

ETC



Les nouvelles technologies dans l'industrie de la mode : entre créativité artistique, nouveaux usages et marchés émergents

Carole Rinaldi

Number 77, March–April–May 2007

Industries

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/34977ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Revue d'art contemporain ETC inc.

ISSN

0835-7641 (print)

1923-3205 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Rinaldi, C. (2007). Les nouvelles technologies dans l'industrie de la mode : entre créativité artistique, nouveaux usages et marchés émergents. *ETC*, (77), 28–33.



ACTUALITÉS/DÉBATS

LES NOUVELLES TECHNOLOGIES DANS L'INDUSTRIE DE LA MODE : ENTRE CRÉATIVITÉ ARTISTIQUE, NOUVEAUX USAGES ET MARCHÉS ÉMERGENTS

« La mode est un rendez-vous avec le temps (...) L'avenir appartient à ceux qui utiliseront les technologies de leur temps et satisferont les besoins et les envies des consommateurs. »

Pierre Bergé

Le vêtement n'est jamais neutre : il témoigne des représentations et des significations qu'une société offre d'elle-même en se constituant. La parure est ainsi riche de nombreuses significations : « la parure, pour André Leroi-Gourhan, a avant tout une valeur ethnique, l'appartenance au groupe est d'abord sanctionnée par le dé-

cor vestimentaire »¹. Penser le vêtement, c'est donc penser ses relations au corps et à l'environnement, ses relations aux autres et à soi-même : « La guerre, la prise d'une position hiérarchique et l'amour conditionnent le décor vestimentaire de tous les peuples »². L'approche anthropologique du vêtement nous permet de penser celui-ci à la fois comme dispositif et comme opérateur socio-technique et symbolique. L'histoire du costume met en évidence l'évolution spectaculaire qui s'est produite en matière de création vestimentaire.

Au fil du temps, la mode a évolué vers une plus grande recherche de fonctionnalité. Les corsets, crinoli-



Barbara Layne, Studio Sub Tela, *Tunic and Vest*, 2004.

nes et paniers ont disparu des robes pour libérer le corps et lui permettre d'accéder aux activités modernes, que ce soit dans le domaine du travail ou des loisirs. La mode des coiffures en échafaudage, ornées d'oiseaux, de cupidons, de brindilles et végétaux, lancée par Madame de Pompadour, si hautes que les femmes devaient se mettre à genoux en voiture³, nous paraît bien surréaliste aujourd'hui. Les robes sublimes d'un volume hors du commun, dessinées dans des étoffes précieuses et portées par les femmes de pouvoir, ne sont plus que d'ardents souvenirs d'un temps où le costume dissimulait des heures de toilette et de recherche de sophistication, l'obsession du détail, un certain goût du secret. Toutes ces pièces de l'histoire que sont les robes de princesses qui caressaient les parquets tamisés des salles de bal restent comme autant de trésors que les récits de Mallarmé ou d'Oscar Wilde décrivent majestueusement dans leurs chroniques de mode, ces robes devant « ren-

dre légère, vaporeuse, aérienne pour cette façon supérieure de marcher qui s'appelle danser, la divinité apparue en leur nuage »⁴.

Ces vestiges d'un temps révolu, celui de Marie Antoinette et de Joséphine, ambassadrices de mode, continuent de nourrir l'imaginaire des grands couturiers, comme John Galliano, qui a fait renaître ces images éternelles dans des créations contemporaines, comme celle qui met en scène une « néo » Marie Antoinette en robe rouge laqué, au collier de perles de sang⁵. Le créateur de mode a en effet ce pouvoir et cette exclusivité de façonner le tissu et son architecture comme une œuvre d'art, interrogeant le vêtement et ses parures sur leur propre statut (sont-ils œuvres d'art ou d'art appliqué ?), quand le vêtement devient un déploiement infini de rêve et de sophistications à travers le défilé de haute couture, ce que le prêt-à-porter ne peut se permettre, étant donné son impératif de production et de rentabilité dicté par

une industrie qui ne peut qu'investir dans des modèles réalisables, commercialisables et rentables.

L'évolution de la société, qui conditionne celle de la mode. La Révolution française et ses insurgés qui accusèrent l'aristocratie d'avoir mené les peuples à la famine en saupoudrant des quantités extravagantes de farine sur ses perruques, ont mené l'histoire du costume vers la conquête d'une plus grande liberté dans le choix de l'habillement, qui ne devait plus être dicté par la hiérarchie entre les classes sociales. Quant aux progrès croissants de l'industrie du textile, qui permettent une amélioration des conditions de travail et un meilleur rendement, ils auront des répercussions sur l'industrie de la mode et la manière dont les sociétés considèrent leurs vêtements. Et si les traditions ancestrales se poursuivent dans les cultures traditionnelles, nos vêtements ont peu à peu évolué vers des formes plus fonctionnelles et moins ostentatoires, allant parfois jusqu'à l'insignifiance, l'uniformité et la répétition, incarnées par la mode occidentale du *streetwear* et du *sportswear*, qui a envahi le monde entier. Or, dans toute nouvelle mode, il y a une reconversion ou une insurrection, une rébellion par rapport au système, qui permet de lancer de nouveaux modèles. Dans ce contexte et avec un fort héritage, les créateurs contemporains doivent repenser en permanence les formes et les matières qui composent leurs vêtements, tout en rencontrant des obstacles et des effets de nostalgie qui se traduisent par les *revivals*, les classiques revisités, les phénomènes de récupération et de mixage de tendances, comme en témoigne l'appropriation du style folklorique. Le phénomène de standardisation propre aux industries de masse, qui s'exprime dans le prêt-à-porter – lequel devient de plus en plus éphémère, conditionné par un choix démesuré et des prix de plus en plus bas qui permettent un renouvellement rapide des gardes robes –, fait de la mode contemporaine une industrie mondiale complexe, ballottée entre la production de masse en provenance de l'Asie et la naissance d'une conscience plus citoyenne du marché, qui s'exprime à travers le commerce équitable et le concept de mode éthique. La mode est en effet de plus en plus concernée par le problème de l'écologie et du développement durable, car de nombreux tissus synthétiques, comme le polyamide, le polyester, l'acrylique et l'élasthanne, sont des produits pétroliers transformés. L'apparition de nouvelles fibres d'origine naturelle, comme celles issues de la betterave (biodégradables, on les utilise pour fabriquer des filets destinés à la culture des moules), du chanvre (cinq fois plus résistant que le coton), du soja (doux comme de la soie, biodégradable), des carapaces de crabes (ou fibre « crabyon »), ou du bois de bambou (antibactérien) constituent de nouveaux enjeux pour l'industrie du textile.

Par ailleurs, la mode contemporaine rencontre les mêmes problèmes que l'art contemporain. Étant donné le nombre incalculable de jeunes créateurs, comparé aux quelques artistes et couturiers qui occupent le devant de la scène, mais aussi la richesse

d'un héritage qu'il convient de connaître, ces mêmes jeunes créateurs doivent survivre – en utilisant les stratégies de communication spécifiques qui régulent le marché, faute d'être condamnés à disparaître. Par ailleurs, les grands noms de la mode étendent leur production au-delà de l'habillement, afin de créer des produits qui représentent leur marque pour une diffusion plus large de leur image : « Les grandes maisons de couture du XX^e siècle produisent de tout, de l'habillement et la maroquinerie aux parfums et au maquillage en passant par les coussins, housses de couette, porte préservatifs, capucino, cendriers, cigarettes, beaux livres, laisses, lits banquettes, skis. Tout ce qui peut porter la griffe d'un créateur est aujourd'hui produit pour la consommation de masse. La mode est devenue une industrie qui pèse des milliards de dollars. »⁶

Dans ce contexte particulier, de nouvelles formes de création voient le jour, à travers la recherche & développement appliquée aux vêtements. L'évolution des TIC et des sciences est à l'origine de nouveaux matériaux, de nouveaux textiles et de nouvelles interfaces, comme les vêtements ou les tapisseries interactives⁷ de Barbara Layne, mis au point avec son laboratoire de recherche subTela⁸, sur lesquels des motifs défilent grâce à des diodes émettrices de lumière, créant une rencontre entre tissu traditionnel et technologique. L'apparition des vêtements *communicants*⁹ ou *technologisés* donne un nouveau visage à la mode, entre commercialisation et création pure. Les tissus intelligents représentent un marché en expansion, qui se dessine à travers les recherches effectuées dans le domaine des textiles du futur. Les applications sont multiples : une meilleure protection du corps en environnement hostile (vêtements thermorégulants, combinaisons de cosmonautes de plus en plus légères), la sécurité, l'autodéfense et la prévention (veste qui envoie des décharges électriques de plus de 80 000 volts aux agresseurs¹⁰, maillots de bain antinoyade pour les enfants¹¹), mais aussi les textiles qui contribuent au bien-être du corps dans le domaine du cosmétique ou de la médecine par le biais de la microencapsulation¹² (collants hydratants ou amincissants, vêtements qui diffusent des vitamines, des parfums ou des médicaments), toutes ces applications ayant pour objectif de transformer les tissus en partenaires du mieux-être (dotés de propriétés bactériostatiques ou antistress), sont caractéristiques des préoccupations de la société contemporaine. Face à la commercialisation ou non de ces nouveaux textiles (car il y a encore des réserves sur ceux qui transmettent des substances, étant données les questions de dosage et d'allergies), les vêtements communicants affichent des messages et transforment le corps en corps-écran, faisant le lien entre la notion de réseau dans son sens le plus traditionnel, à savoir la maille et le tissu, et le réseau de communication électronique, en diffusant des textes ou images à travers le textile. Ce phénomène s'est révélé tout d'abord de manière ludique dans les avant-gardes artistiques, comme le futurisme en 1913. Certains fu-





turistes italiens, comme Balla, inventèrent un processus de communication inédite avec leurs vêtements : « Balla avait une ampoule colorée à l'intérieur de sa cravate qui avait la forme d'une petite boîte pourvue sur le devant d'un écran en celluloïd. Lors des phases les plus électrisantes de la conversation, il pressait le bouton et sa cravate s'allumait : c'était le moment de ses notes aiguës »¹³. On peut cependant s'interroger sur cette fonction de communication, qui relève de l'« hypercommunication » et du gadget. Les vêtements et accessoires communicants personnalisables déjà commercialisés comme les ceintures, bracelets, tee-shirt ou jeans¹⁴ concernent davantage une cible « jeune ». Mais les applications au domaine de la chorégraphie à travers les collaborations entre artistes et chercheurs ouvrent la voie à des pratiques inédites du corps dans l'espace. Certaines œuvres de l'art actuel se tournent vers l'esthétique relationnelle ou encore vers des esthétiques fonctionnelles, comme les vêtements-enveloppes de Lucy Orta. L'idée de l'œuvre comme médiation culturelle ou « remédiation » sociale est particulièrement intéressante à explorer, en lien avec les vêtements communicants. Joanna Berzowska¹⁵ et son équipe de recherche XS Lab ont élaboré des créations textiles qui réagissent au toucher en changeant de couleur ou en s'allumant, possédant la mémoire du contact physique, comme *Intimate Memory* (2005) ou des robes qui se connectent les unes aux autres¹⁶ par le biais de boutons pression, reliés à un dispositif qui permet d'illuminer le vêtement comme un ciel étoilé, *Constellation Dresses* (2005)¹⁷. Les vêtements créés par Sha Xin Wei¹⁸, dont les matériaux textiles sont chargés d'électronique et de capteurs, créent des environnements varia-

bles et interactifs à travers le corps et la gestuelle des intervenants, poursuivant ainsi le lien entre le tissu technologisé et son milieu, qu'il soit social ou architectural. Les espaces chorégraphiques ainsi créés grâce à une intuition individuelle, créative et collective du corps, comme dans son œuvre *T'Garden*¹⁹ (2001-2002) font appel à l'improvisation. Or, l'exigence de lien social et de partage du sensible qui émane de ces créations entre en conflit avec un certain individualisme du vêtement. La question se pose de l'autonomie de ces objets et des interactions qui ne sont pas toujours contrôlables entre le vêtement technologisé et le corps qui les porte, telle la robe aux trois fleurs de Joanna Berzowska, *Kukkia*²⁰ (2005), dont les pétales s'ouvrent et se ferment lentement en effleurant le visage de façon autonome grâce à l'action du niti-nol²¹. Certains vêtements changent de volume grâce à l'intervention du spectateur. À la fois structurale et délicate dans son tissu en organdi de coton blanc, la robe de Ying Gao²², *Walking City* (2006) se transforme en fonction de l'intensité d'un son ou d'un mouvement qui a lieu à proximité des capteurs qui se cachent sur sa surface, introduisant une interactivité toujours renouvelée. La forme des structures gonflables est l'origami²³, qui se gonfle et se repose selon la participation du spectateur. Cependant, ces vêtements technologisés, élaborés dans des laboratoires de recherche, ne sont pas destinés à la commercialisation, mais plutôt à des applications artistiques. D'un point de vue légal, écologique et sécuritaire²⁴, ils ne trouvent pas d'applications industrielles pour la production de masse.

Mettre en scène et se mettre en scène dans le monde, nous invite à nous interroger sur les problèmes



Barbara Layne, Studio Sub Tela, *Jackets*, 2006.

contemporains de l'identité, de l'appartenance à un groupe ou à une tribu, voire du communautarisme, mais aussi sur le phénomène de transparence des émotions²⁵, sur la frontière entre cacher et montrer qui est au cœur du vêtement même, ainsi que sur la relation nouvelle qui s'institue entre l'intime et le public. S'il est vrai que « le corps, en fonction des thèses spiritualistes en usage dans le monde traditionnel, était censé envelopper l'âme », il convient alors de se demander ce qu'il en est aujourd'hui, avec le vêtement communicant. S'agit-il d'une autre « ouverture de l'âme » après son enveloppement, qui fut la première fonction du vêtement dans le monde traditionnel ?²⁶

CAROLE RINALDI

NOTES

- ¹ André Leroi-Gourhan, *Le geste et la parole II, La mémoire et les rythmes*, Éditions Albin Michel, 1964, extrait du chapitre « Les symboles de la société, la parure », p. 188.
- ² *Ibid.*, p. 189.
- ³ Bronwyn Cosgrave, *Histoire de la mode*, Éditions Saint-André-des-Arts, 2002, p. 182-183.
- ⁴ Extrait du texte « La Mode », de Mallarmé, 15 novembre 1874, dans l'ouvrage *Noblesse de la robe*, Oscar Wilde et Stéphane Mallarmé, Présentation de Jacques de Langlade, les Belles Lettres, 1997.
- ⁵ Collection haute couture de Dior, printemps/été 2006.
- ⁶ Bronwyn Cosgrave, *Histoire de la mode*, Éditions Saint-André-des-Arts, 2002, p. 220.
- ⁷ Ces créations font écho aux œuvres à message de l'artiste Jenny Holzer.
- ⁸ Laboratoire de recherche subTela : textiles interactifs et ordinateurs vestimentaires, Hexagram, Université de Concordia à Montréal.
- ⁹ Ce terme semble être un pléonasmе, car tout vêtement communique suffisamment par lui-même.

¹⁰ www.no-contact.com.

¹¹ www.plouf.fr.

¹² La microencapsulation permet de libérer des substances à travers le tissu par action mécanique ou frottement.

¹³ Valérie Guillaume, « Vêtements de la vie quotidienne dans les avant-gardes artistiques européennes », *art press*, hors série, « Art et mode, attirance et divergence », p. 122.

¹⁴ Sites de vêtements et accessoires avec inscription de messages et d'images personnalisables.

¹⁵ Laboratoire de recherche Hexagram, Université Concordia à Montréal.

¹⁶ Ces robes ont été récupérées dans des friperies, ce qui leur donne une seconde vie technologique.

¹⁷ La présentation de ces robes s'est effectuée lors de performances, elles ont été conçues par XS Labs, Joanna Berzowska et Madeleine Beaulieu.

¹⁸ Sha Xin Wei est enseignant et chercheur à Hexagram, Université Concordia, Montréal.

¹⁹ « *Soft architecture* ».

²⁰ *Kinetic Electronic Garment* conçue par XS Labs, Joanna Berzowska, Hanna Soder et Marcelo Coelho.

²¹ Le nitinol est un alliage à mémoire de forme.

²² Ying Gao est chercheuse et créatrice de mode dans le domaine des vêtements communicants. Elle enseigne à l'École supérieure de Mode et à l'École du Design de l'Université du Québec à Montréal.

²³ La forme esthétique de l'origami est une technique commode qui permet de gonfler les structures pliables.

²⁴ Il ne faut pas minimiser les risques de surchauffe ou de courts-circuits, ainsi que le problème de recyclage des matériaux.

²⁵ De « transparence » (Virilio).

²⁶ Charles Meriot, « Les textiles et vêtements au MEB », Introduction www.meb.u-bordeaux2.fr.

Carole RINALDI est critique d'art et chercheuse. Elle a travaillé notamment sur le thème du monochrome et du sublime et sur la notion de scandale dans l'art. Titulaire d'une maîtrise en Sciences de l'information et de la communication (Université de Nice, Sophia-Antipolis) et d'un master recherche en Théorie et pratique des arts (Université d'Aix-en-Provence), elle réalise actuellement un doctorat sur le thème de l'art, la mode et les technologies, en particulier le vêtement communicant et technologisé (Université de Rennes 2 en codirection avec l'UQAM). Elle a co-organisé deux colloques universitaires à Nice, « Les technologies numériques dans l'espace de la danse » (2004) en ouverture du Monaco Dance Forum, et « Arts, entreprises et technologies » (2005).