du vêtement*, il est expliqué que la toge peut avoir une fonction protectrice comme la toge à bande pourpre qui protège les enfants d'agressions physiques et verbales ainsi que les adultes de la profanation. Le vêtement est donc aussi démonstratif qu'il est intime. Il possède lui aussi son identité en tant que vêtement et non plus en tant que « vêtement porté par un individu ». Car, comme écrit dans le texte du livre *Comment l'esprit vient aux objets*, c'est sur les doublures que sont cousues les prestigieuses étiquettes des créateurs. Si la signature du créateur est si prestigieuse et importante, pourquoi la coudre sur la doublure ? peut-être qu'en réalité, le styliste qui a inventé de toutes pièces le vêtement, lui donne son identité à lui ou celle de sa maison de couture mais à l'intérieur, sur sa doublure, comme des parents donnent leur ADN à leurs enfants. C'est à l'intérieur qu'est l'ADN/ la signature donc par conséquent personne n'est censé le voir et donc, le vêtement peut s'exprimer par ce qu'il dégage plutôt que par ce qu'il est : comme un enfant se construit sans pour autant être une réplique de ses parents. C'est d'ailleurs assez amusant de se dire que l'identité du vêtement et l'identité de celui qui le porte peuvent toutes les deux être inscrites dans la doublure, c'est-à-dire au même rang.

Nous portons un vêtement alors nous portons une identité qui est la nôtre mais modifiée, puisque l'habit transmet aux autres des indices sur nous mais sans pour autant révéler notre identité véritable. Le vêtement que nous portons est aussi modifié par notre identité puisque nous pouvons jouer avec les motifs, les associations de couleurs, de coupes etc. pour créer une nouvelle apparence à une tenue et donc à un vêtement. L'humain et le vêtement se mêlent et il peut être difficile de savoir qui est qui et qui porte qui.

Mais le vêtement peut aussi être trompeur, menteur puisque nous l'avons évoqué au dessus, il ne révèle pas notre identité véritable mais donne des informations sur notre vie, et ça, nous l'avons bien compris. Il est facile de se "cacher" derrière des étoffes et c'est pourquoi se mettre à nu devant quelqu'un ou devant soi-même peut être un défi pour certains. S.Tisseron écrit « Nus, notre histoire n'est inscrite que dans nos aspects extrêmes : âge, dominance d'un type ethnique (...) usure du temps et cicatrices ». C'est à dire que notre corps ne ment pas, il dit qui nous sommes ou qui nous avons été car le corps a une mémoire qui est gravée dans chaque recoin de notre peau. Nus, nous sommes vulnérables, nous ne pouvons plus rien de fâcheux comme l'âge ou les accidents. Mais, encore une fois, grâce au vêtement, nous pouvons devenir plus qu'un corps qui a vécu, nous pouvons être qui nous voulons. Pour illustrer ce propos monsieur Tisseron fait référence à un diptyque photographique de Helmut Newton : *Sie Kommen (Dressed)* et *Sie Kommen (Naked)* de 1981. Nous y voyons quatre femmes mannequins, sur la première photographie elles sont nues et qualifiées d'abstraites par l'auteur. Sur l'autre photographie, on retrouve les mêmes femmes, dans les mêmes postures mais habillées différemment. L'auteur écrit «elles ont une histoire, un caractère qu'elles semblent porter sur elles». Alors, il a raison et tort en même temps. Abstraites pour les qualifier quand elles sont nues exprime le fait qu'il est difficile de savoir qui elles sont par manque de référence à quelque chose de concret. Néanmoins, nous pouvons dire qu'elles sont jeunes (30ans environ), qu'elles ont une bonne hygiène de vie, qu'elles sont mannequins puisqu'elles répondent toutes aux critères

de beauté de l'époque et dans leur posture, on peut lire par exemple que celle de gauche est sûrement un brin autoritaire. Une fois habillée elle semblent porter sur elles une histoire, quelque chose qui les rattache à la vie culturelle et matérielle. Le mot sembler est très important puisqu'il est synonyme de paraître et donc d'avoir une apparence aux yeux de quelqu'un en l'occurrence ici de Serge Tisseron. Sembler ne veut donc pas dire être, alors le vêtement permet de tromper, de mentir de jouer sur les apparences.

En sommes, grâce à ces textes, nous avons compris que le vêtement est un élément très important pour l'humain car c'est un indicateur d'identité culturelle et sociale. Il donne des indices sur qui nous sommes ou plutôt sur qui nous voulons être car le vêtement est une enveloppe que l'on choisit pour se cacher de notre corps qui, lui, ne peut tricher. Nous avons aussi soulevé des questions importantes telles que la question du statut social régi par le vêtement ainsi que la confusion entre le porteur et le porté, la question de l'identité du vêtement lui-même ou encore sa fonction de paraître. Nous avons également compris que la société romaine avait un rapport avec les vêtements très stricte ce qui est de moins en moins le cas maintenant car l'arrivée de l'industrialisation et de la fast-fashion a permis de démocratiser le vêtement et a commencé à gommer les différences entre les statuts sociaux.

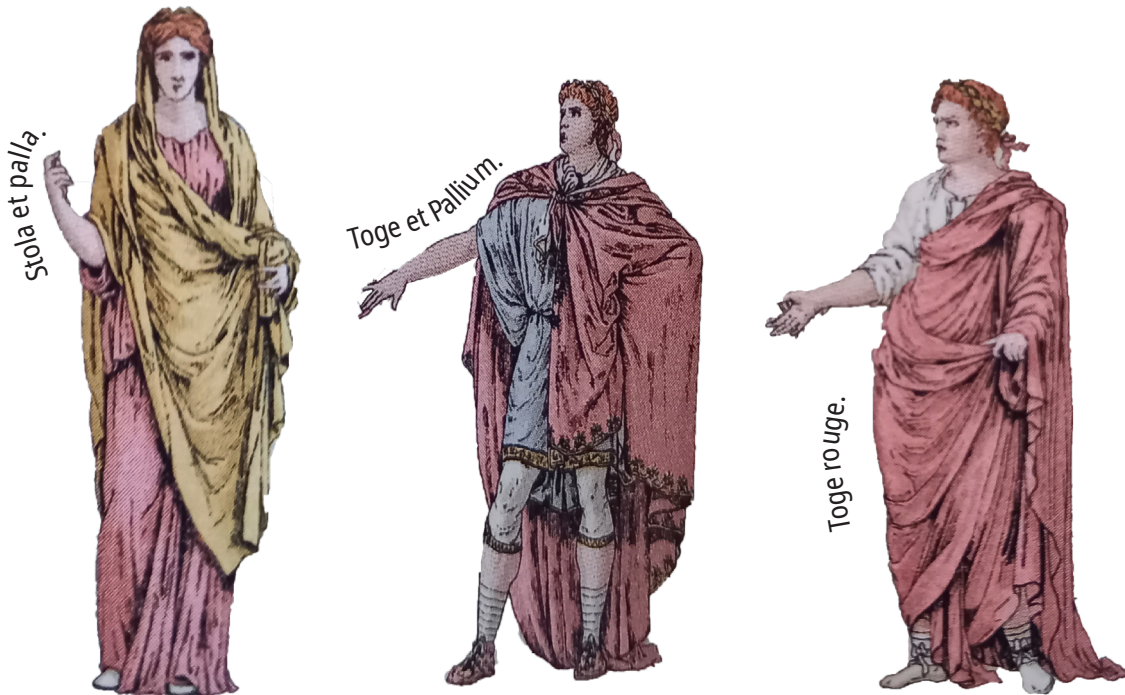


Sie Kommen (Naked) - Helmut Newton - 1981.



Sie Kommen (Dressed) - Helmut Newton - 1981.

# LE VESTIAIRE DANS L'ANTIQUITÉ GRECQUE ET ROMAINE



Dessins du livre Costume historique - Auguste Racinet- 2015.

**La toga** = vêtement principal des citoyens romains.

**La stola** = la robe des femmes mariées, elle se met par dessus la tunique elle est composée de deux rectangles attachés ensemble.

**La toga usuelle** = blanche + liseré de couleur.

**La toga rouge** = celle de l'empereur.

**La toga pourpre** = celle des sénateurs.

**La palla** = châle long que l'on porte sur la tête.

**Le pallium** = manteau/châle pour hommes.



Dessins du livre Costume historique - Auguste Racinet- 2015.

**La chlamyde** = manteau léger et court pour les hommes.

**Le Pallium** = grand manteau que Homère donne aux héros et aux divinités. Carré long en laine attaché autour du cou ou sur l'épaule avec une broche.

**L'himation** = manteau en laine épais.

**Le péplum** = tunique retenue à la taille et aux épaules.

**La podère** = robe longue jusqu'aux pieds.

**Le catastictos/zodiote** = robe bigarée.

**Le strophion et la zona** = ceinture d'extérieur.

**La castula** = sorte de jupe qui remplace la deuxième tunique et commence sous les seins.

**Le chiton** = tunique de laine ou de lin.

**L'esophorium** = tunique courte et étroite placée à même la peau (sous-vêtement).

**La palla** = grande tunique de cérémonie longue jusqu'aux pieds. Une seule pièce de tissu dont la partie supérieure est repliée pour créer un volant.

**La tunique Ionienne** = longue robe à manche portée sans ceinture.

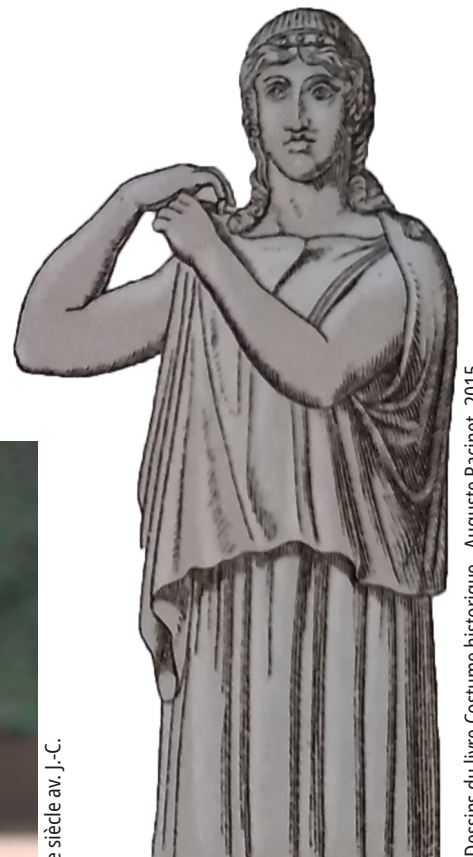
**La tunique courte** = robe courte sans manche et sans ceinture.

**La tunique dorienne** = tunique jusqu'aux genoux et ceinture aux hanches.

# UN VÊTEMENT À MONTER SOI-MÊME

*Durant l'Antiquité grecque et romaine, on se vêt avec des grands morceaux de tissus de tailles différentes selon le vêtement voulu. Les étoffes sont attachées autour du corps de façons variées avec des épingles appelées fibules ou par des nouages. Cette façon de faire permet de ne créer aucune chute de tissu. Le tissu prend vie une fois installé sur le porteur. Sans le corps de l'humain, le vêtement n'existe pas, il n'est qu'une étoffe ce qui est assez intéressant car dans notre société actuelle, le vêtement a une forme propre à lui-même. J'aime cette façon de considérer le corps et l'humain comme ne faisant qu'un. Chaque jour, durant l'Antiquité, les humains devaient faire et défaire leurs vêtements, c'était en quelque sorte un vêtement à monter soi-même. Les gestes pour se vêtir prenaient sûrement plus de temps que dans notre société actuelle ce qui permet peut-être de ralentir le rythme de vie et de prendre le temps de s'habiller.*

---



Dessins du livre *Costume historique* - Auguste Racinet - 2015.



Fibule étrusque du VII<sup>e</sup> siècle av. J.-C.



Peplum - Tom Tierney.



Chiton - Tom Tierney.

# MILAN AV-JC



## **Patron de couture zéro déchet**

Toutes les pièces des patrons s'imbriquent les unes dans les autres, aucune chute de tissu n'est produite lors de la découpe. Ce mode de fonctionnement permet de créer des formes originales et des pièces fortes pour un dressing cousu main et éco-responsable. Cette façon de concevoir les vêtements s'inspire de l'antiquité.

# L'INFLUENCE DE L'ANTIQUITÉ SUR LES CRÉATEURS DE MODE



Chanel - croisière - 2018.



Valentino - AW - 2015.



Madame Grès - 1945.



Dolce Gabbana - 2019 .



Matilde Cano - 2016.



Halston - evening gown - 1976.



Dolce Gabbana - 2019 .



Madeleine Vionnet - SS - 1938.



G. Peter Stravropoulos - evening dress - 1972.



Elie Saab - SS - 2011.



Valentino - AW - 2015.



Chanel - croisière - 2018.



Photographie Matias Galeano.



DES FIBRES AUX  
ÉTOFFES

IV

# L'EMPIRE ROMAIN, UN EMPIRE IMMENSE

Carte de l'empire romain à son apogée en 117 av. JC :





Reconstitution d'un bateau chargé d'amphores et de tonneaux, réplique d'une embarcation portuaire découverte à Toulon. Musée gallo-romain de Saint-Romain-en-Gal. © Photo du musée/Paul Veyseyre.



L'empire romain est très vaste, il atteint son apogée au II<sup>ème</sup> siècle sous l'empereur Antonin. Il compte 50 millions de personnes à l'époque où la planète en compte 250 millions pour une superficie de 5 millions de km<sup>2</sup>. C'est-à-dire que l'empire romain compte 1/5<sup>ème</sup> de la population à lui seul. Il s'étend sur de nombreux pays, de l'Europe à l'Asie ainsi que le nord de l'Afrique. Sa vaste étendue permet des échanges commerciaux importants. Que se soit pour des aliments mais aussi des textiles, fibres et colorants tinctoriaux. Le commerce se faisait principalement par bateaux notamment dans la méditerranée. Les Romains s'emparent de la Grèce. Corinthe, ancien centre du commerce ne domine plus, la ville de Délos devient une plateforme d'échange du commerce méditerranéen à partir de 166 av. JC. Les romains développent des centres pour faire affluer les marchandises vers Rome comme le port d'Alexandrie. Des échanges cosmopolites entre Grecs, Arabes, Indiens et Juifs ont lieu dans ces grands ports. En parallèle, l'empire romain s'étend vers l'orient et l'Asie devient romaine.

# LES FIBRES NATURELLES

*Que ce soit dans l'antiquité grecque ou romaine, les fibres sont les mêmes. On compte quatre types de fibres dont deux animales, la laine et la soie et deux végétales, le lin et le coton. Pour les Grecs, un environnement froid et humide empêche les humeurs de passer à travers la peau pour s'en débarrasser ils doivent choisir les meilleures fibres possibles, celles qui ne bloqueront pas les humeurs entre la peau et les vêtements. Les fibres naturelles sont les plus saines et notamment la laine qui absorbe l'humidité.*

---

---

## La laine :

Au début de l'antiquité, la laine était très répandue car elle provenait de Mésopotamie mais aussi de la péninsule Italienne notamment de Tarente, d'Apulie et d'Asie mineure. Les moutons qui produisaient la laine étaient très importants, ils étaient soignés attentivement pour que leur laine soit la plus qualitative possible. Les 3 critères les plus importants étaient : la propreté des bergeries, les croisements effectués entre les ovins et caprins, l'alimentation. Les fibres étaient sélectionnées en fonction de leur finesse, résistance, élasticité, longueur et douceur. Les étapes se divisent en 3 parties principales : La tonte qui se fait au printemps, le lavage composé du dessuintage à l'eau froide et du dégraissage à l'eau chaude et le peignage/cardage.

## La soie :

La soie est le saint Graal de la fibre, venue de Chine et d'Égypte et d'Assyrie, elle sera adoptée par Rome pour son luxe et sa brillance, En Assyrie elle est transparente et jaune, en Chine elle est blanche. Les soies sont teintes, brodées colorées et chères. Alors, elles sont mélangées à du coton ou du lin pour les rendre moins onéreuses. Les soies étaient portées par les hommes et les femmes mais l'empereur Tibère veut l'interdire aux hommes car cela fait trop efféminé mais Caligula qui lui succédera portera lui de la soie. La soie n'a pas été fabriquée à Rome car les Chinois ont longtemps gardé le secret de la fabrication de la fibre et l'élevage des vers à soie. Il faudra attendre un peu pour que la soie soit produite à Byzance (Istanbul actuel) sous Justinien empereur romain en 527 ap JC dans l'antiquité tardive.

## Le lin :

Cette fibre, de Campanie, et du Moyen orient, d'Inde (II<sup>ème</sup> siècle av. JC), mais surtout en France, dans le nord, au centre et dans le sud-Ouest (Rodez, Cahors). Le lin est cultivé dans des régions humides au climat tempéré. Le lin est récolté à maturité différente selon la fibre souhaitée. Si la tige est verte elles seront souples pour créer des fils fins, jaune le fil sera plus épais. La préparation avant filage se fait en 5 temps : L'égrenage qui consiste à récupérer les graines pour les manger ou les replanter, le rouissage qui consiste à faire pourrir la tige dans de l'eau ou à l'air libre durant 8 à 10 jours sous l'eau ou 6 à 7 semaines à l'air libre. Vient ensuite le broyage qui consiste à séparer les fibres de lin de la tige. Puis le teillage pour débarrasser les fibres de lin des fibres plus petites et enfin, le peignage. Le lin est une fibre plutôt associée à la féminité.



Photographie - Solène Luquet.

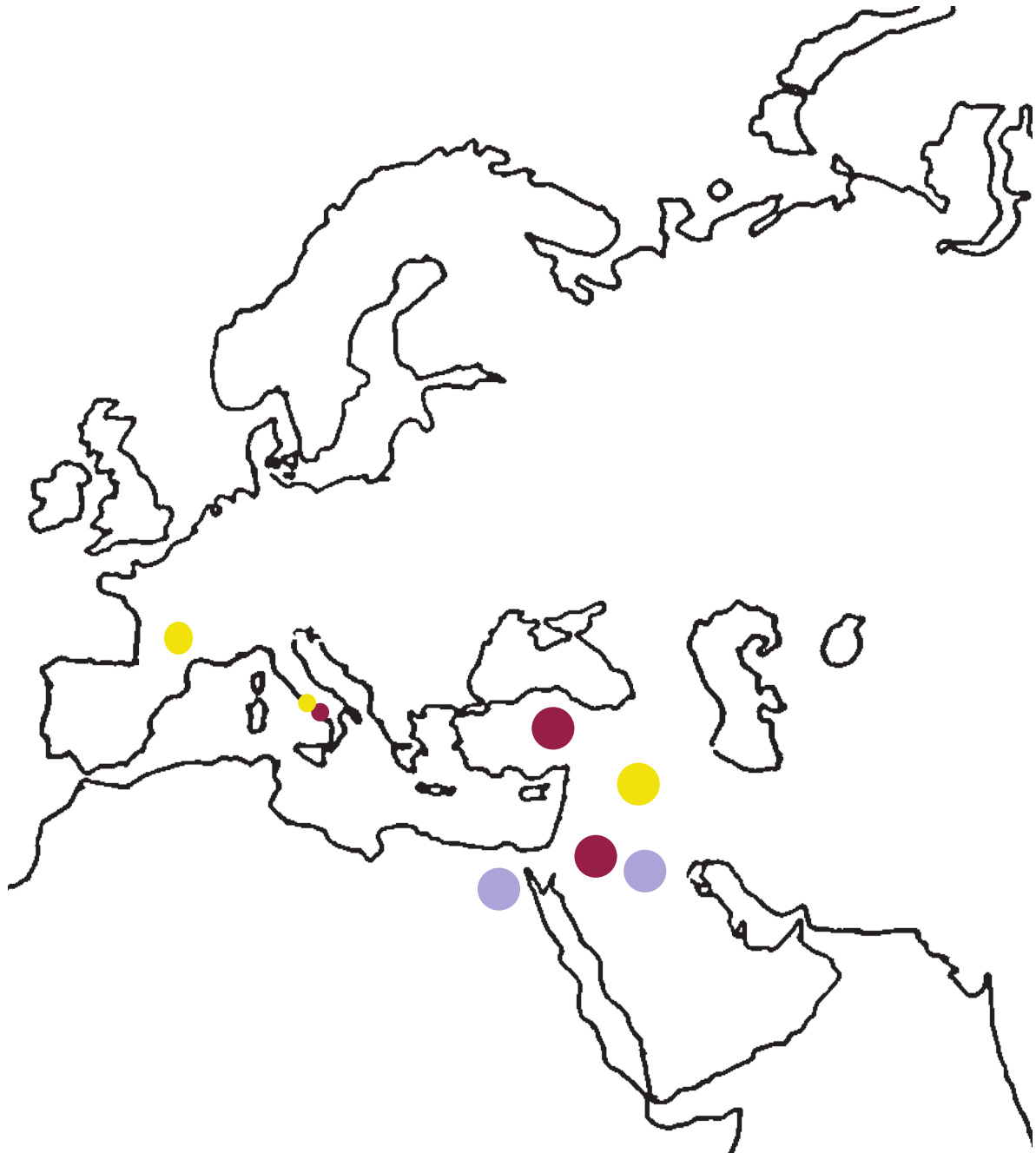
## Le coton :

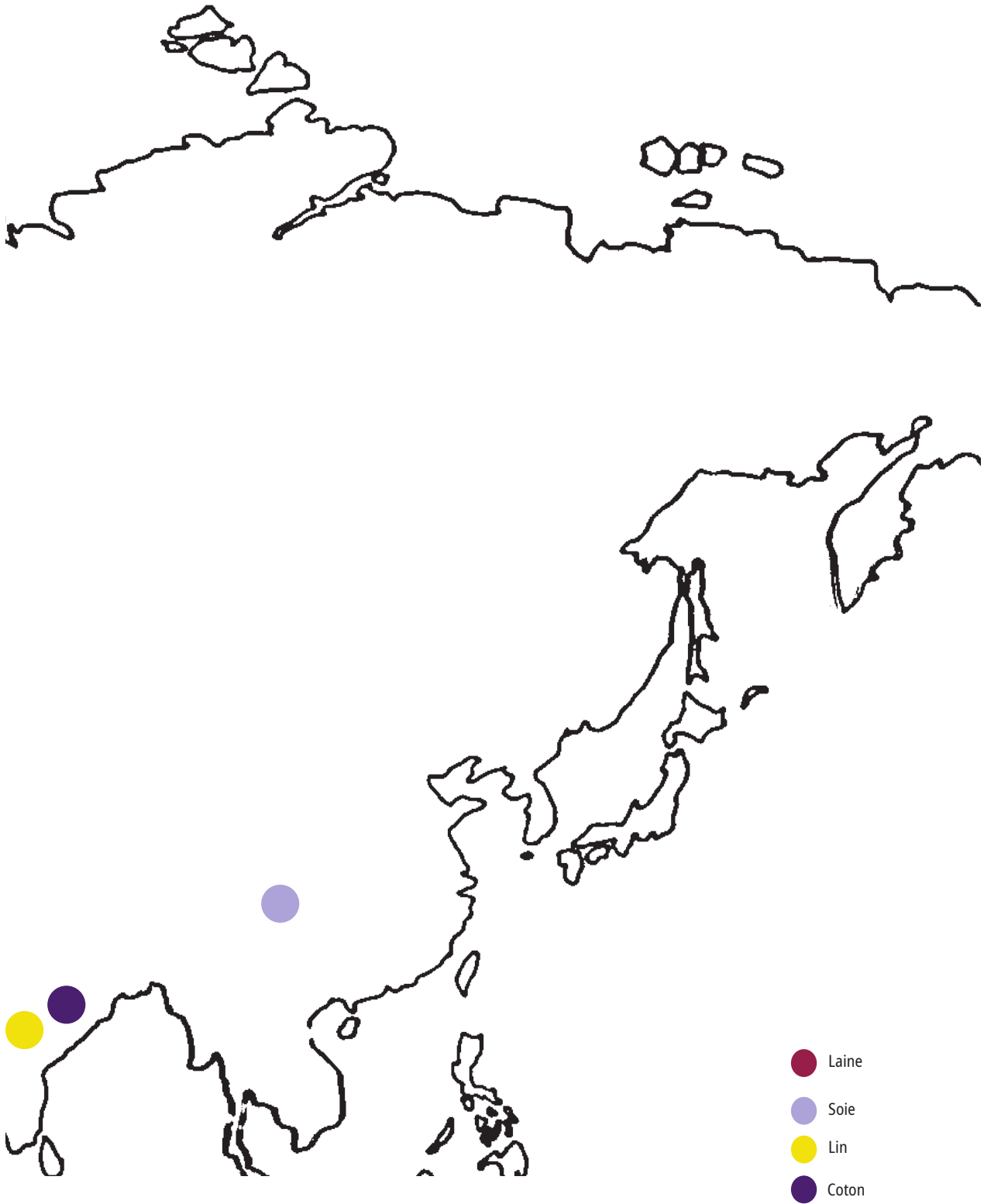
Le coton fait son apparition dans le vestiaire grec au VI<sup>ème</sup> siècle av. JC. Cette fibre est un produit de luxe très chère et ne sert que pour les mousselines. Le coton est presque l'équivalent de la soie au niveau du prestige car il venait d'Inde principalement ce qui le rendait très onéreux et rare. Il n'a pas beaucoup été utilisé car la teinture est moins éclatante sur les fibres végétales que sur les fibres animales.



Bordure de fin de tissu mis trouvé au cimetière de Kirbet Quazone en Jordanie - L'artisanat du textile à Pompéi au 1er siècle après JC - Fabienne Médard.

# CARTE DES PROVENANCES DES FIBRES DANS L'ANTIQUITÉ GRECQUE ET ROMAINE





# TECHNIQUES ET OUTILLAGES

*Durant l'antiquité grecque mais surtout romaine, il y avait quatre techniques textiles principales : le filage, le tissage, le feutrage et la teinture. Ces techniques permettent d'obtenir des étoffes et de fabriquer des vêtements. Grâce aux fouilles faites à Pompéi à la fin du XVII<sup>ème</sup> siècle, des vestiges textiles et des outils ont pu être trouvés et identifiés.*

---

## La teinture :

À Pompéi, 5 teintureriers de grands teints ont été découvertes. Elles étaient constituées de chaudières en plomb dont certaines étaient composées d'un mélange d'alun et d'eau chaude et d'autres étaient remplies de bains colorés. Pour le pastel, les fibres étaient plongées non pas dans des chaudières mais dans des cuves de fermentation. À côté des teintureriers de laine ou d'étoffes, se trouvaient des teintureriers de vêtements usagés. Elles servaient à les rafraîchir en leur donnant une nouvelle couleur. L'alun n'était pas utilisé pour ce genre d'activité ce qui fait que les couleurs tenaient moins bien dans le temps. Les travailleurs des teintureriers de vêtements usagés sont appelés «offectores»



Vue zénithale des chaudières de deux teintureriers à Pompéi - Photo J.P. Brun - L'artisanat du textile à Pompéi au 1<sup>er</sup> siècle après JC - Fabienne Médard.

## Le tissage :

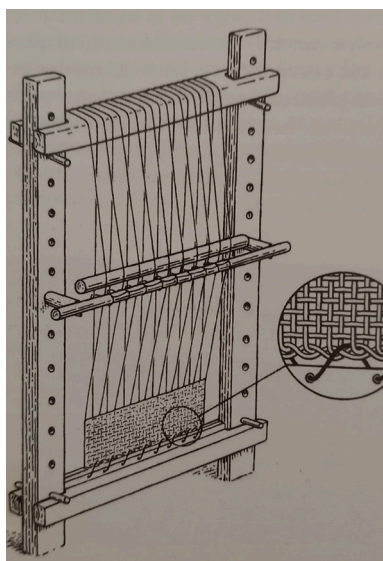
Il pouvait s'effectuer dans les maisons mais étaient surtout fait en atelier par des professionnels. Malheureusement, il y a très peu de traces de cette technique qui semble avoir été exercée sur deux métiers différents : un vertical à poids (pour tendre les fils de chaîne) et un vertical à deux barres/ensouples. Ce métiers semble avoir pris son essor durant l'antiquité Romaine au cours du 1<sup>er</sup> siècle ap. JC. Ils étaient faits en bois. Il est fort probable que le modèle des ateliers de tissage soit le même que ceux d'Égypte Romaine c'est-à-dire exercé de père en fils de façon professionnelle.

Les types d'armures utilisées étaient la toile équilibrée, sergé de 2 lie 2 (2 lie 1, 3 lie 1 ou 3 lie 2), cannelé à 2 coups, toile, lousine à 2 fils, natté 2/2, toile face chaîne, toile face trame.

Les fils de chaîne faisaient en moyenne 0,37mm de diamètre et les fils de trame 0,41mm et les fils de fibres végétales sont en général plus fins que ceux des matières animales.

Outils :

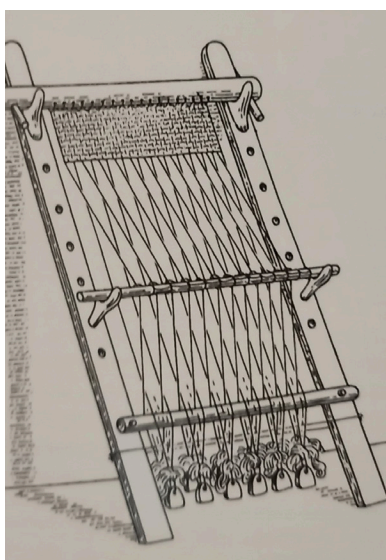
- Peson (terre cuite ou en plomb) :
- Poids pour tendre les fils
- Couteau de tisserand : sert à tasser les fils sur le métier
- Grille de tissage : permet de tisser des galons en armure toile.



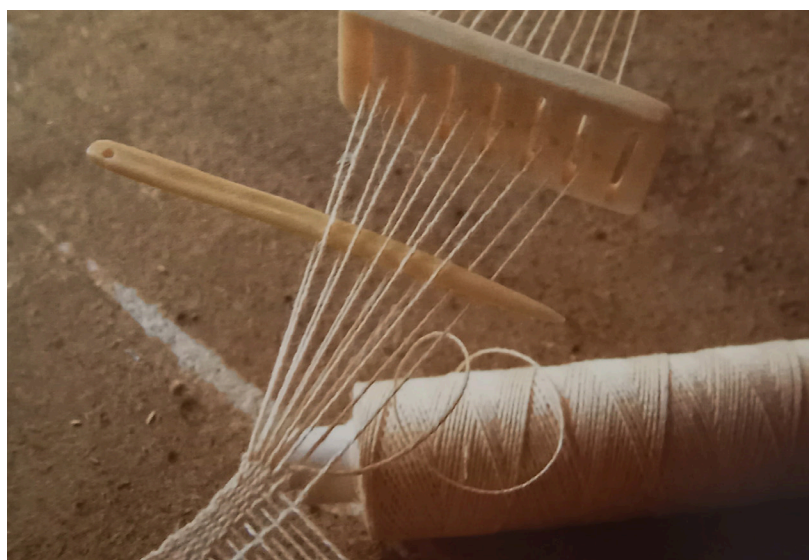
Métier vertical à poids à deux ensouples amovibles - Ciszuk, Hammarlund.



Pesons portant d'anciennes étiquettes d'inventaire - photographie C.Durand.



Métier vertical à poids à une barre de lisses - Ciszuk, Hammarlund.



Utilisation d'une grille de tissage en os pour tisser la bordure de départ d'un ouvrage - photographie Fabienne Médard.

## Le filage :

Le filage se faisait avec de la laine nettoyée, teinte et dégraissée. Des dessins montrent que ce travail était surtout exécuté par les femmes et les esclaves dans leur foyer (ou celui de leur maître) durant leur temps « libre ». Il devait aussi exister un atelier de filage si l'on en croit une inscription trouvée par des archéologues comprenant un homme et une dizaine de femmes. Le filage pouvait se faire avec ou sans instrument. Le filage sans instrument était réservé aux fibres longues comme la soie. Il était fait entre deux mains ou une main et une autre partie du corps (jambe). Cette technique rudimentaire met en avant une très grande régularité et une extrême solidité. Pour les fibres plus courtes, le filage au fuseau est plus intéressant car les mains sont plus libres pour étirer les fils et les ajuster, cela va également beaucoup plus vite.

Pour le filage, les outils utilisés étaient :

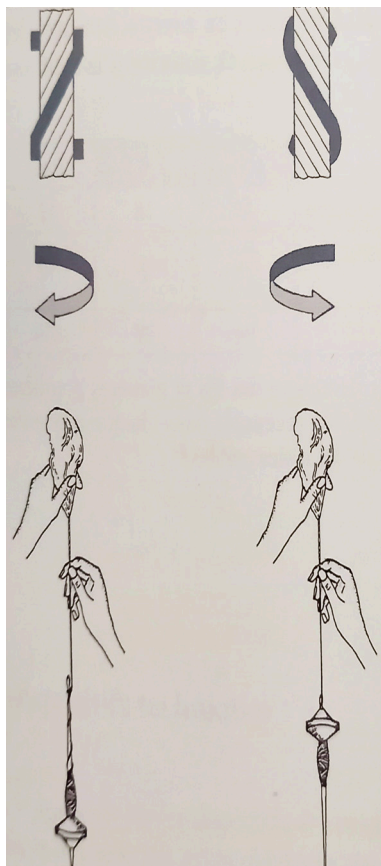
- Les fuseaux en os : manche sur lequel s'enroule le fil filé
- Fusaïoles (en pâte de verre ou os) : poids que l'on attache au fuseau pour faire tourner le dispositif. Il pouvait y avoir plusieurs fusaïoles ensemble
- Des bols à filer en céramique : pour retorde le fil, ou deux fils ensemble
- Des quenouilles : sorte de réserve de fibres avant de les filer



Bol à filer - photographie C. Durand.



Fuseau - photographie Fabienne Médard.



Sens de torsion des fils en fonction de la position des fusaïoles sur l'axe du fuseau - Fabienne Médard.



## Le feutre :

Certains attributs du vestiaire comme les manteaux, les pantoufles et les chapeaux étaient faits en feutre. Ces textiles étaient très résistants mais peu utilisés puisqu'il n'y avait que deux ateliers à Pompéi et un seul à Herculaneum. C'était donc une technique mineure.

Peigne à filasse découvert à Brouilliers (France-Meuse) XIV-XVII<sup>e</sup> - photographie Stéphanie Goep -  
*L'artisanat du textile à Pompéi au 1<sup>er</sup> siècle après JC - Fabienne Médard.*



Photographie Solène Luquet.

# DE L'ARTISANAT À L'INDUSTRIE, UN JUSTE MILIEU EST-IL POSSIBLE ?

D'un côté, nous avons notre société actuelle, gouvernée par l'industrie qui produit et dicte les tendances et les modes. L'industrie est synonyme de rapidité, ce qui enlève de la qualité aux objets produits puisque qu'avec un temps réduit il n'est pas possible de créer durablement. Cependant, les machines mécanisées ont quand même permis de nombreuses avancées techniques et technologiques non négligeables. De l'autre il y a l'artisanat qui se perd de plus en plus et qu'il est selon moi important de remettre en avant. Comme William Morris et les membres du mouvement des Arts and Crafts, je pense que l'artisanat et le fait main sont essentiels pour créer de façon respectueuse de l'homme et de l'environnement. C'est aussi une manière de faire perdurer les techniques ancestrales mises au point par nos précurseurs. Cependant, je ne rejette pas la machine et l'industrialisation à petite échelle qui permettent un confort de travail et une diffusion de l'artisanat. Par machine j'entends machine à coudre ou métier à tisser mécanique qui nécessitent tout de même l'intervention de l'homme. C'est à mon sens le meilleur compromis entre la main et l'outil.



Le voleur de fraises - William Morris - 1883.



Néprun - 2021.



# LA MYTHOLOGIE



V

# LES GRANDS DIEUX

*Dans l'Antiquité grecque et romaine, la mythologie joue un rôle important, que ce soit dans la vie quotidienne, dans l'architecture ou dans la décoration. Les dieux grecs et romains sont les mêmes et ont les mêmes pouvoirs, seul leur nom change. Ici, à gauche sont écrit les noms grecs et à droite les noms romains. Il y a une sorte de hiérarchie dans les divinités : Zeus est le Dieu tout puissant, il règne sur le mont Olympe où vivent onze autres divinités. Il y a aussi le Dieu des enfers Hades et le Dieu Poseidon qui règne sur la mer.*



**Zeus - Jupiter**  
Dieu suprême du ciel et de la foudre.



**Poseidon - Neptune**  
Dieu de l'eau, des fleuves, des mers et des océans. Siègne dans l'eau.



**Hades - Pluton**  
Dieu des enfers. Siègne dans le monde souterrain.

# LES DIEUX DE L'OLYMPE



**Ares - Mars**  
Dieu de la guerre.



**Hera - Junon**  
Déesse des femmes, du mariage et de la fécondité.



**Hestia - Vesta**  
Déesse du foyer.



**Athena - Minerve**  
Déesse de la sagesse, de la stratégie militaire et des artisans.



**Demeter - Cères**  
Déesse des moissons.



**Apollon - Phebus**  
Dieu de la musique.



**Héphaïstos - Vulcain**  
Dieu du feu.



**Hermes - Mercure**  
Dieu messager.



**Artemis - Diane**  
déesse de la chasse et de la protection des animaux et des lieux sauvages.



**Aphrodite - Vénus**  
Déesse de l'amour, du désir et de la beauté.



**Dionysos - Bacchus**  
Dieu de la vigne, du vin et de l'excès.

# LE POUVOIR DU VÊTEMENT DANS LA MYTHOLOGIE

Nous allons analyser deux textes : « Némée » un sonnet tiré du recueil *Les trophées* de Hérédia ainsi que « Nessus et Déjanire » le long poème issu du livre *Les métamorphoses* d'Ovide édité par Jean Pierre Néraudau en 1992. Les deux poèmes traitent du même personnage principal, Hercule. Un personnage extrêmement connu dans la mythologie car il a dû accomplir 12 travaux ordonnés par Eurysthée son oncle et Héra sa belle mère qui l'a manipulé pour qu'il tue sa femme et ses enfants. Ces travaux sont donc sa punition. Dans le texte « Némée », il est question de son premier travail : tuer le lion de Némée dont la cuirasse est tellement dure que les flèches n'y rentrent pas. Le lion fait régner la terreur et personne n'arrive à le tuer. Il mange les brebis d'un berger, celui-ci pour implorer les dieux était prêt à sacrifier une autre bête mais Hercule se charge de le tuer avant. L'extrait étudié se passe juste après la mort du lion, le berger voit revenir Hercule qu'il confond avec la bête. Dans le texte « Nessus et Déjanire » il est aussi question d'Hercule, de sa femme Déjanire et de Nessus, un centaure qui s'occupe de faire passer les voyageurs de l'autre côté du fleuve Evenus. Dans ce texte, Nessus essaie d'enlever Déjanire la femme d'Hercule alors qu'il nage vers l'autre rive. Pour arrêter le centaure, il tire une flèche empoisonnée de Lydre de Lerne. Nessus donnera sa tunique pleine de sang et de poison à Déjanire qui la donnera à Hercule pour réanimer ses sentiments envers elle. Hercule enfilera la tenue qui le tuera. Déjanire se donnera la mort quand elle comprendra son erreur. Avec l'analyse de ses textes, nous allons expliquer ce qui confère à la parure/l'habit une si grande valeur dans la mythologie grecque et romaine en expliquant l'atmosphère qui se dégage des textes puis nous aborderons le sens que peut avoir le vêtement pour les personnages.

Dans les textes soumis à notre étude, nous pouvons constater que l'environnement a une part très importante dans les récits. En effet, dans le texte « Némée », nous pouvons relever le champ lexical des sous bois « la forêt », « des bois », l'accumulation « le hallier, la ronce et le guéret » qui offre une vision massive du lieu. Jusque là, rien de très troublant. Cependant, le vocabulaire du ciel lui, donne une ambiance pesante et effrayante de la forêt notamment avec les groupes de mots « l'ombre grandissante », « le soleil s'abîme et disparaît », « le ciel sanglant ». Ici, il semble être une sorte de démon effrayant le berger et le lecteur. Dans le texte « Nessus et Déjanire » l'environnement aussi est décrit. Les éléments et notamment l'eau rendent le chemin du héros et de sa femme difficile, « l'impétueux Événus », « Ce fleuve alors plus gros que de coutume, enflé par les pluies d'hiver, formait de nombreux tourbillons ». Les environnements hostiles décrits dans ces textes génèrent des craintes chez les personnages. Dans le texte d'Ovide, la peur de Déjanire est marquée par l'enchaînement « pâle d'effroi, toute tremblante, redoutant le fleuve ». Nous pouvons aussi retrouver la peur avec le champ lexical du texte « Némée » « épouvanté », « s'enfuit », « crainte », « s'écrie », « terreur ». Le rythme change au fil des vers grâce aux verbes d'actions et aux épitrochismes « Se tourne, et voit » et « Il s'écrie. Il a vu. ». Il y a aussi dans ce texte une allusion aux cinq sens ce qui fait que nous avons l'impression de vivre la scène en lisant.

La vue dans le texte « Némée », « et voit, d'un œil élargi » mais aussi avec celui de l'ouïe qui de plus est accentué car il est en début de vers « Tout s'est tu. ». Toujours dans le même texte nous pouvons remarquer qu'il y a une sorte de va et vient entre Hercule, le lion de Némée, et le pâtre qui sont évoqués dans les vers les uns après les autres. Le lecteur est donc entre les trois personnages ce qui donne un peu de rythme et de suspense au sonnet. C'est aussi le cas dans *Les métamorphoses* puisque le texte est écrit en prose et est parfois coupé par des monologues créant ainsi du rythme et des oscillations entre descriptions et paroles. L'environnement et le rythme des descriptions permet au lecteur de comprendre où et comment se passent les scènes qu'il lit. Mais, la descriptions des personnages est aussi très importante pour comprendre l'atmosphère qui se dégage des poèmes.

Nous pouvons comprendre grâce aux descriptions comment sont considérés les personnages. Dans le texte « Némée », Hercule est décrit comme un « Dompteur » avec un D majuscule ce qui le rapproche d'un nom propre, cet antonomase lui donne beaucoup d'importance. Le lion, lui, est en premier lieu désigné par « la formidable empreinte », puis par « le grand fauve » ensuite « la terreur de Némée », il décrit ici comme puissant et de plus en plus redoutable. Ce qui est accentuée par sa description « ouvre sa gueule armée, Et la crinière éparsée et les sinistres crocs ». Puis dans le dernier tercet lorsque Hercule sort de la forêt, après avoir tué la bête, le lion, n'est plus qu'une « bête monstrueuse ». Dans *Les métamorphoses*, Hercule n'est mentionné que par les l'appellation « la dépouille du lion » et le « héro » alors que Nessus lui est désigné comme, « le dieu », « le fils de Jupiter ». Nous remarquons également que Déjanire qui est à l'origine malgré elle de la querelle entre Nessus et Hercule n'est mentionnée que par « la vierge de Calydon » et « celle ». ce qui est assez réducteur. Hercule est quand même décrit comme très déterminé et fort grâce à sa réplique « Puisque j'ai commencé (...) je veux encore venir à bout de ce fleuve ». La description qui suit « Il n'a pas une hésitation » exprime son courage et sa force.

Grâce aux portraits ainsi qu'aux environnements dressés dans les poèmes, nous allons comprendre que le vêtement est alors important.

Dans le texte de Hérédia comme dans celui d'Ovide, le vêtement est très peu abordé, il n'est pas la priorité ni le sujet des textes néanmoins, il est très fort et donne le ton pour la suite des récits. Dans le poèmes « Némée », la peau du lion et Hercule ne font plus qu'un « Mélant l'homme et la bête, un monstrueux héros ». Cette hybridation exprime le fait que les pouvoirs du lion de Némée - qui rappelons le est réputé pour être immortel grâce à sa cuirasse - ainsi que les pouvoirs du héros se sont mélangés pour former un homme encore plus puissant. C'est comme si les forces de la bête pouvaient être transmises à Hercule par la peau. Le vêtement « peau » est ici un symbole de force et de puissance mais aussi d'intimité, de lien profond. Car l'intérieur de la peau du lion est en contact direct avec celle d'Hercule. C'est aussi une parure magique, qui rendra Hercule encore plus fort et mythique car, nous avons pu le lire dans le poème, en sortant

de la forêt avec la peau, le berger prend peur car l'homme et la bête sont liés. La monstruosité du lion désormais mort va conférer une grande force au héros. Il faut bien comprendre ici que le vêtement est aussi une protection pour Hercule car il ne pourra pas être attaqué puisque la peau de la bête est très dure. La parure a donc plusieurs fonction, la force, la puissance, la protection et la victoire.

Dans l'autre texte, la parure n'est pas gage de force ni de victoire mais plutôt de vengeance et de fourberie.

Dans le poème *Les métamorphoses*, le récit est encadré par la parure/tunique ce qui lui confère un rôle plutôt important même si elle n'est pas très décrite dans le texte. En effet, ce dernier commence par « Le dieu pourtant dans sa défaite n'a perdu que la parure que lui a ravis son vainqueur » et se termine par « il donne à celle qu'il a enlevée sa tunique teinte de son sang ». C'est comme si, pour donner encore plus d'importance à ces attributs et comprendre leur poids, il fallait développer l'imaginaire du lecteur en insistant sur l'environnement et la description des personnages. La tunique est ici un symbole de vengeance qui deviendra par la suite une victoire pour Nessus. Cette vengeance se caractérise ici par un cadeau, sa tunique couverte de sang et de poison de Lydre de Lerne qu'il a offerte à Déjanire comme quelque chose qui réanimera l'amour. C'est un symbole très fort mais aussi très dangereux puisque le poison conduira Hercule et Déjanire à la mort. La tunique est donc un stratagème pour punir Hercule, Nessus retourne la situation à son avantage alors qu'il va mourir mais son égo lui, ne restera pas souillé. La tunique possède le pouvoir de vengeance et de victoire pour la suite de l'histoire. En plus de la tunique, nous pouvons lire dans le début du texte que même dans la mort, la parure reste extrêmement importante « Il dissimule le dommage de sa tête sous les feuille de saules ou de roseaux dont il se couronne ». Ici, on comprends que la nature peut nous servir d'attribut pour se parer et être dignes. Comme la peau du lion qui elle aussi devient une parure faite de ce que nous retrouvons dans la nature : la peau. Cet élément nous replonge à l'époque préhistorique où les humains s'habillaient de ce qu'ils trouvaient en l'occurrence de peau ou de laine d'animaux. S'habiller avec des éléments naturels que se soit pour se protéger, pour être digne, pour avoir de la force ou du courage est encore possible. Il n'est peut-être pas nécessaire de créer des matières nouvelles comme le polyester ou l'acrylique qui elles, ne sont pas vecteur de sens et de pouvoir comme l'ont été la tunique de Nessus et La peau du lion de Némée.

Le vêtement est, dans ces poèmes, à considérer comme un trophée, une victoire et permette d'orienter la suite des récits. Même si de primes abord ce ne sont pas des objets importants, finalement ce sont eux qui rythment la suite de l'histoire car la peau du lion interviendra dans d'autres récit et la tunique permettra de continuer les métamorphoses et de connaître le destin d'Hercule et de Déjanire. Ce sont en fait des fils rouge, porteur de symboles et de pouvoirs ce qui leur confère une grande valeur dans la mythologie grecque et romaine. Il est intéressant maintenant de regarder dans notre société comment la mythologie est vue par les grandes marques comme Versace et Pandora.



Mort de Nessus - Jules Elie Delaunay - 1876.



Hercule affrontant le lion de Némée - Francisco de Zurbarán - 1634.

# VERSACE

Une marque inspirée de la mythologie antique

## Le mythe de la Méduse

Acrisios, le roi d'Argos veut un fils, il va donc consulter la pythie qui lui explique qu'il aura une fille, qui par la suite lui fera un petit fils mais celui-ci le tuera à l'âge adulte. En effet, comme l'avait prédit la pythie, il eu une fille, Danaé. Pris de peur, il fit ériger une tour dans laquelle il l'enferma pour qu'elle ne puisse avoir la visite d'aucun homme et donc éviter d'avoir un petit fils. Mais Zeus, tombé sous le charme de la jeune fille se transforme en pluie d'or, rentre par les interstices de la tour et fait un enfant à Danaé : Persée. Quand Acrisios se rend compte de la naissance de l'enfant et les fait enfermer dans un coffre puis jeter dans la mer. Ils sont recueillis par un pêcheur sur une île. Polydectès, un homme de l'île tombe très amoureux de Danaé mais il à peur de son fils Persée, alors pour les séparer, il organise un banquet pour son mariage avec sa femme et il demande à tous les invités d'offrir des cadeaux. Persée n'ayant pas d'argent dit qu'il fera tout pour lui offrir quelque chose. Polydectès lui demande de tuer la gorgone Méduse, Persée accepte. Il part à la recherche de Méduse. Hermès le dieu messager lui offre un bouclier d'argent de la part d'Athéna, ainsi que des sandales ailées, un sac à gibier et une serpe d'acier. Il lui conseille aussi d'aller voir les grées qui sont les sœurs terrifiantes des 3 gorgones Méduse, Sthéno et Euryalé. Ces vieilles femmes effrayantes ne possèdent qu'un œil et une dent qu'elle se passent à tour de rôle pour voir et manger les visiteurs. Persée profite du moment où elles se passent ces attributs pour les voler en échanges de la connaissance de la cachette des gorgones. Une fois le renseignement obtenu il s'y rend. Les gorgones sont trois femmes qui ont été changées en monstres par Athéna pour avoir osé la défier. Méduse et ses sœurs sont munies d'ailes d'or, de cheveux en serpent et surtout, si elles sont regardées droit dans les yeux, elles pétrifient. Méduse est la seule des trois à être mortelle. Persée plante son bouclier dans le sol et s'en sert de rétroviseur, ce qui lui permet de trancher la tête de Méduse sans croiser son regard. Il rentre alors avec son butin dans sa sacoche à gibier pour l'apporter à Polydectès. Pendant ce temps, Polydectès a essayé de forcer Danaé à être sienne. Persée se place en face de lui, et sort la tête de Méduse de son sac, aussitôt Polydectès est pétrifié.

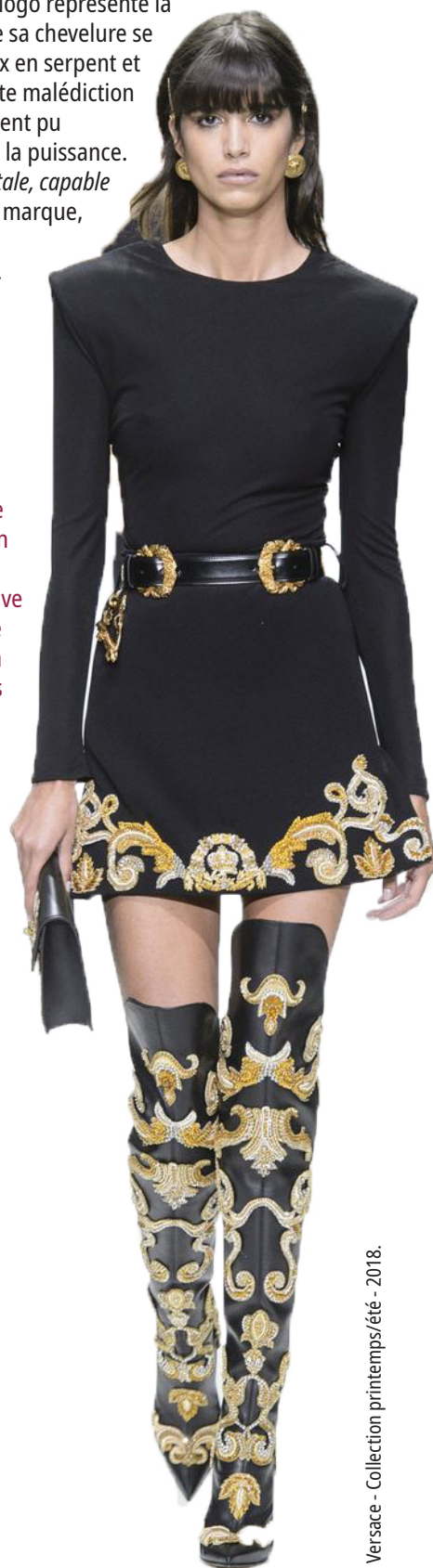


Versace - Collection printemps/été - 2018.

Versace est une marque de haute couture et de prêt à porter Italienne. Fondée en 1978 par Gianni et Santo Versace cette marque puise son inspiration dans la mythologie grecque. Le logo représente la gorgone méduse. Cette femme qui était magnifique, et très fière de sa chevelure se fera ensorceler par Athéna. Cette dernière transformera ses cheveux en serpent et quiconque croisera son regard sera changé en statue de pierre. Cette malédiction la condamnera à vivre sans être regardée par les hommes qui auraient pu tomber sous son charme. Méduse est le symbole de la beauté et de la puissance. Gianni Versace disait que c'était son « *idée de femme : agressive et fatale, capable de te séduire avec un seul regard* ». Méduse est donc l'emblème de la marque, quiconque achète chez Versace, reviendra car il sera conquis par la marque, séduit par l'esthétique. En résumé, l'essayer c'est l'adopter.

La collection printemps été 2018 a une très forte inspiration de l'Antiquité greco-romaine dans les motifs. Des broderies dorées en forme de feuille d'acanthé, un motif que l'on retrouve sur les chapiteaux de l'ordre corinthien. L'or, rappelle la puissance de cette civilisation et du pouvoir qu'elle a eu.

Cependant, l'Antiquité n'est pas l'essence même de la maison car de nombreuses collections se sont succédées sans pour autant avoir un lien avec l'esthétique de la mythologie ou la période Antique. C'est vraiment dans le storytelling que la mythologie joue un rôle. Je trouve ça assez dommage que l'ambiance et l'univers fort de la mythologie présente dans le storytelling ne soit pas présent dans l'univers de la marque et n'induisse pas forcément des formes, des couleurs ou des choix graphiques dans chacune des collections.



Versace - Collection printemps/été - 2018.

# PANDORA

Une marque féminine liée à la mythologie

## Le mythe de Pandore

Après une longue période de guerre avec les titans, Zeus gagne et la paix revient sur le monde. Mais, les dieux s'ennuient car ils n'ont plus personne à rendre heureux ou malheureux. Alors, Zeus a une idée, il convoque Héphestos, le Dieu du feu et de la forge et lui demande de créer quelque chose d'exceptionnel pour les distraire. Tous les Dieux de l'Olympe se réunissent et mélangent ensemble, le feu, la terre et plein d'autres éléments. Ensemble, ils créent les animaux et les hommes, tous de sexe masculin. Il faut alors leur attribuer des qualités, cette tâche est confiée aux titans Épiméthée et Prométhée. Le premier donne toutes les qualités comme la force, la vitesse et la protection aux animaux. Mais dans la précipitation, il oublie les hommes. Alors, Prométhée demande à Zeus de donner le feu aux hommes pour qu'ils puissent se protéger, manger et se réchauffer. Il accepte. Pendant un long moment, les hommes côtoient les Dieux lors de banquets par exemple. La vie est paisible, le travail n'existe pas, tout pousse en abondance sans que personne ne s'en occupe. Mais Zeus, agacé de cette égalité entre les hommes et les Dieux alors il organise un dernier banquet qui réunit tout le monde. Prométhée est chargé de couper un boeuf en deux et la plus belle partie reviendra aux Dieux. Tous sont d'accord sauf Prométhée qui a peur que Zeus reprenne le feu aux hommes. Il découpe alors le boeuf, dans un bol il met les os et les recouvre de graisse alléchante, dans un autre bol il met la viande, recouverte d'os, elle ne donne pas envie mais c'est la meilleure partie. Zeus choisit alors la plus belle part qui en fait s'avère immangeable car sous la graisse il n'y a que des os. Il fait alors payer les hommes, il leur cache le blé, ils sont donc contraints à travailler pour se nourrir, puis il finit par leur enlever le feu. Furieux, Prométhée va voir Athéna et la supplie de le laisser rentrer dans l'Olympe. Il vole le feu sur le Mont et l'offre aux hommes. Il est alors châtié. Dans un second temps, Zeus demande à Héphestos de créer une femme, elle sera belle, séduisante mais aussi menteuse, curieuse et manipulatrice. C'est la naissance de Pandore. Pandore veut dire la «création de tous les Dieux». Hermès, le messager l'offre à Épiméthée, celui qui réfléchit quand il est déjà trop tard et même si son frère Prométhée lui demande de ne pas accepter, il n'en fait qu'à sa tête. Mais Pandore ne vient pas les mains vides, elle a avec elle une boîte renfermant tous les maux du monde. Cette boîte doit absolument rester fermée, or, Pandore l'ouvre et les pires fléaux s'abattent sur le monde. Cependant, un souffle non maléfique est sorti, celui de l'espoir caché par Hermès. Ainsi, même dans le pire, les hommes garderont espoir. Pandore sous son allure magnifique est le symbole des pires horreurs du monde.



Pandora - Collection constellations.

Pandore est la première femme humaine, une femme magnifique qui est associée à la boîte de pandore, une boîte contenant tous les malheurs du monde qui n'aurait jamais dû être ouverte. Elle déverse sur le monde ce qui était inaccessible. Pandore est une femme qui désobéit, qui casse les codes. La marque de bijoux Danoise Pandora s'inspire de cette femme mortelle mais aussi belle qu'une déesse. Avec la couronne érigée sur le haut du "O", la marque veut faire comprendre à son public féminin qu'elles ont accès à la beauté et à l'élégance des reines même si elles n'ont aucun statut royal. Pandora ce sont des bijoux modulables fabriqués à base de charms, des petites breloques qui racontent des histoires, qui ont un sens pour la personne qui les porte. Un peu comme les maux qui ont jaillis de la boîte de Pandore et créer le chaos sur terre, les charms expriment des étapes de la vie des femmes. Un charms est égal à un moment, un souvenir.



Pandora - Collection constellations.



Pandora - Collection constellations.

*"Pandora est le stéréotype de la femme qu'il faut être, celle qui provoque le désir amoureux, et donc celle qui a su trouver sa place."  
Gherchanoc art cité 2012*

Encore une fois, la mythologie est utilisée en storytelling, elle fait le lien entre Pandore, sa boîte et sa beauté avec les femmes de notre époque. Ce qui diverge de Versace c'est que la marque garde la même identité et la même esthétique malgré les différentes collections, ce qui paraît plus cohérent. Cependant, nous ne retrouvons pas non plus de codes graphiques, formels ou esthétiques de l'Antiquité ou de la mythologie.

# PANDÖRA



# L'ENVIRONNEMENT SOURCE DE COULEURS

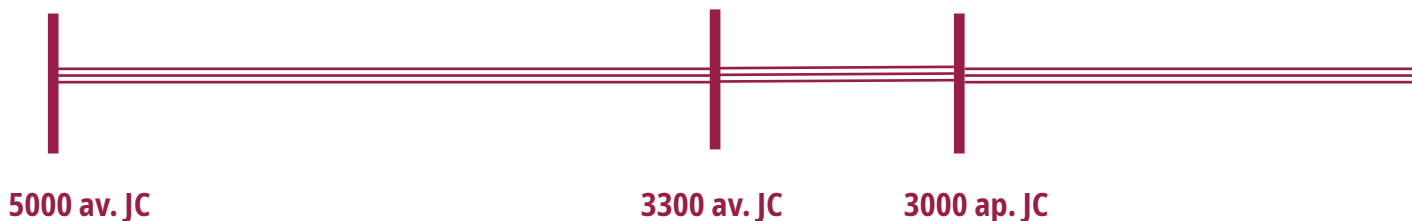


VI

# L'HISTOIRE DE LA TEINTURE

*La teinture naturelle se fait par bain liquide de substances colorantes diluées dans de l'eau. Il existe trois grandes familles de molécules tinctoriales. Les flavonoïdes qui donnent du jaune, les anthocyanes qui donnent des rouges et des indigotines des bleus. Les premières traces de teintures végétales sur textiles viennent des périodes de l'Âge de bronze et de l'Âge de fer. La teinture végétale, pour qu'elle soit pérenne et durable ne peut se faire que sur des fibres d'origine végétale (cellulose) ou animale (protéine) la soie, la laine, le lin, le coton, le chanvre, la ramie etc.*

*La teinture naturelle a été la source colorante des textiles jusqu'au XVII<sup>ème</sup> siècle. De nos jours, elle est peu connue, et surtout pratiquement plus utilisée car elle est décrite comme pas assez contrôlable, pas assez fiable, trop changeante par rapport aux teintures chimiques.*



**5000 av. JC** au néolithique, des traces de plantes tinctoriales ont été retrouvées en France mais aussi en Suisse près de lacs comme la garance, des baies de sureaux et des graines de réséda.

**3300 av. JC** Âge de Bronze : premier fragment de textile teint

On retrouve en Chine des écrits datant d'environ **3000 av. JC** qui attestent d'un grand savoir-faire tinctorial et de grandes connaissances en chimie. Ils ont pu inventer l'encre de chine (encre noire) grâce à leurs savoirs concernant les sels de cuivre et de plomb.

**Au troisième millénaire av. JC**, L'Égypte est le berceau de l'alun. Il sera utilisé et commercialisé. Les Romains vont codifier et rédiger des lois concernant la teinture.

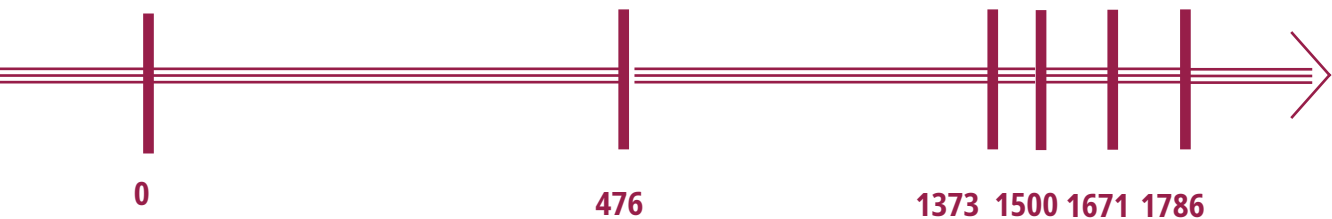
**476**, déclin de la teinture de la pourpre

**Au Moyen Âge**, la teinture existe, mais étant donné qu'elle colore avec des teintes "non naturelles" c'est-à-dire d'une autre couleur que celle des fibres utilisées brutes et qu'elle transforme les plantes en colorants, elle fait peur. Elle sera associée très rapidement à la sorcellerie et au diable. Il est toléré de teindre mais interdit de mélanger les bains. Car s'il y a des mélanges c'est considéré que ce que nous offre Dieu n'est pas assez bien et qu'il faut le retravailler. Aussi, des teintureriers spécialisés dans une couleur ouvriront ce qui évitera de mélanger les bains.

La tenture de l'apocalypse teinte à la garance indigo, pastel et gaude principalement Exposée au château d'Angers. Commandée par Louis 1er d'Anjou en **1373**, elle sera finie en 1382. Réalisée en laine, elle mesure 103m de long sur 4,5m de long. Elle est divisée en 6 pièces qui se composent de 14 tableaux

Au **XII<sup>ème</sup>** siècle, la teinture est désignée par le mot "infectur" qui veut aussi dire "ordure". Vous l'aurez compris, la teinture au Moyen Âge n'est pas bien vue.

Le rouge était une couleur convoitée, elle laissera place au bleu à partir du **XII<sup>ème</sup>** siècle grâce à Saint-Louis et Henri III d'Angleterre. Les marchands de pastel vont devenir riches et cela créera des conflits avec les marchands de garance. Puis, les nobles de l'époque vont se tourner vers une couleur qui jusqu'alors était utilisée par les gens modestes : le noir. Cette teinte très dur à obtenir deviendra la couleur de la morale, de la religion et des gens bons. Les rois Charles VI et Philippe le Bon en feront la couleur principale de leur garde-robe pour représenter l'humilité et la sobriété.



Le **XVI<sup>ème</sup>** siècle grâce aux découvertes de Christophe Colomb et Vasco de Gama, de nouvelles plantes tinctoriales arrivent en Europe et notamment l'indigo, un bleu bien plus intense et solide que le pastel qui sera écarté au profit de ce nouveau bleu qui habillera les rois de France. Sous François I<sup>er</sup>, onze édits seront écrits pour interdire ou autoriser le port de certaines matières et couleurs selon les classes sociales. C'est Colbert, sous le règne de Louis XIV qui définira des textes de loi concernant les ateliers de teinture. Ils seront séparés en atelier de grands teints (teinture profonde

et solide) et petits teints (plus claires et moins solides). Au total les textes de **1671** comportent 62 articles qui autorisent ou non certaines plantes et drogues selon les couleurs. Des hommes seront envoyés aux quatre coins du monde pour faire appliquer ces lois. C'est le début de l'essor de la teinture en France.

Au **18<sup>ème</sup>** siècle, c'est Michel-Eugène Chevreul (1786-1889) qui contribuera à l'invention de la teinture chimique. En **1839**, il écrira 11 mémoires sur les matières colorantes qu'il a isolées comme le pastel, le tournesol, l'indigo ou le bois de campêche. Ses ouvrages permettront aux chercheurs d'aboutir à des colorants de synthèse plus économiques et produits de façon industrielle par la suite qui laisseront la teinture naturelle au rang d'artisanat.

# LE ROUGE GARANCE

**Cette couleur symbole de feu et de sang sera aussi celle du Dieu Mars (Dieu de la guerre), ainsi que de certains prêtres et centurions romains.**

La garance (*rubis tinctoria*) est une plante vivace d'environ 100 à 150 centimètres de hauteur. Elle possède des feuilles fines et pointues composées de petites aiguilles qui s'accrochent un peu partout, elle fleurit de petites fleurs jaunes au début de l'été. Ce sont les rhizomes qui sont utilisés en teinture. Plus ils vieillissent et plus ils colorent. En tout, il y a 19 pigments d'anthraquinoniques qui s'acquièrent avec le temps passé en terre. La garance fait partie des plantes de grand teint. Son nom « garance » qui découle de « warantia » qui après déformation orale deviendra « garantia » la garantie. La garance des teinturiers est originaire d'Asie occidentale, centrale et de l'Europe de l'Est. Elle était cultivée depuis l'an 3000 av. JC en Inde et en Chine puisque des morceaux de tissu ont été retrouvés et datés de cette époque. Des textiles colorés ont aussi été découverts en Égypte notamment dans la tombe de Toutankhamon. On estime sa culture vers 1500 av. JC. Au premier siècle, d'après Vitruve, elle était utilisée pour des peintures aux teintes pourpres. Sa culture aurait été réservée aux pauvres qui en tiraient profit notamment en Toscane mais dans beaucoup de provinces d'Italie, là où le terrain était fertile et léger. Cette couleur était utilisée pour teindre de la laine et du cuir.



Dessin Otto Wilhelm Thomé.



# LE BLEU PASTEL

**À Rome, c'est la couleur qui est attribuée aux barbares et aux étrangers notamment les populations du Nord comme les Germains. Avoir les yeux bleus pour un homme représente le ridicule et pour une femme, c'est un signe de mauvaise vie. Le lexique bleu est assez imprécis ce qui prouve que c'est une couleur peu appréciée. En Grèce le vocabulaire aussi est trouble et des confusions se font entre le bleu, le gris et le vert. Cette couleur était tellement confuse et absente de certains textes que des philosophes au XIX<sup>ème</sup> siècle ont pensé qu'il ne pouvaient pas la voir.**

Le pastel (ou guède) *isatis tinctoria* : c'est une plante bisannuelle, la première année elle met des feuilles qui ressemblent à de la salade et la deuxième des fleurs jaunes en grappe. La plante peut atteindre 150 centimètres. Les feuilles sont utilisées pour la teinture. Avant de les récolter, il faut les tester et si les tests sont concluants la récolte est lancée. Le mieux est de les récolter quand elles ont pris le soleil pendant plusieurs jours d'affilé pour qu'elles puissent donner le plus de couleurs possibles aux textiles. Nous ne savons pas exactement comment dans l'Antiquité les peuples se servaient du pastel mais au XVI<sup>ème</sup> siècle, cela était fait de la manière suivante : avant d'obtenir la belle teinture bleue, il fallait après les récoltes, broyer les feuilles fraîches puis les presser à la main pour former des boules qui pouvaient être appelées « tourte de waide » ou bien encore « cocagne » ou « coque » selon les régions de France. Ces boules étaient ensuite mises à sécher. Une fois sèches, il fallait les briser pour les réduire en poudre puis, cette poudre était mise à fermenter avec de l'eau et parfois de l'urine pendant plusieurs semaines.

Le pastel est une teinture qui s'obtient en cuve contrairement à la garance qui teinte après macération et décoction. De nos jours, on l'obtient avec du fructose et de la chaux. Le pastel est une plante utilisée pour sa teinte bleue depuis très longtemps puisque les premières traces datent du néolithique en peinture de fresque dans les grottes d'Adaouste. Puis, à l'Âge du bronze le pastel était utilisé en teinture mais ne sera maîtrisé qu'à l'Âge de fer. (Heunebourg en Allemagne et Hochdorf en Suisse). En Égypte antique, certaines momies étaient entourées de bandelettes teintées au pastel. Le pastel sera détrôné par l'arrivée de l'indigo après les conquêtes de C.Colomb et Vasco de Gama au XVI<sup>ème</sup> siècle car il permet d'obtenir des teintes beaucoup plus éclatantes, profondes et solides.



Aquarelle M.F Delarozière - Livre de la garance au pastel Michel Garcia.



# LE JAUNE GAUDE

**Dans l'Antiquité, le jaune était une couleur appréciée. Elle était surtout portée par les femmes lors de cérémonies et de mariages.**

La gaude (ou réséda) est une plante herbacée qui varie entre 60 et 120 centimètres de haut. Comme le pastel, elle est bisannuelle. Ses feuilles sont longues et fines et ses fleurs se dressent en une longue grappe jaune-vert. Elle est originaire d'Asie et du bassin méditerranéen. Comme le pastel et la garance, son utilisation remonte à bien des siècles puisque des archéologues ont retrouvé des graines dans des tombes datant du néolithique en Suisse. Les Égyptiens en ont fait leur base principale de jaune qu'ils mélangeaient à la garance et au pastel pour obtenir des nuances de vert et de orange. Durant l'Antiquité, les robes des vestales étaient teintées avec de la gaude. La gaude fait aussi partie des teintures grands teints. Toute la plante est utilisée pour la teinture, mais les flavonoïdes (molécules colorantes) sont spécifiquement concentrées dans les feuilles, les fleurs et les graines. Durant la période hellénistique la gaude était largement cultivée et utilisée. Un recueil de loi orale la "Mishna juive" mentionne la culture de la gaude notamment en Palestine.



Aquarelle M.F Delarozzière - Livre de la garance au pastel Michel Garcia.



# LE VERT PASTEL ET GAUDE

**Dans les textes romains cette couleur est définie comme paisible, non violente et médiane.**

La couleur verte était obtenue grâce à un mélange de bleu et de jaune c'est-à-dire de pastel et de gaude. Ce mélange pouvait aussi être mordancé au fer pour donner du vert olive. Car le vert même s'il est présent visuellement dans la nature, il est peu présent dans les plantes. Ce qui peut donner une couleur verte est la chlorophylle mais cette molécule ne tient pas dans le temps. La seule façon d'obtenir du vert durablement était le double bain. Cette technique sera abandonnée au Moyen Âge car il était mal vu de mélanger des teintures car cela revenait à dire que dieu n'avait pas assez bien créé la nature pour les hommes. Cette technique de double bain de pastel et de gaude est toujours utilisée à notre époque.



# LE ORANGÉ SAFRAN



Aquarelle M.F Delarozière - Livre de la garance au pastel Michel Garcia.

Le safran (*crocus sativus*) est une plante vivace qui fleurit après l'été. Sa récolte se fait à l'automne et dure entre 4 et 6 semaines. Elle comporte un bulbe/corme et fait de petites fleurs violettes dont les pistils donnent une épice. Cette fleur n'existe pas sans l'homme, car depuis l'Âge de bronze il est cultivé et hybridé par l'homme. C'est une fleur très utilisée durant l'Antiquité elle est associée au dieu Jupiter et à la déesse Junon car la croyance dit que les lieux où ils s'aimaient étaient recouverts de fleurs de safran. Sa première représentation connue date de 1600 av JC découverte sur une fresque du palais de Minos en Crète. Le safran est une épice utilisée en cuisine, en médecine, en peinture mais aussi en teinture. Cette couleur de petit teint donne un jaune d'or (à orange suivant la quantité utilisée) grâce à la crocine qui fait partie de la famille de caroténoïdes. Il ne faut pas énormément de stigmates pour faire une teinture car le safran peut colorer jusqu'à 100 000 fois son volume d'eau mais cela est très cher. La teinture au safran était donc réservée aux habits religieux ou hiérarchiques et était symbole de prospérité et de bonheur. Le safran est une teinture directe c'est-à-dire qu'une simple décoction des stigmates suffit pour libérer le colorant soluble dans l'eau. Le safran se prête particulièrement à la teinture de la soie, 4% du poids de la fibre suffisent pour teindre. Sa culture était basée en Asie Mineure, en Syrie, en Palestine et à Babylone. De plus, des écrits attestent d'un grand commerce international de safran en Méditerranée dans l'Antiquité. Cette couleur semble très importante car une fresque datant de 1500 av. JC a été découverte sur l'île de Santorin à Akrotiri. On y voit des jeunes filles récolter le safran pour ensuite l'offrir à la maîtresse des animaux. Les fleurs de safran sont peintes en violet grâce à de la pourpre ce qui lui confère un aspect encore plus sacré.





Fragment de dalmatique «aux griffons» en soie - Photographie Fondation Abegg.

# LA POURPRE, UNE COULEUR SACRÉE

*La pourpre était une couleur très courante durant l'Antiquité, elle était obtenue à partir d'un crustacé appelé le murex. C'était une teinture très coûteuse car son extraction nécessitait beaucoup de travail et de coquillage. Elle donne une gamme de couleurs variées allant du violet au rouge grenat en passant par le bleu.*

Symbole de puissance, de richesse et de pouvoir, elle aurait été inventée, selon l'une des légendes par Melkart le dieu de la teinture. Melkart qui avait l'apparence d'un chien se promenait sur le bord de mer en Phénicie avec sa compagne Tyrius il jouait avec un coquillage, en l'écrasant dans sa gueule, du liquide violet coula. La naïade Tyrius tomba amoureuse de cette couleur et ordonna au dieu de lui teindre une tunique de cette couleur. Alors il écrasa dans sa gueule des centaines de murex et réalisa la tunique de sa bien-aimée. C'est pour cela que la pourpre est appelée aussi pourpre de Tyr, Bleu de Tyr ou bleu de Tyrius. Les phéniciens commercialisèrent la pourpre autour du bassin Méditerranéen.

Cette couleur deviendra la couleur de l'empire. À Constantinople, les palais comportaient une salle dédiée aux accouchements des femmes de la maison royale. Appelée Purpurea, elle était entièrement peinte, teinte et décorée de pourpre. Il en découla l'expression « être né dans la pourpre ». Vous l'aurez compris, cette couleur était synonyme de prestige.

Cette couleur très prisée deviendra monopole d'État sous empereurs Gratien, Valentinien II et Théodosius vers 383 av. JC. Cicéron fit condamner à mort tous ceux qui en portaient où en avaient chez eux afin d'avoir le monopole sur cette teinte prestigieuse.



La découverte de la pourpre - Theodor van thuiden - 1606/1669 - Madrid Prado.

Ce colorant permet d'obtenir des teintes car il peut être issu de la glande hypobranchiale de plusieurs coquillages comme :

- le perceur
- la pourpre à bouche de sang
- le murex tronqué hexaplex trunculus
- le bolinus bandaris droite épine pointu

Les deux derniers sont les plus utilisés. Afin de récolter le plus de pigments il est préférable de récolter les murex après la canicule c'est-à-dire début septembre.

Les coquillages renferment différentes molécules. La pourpre et l'indigo ont des similitudes car ils contiennent tous les deux de l'indigotine mais selon s'ils sont couplés avec du brome ou du dibrome la couleur sera différente.

Le Mono bromoindigotine donne du bleu et le Dibromoindigotine lui, renferme du violet. Selon les coquillages, il y a des compositions qui se forment.

Le murex à bouche rouge : pourpre rouge foncé  
3% de mono bromoindigotine  
91% de dibromoindigotine



Le bolinus Brandaris : pourpre violet  
6 % de Mono bromoindigotine  
81% de dibromoindigotine



Le Hexaplex trunculus : pourpre bleu  
53% indigo  
14% indirubine  
33% mono bromoindigotine



Échantillons de pourpre de Mohammed Ghassen Nouira.

La technique de la teinture à la pourpre s'est perdue au Moyen-Âge, et par manque d'écrit précis sur son extraction, elle est restée très mystérieuse. Mais des chercheurs comme Mohammed Ghassen Nouira ont réussi à percer son secret au bout de nombreuses années de recherches.

#### RECETTES :

*Selon Inges Boesken Kanold et Rolf Haubrichs dans leur livre Tyrian purple dyeing an experimental approach with fresh murex trunculus de 2008*

I) casser les coquilles et récupérer les glandes de 2Kg de Murex (environ 100 glandes)

II) Le mettre dans un bocal en verre de 1,5L et remplir aux 3/4 d'eau ajuster le PH à 9

III) Mettre du papier aluminium sur le tour du bocal pour protéger les murex du soleil et de l'oxydation

IV) Chauffer le bain à 45/50 degrés avec un PH à 9

V) Quand le bain est brun/jaune clair, c'est prêt. Le tissu peut y être plongé et prendra sa couleur une fois sorti du bain et exposé à la lumière.

*Selon Pline* pour teindre 16,2kg de laine il faut 64kg de trunculus et 33kg de brandaris ce qui représente environ 873€ pour les 16,2kg.



RETOUR AUX  
SOURCES



VII

*“ Nouveau week-end, nouveau flow, nouveau survêt’  
J’ai même pas enlevé l’étiquette (...)  
(C’est quoi cette merveille, frère? C’est quoi ce survet’? (...))  
Un Indien payé deux euros par jour plante une graine  
Qu’il arrose de produits chimiques cancérigènes  
Après six mois et beaucoup d’eau, genre huit mille litres  
Ça donne un kilo de coton qu’il expédie en Chine  
Où c’est trié, lavé, tiré, pour faire du fil  
Dans une usine chinoise qui frôle l’esclavagisme  
Le fil part en Turquie, il est tissé par des femmes  
Horizontal, vertical, ça s’appelle du « chaîne et trame »  
Direction la Roumanie, yeah  
Où des meufs se tuent pour fabriquer nos habits, yeah  
Deux cents kilomètres jusqu’à la sérigraphie, yeah  
Pour mettre le logo d’un designer méga riche, yeah  
Qu’écoute des mecs qu’ont payé une grande école  
Qui réfléchissent à comment vendre cette merde à tes gosses  
Comme ils ont pas d’idée, il paye une star des millions  
Pour mettre une affiche en boutique avec son petit nom  
J’arrive dans la boutique en fin d’après-m’  
Mais je vois ce putain de survêt’, il est soldé  
Je vais pouvoir flex à pas cher, et putain  
Y a un mec dans la soirée qu’a le même, ça valait pas la peine”*

*Orelsan - Baise le monde - 2021*

# REDONNER DU TEMPS ET DE LA VALEUR À LA MODE

Qu'est-ce que veut dire « ultra fast fashion » ? Fast veut dire rapide en anglais donc ultra fast fashion est la traduction de la mode très rapide. Comme décrit dans l'extrait de la chanson du rappeur Orelsan les vêtements de la fast fashion sont envoyés par petits morceaux d'un pays à un autre, par des gens qui travaillent dans des conditions désastreuses. Produire, plus, encore, toujours, mais pourquoi ? Cette rapidité n'est en fait qu'une réponse au capital qui dicte la mode. À la fin des années 90, les maisons de mode sont rachetées par des multinationales qui ouvrent donc des magasins partout dans le monde ce qui crée d'énormes bénéfices. Mais pour pouvoir alimenter ces boutiques il faut produire plus pour satisfaire la demande. C'est le début de la course folle à la création et à la folie de l'achat. Le reportage montre un magasin H&M dévalisé en 20 minutes lors de la révélation de la collection de Karl Lagerfeld pour ce géant de la fast-fashion. On s'y arrache les vêtements, on déshabille les mannequins en plastique, peu importe la taille que l'on a prise il nous FAUT une pièce de cette collection. Le spectacle est affligeant, les humains semblent ne plus être doués de raison et se comportent comme des sauvages. Si les acheteurs dévalisent les magasins en 20 minutes, il faut encore produire mais surtout produire de nouvelles choses qui rendront les autres démodées. C'est ce que l'on appelle l'obsolescence programmée. Anaïs Dautais-Warmel créatrice de la marque de mode « les récupérables » a bien conscience que cette façon de procéder n'est pas viable. Elle explique que tout va beaucoup trop vite, les créateurs sont en burn Out, la mode est In ? plus in ? Has been ? Les créateurs ne peuvent plus suivre car la fast-fashion les dépassent et tout va trop vite. Le rythme créatif de la haute couture est bousculé par la mode rapide. Lidewij Edelkoort, dans son manifeste Anti-fashion écrit que « *les jeunes designers sont formatés pour être des divas hyperactives et que les savoirs-faire essentiels sont détruits et les créateurs stérilisés par une logique du chiffre* » (dû au capitalisme).



Cela pèse sur les créateurs, Raf Simons quitte la maison Dior à bout, fatigué par cette frénésie. Albert Elbaz fera de même et claquera la porte de Lanvin en 2015. Pire encore, Alexander McQueen s'est suicidé le 11 février 2010 à cause d'une dépression due à son travail. Qui dit mode rapide dit mode à bas prix puisque rappelons-le, les vêtements sont faits dans des pays défavorisés, les travailleurs sont exploités et sous-payés. En plus de tous les problèmes humains et écologiques que cela engendre, la valeur du vêtement, de la matière, du savoir-faire est perdue. Li Edelkoort explique qu'elle a vu en magasin un haut de bikini avec de belles finitions, et complexe à réaliser au prix de 4,95 euros elle dit que cela donne l'idée qu'il n'y a plus de valeur dans la mode et qu'un haut de bikini revient moins cher qu'un sandwich. Avec l'arrivée d'instagram la mode s'est démocratisée, il n'y a plus de réserve pour les VIP, toutes les collections tiennent dans la main de n'importe qui. En un clic, tout est disponible. Cela a du bon évidemment puisque finalement tout le monde a le droit d'avoir accès à ces informations et cela casse les barrières des classes sociales. Mais, en un sens, cela pousse aussi à faire descendre la mode de son rang noble, les défilés autrefois réservés aux privilégiés qui recevaient une invitation sont maintenant filmés en live sur les réseaux sociaux. La mode perd ici un peu encore de sa valeur car trop accessible rapidement. La mode a vraiment perdu de sa valeur et maintenant les acheteurs refusent d'acheter un produit plus cher mais dont le prix est justifié car ils peuvent en acheter un similaire (surement copié sur celui d'une maison de couture) pour bien moins cher puisqu'ils ne comprennent pas ce qu'il y a derrière la création d'un vêtement à cause de toute cette frénésie. Il est primordial de redonner du temps au temps de création et de redonner de la valeur aux vêtements.



Veste en tissage - Friends of Light.

En ce sens, des designers ont déjà réfléchi à ces questions. Notamment le collectif Friends of light incarne quand à lui une nouvelle idée du luxe : l'ultra slow fashion aux antipodes de l'ultra fast fashion. Slow est l'anglais de lent et donc la mode défendue par les quatre femmes de ce collectif est la mode extrêmement lente. Elles se sont isolées dans la campagne et tissent et cousent à la main des vêtements avec des techniques ancestrales pré-colombiennes. Pour une veste type tailleur il faut 160 heures pour la création du fils au vêtement fini. Elles se rémunèrent 15 euros de l'heure et donc cette veste est vendue 3200 euros. Le prix justifie le temps de travail. Ici le temps de création a toute sa place, l'objet est pensé, fait avec minutie et passion car c'est la main qui dicte et non une machine, la main est le prolongement du cerveau. Daniel Harris, fondateur de la marque London Cloth Company, a réussi à recréer le tweed véritable qui avait disparu. Il a déniché et racheté des anciens métiers à tisser (1910) qu'il a remis en état de marche. Grâce à des machines anciennes, un savoir-faire technique et de bons fils, il arrive à créer des matières durables pour des textiles qui se transmettent de génération en génération. Il redonne au tweed anglais ces lettres de noblesse, cela redonne de la valeur à ce textile emblématique. Pour que la valeur puisse être évaluée, il faut informer pour déconstruire ce que la société de consommation a introduit en nos esprits. Thomas Huriez, le créateur de la marque de jean made in France a bien compris que pour fidéliser son client, et lui faire comprendre pourquoi son jean coûte 99 euros il faut lui expliquer mais aussi lui montrer comment est fait un jean. Alors, dans son magasin à Romans-sur-Isère il a décidé de rendre la partie atelier visible et visitable pour les acheteurs. C'est une bonne façon de sensibiliser et de redonner un rang à la mode auprès des consommateurs.

Le temps de création, la valeur du vêtement et l'information autour de la mode (éco-responsable) sont trois des grands critères que je vais défendre dans cet ouvrage. Car ce mémoire et le projet qui en découleront seront des réponses pour donner plus de place au temps de création, prôner l'importance d'un retour aux techniques et matières ancestrales car selon moi, les réponses se trouvent dans l'histoire. Ici, dans l'Antiquité grecque et romaine.



Aatise  
ECO FASHION ACTIVIST

# LE MARCHÉ DE LA MODE ÉCO-RESPONSABLE EN FRANCE

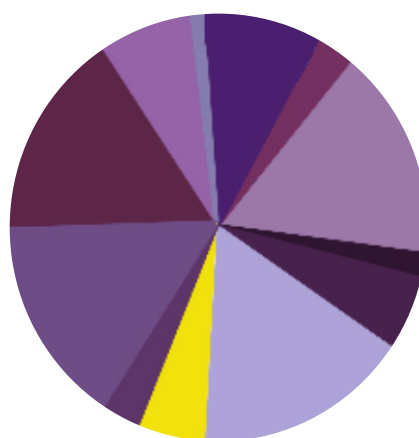
*Le fruit de mon travail porte sur la mode éco-responsable en France. Par mode éco-responsable, j'entends vêtements faits avec des matières naturelles/bio-sourcées/recyclées, des marques qui œuvrent pour les droits des travailleurs et qui réduisent leur impact carbone en travaillant en local ou avec les pays frontaliers à leur implantation. L'étude que je mène concernera la demande finale c'est-à-dire les ménages.*

## Une demande en hausse, des mentalités qui évoluent vers une mode plus durable

En 2017, la part de la mode dans le budget des ménages était de 5 % et représente la 8ème source de dépenses. Cependant, en 2020, l'habillement est la quatrième source de dépenses la plus importante dans le budget des ménages. Les dépenses d'habillement en ligne ont augmenté de 266,8 % entre 2019 et 2020. Les dépenses sont passées de 3 % à 11 % en 1 an. Car les parts de dépenses liées aux transports, restaurants et loisirs ont diminué suite à la crise sanitaire. Ce qui a donné plus de budget pour l'habillement. En 2020, le budget moyen d'un français pour l'habillement s'élève à 370€ par an.

Sources : sites Institut français de la mode et études et analyses

Dépenses moyennes des ménages en 2017. Source Insee



- Loisir et culture
- Communication
- Transports
- Santé
- Meuble, entretien de la maison
- Logement, eau, gaz, électricité
- Habillement et chaussures
- Boisson alcoolisée et tabac
- Produits alimentaires
- Biens et services divers
- Restauration et hôtel
- Enseignement

Le budget de la population française concernant l'achat de vêtements augmente ce qui permet de toucher plus de publique avec une marque éco-responsable.

La mode éco-responsable est portée majoritairement par la jeunesse, les 18-34 ans qui se sentent concernés par les questions climatiques. La crise sanitaire a permis de comprendre ce qui est essentiel et les consommateurs réclament plus de traçabilité et de transparence sur leurs produits. En ce sens, 80% des consommateurs européens sont d'accord pour voir apparaître la mention "made in" sur les étiquettes des vêtements qui n'est pas une obligation dans l'Union Européenne. Les consommateurs connaissent également mieux le terme mode éthique et tout ce que cela implique.

Source : Site institut français de la mode

Évolution de la connaissance du terme mode éthique en France entre 2015 et 2020. Source : études et analyses



Le terme mode éco-responsable est connu par plus de la moitié des Français. La population est donc de plus en plus informée sur ce sujet, ce qui permet de toucher plus de clientèles avec une marque de mode éthique.

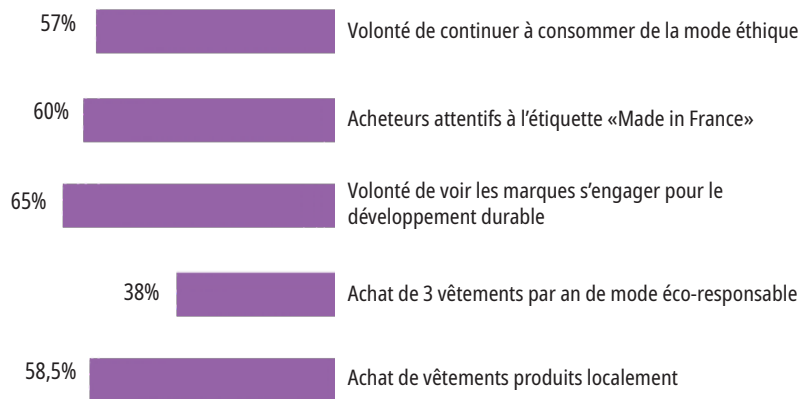
Il y a une vraie prise de conscience chez le consommateur au niveau des catastrophes climatiques. Si certains ont déjà acheté 3 vêtements éthiques en 2020 et veulent continuer cette pratique, d'autres comptent se lancer très rapidement dans cet investissement.

Le marché de la mode éthique prend de l'ampleur grâce à la sensibilisation et à la prise de conscience des populations. La France est le deuxième pays, juste derrière l'Italie en matière d'engagement éco-responsable.

**Cette prise de conscience va permettre à la mode éthique de se développer.**

### Prise de conscience des consommateurs de mode français Volontés et agissements.

Sources : site modames, études et analyses, institut français de la mode



### Les critères importants pour les consommateurs de mode français.

Source : site études et analyses



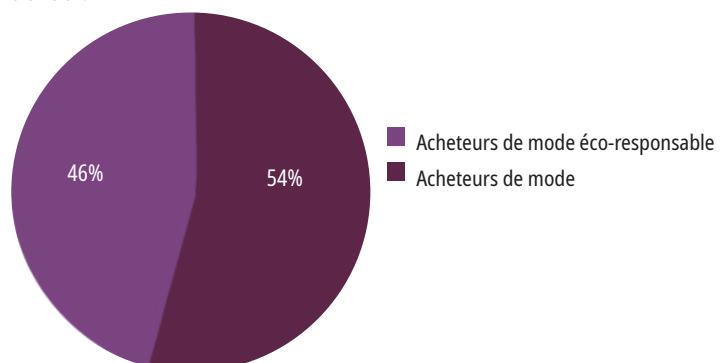
Les trois critères principaux que les clients regardent à l'achat ci-contre. **Il faut donc pouvoir cocher au moins une des trois cases pour pouvoir donner envie au consommateur d'acheter un vêtement éco-responsable. La matière et les conditions des travailleurs sont les plus importants.**

## **Le marché de la mode éco-responsable dans le marché de la mode**

Le marché de la mode en général représente plus de 2,5% du PIB de la France soit plus de 150 milliards d'euros. Dans la mode on trouve une branche nommée mode éco-responsable. Cette branche représente 5% des ventes mondiales, **c'est un marché de niche qui tend à se développer.**

### Part de l'achat de mode éco-responsable.

Sources : Reportage arte «révolte dans la mode», site études et analyses, première vision.



Liste non-exhaustive des concurrents directs et indirectes :

Marque	Formes basiques	Formes originales	Teinture naturelle	matières respectueuses de la planète	Respect des travailleurs	Vêtements exclusivement féminins	Utilisation de substances chimiques	Récupération/ Recyclage
Direct								
Muùne	x		x	x	x	x		
Neprun	x		x	x	x	x		
Woola la	x		x	x	x	x		x
Aatise	x			x	x			
Montlimart	x			x	x			
Les récupérables		x		x	x	x		x
1083	x			x	x			
Indirect								
Maje		x				x	x	
Sezane	x				x	x	x	
Mango	x					x	x	
Zara		x					x	
Pimkie	x					x	x	
H&M	x						x	

Grâce au tableau, on se rend compte qu'il n'y a pas beaucoup de concurrence sur les pièces aux formes originales et teintées de manière naturelle ainsi que sur les produits pour homme ou unisexe.

## Les législations en vigueur pour une mode plus responsable

Conscient de l'augmentation de la demande concernant la transparence de la provenance des vêtements et le désir d'achat de produits avec des fibres recyclées ou biosourcées, le gouvernement agit.

Dans l'article L. 225-102-4 du code de commerce du 23 mars 2017, suite à l'effondrement du Rana Plaza en 2013, une loi a été votée pour l'obligation de mise en place d'un plan de vigilance concernant les entreprises Françaises d'au moins 5000 salariés et internationales d'au moins 10000 salariés d'œuvrer pour la sécurité des locaux et des employés sous peine d'amende. Ce sont au total environ 200 entreprises françaises concernées.

Le made in France est un label ne certifie pas que le produit est fait à 100 % en France mais qu'uniquement 50 % de sa valeur d'une ou de plusieurs étapes de fabrication sont faites en France ou bien que le produit a subi sa dernière transformation en France.

Des projets de loi ont été édités notamment la loi économie circulaire article 13, article L. 541-9 du code de l'environnement prévu depuis le 12 février 2020 pour un étiquetage des vêtements afin d'informer le consommateur des caractéristiques environnementales. Cela se base un peu sur le modèle du nutri-score des produits

alimentaires. La note sera comprise entre A et E et tiendra compte de trois critères : le cycle du vêtement dans son entièreté, les impacts environnementaux et les critères sociaux. À partir du 1er janvier 2022, l'étiquetage des vêtements sera obligatoire.

La mode éco-responsable reste pour le moment une petite part du marché de la mode en France. Cependant, les ménages sont de plus en plus éduqués à l'éco-responsabilité dans la mode. La crise du covid a engendré dans la population française une envie de plus de transparence de la part des marques de mode et certains usagers se sont penchés vers la mode éco-responsable. De plus, le gouvernement a mis en place des lois afin de protéger les travailleurs de la mode et de mieux informer le consommateur sur le produit qu'il achète. Grâce à cette étude de marché, je comprends que ce secteur va se développer dans les années à venir ce qui créera forcément de l'emploi. Il y a peu de concurrence dans le secteur des vêtements teints de manière naturelle, de pièces aux formes originales ainsi que dans le vêtement masculin ou unisexe ce qui me permettra de me positionner pour le projet de fin d'études.

# MUÛNE

Une ode à la féminité



L'histoire de la marque : y a 15 ans, Céline et son compagnon ont entrepris un voyage en Asie à travers 6 pays pendant 7 mois. Le seul but : la découverte des populations et de leurs arts. Le couple tombe littéralement amoureux du Népal et décide que sa vie ne se fera plus jamais sans ce pays si important à ses yeux. Elle rencontre Shanti, une artisane teinturière, fée de la couleur. Pendant cette rencontre sous un clair de lune illuminant l'Himalaya, Céline sait qu'elle va créer sa marque Muûne (Moon). Elle se lance donc en 2019 dans cette belle aventure, qui prendra naissance au Népal. Muûne débute officiellement en mai 2020.

**Cible** : femme entre 25 à 50ans.

**Type de textile** : chanvre, coton, jersey de coton fabriqués pour la production.

**Type de teinture** : teinture végétale à base de plante Népalaise (indigo, curcuma) teinture dans un bain coloré.

**Couleurs** : Couleurs saturées et unies.

**Style** : Bohème.

**Typologie de vêtement** : vêtements amples, fluides, le travail est dans le détail (frou-frous, volants, smokes, plis).

**Prix** : moyenne gamme, abordable entre 39 et 139€.

**Stock** : petits stocks limités et précommandes pour certains modèles.

**Fabrication** : fabrication népalaise et direction artistique Française (normandie).

Photographie Muûne.



Photographies Muùne.



Choix des végétaux

Matières

Impacte environnemental

Local et grand teint

Chanvre écologique

Production népalaise, local  
Pré-commande pour gérer le stock  
et ne pas produire d'inventu.

Coton pas tellement écologique

Vente en France, transport entre  
Népal et France

# NÉPRUN

Une marque casual pour hommes et femmes



Néprun est une marque de vêtements et accessoires pour hommes et femmes utilisant des matières et des teintures naturelles. Cette marque a été fondée en 2021 par deux jeunes femmes Cindy Lombardi et Océane Gerum, toutes deux designers textile engagées pour une mode plus durable. Cette entreprise située dans l'Indre, travaille avec des acteurs locaux, dans le territoire français.

**Cible :** femme et homme de 25 à 35 ans.

**Type de textile :** laine mérinos, viscose écologique, soie upcyclée, feutre de laine, flanelle de laine, lin

**Type de teinture :** teinture végétale à base de plante Asiatique et Européenne (Indigo, gaude, garance, bois de campêche). Teinture dans un bain coloré.

**Couleurs :** couleurs saturées, unies ou nuancées ou superposées (double bain).

**Style :** urbain, quotidien, unisexe, décontracté/casual.

**Typologie de vêtement :** vêtements colorés unis ou multicolores, chauds, confortables et usuels.

**Prix :** moyenne gamme à haut de gamme, abordable entre 45 et 300€.

**Stock :** pré-commande et vente de petites séries.

**Fabrication :** fabrication Française (Indre) et Européenne.

Photographie Néprun.



Photographies Néprun.



Choix des végétaux

Teinture grand teint

Plante exotique, donc non locales  
(indigo, bois de campêche)

Matières

Laine mérinos

Viscose même «écologique» ne l'est  
pas vraiment.

Impacte environnemental

Production totalement Française  
Pré-commande + petites séries

Vente par internet = transports de  
colis = pollution

# WOOLA LA

Un amour pour la soie



Woola la est la marque de Sandrina Rocha, créée en 2016. Cette marque d'accessoires teints avec des matières végétales locales ou de récupération. En effet, Sandrina travaille avec des restaurateurs et des fleuristes locaux dont elle récupère les déchets. Basée dans la région Lyonnaise, elle travaille essentiellement avec la soie, la matière locale. Les accessoires sont pleins de sensibilité, de poésie et de douceur tout ça dans une démarche éco-responsable.

**Cible :** femmes.

**Type de textile :** soie lyonnaise et vêtements en soie chinés.

**Type de teinture :** teinture végétale à base de déchets floraux. Écoprint.

**Couleurs/motifs :** couleurs douces, flou, empreintes, symétrie.

**Style :** chic, élégant, sensible et poétique.

**Typologie de vêtements/ accessoires :** Accessoires et vêtements légers, fluides mais ce sont des pièces fortes, originales.

**Prix :** haut de gamme chouchou 34€ sinon 69 à 120€.

**Stock :** pièces uniques.

**Fabrication :** fabrication Lyonnaise.

Photographie Woola la.



Photographies Woola la.



Choix des végétaux

utilisation de déchets floraux et  
culinaires

Matières

La soie n'est pas très éco-responsable si  
les vers sont ébouillantés dans le cocon

Impacte environnemental

Production Lyonnaise  
Pièces uniques

Vente par internet = transports de colis  
= pollution

A woman with dark hair pulled back, wearing a light pink short-sleeved t-shirt and a white pleated skirt. She has a tattoo on her left forearm and is wearing a watch on her left wrist. The word "MUÙNE" is overlaid in a dark blue, serif font across the center of the image.

MUÙNE

# SYNTHÈSE



VIII

En effet, nous avons pu constater depuis quelques années que la fast-fashion<sup>1</sup>, est une réelle catastrophe, 80 milliards de vêtements sont fabriqués en une année, 700 000 tonnes de textiles sont produits par an en France et 10 000 à 20 000 tonnes d'entre eux sont gaspillés et détruits dans l'hexagone. Soucieuse et consciente des problématiques soulevées par l'industrie de la mode contemporaine j'ai voulu m'immerger dans une entreprise qui répond à cette industrie par la slow-fashion. J'ai donc intégré l'entreprise Aatise<sup>2</sup> durant l'été 2021 pendant six semaines. J'ai apprécié ce mode de fonctionnement car les modèles sont faits à la demande, il n'y a donc pas de surproduction. Les chutes de tissus sont transformées en accessoires pour cheveux. Les matières utilisées sont réellement choisies pour leur faible impact environnemental comme le lin qui n'a pas besoin de beaucoup d'eau ni de pesticide pour pousser et être transformé en fil. Dans cette entreprise, de la confection à l'envoi, il n'y a qu'un pas, tout est fait dans un atelier bordelais, les modèles sont disponibles à l'année, finie la frénésie des collections qui s'enchaînent, les modèles intègrent le catalogue petit à petit quand ils sont bien terminés. Cependant, j'ai pu constater deux faits qui m'ont interrogés comme la production de déchets textiles liés à la coupe car même si le tissu est optimisé, il y a toujours des chutes qui ne sont pas forcément transformables en accessoires et qui sont donc jetées. La meilleure façon de traiter le déchet n'est-il pas de ne pas en produire ? Mais comment faire ? La deuxième interrogation est l'utilisation de teintures textiles certifiées OEKO-TEX. Lors d'une discussion, Heide, la fondatrice de la marque m'a avoué avoir testé la teinture naturelle<sup>3</sup> mais elle a trouvé cela beaucoup trop incontrôlable puisque la couleur peut énormément varier en fonction de paramètres comme la qualité de l'eau, la provenance des végétaux ou le moment de la récolte; Ces éléments ne sont pas forcément contrôlables par l'homme ce qui ne permet pas d'obtenir exactement les mêmes teintures d'un produit à l'autre. Je me suis alors demandée pourquoi cette part d'incontrôlable est-elle tant réprimée dans la création en général et surtout comment faisaient nos ancêtres pour teindre avant l'invention de la teinture chimique ? Comment créer une industrie de mode plus éco-responsable ? Nous avons abordé ce sujet par la découverte de l'Antiquité, de la vision que nous en avons aujourd'hui, de son vestiaire, de ses couleurs et de ses techniques textiles. Par la suite nous avons vu pourquoi il est important de ralentir le rythme de production et redonner à la mode sa valeur et ce que représente la mode éco-responsable en France.

Il existe dans l'histoire une période où la teinture naturelle, les fibres naturelles et la création sans chute coexistent : l'Antiquité grecque et romaine. Cette époque a inspiré beaucoup de

mouvements artistiques ainsi que des designers comme le studio 65 et son salon capitello<sup>4</sup> mais aussi des stylistes et créateurs de mode notamment madame Grès, Madeleine Vionnet, Chanel, et bien d'autres<sup>5</sup>. Cependant, l'idée que nous avons de l'antiquité n'est pas juste. Dans l'imaginaire collectif le blanc est la couleur qui prime durant cette période mais cette idée est basée sur une vision erronée<sup>6</sup> que l'on doit à la découverte de Pompéi au 18<sup>ème</sup> siècle. En réalité, tout était peint et vif. C'est le temps qui a rendu les statues que nous pouvons observer au musée de nos jours, d'un blanc immaculé. La façon de traiter la couleur sur le textile durant l'Antiquité grecque et romaine traduisait déjà des différences entre les personnes composant la civilisation. Par exemple, la pourpre<sup>7</sup> était utilisée uniquement chez les sénateurs ou empereurs, c'était la couleur de l'élite. Le bleu<sup>8</sup> lui, assez décrié, était la couleur des esclaves. L'habit pouvait être teint entièrement ou simplement muni d'une bande colorée et cela renvoyait aussi à des statuts différents. Mais, la couleur n'est pas le seul marqueur identitaire.

Dans l'Antiquité grecque et romaine, le vêtement est très important car il indique un statut social<sup>9</sup>. Les citoyens sont ainsi démarqués des non-citoyens, c'est-à-dire des femmes, des enfants, des esclaves et des étrangers. Le vestiaire antique<sup>10</sup> est alors assez varié et présente déjà des vêtements dits «féminins» comme la palla et des vêtements dits «masculins» comme le chlamyde ou la toge rouge. La particularité de ces vêtements est dans la forme. Ils sont en un seul pan de tissu généralement rectangulaire à attacher et entourer autour de son corps<sup>11</sup>. Il n'y a donc aucune chute de tissu créée pour fabriquer des vêtements. C'est aussi un vêtement à faire et à défaire chaque jour. Il faut donc prendre le temps de s'habiller et de se déshabiller qui est une notion assez importante car elle se perd de nos jours. Le vêtement n'a pas réellement de forme propre à lui quand il n'est pas porté et cette question de l'identité du vêtement mêlé à l'identité du porteur est intéressante car aujourd'hui, nous ne savons plus si nous portons la mode ou si c'est la mode qui nous porte questionné dans le texte de S. Tisseron<sup>12</sup>.

Nous avons pu comprendre également que les mythologies grecques et romaines qui ont inspiré beaucoup d'écrivains traitent du vêtement comme un symbole fort, un trophée, une victoire. La puissance que confère le vêtement ou la parure à l'histoire ou au personnage comme la peau du lion de Némée ou bien la tunique de Nessus<sup>13</sup> est reprise par des marques telles Versace ou Pandora<sup>14</sup> dans leur storytelling. Il est intéressant de voir comment ces géants de la mode et de la joaillerie Versace et Pandora arrivent à tirer la mythologie pour créer un message caché derrière la marque. Cependant, ces symboles forts ne guident pas la créations, c'est-à-dire qu'ils n'influent pas sur les formes, les couleurs, les matières ou les techniques. Grâce à la puissance des armées romaines

et à l'étendue de leur territoire de nombreux échanges<sup>15</sup> de matières notamment avec la soie qui vient d'Asie, le coton d'Inde, la laine de Mésopotamie et le lin d'Égypte et de Gaule. Les matières naturelles<sup>16</sup> sont pour la plupart restées affiliées à leur pays d'origine, des exports de marchandises avaient donc lieu entre les différents pays des territoires de l'Empire romain. La soie et le coton, étant des fibres provenant d'Inde étaient les plus onéreuses et les plus prestigieuses. Les fibres textiles les plus utilisées étaient la laine et le lin que l'on trouve autour du bassin méditerranéen et en France. Évidemment, pour créer des étoffes avec des fibres, il fallait une bonne maîtrise des techniques et des outillages<sup>17</sup>. Les fouilles archéologiques de Pompéi et Herculaneum ont mis en évidence des outils très bien pensés que l'on utilise encore aujourd'hui comme le fuseau par exemple. Les quatre techniques principales pour obtenir du tissu étaient le filage, le tissage, la teinture et le feutrage. Toutes ces activités étaient organisées dans des ateliers mis à part le filage qui se faisait principalement dans les habitations de chacun. Cette organisation permet de comprendre que l'artisanat avait une grande importance.

Ces techniques et savoir-faire ont maintenant été remplacés par des cerveaux mécaniques et répétitifs. L'industrie a, au fil des siècles fait de l'ombre à l'artisanat, la main, l'homme. Et si dans certains pays, l'humain est encore utilisé pour créer, c'est avec irrespect et atrocité qu'il est considéré. Il faut aller vite, vendre plus, créer encore et encore mais pourquoi ? La mode perd de sa valeur<sup>18</sup>, en voulant créer de la nouveauté et de la rareté, nous créons tout l'inverse. Les magasins vendent les mêmes vêtements, les mêmes coupes, les mêmes couleurs et les mêmes matières car le temps de création n'existe plus. Comment faire, pour créer rapidement sans temps de création ? Il faut tout simplement copier l'autre qui lui-même a copier un autre avant et ainsi de suite. On se retrouve donc envahit de clones dans les rues et la singularité n'est plus. Pour redonner son rang de mode à la mode il faut redonner du temps à la création et de la qualité aux matières utilisées. C'est ce que fait le collectif Friends of Light une marque d'Ultra slow fashion où la main et la lenteur sont de grandes vertus et gage de qualité. Daniel Harris est l'homme qui a recréé le tweed anglais grâce à un savoir-faire retrouvé et des machines d'époque. Et c'est tout simplement là,

que se cache la beauté, la valeur et la richesse de la mode. La main est vectrice d'émotion, de passion et d'amour, sans elle, tout serait fade et sans magie.

La tendance vise à s'inverser, grâce à la crise sanitaire, les individus ont pris conscience de l'importance du 100% made in France qui permet au pays d'être autonome en cas de fermeture de frontière. La transparence et la traçabilité ont aussi alerté les français. De plus en plus, les consommateurs ouvrent les yeux sur la catastrophe qu'est la fast-fashion et décident de faire, chacun à son échelle un geste. Acheter moins, acheter d'occasion, local et en toute conscience est pour 46% des français des habitudes acquises<sup>19</sup>. Nous pouvons aussi constater que les trois facteurs principaux qui inquiètent les consommateurs sont les matières textiles, les droits des travailleurs et les substances toxiques dans les vêtements. C'est ce que s'engage à respecter les marques comme Muùune, Woola la, et Néprun<sup>20</sup>. Ces trois marques de vêtements et accessoires éco-responsables teints de manière naturelle remplissent ces critères pour aller vers une démarche de mode durable et d'objet que l'on garde des années sans s'en lasser.

Il y a dans l'Antiquité grecque et romaine tous les critères pour faire de la mode une industrie éco-responsable : la main, l'artisanat, les matières et colorants naturels, la non-production de déchets textile dont s'inspire Milène et sa marque de patrons zéro waste Milan AV.JC. L'Antiquité est une période très lointaine comparée à la nôtre. Depuis, le progrès technique à évolué donnant vie à de grands progrès. Le but de ce projet n'est pas de rejeter la machine et l'outil mécanique, mais plutôt de trouver un équilibre entre la main et la machine<sup>21</sup> pour une création éco-responsable et durable. C'est aussi apporter une réponse à la question : comment renouer avec la façon de créer la mode dans l'antiquité grecque et romaine pour une industrie vestimentaire contemporaine plus saine et durable ? En tant que designer de mode engagée, j'ai à cœur de créer une collection de vêtements féminins aux formes originales, reprenant la manière de créer des pièces sans chutes de vêtements ainsi que d'y incorporer la teinture naturelle, les fibres, les techniques utilisées pendant l'Antiquité grecque et romaine et les techniques contemporaines de confection. **Demain, le passé sera meilleur.**

<sup>1</sup> La fast-fashion une industrie dévastatrice p.10

<sup>2</sup> Aatise, une réponse à l'industrie de la mode rapide p.16

<sup>3</sup> La teinture naturelle p.66

<sup>4</sup> Les vestiges d'une époque p.22

<sup>5</sup> Référence de design de mode p.38

<sup>6</sup> Une vision erronée p.23

<sup>7</sup> La pourpre une couleur sacrée p.74

<sup>8</sup> Le bleu pastel p.69

<sup>9</sup> Un statut que l'on porte p.29

<sup>10</sup> Le vestiaire antique p.32

<sup>11</sup> Un vêtement à former soi-même p.34

<sup>12</sup> La mode, dictat de la société ? p.30

<sup>13</sup> Le pouvoir du vêtement dans la mythologie p.58

<sup>14</sup> Versace et Pandora p.60 à 63

<sup>15</sup> L'empire Romain, un empire immense p.42

<sup>16</sup> Les fibres naturelles p.44

<sup>17</sup> Les techniques et outillages p.48

<sup>18</sup> Redonner du temps et de la valeur à la mode p.78

<sup>19</sup> Un marché en développement p.82

<sup>20</sup> Études de marques éco-responsables p.86

<sup>21</sup> De l'artisanat à l'industrie, un juste milieu est-il possible ? p.52

Fabriqué à moins de  
1083 km de chez vous



1083



Sofa- Verner Panton - 1970.

VERS L'AVENIR



IX

# VERS LE PROJET

Nous l'avons compris, nous vivons dans une société rapide, bien trop rapide. Nous ne prenons plus le temps de créer, plus le temps d'apprécier les choses, les objets, les moments de notre courte vie. C'est pourquoi je pense qu'il est urgent de ralentir la cadence, de créer plus sainement, plus durablement et de prendre conscience de ce qu'est notre monde. C'est pourquoi, l'antiquité grecque et romaine sont, pour moi, des exemples en matière de durabilité textile. Il y a bien évidemment des points qui n'étaient pas éco-responsables comme l'utilisation de la soie ou du murex mais dans leur vestiaire, nous retrouvons **3 points fondamentaux pour une création plus respectueuse** :

- Les matières naturelles
- La teinture naturelle
- La non-crédation de chute de tissu.

**Le projet qui découlera de ce mémoire aura 2 vocations :**

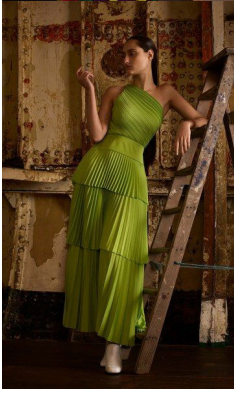
- Faire de la mode une industrie saine et durable en s'inspirant de l'Antiquité
- Redonner du temps à la création afin de ralentir le rythme et de privilégier la qualité à la quantité.

**Pour ce faire, je me positionne en tant que designer de mode engagée.**

---

---

Cible	Jeunes femmes entre 25 et 35 ans
Usage	Vêtements du quotidien
Sémantique	Sensibiliser à consommation durable et éco-responsable + sensibiliser aux temps de créations et aux techniques utilisées
Matériau	Lin, laine, soie écologique
Couleur	Violet, bleu, rouge, jaune, orange et vert
Technique	Teinture végétale, tissage, filage, feutre de laine. Vêtements à partir de pièces rectangulaires ou carrées.
Esthétique	Drapés, plissés, bordures travaillées



Solace London - AW 2019/2020.



Madame Grès.



Issey Miyake - Resort - 2019.



Photographie Matias Galeano.



Reiko Sudo e Tomoko Miura Nuno Corporation. Bora Aksu - SS - 2020.



Verner Panton - Onion rug - 1979.



Photographie Ramsy Masri.



Madame Grès.



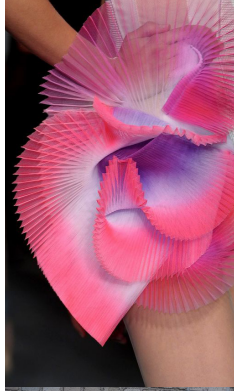
Issey Miyake - Japanese Dress - 1991.



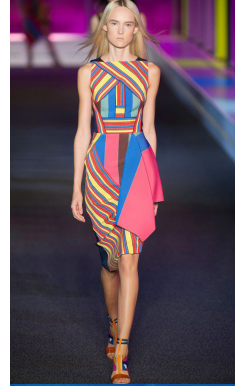
Reiko Sudo e Tomoko Miura Nuno Corporation. Pradal Gurung.



Julien Fournie - SS - 2012..



Visiona 2 - Verner Panton - 1970.



Peter Pilotto - SS - 2015.



Madame Grès - 1994/1996.



Friends of light.

# BIBLIOGRAPHIE

## Livres :

- Dominique Cardon, 2014, Le monde des teintures naturelles, Belin.
- Hugues Jacquet, 2020, Les textiles, savoir et faire volume 4, Actes Sud.
- Fabienne Medard, 2020 L'artisanat du textile à Pompéi au 1er siècle après JC : vestiges textiles et outillages, collection du centre Jean Bernard, 51, CNRS.
- Michel Pastoureau, Dominique Simonnet, 2005, le petit livre des couleurs, Édition du panama.
- Michel Garcia, Anne-France Bernard, 2006, Plantes colorantes teintures végétales le nuancier des couleurs, Édisud.
- Michel Garcia, 2007, De la garance au pastel, Édisud.
- Chantal Delphin, Eric Gitton, 2011, Plantes à teinter, Plume de carotte.
- Audrey Millet, 2021, Le livre noir de la mode, pérégrines.
- Audrey Millet, 2020, vêtements et parure en Grèce, Fabriquer le désir histoire de la mode de l'antiquité à nos jours, Humensis.
- Audrey Millet, 2020, les romains et les modes, Fabriquer le désir histoire de la mode de l'antiquité à nos jours, Humensis.
- Auguste Racinet, 2015, Le costume Historique, Taschen.
- Serge Tisseron, 1999, Un objet qui colle à la peau, le vêtement, Comment l'esprit vient aux objets, PUF.
- Jean pierre Néraudau, 1992, Livre IX Nessus et Déjanir, Ovide les métamorphoses, folio classique.
- José-Maria de Heredia, 1893, Némée, Les trophées, Alphonse Lemerre.

## Films et reportages :

- Ridley Scott, 2000, Gladiator, Dreamworks production, Universal pictures, Scott Free Productions.
- Edouard Perrin, Gilles Bovon, 2021, Fast fashion, les dessous de la mode à bas prix, ARTE France, Premières Lignes.
- Laurent Lunetta, 2018, Révolte dans la mode, La grosse boule, Arte France.

## Vidéos :

- France 24, 2020, La pourpre de Tyr : une couleur qui vaut de l'or, Youtube, [https://www.youtube.com/watch?v=pNNRjr8Gy3o](https://www.youtube.com/watch?v=pNNRjr8Gy3o).
- Éléonore Moine, 2015, Teintures oubliées - La pourpre sacrée, le pastel et l'indigo, Youtube [https://www.youtube.com/watch?v=TslGLcuo41I](https://www.youtube.com/watch?v=TslGLcuo41I).
- François Busnel, onyx, 2018, Les Grands Mythes- Arte - E03 Prométhée, Youtube, [https://www.youtube.com/watch?v=UmYlWDkxcQQ&t=1283s](https://www.youtube.com/watch?v=UmYlWDkxcQQ&t=1283s).
- François Busnel, le duc, 2019, Les grands mythes 12 | 20 Persée, la mort dans les yeux - Documentaire, [https://www.youtube.com/watch?v=TB7mXxLpNOE&t=805s](https://www.youtube.com/watch?v=TB7mXxLpNOE&t=805s).

## Sites web :

- Florence Gherchanoc, Valérie Huet, 2007, Pratiques politiques et culturelles du vêtement, cairn.info, <https://www.cairn.info/revue-historique-2007-1-page-3.htm> <https://www.cairn.info/revue-historique-2007-1-page-3.htm>.
- Fashion united, 2020, Étude IFM-Première Vision : la mode éco-responsable au cœur du marché, <https://fashionunited.fr/actualite/business/etude-ifm-premiere-vision-la-mode-eco-responsable-au-coeur-du-marche/2020091724741>.
- Études et analyses, 2021, Étude de marché exemple - Le marché de la mode éthique en 2020, <https://www.etudes-et-analyses.com/blog/decryptage-economique/etude-marche-exemple-marche-mode-ethique-2020-21-07-2021.html>
- Première vision, 2019, Compte-rendu de l'étude sur la consommation de mode responsable, <https://www.premierevision.com/fr/magazine/compte-rendu-de-letude-sur-la-consommation-de-mode-responsable/?>.
- Modames, 2020, La mode éthique en chiffres, <https://www.modames.com/mode-ethique/chiffres-mode-ethique/>.
- Economie.gouv, 2021, Acheter un produit « Fabriqué en France » : quelles garanties ?, <https://www.economie.gouv.fr/particuliers/produit-made-in-france>.
- Légifrance, 2020, LOI n° 2020-105 du 10 février 2020 relative à la lutte contre le gaspillage et à l'économie circulaire (1), [https://circulaire.legifrance.gouv.fr/jorf/article\\_jor/JORFARTI000041553778](https://circulaire.legifrance.gouv.fr/jorf/article_jor/JORFARTI000041553778).
- Insee, 2017, Structure des dépenses des ménages selon la catégorie socioprofessionnelle de la personne de référence, <https://www.insee.fr/fr/statistiques/2385823>.
- Acte international, 2020, Loi anti-gaspillage : vers un affichage environnemental des vêtements, [https://www.acte-international.com/web/aw\\_32708/fr/loi-anti-gaspillage-vers-un-affichage-environnemental-des-vetements](https://www.acte-international.com/web/aw_32708/fr/loi-anti-gaspillage-vers-un-affichage-environnemental-des-vetements).
- Legifrance, 2021, Code de l'environnement, [https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article\\_lc/LEGIARTI000041599069/](https://www.legifrance.gouv.fr/codes/article_lc/LEGIARTI000041599069/).
- Legifrance, 2017, LOI n° 2017-399 du 27 mars 2017 relative au devoir de vigilance des sociétés mères et des entreprises donneuses d'ordre (1), <https://www.legifrance.gouv.fr/jorf/id/JORFTEXT000034290626/>.
- L'express, 2016, La loi «Rana Plaza» votée par l'Assemblée: la France vers une mode responsable, [https://www.lexpress.fr/styles/mode/la-loi-rana-plaza-votee-par-l-assemblee-la-france-vers-une-mode-responsable\\_1855763.html](https://www.lexpress.fr/styles/mode/la-loi-rana-plaza-votee-par-l-assemblee-la-france-vers-une-mode-responsable_1855763.html).
- Le temps, 2020, Les vêtements en plastique recyclé, une inextricable affaire (de fibres) , <https://www.letemps.ch/sciences/vetements-plastique-recycle-une-inextricable-affaire-fibres>.
- Musée d'art d'histoire, 2013, Murex au Liban, une histoire naturellement haute en couleur, <https://blog.mahgeneve.ch/murex-au-liban-une-histoire-naturellement-haute-en-couleur/>.
- CGTN, 2015, 9 charts that show the level of pollution in China, <https://america.cgtn.com/2015/03/09/9-charts-that-show-the-level-of-pollution-in-china>.
- RTBF, 2016, Au Bangladesh, les enfants travaillent 64h/semaine pour produire des vêtements, [https://www.rtbf.be/info/economie/detail\\_au-bangladesh-les-enfants-travaillent-64h-semaine-pour-produire-des-vetements?id=9474516](https://www.rtbf.be/info/economie/detail_au-bangladesh-les-enfants-travaillent-64h-semaine-pour-produire-des-vetements?id=9474516).
- Fashion United, 2017, Rana Plaza – 4 ans après, <https://fashionunited.fr/actualite/mode/rana-plaza-4-ans-apres/2017042412810>.
- Chaussettes orphelines, 2018, Bilan écologique déplorable pour l'industrie de la mode et du textile, <https://chaussettesorphelines.com/blogs/infos/article-pilier-mode-et-environnement>.
- Marie claire, 2020, Saviez-vous que vos vêtements «à donner» finissent dans des décharges au Ghana ?, <https://www.marieclaire.fr/ou-vont-nos-vetements-lorsqu-on-les-donne,1346204.asp>.
- Novethic, 2021, Au Chili, des montagnes de vêtements usagés en plein désert, <https://www.novethic.fr/actualite/environnement/dechets/isr-rse/jeudi-photo-au-chili-des-montagnes-de-vestements-usages-en-plein-desert-150304.html>.
- Fairbluejean, 2021, Rivière bleue et la «jeans industry» traditionnelle, <https://fairbluejeans.com/blogs/news/jeans-industry-coton-bio>.
- Eco quartier, 2018, Les dessous de la coloration de nos vêtements, <http://ecomhm.com/news/dessous-de-coloration-de-nos-vestements/>.
- Pollutec, 2018, Recyclage textile : les nouvelles normes, <https://learnandconnect.pollutec.com/recyclage-textile/>.
- Aatise, <https://www.aatise.com/fr/>.
- Muùne, <https://muune.fr/>.
- Néprun, <https://neprun.bigcartel.com/>.
- Woola la, <https://woolalastudio.fr/>.

## Cours d'histoire de l'art et du design :

- Armelle Duno, 2020/2021, Les temps anciens.

# SOMMAIRE

<b>5</b>	<b>ÉDITO</b>
<b>9</b>	<b>I) L'INDUSTRIE DE LA MODE</b>
10	* Une industrie destructrice : la fast-fashion
16	* <i>Aatise</i> , une réponse à l'industrie de la mode rapide
<b>19</b>	<b>II) L'ANTIQUITÉ GRECQUE ET ROMAINE</b>
20	* Les grandes périodes
22	* Vestiges d'une époque
<b>27</b>	<b>III) LE VÊTEMENT DANS L'ANTIQUITÉ</b>
28	* La mode dans l'antiquité grecque et romaine
30	* La mode, dictat de la société ?
32	* Le vestiaire dans l'antiquité grecque et romaine
34	* Un vêtement à monter soi-même
37	* L'influence de l'antiquité sur les créateurs de mode
<b>41</b>	<b>IV) DES FIBRES AUX ÉTOFFES</b>
42	* L'empire romain, un empire immense
44	* Les fibres naturelles
46	* Carte des provenances des fibres dans l'antiquité grecque et romaine
48	* Techniques et outillages
52	* De l'artisanat à l'industrie, un juste milieu est-il possible ?
<b>55</b>	<b>V) LA MYTHOLOGIE</b>
56	* Les grands Dieux
58	* Le pouvoir du vêtement dans la mythologie
60	* Versace, une marque inspirée de la mythologie antique
62	* Pandora, une marque féminine liée à la mythologie
<b>65</b>	<b>VI) L'ENVIRONNEMENT, SOURCE DE COULEURS</b>
66	* L'histoire de la teinture
68	* Le rouge garance
69	* Le bleu pastel
70	* Le jaune gaude
71	* Le vert pastel et gaude
72	* Le orangé safran
74	* La pourpre, une couleur sacrée
<b>77</b>	<b>VII) RETOUR AUX SOURCES</b>
79	* Redonner du temps et de la valeur à la mode
82	* Le marché de la mode éco-responsable en France
86	* Muène, une ode à la féminité
88	* Néprun, une marque casual pour hommes et femmes
90	* Woola la, un amour pour la soie
<b>93</b>	<b>VIII) SYNTHÈSE</b>
<b>99</b>	<b>IX) VERS L'AVENIR</b>
100	* Vers le projet
<b>103</b>	<b>BIBLIOGRAPHIE</b>



Solène LUQUET  
DNMADE Matériaux textile  
Année 2021/2022  
Cité scolaire R.LOEWY



Salon Capitello - studio 65 - 1971.

**"Demain, le passé  
sera meilleur"**

*Viviane Sinclair*

