

GLOBELICS 7^e Conférence Internationale 2009

“Inclusive Growth, Innovation and Technological Change : Education, Social capital and Sustainable Development”

SousTheme 4

La mode vestimentaire féminine à Brazzaville dans le contexte de la révolution des TIC : entre innovation et imitation entrepreneuriales

Par

Nadège Bibila

**Centre d'Études et de Recherche sur les Analyses
et Politiques Économiques (CERAPE)**

BP 15397, Brazzaville Congo

Tel (242) 522 30 28 /658 49 45 / 576 08 52

E-mail : nadegca_bibil@yahoo.fr

Cerape_congo@yahoo.fr

RESUME :

L'industrie artisanale de la mode féminine connaît depuis plus d'une décennie un dynamisme sans précédent. Ce dynamisme se traduit par un processus continu d'innovations dans les modèles de type africain et une multiplication de petites et moyennes entreprises dans la filière de la couture féminine. Selon une enquête menée en 2003, le chiffre d'affaires généré par la couture féminine au Congo s'élève à plus d'un milliard de francs CFA par an. Le contexte d'un développement fulgurant des technologies de l'information et de la communication (TIC) a aussi influencé et stimulé cette dynamique.

L'objectif assigné à cette recherche est double : le premier est de cerner les facteurs qui déterminent les préférences de la mode vestimentaire des femmes à Brazzaville. Le second est de saisir le rôle joué par les TIC dans ce processus d'évolution continue, marquée par l'imitation et l'innovation.

L'enquête menée a révélé un attachement particulier des femmes notamment celles ayant un statut marital et professionnel affirmé, à la mode vestimentaire africaine même si certaines peuvent s'habiller occasionnellement à l'occidentale par imitation et pour varier un peu. Cet attachement est fortement ancré dans leur esprit et relève du besoin de défendre leur identité culturelle et leur appartenance à un continent qui a ses propres valeurs.

INTRODUCTION

Contexte

L'industrie artisanale de la mode féminine connaît depuis plus d'une décennie un dynamisme sans précédent. Ce dynamisme se traduit par un processus continu d'innovations dans les modèles de type africain et une multiplication de petites et moyennes entreprises dans la filière de la couture féminine. Selon une enquête menée en 2003, le chiffre d'affaires généré par la couture féminine au Congo s'élève à plus d'un milliard de francs CFA par an. Le contexte d'un développement fulgurant des technologies de l'information et de la communication (TIC) a aussi influencé et stimulé cette dynamique. En effet, l'image véhiculée par la télévision satellitaire, la rapidité de l'information provoquée par le téléphone portable sont deux facteurs qui ont eu une incidence sur la production de la mode féminine et sa tendance à développer un grand nombre d'innovations originales mais aussi des formes d'imitations importantes du modèle vestimentaire occidental. Naturellement, ces imitations ont bouleversé les traditions culturelles des femmes africaines caractérisées par une différenciation culturelle du mode vestimentaire de la femme en fonction de son âge et de son statut marital.

La mode que nous la suivions ou pas n'est toujours que passagère. Toute mode vestimentaire reflète les goûts et une manière de pensée commune à une époque et dans un pays en particulier. Normalement, ce qui est à la mode, c'est ce qui est nouveau, d'actualité (Poupoune 2007).

Nous savons l'importance du vêtement non seulement comme un produit destiné à satisfaire le besoin vital de l'habillement des êtres humains, mais aussi comme véhicule particulier d'une identité culturelle d'un individu, d'un peuple ou d'une communauté (Gold et al, 2002; Lebreton 2003). L'habillement est le premier trait de personnalité chez un individu. Cette thèse a été défendue par les culturalistes américains avec des anthropologues comme Ralph, Linton et Margaret Meade (Mamadou Cissé 2008). C'est pourquoi, la production de vêtements ne peut pas être considérée comme une simple industrie. Elle est aussi une production d'une identité culturelle et de ce fait s'oppose à l'uniformisme culturel que véhicule le capitalisme et particulièrement la mondialisation. Par exemple, le port du pantalon jeans est le symbole de la suprématie de la culture américaine qui a inventé ce vêtement destiné à l'origine aux garçons dont la tâche était de garder les boeufs dans les ranchs américains. Avec l'internationalisation des firmes américaines notamment celles de la filière textile, leur implantation dans les autres pays, la production et la vente de ce vêtement sont devenues internationales. Il est courant de porter un jeans dans n'importe quel pays. Mais la signification de ce vêtement n'est pas perçue comme l'expansion de la culture américaine alors que c'est sa véritable signification. Toutefois, les qualités d'efficacité et de durabilité de ce vêtement ont aussi favorisé son expansion à l'échelle mondiale. Dans certaines communautés, le port du

jeans par la femme n'est pas bien considérée, surtout lorsque celle-ci est mariée et mère de famille.

Brazzaville, ville cosmopolite du fait de la présence de nombreux immigrés venus de l'Afrique de l'Ouest, du Centre et du Maghreb, est un champ intéressant pour étudier la mode féminine et comprendre les diverses influences qui interagissent et la façonnent pour devenir selon l'expression remarquable de Mariama Ndoye Mbengue (2005) une « mode interafricaine ».

L'objectif assigné à cette recherche est double : le premier est de cerner les facteurs qui déterminent les préférences de la mode vestimentaire des femmes à Brazzaville. Le second est de saisir le rôle joué par les TIC dans ce processus d'évolution continue, marquée par l'imitation et l'innovation.

Dans un environnement caractérisé par le poids considérable de l'influence occidentale, l'existence des firmes transnationales du vêtement qui façonnent la mode à l'échelle planétaire, étudier la mode féminine à Brazzaville revêt une importance particulière. Une telle recherche permet de mieux mettre en évidence les formes de résistance que déploie la culture africaine de la mode pour conserver son originalité, mais aussi les percées de l'influence culturelle occidentale. Mais au-delà de cette dialectique, une telle recherche permet de voir la contribution apportée par la mode africaine à l'esthétique mondiale, son originalité et ses atouts, mais aussi les limites

La problématique de la présente recherche s'articule autour de deux questions : quels sont les facteurs qui déterminent les préférences de la mode vestimentaire féminine ? Comment les TIC interagissent dans le processus innovation-imitation entrepreneuriale de la mode féminine ?

A travers cette problématique, nous avons voulu tester deux hypothèses. La première est celle qui affirme que le choix vestimentaire des femmes est lié à leur âge. Plus elles sont âgées, plus elles réduisent le recours à la mode occidentale pour adopter la mode africaine. La seconde hypothèse est celle qui suppose que le mode vestimentaire dépend du statut marital et socio-professionnel.

La méthodologie de cette recherche s'inspire des travaux de Gold, Gadou et Cisse (2002) tout en innovant sur certains aspects méthodologiques. L'approche adoptée par ces auteurs est l'approche « kaufmannienne ». C'est une démarche inspirée de l'anthropologie qui consiste à considérer les interviewés comme des informateurs et à découvrir leurs catégories de pensée dans le but de mettre en lumière des processus sociaux et des phénomènes culturels (Kaufman 1997 cité par Gold et al. 2002)).

Les informations et données se sont basées sur des entretiens auprès des 10 couturiers des vêtements féminins d'une part et une enquête sur la base d'un questionnaire sur 80 clientes de ces ateliers de couture d'autre part. Cette démarche a été appliquée par Gold et al dans l'étude qu'ils ont faite des pratiques vestimentaires des femmes à Abidjan. Les

femmes consommatrices de mode et les couturiers, créateurs de mode, ont été interrogés dans le quartier de Yopougon à Abidjan. Mais, l'enquête s'est limitée à cette population alors qu'il est aussi nécessaire d'interroger les hommes du fait de l'influence qu'ils ont sur l'habillement des femmes, en particulier le vêtement de sortie. Pour surmonter cette insuffisance, nous avons interrogé aussi un groupe d'hommes d'âge et de milieu hétérogènes afin d'avoir le point de vue masculin. Ainsi, un groupe de 30 hommes ont été interviewés pour recueillir leur opinion et leur préférence sur la mode féminine.

L'objectif de l'enquête était d'obtenir des informations et données détaillées sur l'organisation des ateliers de couture, les recettes générées par cette activité, les clientes visées, les innovations et imitations entrepreneuriales réalisées, leur fréquence, l'influence de la mode des autres régions d'Afrique, la contribution des TIC dans ce processus, le statut social de ces femmes, les facteurs qui incitent les femmes à s'habiller à l'africaine ou à l'occidentale, la place de chaque mode dans l'habillement, les préférences, les coûts supportés, l'influence exercée par la télévision, l'utilisation du portable pour la communication avec les clientes et la passation des commandes, etc.

En plus du questionnaire et du guide d'entretien, il nous a semblé utile d'innover par rapport aux approches antérieures en affinant l'approche méthodologique de cette présente recherche. Ce raffinement méthodologique a consisté à suivre pendant 1 mois 4 types de femmes différents selon les critères de l'âge, de la profession et du statut marital. Cette enquête particulière a visé à obtenir des données de panel afin de mesurer le port des vêtements africains ou occidentaux en fonction du statut social et marital de la femme pendant une longue période. Il s'agissait d'interroger une jeune fille, une femme travailleuse, une femme célibataire, et une femme mariée sur leur accoutrement quotidien pendant 31 jours. Cette méthode a permis de voir quelle est la part du vêtement africain dans l'habillement quotidien de ces quatre types de femmes et de procéder à des comparaisons intéressantes. Évidemment, cette approche ne devra pas aboutir à des extrapolations. Elle donne simplement des indications sur les préférences vestimentaires selon le statut de la femme.

Afin de tester les hypothèses évoquées ci-dessus de façon rigoureuse, il a été estimé sur la base des données d'enquête, le Chi deux, indicateur permettant de montrer la relation de dépendance existant entre plusieurs variables.

La structure de cet article comprend trois points : le premier traite de la revue de la littérature, le second présente l'importance de la mode africaine à partir des données d'enquête et les variables explicatives du comportement vestimentaire féminin et le troisième montre la contribution des TIC dans cette dynamique.

1) REVUE DE LA LITTÉRATURE

La littérature sur la mode vestimentaire des femmes africaines est diverse, mais elle est unanime pour reconnaître le caractère esthétique, original et créatif de cette mode dont l'élément essentiel est le pagne wax ou fancy. La mode africaine est avant un fait culturel comme le souligne Julie Kovacs. C'est pourquoi, avant d'aborder la littérature sur la mode vestimentaire, il importe de donner une brève définition du concept de culture.

« Pour les sciences sociales, affirment Bremond et Geledan, la culture n'a rien de savant, ce n'est pas un ensemble de connaissances scolaires, livresques ou mondaines, mais plutôt une réalité commune à tous les membres d'une société, du plus érudit au plus humble. Dans une société donnée, les individus partagent un ensemble de valeurs et donnent des significations communes à des symboles et des phénomènes sociaux. Ces guides de comportement permettent d'agir de façon relativement précise et conformément à des attentes sociales » (p.139). C'est en 1871 qu'apparaît la définition anthropologique moderne de la culture. E. B. Tylor, anthropologue britannique définit la culture comme « ce tout complexe qui inclut les connaissances, les croyances religieuses, l'art, la morale, le droit, les coutumes et toutes les capacités et habitudes que l'homme acquiert en tant que membre de la société » (cité par Bremond et Geledan, p. 139).

La revue de la littérature aborde des aspects relatives à la périodisation de la mode, à l'originalité, le savoir faire et la création, les TIC, les contradictions dans le choix de la mode vestimentaire.

Périodisation

Selon Papa Mamadou Cissé (2008), le processus de changement social du point de vue vestimentaire s'est transformé en adoptant un rythme accélérant ces derniers temps et va toujours à l'encontre des valeurs socio-culturelles. Ce processus s'est effectué selon des étapes : traditionnelle (avant l'arrivée du colon), classique (vers 1950), postmoderne (vers 1970), moderne (vers 1980), sexy (vers 1990), Showing-All (vers 2000), adamite (vers...).

Originalité

La mode vestimentaire féminine basée sur le pagne est un moyen pour s'identifier et conserver son authenticité. Cela est aussi perçu comme une forme de résistance à l'invasion de modèles vestimentaires européens considérés comme impudique. Anne Raulin (1991) rapportée par Gold et al, dans une enquête sur la communauté ouest africaine installée à Paris, relève que les pratiques vestimentaires d'origine sont vécues comme les plus adaptées à la personne, les plus estimées, pour les femmes en particulier qui tentent de résister au port du vêtement européen et à l'impudeur qui lui est associée. Gold et al constatent que ce sont les mêmes arguments avancés par les femmes de Yopougon. Celles-ci affirment leur attachement à leur habit coutumier dans lequel elles se sentent véritablement à l'aise. Le caractère ancestral qu'elles attribuent au pagne, son ancienneté ainsi que son authenticité sont pour elles autant d'arguments qui attestent de l'africanité de ce tissu, et, par un jeu d'identification, de celle qui le porte.

Des stylistes comme Aphaldi au Niger, Pathe'O en Côte d'Ivoire, ou Gabby Amundela au Congo Kinshasa, Hyppolite Diayoka au Congo Brazzaville sont cités comme des personnalités qui créent de nouveaux styles vestimentaires et valorisent la mode féminine et masculine africaine. « Bien que la culture étrangère batte son plein à Kinshasa, affirme

Amundela, nous, nous cherchons à toujours mettre au profit de notre public un style charmant. L'originalité pour nous prime. Nous sommes de ces générations qui creusent dans la mémoire du peuple les sillons indélébiles de l'histoire africaine » (Rapporté par Régine Kiala, page 8).

Savoir faire et créativité

C'est un autre aspect important qui transparait dans la littérature. Le pagne est l'habit par excellence où les entrepreneurs couturiers et stylistes africains rivalisent d'ardeur pour créer de nouveaux styles vestimentaires en respectant le caractère fonctionnel et esthétique de l'habit féminin. L'origine des motifs des wax print est variée, pour plusieurs raisons. D'abord les usines uniwax recrutent leurs dessinateurs dans les écoles d'arts et de métiers de Bingerville et de Yopougon, qui elles mêmes attirent les jeunes de toute la sous-région, Burkinabès, Maliens, Ivoiriens, hommes et femmes se retrouvent dans les ateliers de création grâce à leur mérite et leur talent. Leurs dessins sont aussi divers que leurs origines : on trouve des motifs graphiques ou rythmiques, des motifs descriptifs relatifs à la ville et la modernité, des motifs floraux et ethniques provenant de toute l'Afrique : le tissu bogolan d'origine malienne, la toile korhogo du nord de la Côte d'Ivoire, le motif Bakuba du nord du Congo, le raphia tiré de la feuille de palmier, la broderie du Sénégal, les tissés Akans, tous sont traduits en wax-print et déclinés en une variété de couleurs (Lebreton, 2003).

Influence des TIC dans le processus innovation- imitation

L'Afrique est vraiment à l'heure de la révolution des TIC. Celles-ci ont bouleversé les modes de vie et ont permis une diffusion plus rapide des idées et des images. Or, la mode est d'abord associée à l'image, au savoir paraître (Gold et al, 2001). Le multimédia, grâce à la révolution numérique a contribué à véhiculer l'image (Ignacio Ramonet 1999) et à la rendre plus accessible à de nombreuses personnes dans les milieux urbains africains.

Cette influence se traduit déjà dès la réalisation de la matière première à savoir le tissu. En effet, selon Lebreton (2003), l'amélioration des transports et de la communication encourage le client à s'adresser directement à l'usine et à suggérer les motifs et le type de produit dont il a besoin. Cette interaction entre le fabricant du wax-print et ceux qui la portent montre à quel point le pagne reflète la participation des personnes diverses, quelle que soit la classe sociale, à l'invention continue d'une esthétique et d'une culture collective typiquement africaine.

Bien avant la mondialisation, souligne Mariama Mbengue Ndoeye (2005), la circulation des biens et des personnes, quel que fut son rythme, a permis à la mode de s'exporter, de se métisser, de s'épanouir. Les médias n'ont pas été étrangers à cet essor nouveau de la mode interafricaine, internationale. On peut voir le rôle actif joué non seulement par la télévision, mais aussi par la presse écrite et des magazines comme Amina dans la diffusion internationale de la mode féminine. Il importe de citer le rôle actuel du film télévisé ivoirien « Ma famille » qui confirme le rôle joué par la télévision, une des TIC possédant une influence considérable sur la population. Cette série ivoirienne est aujourd'hui regardée massivement non seulement en Afrique de l'Ouest, mais aussi en Afrique centrale. Les vêtements portés par les femmes dans ce feuilleton télévisé, la

fameuse « Delta », ont tendance à être copiés par les téléspectatrices à Brazzaville et ailleurs.

Il est clair qu'aujourd'hui, la diffusion de la mode vestimentaire stimulée par la révolution des TIC liée à l'Internet (Battisti 2004) est aussi un moyen qui contribue à l'extension des styles vestimentaires.

Attitudes contradictoires

La littérature met en évidence avec de multiples exemples cette contradiction dans le mode vestimentaire entre jeunes et adultes (Lioré-Kovacs, 1998; Mobani, 2005; Kiala, 2005). La femme congolaise par exemple est tiraillée entre deux modes. Tantôt elle s'habille à l'européenne, tantôt à l'africaine. Les substitutions, les remaniements et même les renoncements dans les pratiques vestimentaires des africains vivant à Marseille permettent d'observer les choix opérés par chacun d'eux. Les adultes adaptent leur habillement à l'environnement culturel, mais tiennent à marquer leur appartenance par le port d'un ou de plusieurs éléments reconnaissables. En revanche, les jeunes se conforment au style vestimentaire des adolescents occidentaux, rejetant catégoriquement tout signifiant d'africanité.

Le cadre analytique

Il se basera sur l'approche relative à l'identité culturelle pour tenter de comprendre le dynamisme de la mode vestimentaire africaine chez les femmes. C'est ce cadre analytique qui est au centre de l'enjeu de la résistance de cette mode face aux influences extérieures véhiculées par les grandes firmes multinationales de la mode et du vêtement d'Europe et des Etats-Unis, puissamment épaulées par la télévision. Julie Kovacs insiste beaucoup dans son article sur les pratiques vestimentaires des populations ouest africaines à Marseille sur le rôle que joue l'identité culturelle. C'est un vecteur fondamental du comportement humain. Il pousse l'homme ou la femme à mettre en valeur son appartenance ethnique, nationale ou simplement raciale afin de se distinguer des autres groupes sociaux qui peuplent son entourage.

D'un autre côté, la culture tend à se mondialiser à cause de la rapidité avec laquelle est véhiculée à l'échelle mondiale la communication, comme le résultat de la révolution des TIC. Les modes de vie, de consommation et de pensée tendent à s'uniformiser. « Quand on voit l'omniprésence du jeans, du Coca Cola, d'Internet, des mêmes musiques ou films à la mode, on doit reconnaître que les frontières nationales s'estompent et que les jeunes rêvent des mêmes biens et services à Beyrouth, Moscou, Bahia ou New York » (Bremond et Gélédan, p.144).

La mondialisation a fait émerger une notion nouvelle, celle de « village planétaire » qui conduit à l'uniformisation des cultures (McLuhan). Cependant, les études d'anthropologie culturelle mettent en évidence la persistance d'une réinterprétation locale des réalités étrangères. C'est ainsi qu'en matière vestimentaire, les africaines vont utiliser le pagne wax pour élaborer des jupes appelées jupes pagnes.

2) IMPORTANCE DU VÊTEMENT AFRICAIN : ANALYSE DES DONNÉES D'ENQUÊTE

L'enquête de terrain a permis d'interroger des femmes et les hommes afin d'obtenir leurs perceptions de la mode vestimentaire féminine et de comprendre les motivations qui les poussent à adopter et préférer la mode africaine ou/et occidentale.

Concernant les femmes, les données collectées sur 80 femmes d'âge, de statut et milieu divers font apparaître une relation entre l'âge, le statut marital d'une part et le mode vestimentaire choisi. En effet, à la question de savoir quel est le type des trois derniers vêtements achetés et cousus chez le tailleur, la majorité des femmes âgées de plus de 25 ans ont répondu que ces vêtements étaient de type africain. Ainsi, dans leurs préférences entre la mode africaine et occidentale, 73,4% de répondantes portent leur préférence sur la mode vestimentaire africaine. Dans la pratique, 89,0% de femmes portent des vêtements africains contre 10,9% qui n'en portent pas. On sait que l'un des vêtements qui symbolise la femme africaine est le pagne. A la question de savoir si ce vêtement était apprécié par les femmes, 82,8% ont répondu positivement contre 15,6%.

S'agissant des jours de fêtes, moment particulier où la femme africaine cherche à valoriser sa beauté, l'enquête menée montre que le choix entre mode occidentale et africaine est proche. 44% de répondantes aiment bien s'habiller à l'occidentale le jour des fêtes contre 56% qui préfèrent porter des habits typiquement africains.

Facteurs culturels et socio-économiques

Plusieurs facteurs permettent d'expliquer l'attachement des femmes africaines au pagne et au mode vestimentaire typiquement africains. Ces facteurs sont culturels et sociaux.

Voyons tout d'abord les facteurs culturels.

Le port du pagne correspond à une culture léguée de génération en génération. En effet, une des personnes enquêtées nous a affirmé que la mère lorsque sa fille atteint la puberté, lui offre son premier pagne et lui apprend à le nouer autour des hanches. La jeune fille va désormais se vêtir en pagne lorsqu'elle est à la maison, recevoir des amies et parents avec ce vêtement et faire quelques courses dans le quartier.

Dans le même sens, les femmes africaines accumulent les pagnes de haute qualité comme un moyen de constituer un patrimoine qu'elles pourront léguer à leurs filles au moment de leur décès. Ainsi, elles pourront se consoler en portant ces pagnes de valeur et continuer à entretenir leur beauté, une des valeurs essentielles pour qu'une fille puisse se marier.

D'autres personnes enquêtées ont déclaré que le pagne est leur vêtement favori lorsqu'elles sont chez elles. Elles se sentent à l'aise en le portant et cela leur permet de vaquer facilement à leurs tâches ménagères. Ce n'est pas le cas si elles se vêtissent en pantalon ou robe. Le pantalon les gênerait dans leurs mouvements. Cet habit a l'inconvénient de mettre en valeur les fesses, ce qui entraîne un certain gêne lorsque la femme est avec les enfants ou les membres de la famille. Quant à la robe, ce vêtement pose le problème de la découverte de certaines parties du corps comme les jambes quand on s'assoie.

D'autres facteurs d'utilité sociale déterminent l'utilisation du pagne : on peut se couvrir avec un pagne lorsque l'on a froid, on peut porter un enfant au dos avec un pagne, on peut l'utiliser comme un drap pour décorer le lit; on peut s'en servir aussi pour porter un objet lourd, etc.

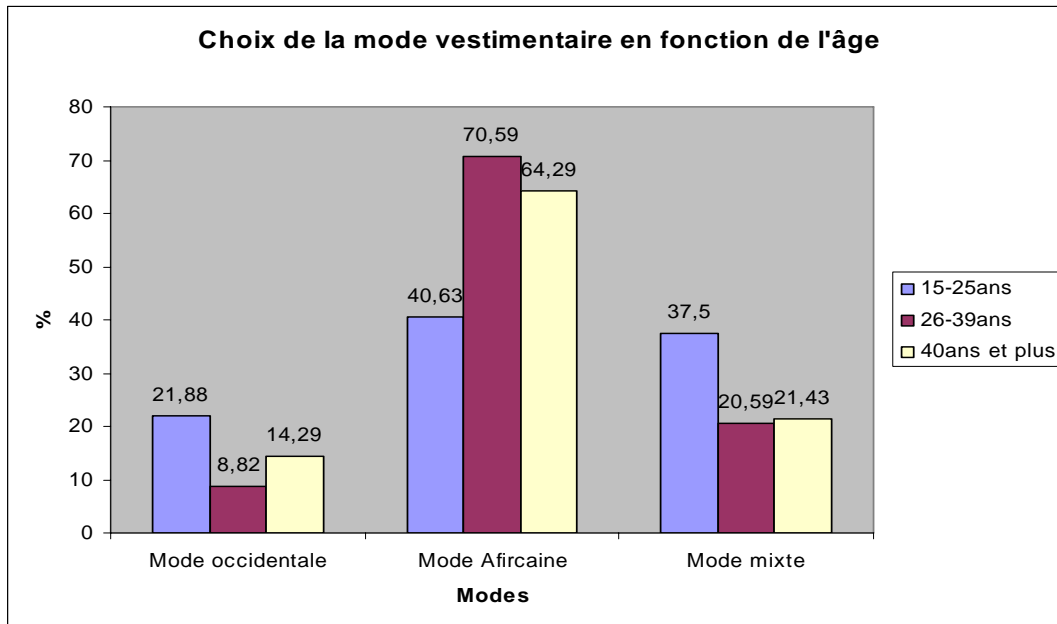
Relation entre les variables « âge », « statut marital » et « mode vestimentaire »

Notre hypothèse de départ est que la culture africaine pousse la femme à adopter un comportement particulier en fonction de son âge et de son statut marital.

L'âge

Plus la femme est jeune et célibataire, plus elle est plus libre de porter des vêtements occidentaux considérés comme impudiques. Il nous a semblé important de tester cette hypothèse.

Graphique 1. Mode vestimentaire en fonction de l'âge



Source : auteur à partir des données d'enquête

Les femmes dans leur écrasante majorité choisissent la mode africaine, surtout dans la tranche d'âge 26-39 ans et 40 ans et plus. Le test de chi deux que nous avons calculé pour voir quelle est la relation entre les variables est de 6,261. Comparé à la table statistique, il montre bien qu'il y a une dépendance entre l'âge et le mode vestimentaire (voir annexes). Cela signifie qu'à un certain âge, la femme pour se faire respecter doit porter des vêtements africains. D'ailleurs 18,7% des femmes au cours de l'enquête ont estimé que pour des raisons de décence et de respect, elles préféreraient la mode africaine à celle occidentale.

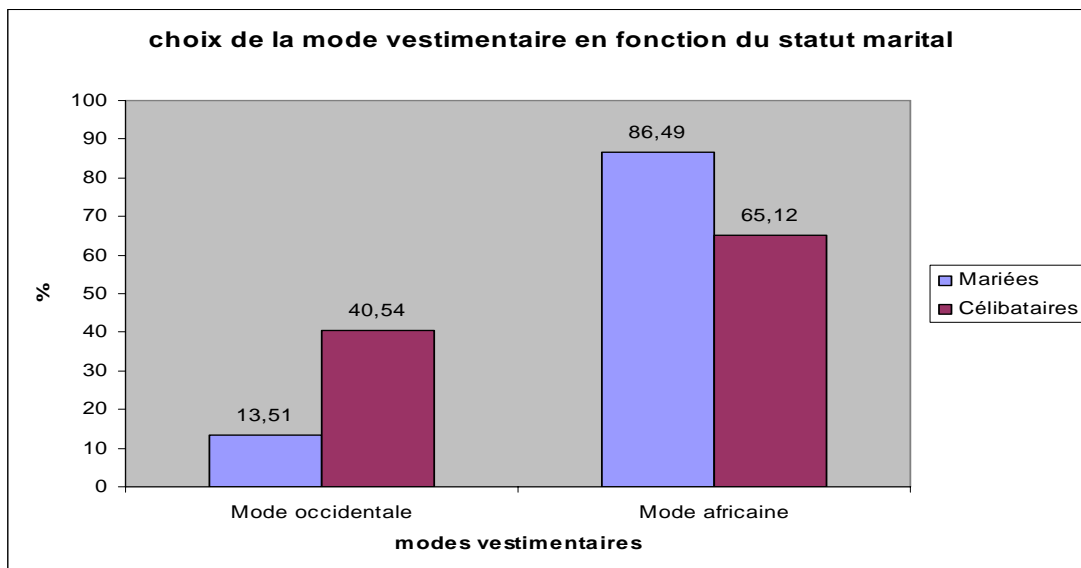
Concernant les jeunes filles, une partie non négligeable (21,8%) adopte nettement la mode occidentale et une partie encore plus importante (37,5%) combinent dans leur accoutrement les deux modes, occidentale et africaine. On constate que plus la fille grandit, plus elle a tendance à adopter le comportement vestimentaire de sa mère. D'autres études confirment le fait que la jeunesse africaine est plus attirée par la mode occidentale pour des raisons de snobisme et d'aisance, et progressivement, elle évolue de façon contradictoire, entre les deux modes (Lioré-Kovacs, 1998; Mobani, 2005; Kiala, 2005).

Le statut marital

Celui-ci est aussi une variable qui permet d'expliquer le comportement vestimentaire de la femme africaine particulièrement de la congolaise. Seulement une faible proportion de femmes mariées ont tendance à porter des vêtements de la mode occidentale comparativement aux femmes célibataires (13,5% contre 40,5%) (voir figure 2).

Le test de chi deux que nous avons effectué est de 4,843. Comparé à la table statistique, il conduit à admettre la relation de dépendance entre les variables « statut marital » et « comportement vestimentaire » des femmes (voir annexes).

Figure 2. Mode vestimentaire en fonction du statut marital de la femme



Source : auteur à partir des données d'enquête

La position des hommes

Il nous a semblé pertinent d'avoir un aperçu de la position que se font les hommes du mode vestimentaire féminin. Nous avons voulu dépasser les limites des études sur la mode vestimentaire qui volontairement ou non omettent d'analyser le regard masculin alors que cette question est importante. Cela s'explique par deux raisons : premièrement, l'homme côtoie chaque jour la femme dans la famille, le travail, l'école, la rue, etc. et son regard a une certaine influence sur le paraître de la femme. Deuxièmement, les femmes mariées tendent à plaire à leurs partenaires dans leur manière de s'habiller, surtout lors des sorties. Ceux-ci souvent apprécient leurs compagnes et même dans certains cas orientent leurs choix vestimentaires.

Nous avons interviewé 30 hommes sélectionnés de façon aléatoire, des hommes de divers milieux et dont les âges varient entre 15 et 60 ans. 97% d'entre eux apprécient le pagne. 76,4% aimeraient voir leur partenaire porter un modèle de vêtement africain lors des fêtes et 86,7% le pagne à la maison.

Les principales raisons de ce choix évoquées par les répondants sont les suivantes : en portant des habits africains, la femme est plus originale et défend son identité africaine (26,5%); elle est plus belle et plus décente (11,7%).

Le rôle des couturiers

L'enquête a également montré que les couturiers jouent aussi un rôle important dans les préférences vestimentaires féminines. Ce sont les mêmes tendances que l'on retrouve chez les couturiers qui sont aussi des conseillers de leurs clientes dans le choix du modèle et qui souvent doivent innover pour les attirer. Lors de l'enquête, 70,3% de femmes ont déclaré que le tailleur les aidait à choisir leur modèle en leur faisant des suggestions. Les 10 couturiers que nous avons interviewés ont tous affirmé que les modèles africains constituaient la plus grande partie de leur chiffre d'affaires. Le constat est que cette part avait tendance à s'accroître depuis quelques années. Selon eux, les femmes veulent de plus en plus affirmer leur originalité et valoriser leur identité culturelle africaine. En plus, le pourcentage de couturiers de l'Afrique de l'ouest et de la RDC installés à Brazzaville dénote de l'internationalisation de l'entrepreneuriat dans la couture et a une incidence sur les modèles proposés à la clientèle. Les répondantes demandent leurs services à 46,7% de couturiers provenant d'autres pays africains. On note que 18,5% proviennent de la RDC et 26% de l'Afrique de l'Ouest. Ces mouvements migratoires peuvent aussi expliquer le caractère interafricain de la mode vestimentaire africaine. Ainsi, tous ces facteurs façonnent les productions vestimentaires et le style de la mode réalisé par les modélistes et les tailleurs.

Quatre femmes de statut marital et professionnel différent ont été suivies pendant un mois afin de collecter des données sur leur habillement quotidien et mieux mesurer l'importance du vêtement africain.

Tableau n° 1: Port de la mode vestimentaire en fonction du statut socio professionnel (pendant 31 jours)

Statut	Age	Nombre de jours en mode africaine	Nombre de jours en mode occidentale	Pourcentage en mode africaine
Femme mariée Travailleuse	48 ans	24	7	77,41%
Femme célibataire Travailleuse	40 ans	20	10	64,51%
Femme mariée non travailleuse	32 ans	16	15	51,61%
Femme jeune sans emploi	22 ans	19	12	61,29%

Source : auteur sur la base des données d'enquête

Les données du tableau montre que pendant la période de 31 jours d'enquête, ce sont les femmes travailleuses, indépendamment de leur statut marital, qui portent plus les habits africains qu'occidentaux, comparativement à celles qui ne sont pas travailleuses (77,41% et 64,51%). Cela semble montrer l'influence du statut professionnel sur le choix vestimentaire des femmes. Cela pourrait signifier que le fait de travailler donne à la femme la possibilité d'avoir des revenus pour acheter les habits à sa convenance. En outre, l'influence du milieu professionnel, le contact journalier avec les collègues femmes peuvent aussi interagir sur leurs préférences dans la mode vestimentaire et l'affirmation d'une plus grande identité africaine.

3) ROLE DES TIC DANS LA PROPAGATION DE LA MODE VESTIMENTAIRE FEMININE ET DANS LE PROCESSUS ENTREPRENEURIAL INNOVATION-IMITATION

Les TIC jouent incontestablement un rôle de premier plan aujourd'hui dans la diffusion de masse des nouveaux modèles de vêtements. De ce point de vue, on peut affirmer que ces technologies alimentent l'innovation tout en favorisant aussi les imitations des modèles de vêtement occidentaux. Ce rôle ambivalent s'explique d'une part par la vitalité du mode vestimentaire interafricain, sa grande capacité de créativité, mais aussi par le fait que les médias, notamment la télévision africaine, de par ses programmes subit une influence considérable des médias occidentales grâce à la diffusion massive de documentaires et séries télévisées bon marché d'origine américaine, française, brésilienne, etc.

Innovation-imitation

Ici, lorsque nous parlons du processus innovation-imitation, il s'agit de comprendre que le choix d'un modèle vestimentaire occidental procède de l'imitation des modèles

souvent conçus par les grandes firmes de la mode implantées dans les pays occidentaux. Lorsque nous parlons d'innovation, nous voulons exprimer la créativité propre des modélistes et couturiers africains qui inventent de façon permanente des nouveaux modèles pour satisfaire leur clientèle. Ainsi, sur le marché, ces innovations peuvent être observées et contribuent à distinguer ces petits entrepreneurs de la couture, la vannerie, la menuiserie etc. et à leur conférer une dynamique entrepreneuriale remarquable (Boungou Bazika 2007). Des couturiers africains peuvent aussi imiter des modèles conçus par d'autres africains, du fait du développement des échanges interafricains.

Dans l'analyse présente, il faut souligner le fait que les moyens de ces inventeurs sont nettement moins importants que ceux de grandes firmes occidentales qui disposent d'énormes capitaux, de puissants médias et d'importantes ressources humaines. La libéralisation commerciale et la mondialisation des marchés donnent encore plus de force à ces firmes pour influencer les consommateurs du monde entier et les pousser à l'uniformité. Elles ont presque atteint leur objectif concernant la mode vestimentaire masculine. Dans ce domaine, c'est l'imitation de la mode occidentale qui semble dominer.

Quelques exceptions existent. C'est le cas de la fameuse chemise « Mandela » qui est venue révolutionner l'accoutrement masculin et lui donner une plus grande connotation africaine. C'est aussi le cas en Afrique de l'Ouest où les hommes ont conservé le boubou valorisé par des hommes politiques comme l'ancien Président du Nigeria Abanssandjo ou du Mali, Alpha Konaré. Mais s'agissant de l'habillement de la femme en Afrique, plus particulièrement au Congo Brazzaville, on peut observer une grande résistance de la mode spécifique africaine.

Deux facteurs peuvent expliquer cette résistance de la mode vestimentaire féminine: le désir d'originalité des femmes et la grande vitalité de cette mode vestimentaire illustrée par la forte créativité et les innovations permanentes des entrepreneurs couturiers.

Dans l'enquête, la principale raison qui pousse les femmes à préférer la mode africaine est le désir de conserver leur identité propre et de valoriser l'esthétique de la femme africaine. 40,6% des répondantes évoquent sans ambiguïté cette raison qu'elles considèrent comme une question d'honneur pour la femme africaine. Toutefois, elles peuvent pour des raisons de variété s'habiller de temps en temps à l'occidentale. Cependant, la mode qui domine nettement dans leur quotidien est la mode africaine.

La deuxième raison se rattache à la vitalité de cette mode qui s'exprime par la grande variété des tissus, de leurs motifs et des modèles vestimentaires. Cette diversité constitue aussi un attrait et l'innovation joue un rôle essentiel dans ce sens. Lors de notre enquête chez les couturiers, nous avons comptabilisé au moins une quarantaine de modèles différents allant des jupes pagnes aux motifs multicolores grands boubous richement brodés en passant par les camisoles aux formes variées.

Tous les couturiers ont affirmé qu'ils innovaient eux-mêmes et qu'en plus, ils s'inspiraient des nouveaux modèles provenant de Côte d'Ivoire, Nigeria, Mali, Burkina Faso, etc. pour renforcer le processus d'innovation et la diversification des produits

offerts à la clientèle. Comme le soulignait l'économiste Joseph Schumpeter (1999), ce processus de destruction-crédation joue un rôle stimulant dans la dynamique entrepreneuriale.

Le téléphone portable

Ce produit qui a révolutionné l'industrie des TIC a connu une expansion extraordinaire en Afrique. Il est un des moyens de transmission des innovations-imitations.

C'est en 2000 que la technologie du téléphone mobile a commencé à inonder les zones urbaines, Brazzaville, la capitale politique, et Pointe-Noire la capitale économique. Grâce à l'implantation des centrales dans d'autres régions, plusieurs villes de l'intérieur sont en liaison avec les autres localités et les personnes capables de s'acheter un portable utilisent ce moyen pour communiquer (Boungou Bazika, 2004).

Le téléphone portable s'est imposé peu à peu comme le moyen de communication privilégié dans le pays du fait de la crise de l'Office National des Postes et Télécommunications (ONPT), société d'Etat se trouvant dans l'incapacité de satisfaire la forte demande en téléphone fixe. Les grandes firmes étrangères ont tiré profit de cette défaillance pour proposer les services de téléphonie mobile, caractérisés par une plus grande accessibilité des ménages. Comme la demande existante était importante, elles ont très vite occupé le terrain et les ventes de cellulaires se sont rapidement développées. Trois grands groupes industriels se partagent le marché de la téléphonie mobile, à savoir ZAIN d'origine koweïtienne, MTN d'origine sud africaine et Warid en provenance des Emirats arabes. En juin 2002, on comptait 14 103 abonnés de l'entreprise publique SOTELCO, résultat de la restructuration de l'ONPT et 201 000 abonnés des sociétés privées étrangères (Makosso, 2005, Bibila 2008).

La télévision

La télévision a aussi connu une révolution qui a accru son rôle dans la diffusion de l'image à l'échelle mondiale grâce aux satellites de communication. Le paysage télévisuel congolais a beaucoup évolué avec la diversification des chaînes. Même si l'Etat au Congo conserve le monopole dans la diffusion, les téléspectateurs du fait de la proximité de Kinshasa où il y a eu libéralisation, peuvent capter de nombreuses chaînes étrangères et suivre les films nigériens, les séries ivoiriennes ou burkinabés. Cette révolution de l'image télévisuelle s'explique aussi par les énormes progrès enregistrés dans l'industrie des télécommunications avec le satellite.

Image (télévisuelle) et information (téléphonique) au service du paraître

Les données de l'enquête menée montrent le rôle actif de la télévision dans la diffusion de la mode vestimentaire chez les femmes. En effet, 64,06% des femmes interrogées ont affirmé suivre la télévision pour s'inspirer des modèles vestimentaires. Pour 64% des répondantes, les films nigériens et la série télévisuelle ivoirienne « Ma famille » les aident à avoir des idées innovantes sur la mode vestimentaire. L'actrice ivoirienne Delta

très appréciée du public féminin, a même donné son nom à des modèles particuliers de jupes pagnes et de camisoles qui sont actuellement à la mode à Brazzaville et ailleurs.

De même, les hommes interviewés ont déclaré que la télévision représentait pour eux une source d'inspiration pour suggérer des modèles à leurs partenaires (64,7%). La majorité d'entre eux suivaient les films nigériens et ivoiriens qui les inspiraient dans ce sens (58,8%). Dans le même sens, 80% des couturiers ont déclaré suivre la télévision pour connaître les nouveaux modèles vestimentaires des femmes et les proposer à leurs clientes.

S'agissant de l'Internet, l'enquête a montré que cette TIC était encore peu utilisée au Congo. Du fait de son coût d'accès et des contraintes d'utilisation (nécessité d'une certaine culture informatique), seulement 9,3% de femmes utilisent cette technologie pour procéder au choix de leurs modèles vestimentaires.

Concernant le téléphone portable, cette TIC est présente dans tous les ateliers de couture et les entrepreneurs tailleurs utilisent le portable pour le fonctionnement de leur entreprise, la communication avec les clientes et les commandes avec les fournisseurs. Un couturier burkinabé installé à Brazzaville a même déclaré qu'il utilisait le téléphone mobile pour appeler les membres de sa famille à Ouagadougou et s'informer sur les nouveaux modèles vestimentaires des femmes. Ainsi, les avantages que présente le téléphone portable sont nombreux. Pour 50% de couturiers, il permet de faciliter la communication avec la clientèle et de la fidéliser. Pour 20%, il contribue à la réalisation des commandes auprès des fournisseurs. Pour 90%, il facilite l'innovation des modèles vestimentaires.

CONCLUSION

Cette recherche sur la mode vestimentaire, qui fait partie d'une recherche plus vaste que nous menons sur les TIC et la culture africaine s'est efforcée de montrer en quoi la mode vestimentaire des femmes à Brazzaville est liée à leur âge et leur statut marital et que les TIC jouent un rôle important dans le processus d'innovation-imitation de la production vestimentaire. L'enquête menée a révélé un attachement particulier des femmes à la mode vestimentaire africaine même si certaines peuvent s'habiller occasionnellement à l'occidentale par imitation et pour varier un peu. Cet attachement est fortement ancré dans leur esprit et relève du besoin de défendre leur identité culturelle et leur appartenance à un continent qui a ses propres valeurs. Ce n'est donc pas seulement comme le laisse entendre Lebreton (2003) une simple question de paraître. Les jeunes filles par contre préfèrent imiter parce qu'elles pensent être à la mode et présenter une image dite moderne à laquelle elles associent la jeunesse. Pour certaines, s'habiller à l'africaine conduirait à une sorte de vieillissement de leur image, une perte de leur physionomie juvénile. Nous avons aussi vu la tendance à « l'inter africanisation » de la mode vestimentaire féminine à travers le rôle des TIC et des mouvements migratoires des entrepreneurs couturiers africains.

Cette recherche suscite d'autres interrogations. Par exemple, comment l'imitation nourrit-elle l'innovation de la mode vestimentaire féminine africaine ? N'existe-t-il pas des passerelles entre la mode occidentale et la mode africaine ? Par exemple la jupe-pagne actuellement à la mode est-elle pas une adaptation africaine de la jupe occidentale ? Sans une véritable industrie de la mode en Afrique, la production vestimentaire typiquement africaine pourra-t-elle résister longtemps face à la mondialisation grandissante et à la révolution montante des TIC ? La seule défense de l'esthétique africaine suffira-t-elle pour la propagation et la pérennisation de la mode vestimentaire africaine ? Comment les variables comme l'âge, le statut marital et professionnel de la femme interagissent dans les préférences du mode vestimentaire ?

Toutes ces questions sont autant de nouvelles pistes de recherche sur l'importante thématique des productions culturelles africaines, thématique intimement liée à la problématique du développement de notre continent.

Bibliographie

- **Battisti M.** (2004), L'accès à l'information électronique, le contrat en question ? Ed. ADBS, Paris.
- **Bibila N.** (2008), L'apport des TIC dans les activités documentaires de l'Université Marien Ngouabi, mémoire de maîtrise, Département de Sciences et Techniques de la Communication, Brazzaville
- **Boungou Bazika J. C.** (2004), Économie solidaire et TIC en Afrique subsaharienne : cas du Congo-Brazzaville, Revue Terminal, n° 91, pp. 99-111.
- **Boungou Bazika J.C.** (eds), Entrepreneuriat et innovation au Congo-Brazzaville, L'Harmattan, Paris.
- **Bremond J. et Gélédan A.** (2002), Dictionnaire des sciences économiques et sociales, Belin, Paris.
- **Cissé Papa M.** (2008), Sénégal : jeunesse féminine exhibitionniste – une humanité désincarnée, <http://fr.allafrica.com>.
- **Gold G., Gadou D. et Cisse G.** (2001), La mode du pagne à Abidjan : pratiques et représentations féminines en milieu urbain, Bioterre, n° spécial, actes du colloque international, centre suisse du 27-29 août 2001.
- **Lebreton S.** (2003). La pratique du pagne en Côte d'Ivoire, une expression multiculturelle, Africulture;<http://www.africulture.com>
- **Lioré-Kovacs J.** (1998), Pratiques vestimentaires et esthétiques des populations d'Afrique de l'Ouest à Marseille, Revue Aujourd'hui l'Afrique, n° 68.
- **Kiala R.** (2005), Mode congolaise : une identité vestimentaire confuse, Le Potentiel.
- **Makosso B.** (2005), Analyse du processus concurrentiel dans les services de télécommunication au Congo : l'incidence des externalités de réseau et de la réglementation sur la dynamique du secteur de la téléphonie, Revue innovation, Cahier de l'économie de l'innovation, n°21, L'Harmattan, Paris.
- **Mobani B.** (2005), Les congolaises entre le « jeans » et le pagne, Le potentiel, mercredi 18 mars.

- **Ndoye Mbengue M** (2005), Culture, art et mode vestimentaire au Sénégal, Le Potentiel, mercredi 18 mars.
- **Ndoye Mbengue M** (1999), Évolution de la mode, Mots Pluriels, n° 10, mai, pp.3-5.
- **Poupoune** (2006), La mode féminine, www.poupoune.ca/mode-vestimentaire.
- **Ramonet I.** (1999), La tyrannie de la communication, Ed. Galilée, Paris.
- **Schumpeter J.** (1999), Théorie de l'évolution économique, Dalloz, Paris.

ANNEXES

Tableau n° 1: choix du mode vestimentaire en fonction du statut marital

statut marital	Mode occidentale	Mode africaine	Total
	Effectif	Effectif	Total
Mariées	5	32	37
Célibataires	15	28	43
Total	20	60	80

Effectifs théoriques

statut marital	Mode occidentale	Mode africaine	Total
	Effectif	Effectif	Total
Mariées	9,25	27,75	37
Célibataires	10,75	32,25	43
Total	20	60	80

Calcul du khi deux

FO	FT	$(FO-FT)^2/FT$
5	9,25	1,952702703
15	10,75	1,680232558
32	27,75	0,650900901
28	32,25	0,560077519
80	80	4,843913681
degrés de liberté	1	

Tableau n° 2: Choix du mode vestimentaire en fonction de l'age

Age	Mode occidentale	Mode africaine	Modes occidentale et africaine	Total
	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif
15-25ans	7	13	12	32

26-39ans	3	24	7	34
40ans et plus	2	9	3	14
Total	12	46	22	80
Age	Mode occidentale	Mode africaine	Mode occidentale et africaine	Total
	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif
15-25ans	7	13	12	32
26 et plus	5	33	10	48
Total	12	46	22	80
effectifs théoriques				
Age	Mode occidentale	Mode africaine	Mode occidentale et africain	Total
	Effectif	Effectif	Effectif	Effectif
15-25ans	4,8	18,4	8,8	32
26 et plus	7,2	27,6	13,2	48
Total	12	46	22	80
calcul du khi deux				
FO	FT	$(fo-ft)^2/ft$		
7	4,8	1,008333333		
5	7,2	0,672222222		
13	18,4	1,584782609		
33	27,6	1,056521739		
12	8,8	1,163636364		
10	13,2	0,775757576		
80	80	6,261253843		