

# CRÉATION, STYLISME, CONTRE-CULTURE

## La mode des années 1970

VÉRONIQUE POUILLARD \*

POSER LA QUESTION DU SECTEUR DE LA MODE EN BELGIQUE REVIENT À S'INTERROGER SUR L'EXISTENCE D'UN OBJET D'ÉTUDE IMPROBABLE. EN EFFET, COINCÉES ENTRE LES ANNÉES SOIXANTE CARACTÉRISÉES PAR L'HÉGÉMONIE FINISSANTE DE LA HAUTE COUTURE PARISIENNE ET LES ANNÉES QUATRE-VINGT DONT LA FIN VERRA L'ÉMERGENCE D'UNE GÉNÉRATION DE STYLISTES AUJOURD'HUI INCONTOURNABLES SUR LA SCÈNE INTERNATIONALE, LES ANNÉES SEPTANTE ONT ÉTÉ, EN BELGIQUE, PRATIQUEMENT OUBLIÉES DE L'HISTOIRE DE LA MODE. POURTANT, NE SERAIT-CE QU'EN RAISON DE L'ÉVOLUTION DES PRATIQUES SOCIALES ET D'IMAGES CULTURELLES INCONTOURNABLES, LA MODE DES ANNÉES SEPTANTE OUVRE DE NOMBREUSES QUESTIONS QUE NOUS AVONS CHOISI DE POSER ICI PAR LE BIAS DE PORTRAITS CROISÉS QUI S'INSÈRENT DANS LES DYNAMIQUES DE CRÉATION, DE REPRODUCTION ET DE CONTRE-CULTURE PROPRES À LA PÉRIODE <sup>1</sup>.

Les hippies, le style romantique de Laura Ashley; les beatniks et les provos; le disco et les tenues inspirées de *Saturday Night Fever* et d'Abba; David Bowie en Ziggy Stardust; les paillettes et les plates-formes du *glam rock*; le punk de Vivienne Westwood et des *Sex Pistols*; le *power-chic* de Calvin Klein, Chloé et Issey Miyaké; le revival gothique porté par Siouxsie <sup>2</sup>... Ces images des années 1970 ont une puissance évocatrice immédiate. Elles construisent une culture de mode qui, sur le plan international, infuse l'atmosphère. Tous ces exemples traversent les frontières et font partie à titre divers de la vie des Belges de ces années-là. Faire l'histoire de la mode des années 1970 en Belgique pourrait donc revenir d'abord à reprendre les grandes pages de l'histoire de la culture et de la contre-culture de l'époque.

Mais cela signifie aussi se poser la question de ce qui s'est réellement passé en Belgique dans le secteur et pour les consommateurs de mode. Et la réponse, à première vue, nous laisse sur notre faim : "*with few exceptions you could hardly say there was any such thing as 'Belgian Fashion' culture before the eighties*" <sup>3</sup>, affirment les auteurs du livre *Belgian Fashion Design*. La culture de mode serait donc, en Belgique, pratiquement absente avant les années 1980. Mais est-ce vraiment le cas ? Les années 1970 en Belgique ont jusqu'ici été peu présentes dans les préoccupations des historien(ne)s de la mode <sup>4</sup>.

1 Merci aux bibliothécaires du *Mode Museum* (Anvers), de la Bibliothèque royale (Bruxelles), à Soizic Pfaff (Archives Dior), à Elizabeth Larson (*Fashion Institute of Technology*).

2 JACQUELINE HERALD, *Mode uit de zeventiger jaren*, Gilze/Londres, Ahlgaard Media, 1992; VALERIE STEELE, "Anti-Fashion : The 1970s", in *Fashion Theory. The Journal of Dress, Body and Culture*, 9.1997 (1<sup>ère</sup> année) n° 3, p. 279-296.

3 LUC DERYCKE & SANDRA VAN DE VEIRE (dir.), *Belgian Fashion Design*, Anvers, Ludion, 1999, p. 173.

4 Pour les décennies récentes, les années précédant la fondation de l'Institut du textile et de la confection en Belgique restent peu étudiées. Voir en amont : JEANINE LAMBOTTE, "Une mode sous influence", in *Les fifties en Belgique*, Catalogue d'exposition, Bruxelles, CGER, 1988, p. 242-250; en aval : MARGUERITE COPPENS, *Les années 80 : L'essor d'une mode belge. De jaren 80 : De opbloei van een Belgische mode*, Catalogue d'exposition, Bruxelles, Musées royaux d'art et d'histoire, Bruxelles, 1994.

Période charnière, elle est difficile à définir au point de vue de la création puisqu'elle se situe entre deux repères forts : en amont, le déclin de l'hégémonie de la haute couture (parisienne) sur l'évolution des formes, traditionnellement datée des années 1960<sup>5</sup>; en aval, l'émergence de l'école d'Anvers autour des 'Six'<sup>6</sup>, à la fin des années 1980<sup>7</sup>. De fait, la date de 1981 fonctionne particulièrement bien comme limite symbolique de cette période : c'est cette année-là que la promotion d'Ann Demeulemeester achève ses études à l'Académie d'Anvers<sup>8</sup>. Après les années 1970, marquées par la crainte du déclin de l'industrie textile belge et les fermetures d'entreprises, le début des années 1980 sera aussi le temps des tentatives de relance avec la mise en place de l'Institut du textile et de la confection en Belgique (ITCB)<sup>9</sup>.

### **I. Haute couture : la fin d'un modèle ?**

On affirme généralement que le déclin de la haute couture parisienne comme modèle hégémonique du secteur de la mode date des années 1960-70. En réalité, ses difficultés n'étaient pas récentes. Dès la fin de la Seconde Guerre mondiale, l'évolution des lois sociales bouleverse les rapports de force au sein de la main-d'œuvre du secteur. Le patronat de la couture, qui avait déjà essuyé de sérieux mouvements de grève dans les années 1930, doit se rendre à l'évidence. Cette fois, le changement vient à la fois du personnel et de la clientèle, qui ne se renouvelle que très partiellement. À Paris, les lignes Boutique, dont l'une des premières avait été lancée par Lucien Lelong en 1933, se généralisent pendant les années 1950<sup>10</sup>.

En Belgique, la haute couture française domine traditionnellement la majeure partie du secteur de la mode<sup>11</sup>. La nature de cette domination est avant tout culturelle et formelle. En effet, si les créateurs de mode belge existent, ils sont peu nombreux par rapport aux entreprises qui choisissent de copier les modèles français. Certains le font en toute légalité : ils demandent une carte d'acheteur à la Chambre syndicale de haute couture parisienne et se rendent à Paris deux fois l'an pour acheter des modèles. Ainsi, de 1947 aux années 1960, les archives de la maison Dior montrent qu'un nombre respectable d'entreprises de couture belges se déplacent et assistent aux

5 VALERIE STEELE, *Paris Fashion, a Cultural History*, Oxford/New York, Berg/Oxford University Press, 1988.

6 Six créateurs issus de l'Académie d'Anvers participent au *British Designers Show* de Londres en 1988 : Dirk Bikkembergs, Ann Demeulemeester, Walter Van Beirendonck, Dries Van Noten, Dirk Van Saene et Marina Yee.

7 MARGUERITE COPPENS, *op.cit.*

8 M. HUMBLET, "Ann Demeulemeester. Savoir intriguer pour durer", in *Weekend Le Vif/L'Express, Collector Créateurs. Personnalités. 20 ans de Mode c'est belge*, n° 37, 12.9.2003, p. 38.

9 *Textile c'est belge*, Bruxelles, Institut du textile et de la confection en Belgique, 1986.

10 Archives nationales de France (AN), *Dossiers Maisons de couture. Classification Couture et création*, 1954 et 1955, F12/10505.

11 MARGUERITE COPPENS, *Mode en Belgique au XIX<sup>ème</sup> siècle*, Bruxelles, Musées royaux d'art et d'histoire, 1996; VÉRONIQUE POUILLARD, *Hirsch & Cie, Bruxelles, 1869-1962*, Bruxelles, Éditions de l'ULB, 2000.



• Trois mannequins de Hirsch et Cie, flanqués de Claude et Pierre Hirsch (respectivement à gauche et à droite) aux Journées de l'élégance, Hippodrome de Boitsfort, mai 1953. (Archives Pierre Hirsch)

défilés<sup>12</sup>. À la présentation des collections de l'hiver 1962-63, assistent des représentants des entreprises belges (un à quatre délégués par firme) Ascot, Nina Fabbri, Denise Gendry, Liétart, Mies, Séverin, Van Duisen, et trois personnes envoyées par le grand magasin l'Innovation. Cela ne signifie pas pour autant que les maisons belges achètent systématiquement chez Dior, ni que les modèles achetés soient nombreux. Si certains s'en tiennent strictement à la reproduction de modèles légalement acquis auprès des entreprises, d'autres, pour éviter de les acheter, usent de leur présence aux défilés comme d'un droit de vision qui servira à recréer des modèles d'après une ligne générale, ou copient des pièces obtenues par des voies illégales. La Chambre syndicale de la couture parisienne tente autant que possible de protéger les créateurs de mode contre la copie, mais la situation est pratiquement insoluble, puisque le système de la mode en soi suppose certaines formes de publicité<sup>13</sup>. Dans ce contexte, la Belgique est considérée comme une plaque tournante de la copie. Certaines entreprises la pratiquent en toute légalité, achetant les robes, toiles, patrons-papiers lors de défilés parisiens bisannuels.

<sup>12</sup> Archives de la maison Dior (AD), *Dossiers Préparation des collections*, années 1947-1950 et *Dossier Présentations*, 1958-1965. De telles sources ne sont pas disponibles pour les années 1970.

<sup>13</sup> ROLAND BARTHES, *Système de la Mode*, Paris, Seuil, 1967.

Néanmoins, les maisons belges vont, tout comme leurs consœurs françaises, éprouver des difficultés de positionnement. Une certaine forme de désenchantement s'installe face aux difficultés économiques du secteur, à Bruxelles comme à Paris. Ces difficultés sont ressenties comme d'autant plus importantes qu'elles sont liées, pour le patronat du secteur, aux revendications salariales et aux mouvements de grève de l'après-guerre. Le gouvernement français intervient dès les années 1950 afin de soutenir son industrie nationale de la haute couture sur le plan financier<sup>14</sup>. Les Belges se sont intéressés à cette possibilité et se sont documentés en France<sup>15</sup>, mais ils ne subsidieront pas immédiatement le secteur du luxe, au sein duquel les entrepreneurs hésitent entre démocratisation et exclusivité : tel est l'enjeu vécu notamment par les couturiers belges, qui éprouvent les mêmes difficultés que leurs confrères français. Pour les industries du secteur, le dernier bal de la Cour (1960) est perçu comme la fin d'une époque, celle qui voyait affluer les commandes de robes haute couture dans les maisons belges. Ceci dit, les uniformes pour les hôtesse de l'Expo 58, la Sabena ou la SNCB, sont encore source de commandes de vêtements certes en série, mais de bonne qualité.

Plusieurs maisons belges ne passeront pas le cap de la décennie 1960 qui reste perçue comme sonnante le glas de la haute couture. C'est le cas de la maison Hirsch & C<sup>ie</sup>, entreprise bruxelloise fondée en 1869 et emblématique d'une couture belge de qualité, qui offre des copies légales de modèles français adaptés à une clientèle bourgeoise ou noble d'Europe du Nord. Avec ses maisons d'Amsterdam, Cologne, Dresde et Hambourg, et un réseau européen d'entreprises familiales, l'entreprise a longtemps été un interlocuteur privilégié de la couture parisienne. Au début des années 1960, la firme, qui en est à sa quatrième génération, fait face à des difficultés structurelles : nombre croissant d'indivisaires, bâtiments vétustes, usure commerciale de sa localisation (la rue Neuve). L'évolution de la clientèle, plus âgée et possédant moins d'argent discrétionnaire, doit également être prise en compte. L'entreprise se maintient pour un temps, entre reproduction de modèles de haute couture et réalisation d'uniformes pour des manifestations publiques.

L'intérêt de cet exemple est qu'il montre clairement les difficultés de positionnement du secteur, que l'on peut schématiser en deux possibilités. La première est la démocratisation, ce qui suppose de se trouver dans une situation de concurrence croissante, notamment sur le plan international. La démocratisation exige également un outillage neuf, plus performant, et la reconversion d'un personnel hautement qualifié, habitué à manier des matières de qualité ; bref, le travail s'apparente plus ici à celui de l'artisan qu'à celui de la manufacture. Quant au choix du luxe, il impose une mise de fonds peut-être encore plus importante, avec, dans le cas précis de Hirsch, la nécessité d'une relocalisation dans

---

14 AN, *Fonds d'encouragement à la production textile*, 1949-1952, F12/10424.

15 Note du ministre des Affaires étrangères au ministre de la Production industrielle, Paris, 12.8.1948 (AN, F12/10424).

le haut de la ville; mais aussi une réduction du volume des ateliers et la nécessité de se positionner entre copie et création. La direction de Hirsch & C<sup>ie</sup> prend, pour toutes ces raisons <sup>16</sup>, la décision de procéder à la liquidation volontaire de l'entreprise. Et de fait, on ne trouvera plus par la suite en Belgique de maisons de couture d'une telle ampleur (quatre ou cinq cents employés pendant l'Entre-deux-guerres, deux cents après guerre). D'autres disparaissent à la même époque. C'est le cas de deux grandes maisons de l'Entre-deux-guerres, Norine et Natan <sup>17</sup>. Cette dernière reprendra ses activités et existe toujours.

Certaines maisons bruxelloises poursuivent leur activité dans le haut de la ville, en étant souvent marquées par l'empreinte de la haute couture française. Quelques-unes vendent uniquement des reproductions (fabriquées dans leurs ateliers, avec encore souvent une partie du travail effectuée par des sous-traitants à domicile); d'autres présentent des collections qui mêlent copies et créations. La presse de mode relève deux éléments récurrents : la qualité du travail belge et l'interprétation assagie, *raisonnable*, des modèles parisiens : "(...) les corsages plissés, nervurés, les jupes amples en droit fil, ou en biais, ont également été repris par la couture de notre pays. (...) Pour terminer cet aperçu de la couture belge (*sic*) pour l'été 71, une robe de mariée. (...) En conclusion : la mode, telle que les couturiers parisiens l'ont montrée en janvier, a soulevé beaucoup de réprobations. Toutefois faut-il reconnaître que sans leur impulsion, les habitudes vestimentaires n'évolueraient guère. On a reproché à Paris, les réminiscences, les extravagances – les shorts à longueur de journée – mais nous remarquons avec satisfaction que nos couturiers ont rétabli l'équilibre souhaité par la clientèle belge" <sup>18</sup>.

Pendant les années 1970, plusieurs maisons continuent donc de produire couture de qualité, modèles français, réinterprétations, créations belges. Parmi ces entreprises, on peut citer la maison anversoise Tienrien, dont les meilleures années se situent entre 1930 et les années 1950. Ses ateliers ont occupé jusqu'à 150 personnes; des mannequins à demeure permettent de réaliser des présentations pour la clientèle. L'entreprise achète des patrons et reproduit les modèles français pour offrir des réalisations raffinées <sup>19</sup>.

Il faut citer aussi l'une des plus anciennes maisons de couture alors en activité, Wittamer-De Camps. Au début des années 1970, l'entreprise, considérée comme la première maison de couture du pays et qui regroupe aussi les maisons Valens et Jane d'Anjou <sup>20</sup>, reste réputée pour la qualité de ses créations. L'entreprise avait été fondée pendant l'Entre-

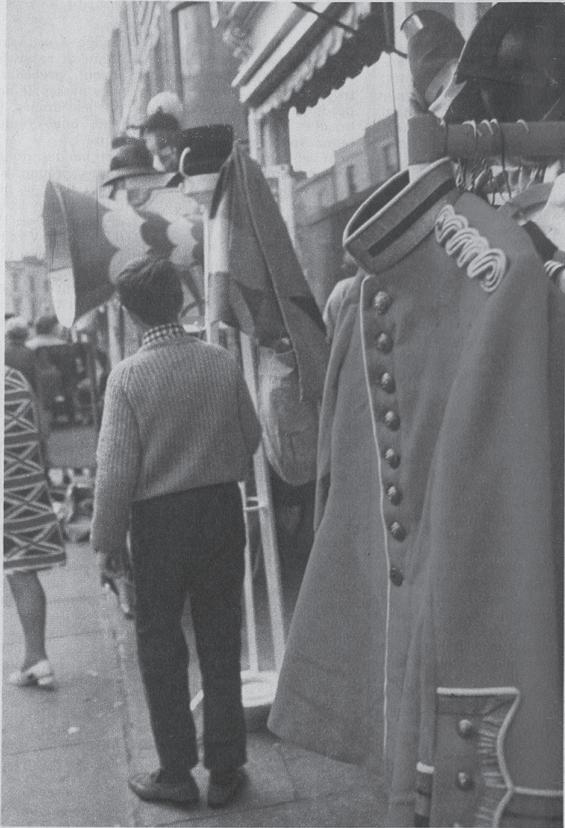
16 VÉRONIQUE POUILLARD, *op.cit.*, chapitre 5.

17 AD, *Dossier Présentations 1958-1965*, automne-hiver 1963-64, Clients annulés.

18 "Ce que les maisons belges ont encore retenu", in *La Libre Belgique*, 30.3.1971 [Mode Museum Antwerpen (MOMU), *Documentatiemap Wittamer-De Camps*].

19 GERDI ESCH, AGNES GOYVAERTS & SIMONE VAN RIET, *Mode in de Lage Landen. België*, Anvers, Cantecler/Hadewijk, 1989, p. 41.

20 GILBERTE LAUWENS, "Des couturiers collectionneurs", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1118, 5.10.1966, p. 54-57 (MOMU, *Documentatiemap Wittamer-De Camps*).



1  
Londres vous attend pour un week-end, pour une semaine. En un coup d'aile vous y êtes. Profitez des derniers beaux jours pour découvrir les multiples aspects de cette ville fascinante où il fait bon flâner, où à chaque coin de rue la tradition côtoie l'insolite. Et surtout, n'oubliez pas de laisser de la place dans vos bagages, car à Londres la boutade d'Oscar Wilde devient vérité : « On résiste à tout sauf à la tentation »... d'acheter.

# CONNAISSEZ-VOUS LONDRES ?

PAR MONIQUE VERBEECK

- Dans le courant des années 60, Londres remplace Paris comme nouveau pôle d'attraction de la mode et du style de vie. Titre d'un article de *Femmes d'aujourd'hui*, septembre 1970.

deux-guerres par le couple Louis Wittamer et Berthe De Camps, à partir de la société Couture 33. Installée avenue Louise dans l'ancien hôtel Solvay construit par Victor Horta, la maison Wittamer comprend ateliers et salons de vente. Elle achète à Paris les modèles de Christian Dior, Balmain, Paco Rabanne, Pierre Cardin, Yves Saint Laurent. Louis Wittamer et Berthe De Camps sont également créateurs, surtout de robes de fête et de mariée. Ils sont réputés pour leurs broderies, souvent réalisées sur des cartons dessinés par des artistes belges<sup>21</sup>. Leur niveau est soutenu par une clientèle internationale, en particulier pour les robes de mariée, commandées par une clientèle belge, américaine, ou résidant au Congo<sup>22</sup>. Eux-mêmes organisent en 1958 aux États-Unis une exposition sur l'Élégance belge, qui rassemble habillement, dentelles et œuvres d'art est présentée à New York, Washington, Chicago, La Nouvelle Orléans, Atlanta, Kansas City et Saint Louis. Au début des années 1960, ils exposent à Lyon dans le cadre de la manifestation Prestige de la couture et défilent à Bangkok<sup>23</sup>.

Au début des années 1970, l'entreprise habille toujours une riche clientèle internationale qui ne craint pas d'exposer son statut social, mais Louis Wittamer concède que la mode change, et son métier aussi : "Les voyages ont aussi simplifié, obligé la mode à devenir fonctionnelle : on n'emporte pas facilement 30 mètres de tissu dans une valise ! Et puis il y a, bien sûr, la notion d'artisanat qui, si elle existe toujours chez nous, a quand même évolué. On ne peut plus passer 300 heures de broderies sur une même robe; les accessoires en pierres semi-précieuses tendent à être simplifiés. La mode du soir, si elle est toujours élégante, n'est plus forcément luxueuse; elle peut être toute simple"<sup>24</sup>.

Une collection disponible en boutique permet de satisfaire les clientes plus rapidement, puisqu'un modèle est alors disponible en deux heures, tout en assurant un rythme de travail plus constant dans les ateliers, pour éviter la morte-saison<sup>25</sup>. Louis Wittamer concède que la clientèle se modifie, mais insiste sur le fait que l'on s'habille toujours autant à Bruxelles, en signalant deux clientèles : l'une, émergente, est constituée des fonctionnaires européens; l'autre, d'affaires, se compose surtout de chefs d'entreprise dont "la jeune femme doit briller, parce qu'il est important qu'une femme représente les qualités du mari"<sup>26</sup>. Très loin de l'image des années 1970 comme décennie de libération,

21 DANIEL CHRISTIAENS, FRIDA SORBER & M. TOURNIER, *Uit de mode : evolutie van de feestkleding van 1900 tot 1980*, Catalogue d'exposition, Hasselt, 1987.

22 "Mother's Day is Everyday. The new custom on the continent", in *Rand Daily Mail, Johannesburg*, 8.5.1959 (MOMU, *Documentatiemap Wittamer-De Camps*).

23 GERDI ESCH, AGNES GOYVAERTS & SIMONE VAN RIET, *op.cit.*, p. 44-45.

24 Document imprimé : "Louis Wittamer : il n'y a jamais un seul critère de beauté" (MOMU, *Documentatiemap Wittamer-De Camps*).

25 GILBERTE LAUWENS, "Des couturiers collectionneurs", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1118, 5.10.1966, p. 57 (MOMU, *Documentatiemap Wittamer-De Camps*).

26 Document imprimé : "Louis Wittamer : il n'y a jamais un seul critère de beauté" (MOMU, *Documentatiemap Wittamer-De Camps*).

la fonction de représentation de la mode n'a donc pas disparu et continue de faire vivre une industrie du luxe qui poursuit une tradition ancienne.

La perpétuation de la tradition de la haute couture se fait également par le biais de l'exemple atypique d'un Belge à Paris. Il y en a eu d'autres, dont l'exemple le plus connu est celui de Maggy Rouff, créatrice et directrice d'une très grande maison parisienne dès l'Entre-deux-guerres. Pour la période qui nous occupe, il s'agit de Jules-François Crahay. Il naît à Liège en 1917, se forme dans l'atelier de couture de sa mère, et quitte Liège pour Paris en 1951. Associé à madame Olivier de Vilmorin, directrice générale, il devient responsable de la création pour la maison de couture Jane Régny, une société anonyme qui devient maison J. Crahay au cours de l'année 1951<sup>27</sup>. Il est ensuite embauché comme modéliste chez Nina Ricci puis passe en 1963 chez Lanvin, où il préside à l'activité créatrice de la maison jusqu'en 1984<sup>28</sup>, avant de se retirer à Monte-Carlo<sup>29</sup>.

En 1968, la collection dessinée par Crahay triomphe à Paris, mais cela n'implique nullement un retour en Belgique : "Sous l'œil critique de Jules-François Crahay, Chantal, mannequin français, présente la robe n° 62 : Chili. C'est un des cent modèles de la collection Lanvin printemps 68. Sous l'emblème de l'une des plus anciennes maisons de Paris, celle de Jeanne Lanvin, morte il y a vingt ans. (...) Ce couturier belge est un des créateurs de la mode parisienne et un des triomphateurs de la présentation des collections 68 : c'est Jules-François Crahay. Dans les salons de la rue Saint-Honoré, il y a cinq ans, il a succédé à Castillo. Crahay a mis six mois à préparer la collection Lanvin. Cent modèles aux couleurs dominantes bleu marine et blanc, jupes à 60 cm du sol, tailleurs sans manches, taille ceinturée. En vedette : la chemise d'homme. (...) Parmi ses clientes les plus fidèles : Paola de Liège, Ingrid Bergman, Barbara Hutton, Claudia Cardinale. Paradoxe : bien qu'il soit belge, Crahay est l'un des rares grands couturiers parisiens à n'avoir encore jamais présenté une de ses collections à Bruxelles"<sup>30</sup>.

## II. L'émergence des stylistes et des boutiques

Il faut donc relativiser la fin de la haute couture, qui, bien que de plus en plus confidentielle, survit autour de savoir-faire exceptionnels. Mais celle-ci pèse très peu en regard des autres circuits du vêtement, en particulier de la stabilisation du prêt-à-porter et de l'émergence des nouveaux entrants<sup>31</sup>. Ce qui, en Belgique, implique de se pencher

27 Fiches de J. Crahay, 1.1952 (AN, *Classification couture-crédation*, F12/10504).

28 MARGUERITE COPPENS, *Les années 80...*, p. 4 et p. 4, note 1.

29 AGNES ADRIAENSEN (dir.), *Encyclopédie de la mode*, Tielt, Lannoo, 1990, p. 48.

30 "Au service de la mode de Paris : un couturier venu de Liège", in *Paris-Match Belgique*, s.d. [1968], p. B11 (MOMU, *Documentatiemap Crahay*).

31 PIERRE BOURDIEU & YVETTE DELSAUT, "Le couturier et sa griffe. Contribution à une théorie de la magie", in *Actes de la recherche en sciences sociales*, n° 1, 1.1975, p. 1-77.

sur les transferts et l'impact des nouveaux modèles français, avec les stylistes<sup>32</sup> et franco-anglais, avec les boutiques<sup>33</sup>. Dès les années soixante, Jean Cacharel, Daniel Hechter, Emmanuelle Khanh, Sonia Rykiel, Tiktiner à Paris; Biba, Tuffin & Foale, Mary Quant, Ossie Clark à Londres bouleversent la structure internationale du secteur de la mode. Les créations de certains de ces stylistes sont distribuées en Belgique, avec, parfois, quelques années de décalage entre création de la marque et diffusion en Belgique<sup>34</sup>. De leur côté, les Belges vont emboîter le pas aux stylistes parisiens : beaucoup vont d'ailleurs compléter leur formation ou simplement travailler chez eux<sup>35</sup>. Ainsi, Jo Wyckman, l'un des premiers sortis de la section mode de l'Académie d'Anvers, travaille pour Promostyl à Paris, le premier bureau de style fondé par Françoise Vincent-Ricard en 1966<sup>36</sup>. Il travaille ensuite avec le fabricant belge d'imperméables Bartsons (chez qui sont passés Linda Loppa, Ann Demeulemeester, Walter Van Beirendonck, Dirk Van Saene) puis fonde sa propre marque sous le nom *A Different Dialogue*<sup>37</sup>. La création belge va dorénavant se jouer sur le modèle des stylistes, plutôt que sur celui du grand couturier.

La distribution joue un rôle majeur dans l'évolution du prêt-à-porter : elle est plus que jamais le lieu où se met en place le système de la mode comme mode de vie. Le grand magasin, héritage du XIX<sup>e</sup> siècle, continue de jouer un rôle important bien que sa culture ne se soit pas développée aussi fortement qu'à Paris (Bon Marché, Galeries Lafayette...) où à Londres (voir notamment le géant Selfridge's). Cependant, le grand magasin est le lieu incontesté de l'achat des accessoires, mais aussi de la mode, avec la distribution des vêtements de stylistes et des jeans (Levi's, Wrangler, Lee Cooper) par les 'mini-boutiques', futurs *corners*, inaugurées dans les années 1960 : "Unique en Belgique ! Les mini-boutiques actuellement au premier étage de Sarma-Lux. 15 célèbres boutiques de Paris, Rome, Milan, Londres, Bruxelles... du 'lèche-vitrines' à l'échelle européenne ! ...Liberty's –Londres, Lyle & Scott- Londres, Roslein – Milan, Cacharel – Paris, Hechter – Paris, Lee Cooper – Paris..."<sup>38</sup>.

Sarma est pionnier dans cette réunion de deux formes de distribution, la boutique et la grande distribution. La stratégie fonctionne, puisqu'à la fin de la décennie 1970, l'entreprise est la première société de grande distribution textile en Belgique. Au début des années 1980, elle compte 230 magasins et réalise un chiffre annuel de 7 milliards

32 FRANÇOISE VINCENT-RICARD, *Raison et passion : Langages de société, la mode 1940-1990*, Paris, Textile/Art/Langage, 1983; DOMINIQUE VEILLON, in GENEVIÈVE DREYFUS-ARMAND, ROBERT FRANK, MARIE-FRANÇOISE LEVY & MICHELLE ZANCARINI-FOURNEL (dir.), *Les années 68. Le temps de la contestation*, Bruxelles, Éditions Complexe, 1968, p. 167-169.

33 MARNIE FOGG, *Boutique. A '60s Cultural Phenomenon*, Londres, Mitchell Beazley, 2003.

34 *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1284, 10.12.1969, p. 69 : photos de créations de Tiktiner, Daniel Hechter, Emmanuelle Khanh.

35 MARGUERITE COPPENS, *Les années 80...*, p. 5.

36 Promostyl est leader mondial de sa catégorie. FRANÇOISE VINCENT-RICARD, *op.cit.*, p. 87.

37 GERDI ESCH, AGNES GOYVAERTS & SIMONE VAN RIET, *op.cit.*, p. 51.

38 Publicité, *Femmes d'aujourd'hui*, 1966.

de francs belges en vêtements et sous-vêtements, ce qui fait d'elle une tête de pont de la mode belge dans la grande distribution. Bien qu'appartenant au groupe américain JC Penney, l'entreprise revendique une gestion belge autonome, incluant l'achat de 60 % de production belge pour l'habillement féminin. Son second fournisseur est l'Italie, la France ne venant qu'ensuite, au niveau de l'Angleterre et de l'Allemagne. Si le produit belge est un peu plus cher, la vente en est défendue sur base du critère de qualité. Il faudra cependant attendre les années 1980 pour que cette préférence accordée aux producteurs belges soit mise en avant dans la communication : "Chez Sarma le *made in Belgium* existe et s'avoue depuis longtemps, pour quiconque était curieux de lire l'étiquette"<sup>39</sup>. L'allusion aux fausses origines, longtemps très présentes dans la production de mode et de textile nationale, est directe<sup>40</sup>.

À la fin des années 1960 et au début des années 1970, les 'bons' grands magasins de la capitale sont aussi l'Innovation, en travaux après l'incendie de 1967; Au Bon Marché; les Grands Magasins de la Bourse; les Galeries Anspach. Grands magasins et boutiques sont rassemblés dans les quartiers de la rue Neuve, du boulevard Anspach, de la rue des Fripiers et de la rue du Midi<sup>41</sup>. La vente par correspondance (re)devient un mode de distribution très courant et très publicisé, avec des entreprises telles que Les Trois Suisses, La Redoute, qui publie son catalogue à 3.300.000 exemplaires pour la France, la Belgique et le Luxembourg dès 1966<sup>42</sup>. Les pages shopping de la presse de mode font voisiner les pièces disponibles en VPC avec les jeans et les créations des stylistes belges, français, voire italiens<sup>43</sup>.

Les transferts vont montrer, avec l'exemple de Londres, que de nouvelles capitales de mode peuvent désormais émerger<sup>44</sup>. Au milieu des années 1960, les Mods avaient déjà fait de la consommation de masse une (sous-)culture spécifique, originale, révélatrice des goûts et des intérêts d'un groupe particulier, les adolescents issus des classes laborieuses blanches. L'origine en est elle-même mixte : "*Spectacular subcultures, commercial popular culture, America, the triumph of record and television : by the 1960s these were all uniting to announce the death of an aesthetics based on the stable referents of the*

---

39 "La mode Belge dans la grande distribution", in *Mode, C'est belge*, n° 1, 1984, p. 48.

40 MARGUERITE COPPENS, *Mode en Belgique au XIX<sup>e</sup> siècle...*

41 "The brightest side of Brussels", in *Fairlady*, 23.8.1967, n.p. (MOMU, *Documentatiemap Wittamer-De Camps*).

42 Publicité "Le catalogue de La Redoute vient de paraître. Commandez-le pour la rentrée", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 116, 21.9.1966, p. 37.

43 "Shopping. Pour les jeunes", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1586, 24.9.1975, p. 58 : "Pour les jeunes". La marque italienne Sisley voisine avec la VPC des Trois Suisses, les jeans Wrangler, les stylistes français New D et belges de *Scapa of Scotland*.

44 CHRISTOPHER BREWARD, EDWINA EHRLMAN, CAROLINE EVANS, *The London Look. Fashion from Street to Catwalk*, Catalogue d'exposition, New Haven, Museum of London/Yale University Press, 2004. Voir aussi la conférence des 29 et 30 avril 2005 au *London College of Fashion*, "Cities of Fashion".



## LE FACE FINAL MARY QUANT

**une poudre compacte d'un fini  
transparent.**

Sur le STARKERS MARY QUANT (base)  
il donnera à votre make-up un aspect naturel et mat,  
opposé à l'ancienne tendance.

Dans son joli poudrier blanc avec miroir incorporé,  
il existe en trois coloris légers:  
bare light - bare dark - bare bronze.

Appliquez-le légèrement avec sa houppette  
ou avec la face brush MARY QUANT  
sur le visage et le cou  
où il dissimulera les traces de votre fond de teint.

D'une transparence, d'une finesse  
et d'un naturel remarquables,  
il vous donnera cette beauté vraie,  
cette beauté MARY QUANT.

Demandez le FACE FINAL MARY QUANT  
à votre parfumeur ou à votre grand magasin et...  
chut... une surprise vous attend.

---

*Madame, Mademoiselle,  
voulez-vous apprendre à mieux vous maquiller ?*

*MARY QUANT vous propose d'assister  
à une séance de démonstration de maquillage MARY QUANT  
en ses bureaux de Bruxelles (aucune vente sera faite).*

---

Ecrivez à PHARMACOBEL, 52, rue Vanderlinden  
à Bruxelles 3 - Tél. 02/41.40.63/64.



- En dehors de la confection, la firme anglaise Mary Quant fait aussi de la publicité pour des cosmétiques dans des magazines féminins, comme ici dans *Femmes d'aujourd'hui*, février 1969.

'authentic', the 'unique', the 'irreplaceable'<sup>45</sup>. Sur le plan de la consommation de mode, naît à Londres une nouvelle forme de distribution, la 'boutique', non plus sur le modèle du dix-neuvième siècle, mais influencée par le *Pop Art* et conçue comme un univers de créativité festive voire délirante. C'est ce modèle développé par les stylistes Mary Quant, Ossie Clark, Tuffin & Foale, et généralisé par *Carnaby Street*, qui subsiste juste dans la boutique Sex, lieu de rassemblement punk, créée par la styliste Vivienne Westwood et le *manager* Malcolm McLaren sur *King's Road*.

Entre Paris et Londres, la dynamique est différente : alors que la liberté la plus totale semble régner à Londres, la démocratisation des modes en France, par le biais des stylistes, ne s'émancipe pas totalement du terreau de la haute couture, puisque les stylistes réalisent le lien entre celle-ci et le prêt-à-porter<sup>46</sup>. Les réactions des Belges vont se situer entre ces deux dynamiques.

Pour l'heure, la stabilisation du prêt-à-porter s'opère par le biais de marques étrangères, distribuées en boutiques multimarques et dans la grande distribution, mais également par des marques belges. Parmi elles, Cortina, *Scapa of Scotland*, Andres, existent toujours aujourd'hui. Elles réalisent à leur manière la transition entre la haute couture et la diffusion de mode, à l'instar des stylistes français. Ainsi, l'exemple de Fernand Hollander, fondateur de Cortina. Cette marque de prêt-à-porter féminin haut de gamme, fondée au début des années soixante, présente des collections sobres voire minimalistes. La formation de son fondateur, Fernand Hollander, est prestigieuse : il étudie à Paris, à l'institut Esmod, puis travaille pour le couturier Jacques Fath. Ce parcours inscrit le *designer* belge dans la tradition de perfection et de création de la couture française<sup>47</sup>.

C'est ici qu'il faut questionner les liens entre mode et confection de masse. L'industrie belge du vêtement et de la confection traverse une période de relatif dynamisme en quadruplant ses exportations pendant la décennie 1960. Cependant, la situation ne dure pas, en particulier pour le textile, qui décline au cours de la période étudiée. En 1973, la Fédération nationale du vêtement interprète sa position à l'exportation comme favorable, avec une concentration des exportations belges en matière de vêtement et de textile sur les marchés proches : France, Allemagne, Pays-Bas. La Fédération nationale des industries du vêtement et de la confection souhaite à ce moment imiter l'exemple français, ce qui impliquerait de se positionner sur les marchés suisse, scandinave, américain, anglais et éventuellement japonais; et de favoriser l'exportation de produits dits "de standing"<sup>48</sup>. Cependant, au début des années 1970, le Conseil professionnel du

45 IAIN CHAMBERS, *Popular Culture. The Metropolitan Experience*, Londres, Routledge, 1986, p. 8.

46 DOMINIQUE VEILLON, *op.cit.*, p. 168.

47 LENE KEMPS, "Cortina's gele koorts", in *Weekend Knack. Mode dit is Belgisch*, n° 11, 9.1996, p. 68-70 (MOMU, *Documentatiemap Cortina*).

48 *Conseil professionnel du textile et du vêtement. Rapport du secrétaire sur l'activité du Conseil du 1er août 1970 au 31 juillet 1973*, Bruxelles, 1974, p. 103.

textile et du vêtement faisait part de ses préoccupations majeures. La concurrence entre les entreprises belges et celles qui sont décrites comme les “grands” du Marché commun est une première source de préoccupations. C’est dans ce cadre que le patronat du secteur se prononce en faveur de la suppression de la taxe liée à l’entreprise d’ouvrages entre les confectionneurs eux-mêmes (ainsi qu’entre les confectionneurs et les bonnetiers). Afin de rester compétitive sur le plan international, la profession souhaite également obtenir des facilités de crédit et des avantages fiscaux (le détail n’en est pas précisé dans son rapport de 1971). Autre exigence majeure, celle de la formation professionnelle des cadres et des ouvriers, jugée insatisfaisante. Mais la difficulté principale, décrite comme un “grave problème” a trait aux “importations anormales”<sup>49</sup>, défavorables aux industries de confection de masse. Les articles en fibres synthétiques mis sur le marché par Hong-Kong, afin de contourner les quotas à l’importation d’articles de coton, sont à ce moment le principal objet d’inquiétude. Le gouvernement belge intervient ponctuellement, d’une manière habituelle dans le commerce international du secteur, en introduisant une clause limitant les importations de fibres synthétiques dans le renouvellement de l’accord avec Hong-Kong<sup>50</sup>.

En dépit de ces tentatives, l’industrie du vêtement et du textile belge est dans une situation peu brillante. S’il s’agit d’un secteur limité, qui ne dépasse pas 1 % du PIB de l’économie nationale, en revanche les difficultés vécues par l’industrie face, notamment, à la concurrence internationale sont très perceptibles en termes d’emploi. Pour le textile belge (excluant la maille), les chiffres sont éloquentes : on passe de 132.000 emplois en 1960, à 111.400 en 1970, et à 72.700 en 1977. Cette chute est d’autant plus significative qu’elle s’accompagne d’un processus comparable dans le secteur de l’habillement, où le nombre d’employés passe de 87.500 en 1970 à 61.700 en 1977. Les femmes constituent entre 83 et 87 % de cette force de travail. En outre, la crise touche particulièrement la Flandre, qui concentre plus de 60 % de la main-d’œuvre des secteurs du textile et du vêtement<sup>51</sup>. Face au développement de la concurrence internationale, le Ministère des affaires économiques cherche à protéger les secteurs du textile et du vêtement par le biais d’un nouvel accord multifibres, par la limitation des importations de biens semi-finis, par l’offre de prêts individuels aux entreprises nationales, par les encouragements à l’investissement, la promotion des exportations et l’aide à la recherche<sup>52</sup>. Cette politique aboutit finalement à la mise en place, en août 1980, d’un plan Textile quinquennal par le gouvernement Martens, qui sera davantage orienté vers la mode et le marketing et servira notamment de terreau aux nouveaux talents sortis de l’Académie d’Anvers,

---

49 *Conseil professionnel du textile et du vêtement. Rapport du secrétaire général sur l’activité du Conseil*, Bruxelles, 1971, p. 28.

50 *Idem*, p. 17.

51 *Textiles. Belgium. Country Market Survey, US Department of Commerce, Industry and Trade Administration, International Marketing Information Series*, n° 79-902, Washington, 9.1979, p. 3-16

52 *Idem*, p. 16-17.

Bodson & Partners, CJP.



**Printemps 73:  
les vestes s'émancipent.**

Ce printemps les vestes revendiquent la liberté.  
Avant tout décontractées,  
elles se veulent souples, confortables  
sans contrainte.

Choisie dans notre assortiment:  
cette veste de flanelle courte et ceinturée  
dont les larges emmanchures  
sont un des traits caractéristiques de la  
nouvelle mode.

Vous la porterez avec un pull à col roulé  
et un pantalon de flanelle que vous choisirez  
à carreaux bleu ciel,  
rouge et vert vif sur fond blanc.

**M**  
LE  
MANTEAU  
25 magasins en Belgique.

**Un style boutique dans un grand  
magasin consacré à la femme.**

- Nouveaux modèles de manteaux, comme on pouvait en trouver dans les années septante dans les boutiques et les nouvelles chaînes de magasins spécialisées dans la confection. Tiré de *Femmes d'aujourd'hui*, avril 1973.

notamment les Six d'Anvers, Ann Demeulemeester, Dirk Bikkembergs, Dirk Van Saene, Dries Van Noten, Walter Van Beirendonck, Marina Yee<sup>53</sup>.

### III. De la culture jeune aux contre-cultures

L'intérêt des décennies 1960-1970 réside en partie dans le fait que les producteurs n'ont plus le monopole de l'évolution des formes dans le domaine de la mode. En effet, la décennie 1960 est étudiée comme celle de l'apparition d'une culture jeune. Celle-ci n'est pas sans conséquences sur la manière de s'habiller et sur les modes elles-mêmes. Plusieurs historien-ne-s ont bien montré l'impact culturel sur les adolescent-e-s et leurs mères, autour de la distinction selon laquelle, pendant les années 1950 encore, les filles voulaient ressembler à leurs mères, avant de voir le mouvement s'inverser. La Belgique se tourne vers les voisins français et anglais, qui eux-mêmes ouvrent des boutiques à Bruxelles. Ainsi, à la fin des années 1960, deux boutiques françaises inaugurent une filiale dans la capitale belge : Dorothée Bis et Le Hit Lapidus. Il ne faut pas s'y tromper : cette "mode jeune", pour utiliser le terme de l'époque, n'est pas à la portée de tous, et les lieux d'implantation témoignent d'une volonté de prestige. Ces deux boutiques ne s'installent pas dans le quartier devenu populaire de la rue Neuve, mais bien dans le haut de la ville : sur le boulevard de Waterloo pour Dorothée bis et sur l'avenue Louise pour Lapidus. Cette dernière recourt à l'alliance imparable des nouvelles techniques de marketing et de la culture pop : Françoise Hardy vient inaugurer la boutique en 1967; l'influence du drugstore parisien est bien présente, avec un snack-bar, un cosmetic bar et un salon de coiffure intégrés dans l'espace, le tout sur fond de disco. Les clientes deviennent automatiquement membres du *Hit Club* et peuvent bénéficier de déjeuners et de produits de maquillage gratuits<sup>54</sup>.

La majeure partie des femmes ne s'habille pas dans ces boutiques, qui sont trop chères pour elles : la couture à la maison reste la norme pour beaucoup, encouragée par une éthique du "do-it-yourself". La publicité, notamment pour les machines à coudre, la présente sous un aspect ludique et créatif en plus d'être économique. Ainsi pour Singer : "Vive l'été 79 ! Il vous reste tout juste le temps pour vous mettre à la mode. La couture-plaisir est facile, aussi"<sup>55</sup>. Les patrons se mettent en couverture et le temps n'est plus un problème : "En patron gratuit, cette robe que vous ferez en un jour"<sup>56</sup>. Le tricot, extrêmement populaire, donne également lieu à des séries innombrables de patrons qui se déclinent sur toutes les tendances, en particulier les thèmes ethniques chers aux

53 THIERRY CHARLIER, *Un exemple de coopération entre les pouvoirs publics et le secteur privé. Le programme quinquennal de restructuration de l'industrie belge du textile et de la confection en août 1980*, Bruxelles, mém. lic. en sciences économiques ULB, 1984-1985, p. 4-5.

54 "The brightest side of Brussels", in *Fairlady*, 23.8.1967, n.p. (MOMU, *Documentatiemap Wittamer-De Camps*).

55 *Femmes d'aujourd'hui*, n° 23, 1.6.1979, p. 120.

56 *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1265, 30.7.1969, page de couverture.

hippies, avec des tuniques et de longues vestes à tricoter main en laine brute<sup>57</sup>. La presse de mode, comme lors des périodes précédentes, ne cesse de jouer un rôle majeur dans la diffusion des tendances<sup>58</sup>. Si les Belges lisent la presse de mode parisienne, il existe également une presse de mode plus accessible, avec des périodiques comme *Libelle* et *Femmes d'aujourd'hui*, qui offrent, à côté de dossiers haute couture de plus en plus rares, des pages shopping, des conseils de maquillage et de coiffure, et de très nombreux patrons.

Le corps se libère pendant les années 1960 : les jupes raccourcissent, les corps plus ou moins dénudés se banalisent dans la publicité, les maillots de bain rétrécissent<sup>59</sup>. La haute couture emboîte le pas : Yves Saint Laurent vend une blouse transparente destinée à être portée seins nus. L'actrice belge Monique Van Vooren fait parler d'elle en décidant de la porter à la première de la comédie musicale *Hair* à New York, mais il lui sera notamment objecté qu'après l'invention du monokini par Rudi Gernreich (en 1964), plus rien ne peut surprendre<sup>60</sup>.

La démocratisation progressive de toute une série de sports, de la voile<sup>61</sup> au ski, donne prétexte à une mode sportive qui occupe de plus en plus de place dans les pages des magazines et dans les achats<sup>62</sup>. La mode en général doit être pratique, facile d'entretien, bref, de moins en moins contraignante<sup>63</sup>.

De nombreux historiennes et historiens de la mode ont souligné l'importance des styles comme expression des sentiments, en s'attachant aux enjeux idéologiques et culturels de la mode<sup>64</sup>. On ne peut faire l'impasse sur ces questions pour une période qui voit défiler provos, punks, jeunes filles romantiques, entre autres, alors que la révolution sexuelle

57 *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1597, 10.12.1975, p. 48-49 : "Patrons. Noël tout folklore"; n° 1598, 17.12.1975, p. 62-63.

58 DOMINIQUE VEILLON, *op.cit.*, p. 161-177.

59 "Un bain d'idées nouvelles : maillots 69", in *Femmes d'aujourd'hui*, 1.6.1969, p. 56.

60 "Monique Van Vooren, a curvy Belgian actress who travels in New York fashion society, plans to wear her Saint Laurent blouse to the Broadway opening next Monday of 'Hair', the hippie rock musical. 'You have to know where to wear it, she said'. Coupure de presse, "Seeing It Through. A New Challenge in Bare Bosom Fashion", in *San Francisco Chronicle*, 24.4.1968, p. 1-2 (Fashion Institute of Technology, New York, *Archives Elizabeth Hawes*, box 3, folder 6).

61 "Mer et bateau", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1571, 13.6.1975, p. 54-55. Vêtements de stylistes dont Emmanuelle Khanh, Chacok; mais aussi VPC : Les Trois Suisses, La Redoute.

62 "Grand froid", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1124, 16.11.1966, p. 74-76.

63 "Pour le bureau, ce qu'il vous faut. Une bonne jupe pas trop étroite, qui tombe bien, discrète, mais moderne et, pour l'accompagner, un pull en harmonie, qu'il soit en lambswool, en shetland ou en mailles fines... un duo pratique et adapté à votre rythme de vie. Avec, en plus, des bijoux astucieusement coordonnés et des chaussures souples et bien appropriées." "Duo pull-jupe", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1118, 5.10.1966, p. 66.

64 LOU TAYLOR, "Habillement, dissidence et consommation de masse en Grande-Bretagne", in GENEVIÈVE DREYFUS-ARMAND, ROBERT FRANK, MARIE-FRANÇOISE LÉVY & MICHELLE ZANCARINI-FOURNEL (dir.), *Les années 68. Le temps de la contestation*, Bruxelles, Complexe, 2000, p. 141-143.



- Les tricotés deviennent populaires dans les années 70. Certaines revues se concentrent exclusivement sur le tricot, comme Phildar. Là aussi on s'inspire parfois de styles ethniques d'origine exotique, comme ici une cape (poncho) faisant référence à un modèle aztèque. Extrait d'un dossier "Les tricotés qui viennent de loin", dans le catalogue Phildar, 1978.

et la culture de la drogue sont devenues des phénomènes de masse <sup>65</sup>. Royaume-Uni et Pays-Bas sont des lieux privilégiés de la contre-culture européenne et leur impact culturel sur le vêtement est plus fort que jamais auparavant, modifiant les circuits de création et de distribution.

L'influence de la contre-culture et son impact dans le domaine de la mode sont liés à cette émergence de la jeunesse au cours de la, voire des deux décennies précédentes. La mode 'jeune' a depuis un certain temps gagné les colonnes de la presse lorsque l'on arrive aux années 1970 <sup>66</sup>. Avec les hippies <sup>67</sup> et provos, l'influence de la pop, du rock puis du punk, et en fin de période le retour du style gothique <sup>68</sup>, des courants variés nourrissent la culture vestimentaire de la période dans des directions d'une diversité sans doute jamais atteinte jusque-là. La mode devient autant l'expression d'une marginalité que d'une normalité <sup>69</sup>. Les années 1970 sont marquées par le développement du goût pour les frêpes, de la récupération/customisation <sup>70</sup>, le retour du 'fait main', dans un esprit de liberté, d'épanouissement individuel et de refus des conventions. Cette expression du refus, mais aussi du second degré et de la dérision s'exprime dans les modes de tous les pays occidentaux. En Belgique, ce sera notamment le cas d'un groupe, celui des provos.

Les provos commencent par critiquer les dangers du tabac, puis, en général, l'ensemble du mode de vie des pays industrialisés. Ils organisent leurs premières manifestations et leurs premiers happenings à Amsterdam de mai à juillet 1965, accompagnés de textes et tracts relatifs à la "pensée provocatrice". Après Amsterdam, le phénomène s'étend à d'autres villes : Rotterdam, Maastricht. Puis à Anvers, Gand, Bruges, Bruxelles (l'échange entre villes hollandaises et belges a lieu à la fin de l'année 1966). Un peu plus tard, en 1966-1967, des groupes apparaissent à Liège, Charleroi, Mons. Parmi les facteurs d'extension du mouvement, outre les voyages à Amsterdam et le stop dans toute l'Europe, les idées provocatrices et l'allure extérieure forment l'"élégance provo". Les mini-jupes, les jeans moulants, les cheveux longs sont les premiers signes de ralliement, mais aussi un mépris total des conventions, y compris celles de la division des sexes et de l'hygiène <sup>71</sup>. Mais si les provos font scandale, c'est moins par leur tenue que par leur absence de tenue : "S'il existe un critère facile et concret pour distinguer

65 VALERIE STEELE, "Anti-Fashion : The 1970s", in *Fashion Theory. The Journal of Dress, Body, and Culture*, 9.1997 (1<sup>ère</sup> année) n° 3, p. 280.

66 "La mode twenty et cinq de ses principaux chapitres", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1126, 30.11.1966, p. 58-59.

67 PHILIP LIEVENS, *Over Jeugdsubculturen en tegenkulturen : de hippie-variant*, Gand, Seminarie in laboratorium voor jeugdweelzijn en volwassenvorming UGent, 1979.

68 PAUL HODKINSON, *Goth. Identity, Style and Subculture*, Oxford/New York, Berg, 2002.

69 HUBERT GALLE, "Les styles retrouvés. Mode rétro et revivals", in *Revue de l'Institut de sociologie*, Université libre de Bruxelles, 1977 n° 2, p. 230-231.

70 ALEXANDRA PALMER & HAZEL CLARK (dir.), *Old Clothes, New Look*, Oxford/New York, Berg, 2004.

71 CH. VASSART & A. RACINE, *Provos et provotariat. Un an de recherche participante en milieu provo*, Centre d'études de la délinquance juvénile, Bruxelles, 1968, publication n° 21, p. 5-12.

les Blousons noirs, teddy-boys, beatniks ou provos de l'ensemble de la jeunesse portant cravate, c'est bien celui de l'aspect extérieur : vêtements, chaussures, coupe de cheveux, degré de propreté, bagues, insignes, badges ou accessoires de tout genre. La démarche et l'expression du visage, moue dédaigneuse ou sourire ironique seraient même, pour certains auteurs, caractéristiques de l'appartenance à tel ou tel groupe d'originaux ou d'outsiders. (...) les provos devraient se reconnaître à la longueur de leurs cheveux, à leur pantalon de toile et à leur propreté relative. En réalité, seuls un petit nombre d'entre eux, et surtout parmi les novices, présentent une tenue extérieure qui attire l'attention. Mais, qu'ils portent le costume de ville et la cravate ou les blue-jeans délavés, presque tous arborent les mêmes symboles<sup>72</sup>.

Ces symboles sont récurrents, peints sur les vêtements et les chaussures, ou portés en badges ou en insignes : la pomme de jouissance; le symbole de la paix, en opposition à l'armement atomique; les slogans *love and make love; free sex, homophilie = provophilie, make love not war*.

Les provos ne créent donc pas une mode, mais sont contre la mode, tout comme ils s'insurgent, dans des happenings, contre toute forme d'économie de marché : "L'un d'entre eux eut lieu le mardi 6 décembre 1966 à 17 heures, rue Neuve, à Bruxelles. À l'occasion de la Saint-Nicolas, fut organisée une 'provocation pomme blanche', c'est-à-dire que les passants se virent offrir gratuitement des pommes emballées dans un tract disant : 'la pomme que nous vous offrons n'est pas un cadeau, ni une offre ou un support publicitaire. C'est votre légitime propriété.... Provo Bruxelles distribue ces pommes, provoquant ainsi la propriété privée, le cadeau commercial et la chasse au profit capitaliste...la pomme est le premier produit libre...premier produit non-commercialisé dans notre société hyper-commerciale...c'est un pas sur le chemin de la Société Blanche'"<sup>73</sup>.

Le reflet du désaccord politique se trouve entre autres, depuis les années 1950, dans les vêtements<sup>74</sup>, ce qui se cristallisera avec le militantisme contre la guerre du Vietnam. Le look des Belges n'est pas foncièrement différent de ceux des jeunes anglais, français, américains. Les vêtements ethniques; l'androgynéité dans le vêtement et la coiffure; l'approvisionnement en vêtements recyclés, fripes, seconde main; le goût pour le fait-main<sup>75</sup>; le jean dans tous ses aspects<sup>76</sup>; le débraillé

72 *Idem*, p. 28.

73 *Idem*, p. 44-45.

74 *Idem*, p. 145.

75 CAROLINE EVANS, "Cultural Capital, 1976-2000", in CHRISTOPHER BREWARD, EDWINA EHRLMAN & CAROLINE EVANS, *The London Look. Fashion from Street to Catwalk*, Londres, Museum of London/Yale University Press, 2004, p. 141-143.

76 Dominique Veillon, séance du séminaire "La mode des années 60", CNRS-IHTP, 2.4.2004.



\* Ann Salens et l'une de ses créations anticonformistes, qui étaient souvent faites de matériaux récupérés.  
(Photo Raoul Van Den Boom)

comme provocation sociale<sup>77</sup> : tout cela fait partie d'une culture vestimentaire internationale.

Une autre expression extrême du refus sera celle du punk qui, après 1976, suit en Belgique les traces de Londres et New York. Coiffures iroquoises, maquillage noir, épingles de sûreté dans la chair et piercing constituent autant sinon davantage le style punk que

<sup>77</sup> LOU TAYLOR, *op.cit.*, p. 146.

le vêtement. Dans les premiers temps, le punk est plus une culture du manifeste, du bricolage et de la récupération<sup>78</sup> qu'un syndrome marketing. Les stocks américains, les friperies, l'équipement fétichiste (latex, corsets, etc.) ou assimilé à la prostitution (imprimés léopard, bas résille, porte-jarretelles, lingerie apparente) alimentent une garde-robe qui détourne aussi des symboles de l'establishment comme la cravate et les pièces de costume. La provocation atteint son paroxysme avec le port d'images antagonistes : crucifix inversé, swastika nazie, symboles anarchistes, portraits de Marx, Staline ou Mussolini. L'inspiration est souvent directement musicale : les *Sex Pistols*, les Ramones, Richard Hell, sont copiés dans le monde entier. À Bruxelles, les pièces de garde-robe punk se trouvent surtout dans les magasins de la galerie Agora et de la rue des Éperonniers. De nombreux créateurs vont ensuite s'emparer de ces symboles et emboîter le pas à Vivienne Westwood, créatrice à Londres des premiers vêtements punk, pour devenir une tendance lourde des années 1980 avec Gaultier, Montana, Moschino, Mugler, Zandra Rhodes, notamment<sup>79</sup> : le punk atteint une extrême commercialisation, toujours en cours.

En retour, on ne peut perdre de vue la récupération des mouvements de la contre-culture par la culture populaire. C'est pendant les années 1970 que ce mouvement de récupération des contre-cultures par l'establishment de mode s'établit et devient lui-même une norme. Récupérées par le marché de la mode, ces contre-cultures voient leurs formes d'expression passer dans la consommation vestimentaire de masse<sup>80</sup>. Le marché des adolescents est, à partir des années soixante, en plein développement, et cette mode s'inspire largement des réalisations anglaises, de Biba et Mary Quant pour commencer. Le changement culturel plonge ses racines dans les années 1950<sup>81</sup>, et c'est à la matérialisation de ses conséquences, y compris en terme de diffusion et de marketing, que l'on assiste pendant les années 1970. Les cahiers de tendances et les bureaux de style, invention parisienne de la décennie 1960, ont maintenant fait leurs preuves<sup>82</sup> : la récupération marketing des tendances que l'on classera comme provenant de la rue est inévitable, vidant la parodie d'origine de son contenu<sup>83</sup>.

78 VALERIE STEELE, "Fashion : Yesterday, Today & Tomorrow", in NICOLA WHITE & IAN GRIFFITHS (dir.), *The Fashion Business. Theory, Practice*, Image, Oxford/New York, Berg, 2000, p. 14; VALERIE STEELE, "Anti-Fashion : The 1970s", in *Fashion Theory. The Journal of Dress, Body, and Culture*, 9.1997 (1<sup>ère</sup> année) n° 3, p. 287; CAROLINE EVANS, "Cultural Capital..." ; p. 139-143.

79 AGNÈS ADRIAENSSEN, *op.cit.*, p. 177.

80 À ce sujet, voir LOU TAYLOR, "Habillement, dissidence et consommation de masse en Grande-Bretagne", in GENEVIÈVE DREYFUS-ARMAND, ROBERT FRANK, MARIE-FRANÇOISE LÉVY & MICHELLE ZANCARINI-FOURNEL (dir.), *op.cit.*, p. 141-159.

81 *Idem*, p. 143.

82 FRANÇOISE VINCENT-RICARD, *Raison et passion. Langages de société. La mode 1940-1990*, Paris, Textile/Art/Langage, 1983.

83 Pour l'Angleterre, voir LOU TAYLOR, *op.cit.*, p. 155, 158-159.

Autre tendance forte, les styles ethniques sont présents pendant toute la période et à tous les niveaux, que ce soit dans les patrons à réaliser chez soi ou dans les collections de haute couture, en particulier sur le thème de l'exotisme chez Yves Saint Laurent. Tous les couturiers parisiens ou presque présenteront des modèles illustrant deux visions de l'exotisme pendant la décennie, soit le folklore slave et la Chine. Présentés dans les pages des magazines belges (toujours suivis de la mention "reproduction interdite"), les modèles de Balmain, Cardin, Dior, Féraud, Givenchy, Lanvin, Laroche, Scherrer, Torrente, Venet<sup>84</sup> sont retraduits dans les pages shopping, les patrons<sup>85</sup>, les coiffures<sup>86</sup> et les modèles de tricot<sup>87</sup>.

Les années 1970 sont aussi celles d'un développement peut-être sans précédent des modes kitsch et rétro. Si les retours aux styles anciens en mode ne sont pas neufs (par exemple, des modes "à l'antique" s'étaient développées pendant les années 1920, notamment sous l'impulsion de Madeleine Vionnet), le rétro n'a encore jamais eu autant de succès que pendant les années 1970, sur le plan du vêtement mais également pour tous les produits marketing<sup>88</sup>. Selon Agnès Adriaenssen, le rétro "ne connaît aucune limite dans le temps mais s'applique en principe à des modes datant de la première moitié du XXe siècle"<sup>89</sup>. Les boutiques rétro apparaissent donc dans les villes belges au cours des années 1960-1970; leur clientèle est jeune et cherche rarement à reproduire un univers entier, mais plutôt à combiner les éléments anciens et contemporains afin d'exposer son individualisme tout en s'assurant une certaine forme d'authenticité<sup>90</sup>. Cette mode se caractérise par une forme de récupération domestiquée, voire chic, que l'on peut trouver à Bruxelles dans le haut de la ville<sup>91</sup>. Au croisement du rétro et du punk, le style gothique, qui s'était déjà développé au XIXe siècle, revient en fin de période en lien avec une culture musicale qui se développe pendant les années 1980.

On peut s'y attendre : le kitsch rétro et les revivals ne restent pas longtemps le signe des contre-cultures. Les collections de prêt-à-porter, mais aussi de haute couture, dans une inversion du circuit traditionnel de diffusion de la mode tel qu'il prévalait jusqu'aux

84 "Haute Couture", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1582, 3.9.1975, p. 36-37; n° 1596, 3.12.1975, p. 52-55; "Haute Couture. Les super-soirs". "Une fois de plus, les couturiers ont réalisé pour les femmes les robes dont elles rêvent. Des robes d'une exquise féminité. À l'honneur : le flou drapé, le fourreau, les 'halos' de mousseline et les décors d'Extrême-Orient", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1600, 31.12.1975, p. 32-37.

85 "Patrons. Noël tout folklore", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1597, 10.12.1975, p. 48-49.

86 *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1599, 24.12.1975, p. 36.

87 *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1598, 17.12.1975, p. 62-63.

88 HUBERT GALLE, *op.cit.*, p. 217-246.

89 AGNÈS ADRIAENSSEN (dir.), *Encyclopédie de la mode*, Tielt, Lannoo, 1990, p. 182

90 HEIKE JENSS, "Dressed in History : Retro Styles and the Construction of Authenticity in Youth Culture", in *Fashion Theory. The Journal of Dress, Body and Culture*, 12.2004 (8e année) n° 4, p. 392, 399.

91 "In the Galleries we loved La Boutique de Sophie; the Boutique Veronique, an art-nouveau paradise with old telephones, gramophones and ye-ye gear". "The brightest side of Brussels", in *Fairlady*, 23.8.1967, n.p. (MOMU, Documentatiemop Wittamer-De Camps).

# TRICOT TRÈS NOUVELLE... UNE VESTE ÉPAULÉE

Elle est superbe, elle fait « couture ». Vous n'aurez aucune difficulté pour la réaliser en côtes simples et point relief. N'oubliez pas de mettre un léger padding aux épaules, c'est tellement chic.

XX

Tailles 38 (42, 46 et 50). Quand il n'y a qu'un chiffre, celui-ci est valable pour toutes les tailles.

**FOURNITURES** : en qualité *Petrouchka* du CHAT BOTTE : 10 (11-12-13) pel. col rouge écarlate, aig. 3 et 3 1/2, 3 boutons, 1 paire de petites épaulettes.

**MESURES** : voir schéma du patron.

**POINTS EMPLOYÉS** : Côtes 1/1 (aig. 3), 1 m. end, 1 m. env.

**Point de fantaisie** (aig. 3 1/2) :

**1er rg** : sur l'end du trav. \* 2 m. end, 1 m. env \* Rép de \* à \*

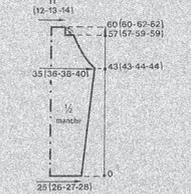
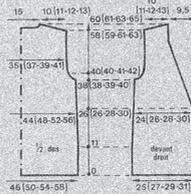
**2e rg** : \* 1 m. end, 2 m. env \* Rép de \* à \*

**3e rg** : comme le 1er rg.

**4e rg** : tout à l'end.

**5e rg** : reprendre au 1er rg.

**ECHANTILLON** : 25 m. et 29 rgs tric au pt de fantaisie = 10 cm de côté.



N° 6



Photo: Claude GUYRE. Coupe: Denise Hénaut - Diamantier, Fleck - Crottière, Ed. Bagnard.

XX : débutantes  
 XXX : habituées  
 XXXX : expertes

• Patron de tricot pour une veste épaulée, annonçant le style austère des années 80. Tiré de *Femmes d'aujourd'hui*, février 1979.

années 1950, récupèrent de plus en plus systématiquement toutes les tendances, d'où qu'elles viennent. La haute couture de 1975 nous offre donc un revival années 1930 avec un style Bonnie & Clyde immédiatement identifiable à ses bérets, écharpes, grands cols, jupes plates<sup>92</sup>.

Le prêt-à-porter n'est pas en reste<sup>93</sup>, comme le montre cet article de la presse belge qui reprend les marques de prêt-à-porter Georges Rech, Sacha (chaussures), Agatha (bijoux), Yvan et Marzia, distribuées à Bruxelles, Gand, Liège, Bruges, Courtrai, Anvers, Knokke (et Paris pour quelques adresses). Il ouvre un imaginaire qui tient à la fois du rétro et du cinéma, devenu un facteur majeur de transmission des styles : "Hollywood 79 ! C'est comme les *stars* d'avant", c'est-à-dire des années 1950. Jupons, fuseaux en nylon, ceintures extra-larges et talons hauts : c'est ici un parfait décalque de la comédie musicale *Grease*, avec Olivia Newton-John et John Travolta, sortie en 1977.

La décennie 1970 est, dans son ensemble, la période pendant laquelle s'accélère la récupération des modes non-conformistes par l'industrie. Le classicisme n'a jamais totalement disparu, avec des vêtements comme le tweed et le loden qui opèrent des retours périodiques<sup>94</sup>. L'après-1968 va progressivement imposer la restauration d'une image plus conservatrice de la femme : la minijupe disparaît progressivement<sup>95</sup>. La longueur midi, présentée dans les collections de haute couture en janvier 1970, semble avoir du mal à s'imposer, ce qui a donné lieu à de nombreuses interprétations : dictature parisienne contre liberté américaine; conservatisme contre révolution sexuelle; anticipation d'une nouvelle dépression qui sera celle de la crise pétrolière; nécessité d'écouler le stock de minijupes<sup>96</sup>. On retrouvera finalement la jupe midi à côté de toutes les autres longueurs<sup>97</sup> : il ne s'agit plus d'imposer un seul modèle de vêtement; l'individualisme prévaut, tandis que le marketing encourage la consommation dans toutes les gammes de prix. À la fin de la période, subsiste un changement majeur dans les formes : la généralisation du pantalon<sup>98</sup>, désormais porté par toutes les femmes. Les deux dernières années de la décennie sont déjà marquées par le style des années 1980 : retour à la ligne des années 1940, pantalons, tailleurs sévères et carrures larges, rien ne manque<sup>99</sup>.

92 "Haute couture", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1570, 4.6.1975, p. 48-49.

93 "Shopping. La mode rétro c'est aussi Hollywood des années 50", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 24, 7.6.1979, p. 34-37; Patron "Les jupes années 50", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 23, 1.6.1979, p. 32-35.

94 "Tweed et loden", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1585, 17.9.1975, p. 55.

95 HUBERT GALLE, *op.cit.*; CLAUDE JAVEAU, "Quelques réflexions pas très organisées sur la mode", in *Revue de l'Institut de sociologie*, ULB, 1977 n° 2, p. 97 et suivantes.

96 VALERIE STEELE, "Anti-Fashion: The 1970s", in *Fashion Theory. The Journal of Dress, Body, and Culture*, 9.1997 (1<sup>ère</sup> année) n° 3, p. 281-283.

97 *Femmes d'aujourd'hui*, n° 1597, 10.12.1975 p. 7 : patron pour une jupe de ligne "midi".

98 En 1971 en France, le nombre de pantalons pour femmes vendus passe de 11 à 15 millions; le nombre de robes passe de 18 à 15 millions. VALERIE STEELE, "Anti-Fashion...", p. 284; LAURENCE BENAÏM, *Le pantalon, une histoire en marche*, Paris, Les Éditions de l'amateur, 1999, p. 132-146.

99 "Collections automne-hiver 79-80", in *Femmes d'aujourd'hui*, n° 36, 1.9.1979, p. 31.

#### IV. De nouveaux créateurs belges ?

L'affirmation selon laquelle la création de mode n'existe pas en Belgique avant les années 1980, n'est pas tout à fait exacte. Comme on pouvait le constater au cours des périodes précédentes, si le secteur de la mode est discret en Belgique, il n'est pas totalement absent. Quelques entreprises de prêt-à-porter sont bien présentes sur le marché belge. Ce prêt-à-porter se distingue surtout par la qualité des matières et des finitions; et par un bon goût discret que l'on retrouve dans les maisons de couture qui choisissent de calquer leur production sur la mode parisienne <sup>100</sup>.

Pourtant, il existe une troisième voie, celle de la création. Certains peuvent se définir comme couturiers, travaillant de manière exclusive et sur mesure. D'autres sont davantage des stylistes : ils créent pour une production en série, qui s'avère souvent de bonne qualité voire luxueuse. La question de la possibilité d'être reconnu en tant que créateur de mode, mais également de parvenir ainsi à une autosuffisance financière, doit être posée dans un pays qui ne possède pas alors de tradition dans la création de mode. Comment se positionnent ces créateurs ? Comment justifient-ils leur expertise ? Les créateurs de mode qui, comme Olivier Strelli (1975-) et Nina Meert (1979-), ont démarré pendant les années 1970 et sont toujours en activité aujourd'hui, sont peu nombreux. D'autres ont innové aussi, mais pour moins de temps : l'anversoise An Salens <sup>101</sup>, France Andrévie, Brigitte Manquin (considérée comme la première minimaliste) et Yvette Lauwaert <sup>102</sup>.

Yvette Lauwaert travaille à Gand, entre création textile et mode <sup>103</sup>. Ses créations oniriques, réalisées dans une petite structure, préfigurent la mode des années 1980. Elle commence en dessinant des vêtements pour des artistes et pour des clientes qui sont à la recherche d'une certaine forme d'extravagance, puisant à l'occasion dans des mouvements artistiques, tels que le *Jugendstil* ou l'Art déco. Elle travaille exclusivement pour des femmes, expliquant que son travail s'est développé si vite qu'elle n'a pas eu le temps de penser à démarrer une ligne masculine. Le travail de Lauwaert reste centré sur l'individu qui le portera, avec une grande attention pour les tissus et les matières, sans chercher à réaliser une mode saisonnière au sens commercial du terme. Sa définition du terme de mode est essentiellement celle d'une activité artistique : "*Mode. Het is een ambitie, het is een kunst, je kan er je volledige persoonlijkheid in leggen*" <sup>104</sup>.

100 "Oui, le prêt-à-porter belge est renommé pour sa netteté de coupe, son exécution parfaite, son style modéré, son goût sûr". MONIQUE VERBEECK, "La mode telle qu'on la porte en Belgique", in *Femmes d'Aujourd'hui*, n° 1115, 14.9.1966, p. 56.

101 "Salens An", in AGNÈS ADRIAENSSENS, *op.cit.*, p. 191.

102 LUC DERYCKE & SANDRA VAN DE VEIRE (dir.), *op.cit.*, p. 173.

103 DANIEL CHRISTIAENS, "De Belgische bijdrage tot de mode en de jaren twintig", *Interbellum Cahier*, Gand, 1985 n° 2, p. 20, note 5.

104 MOMU, *Documentatiemap Yvette Lauwaert*, trois interviews sur la conception de la mode par trois créatrices belges.

France Andrévie, d'origine française, née à Montauban en 1950, commence comme styliste d'une maison belge nommée Laurent Vicci, et fonde ensuite une ligne à son propre nom. Elle ouvre deux boutiques, à Paris et à Saint-Tropez, en 1976. Ses créations annoncent les années 1980 avant la lettre, se distinguant par l'accent mis sur les carrures larges. Elle meurt d'une overdose en 1984<sup>105</sup>.

Ann Salens, figure de la vie anversoise des années 1970, est reconnue comme l'une des créatrices les plus originales de sa génération. Sa vie mouvementée a laissé davantage de traces que celle de la plupart de ses consœurs. Elle est d'ailleurs la seule créatrice de cette génération à être devenue le sujet d'une biographie publiée en 1995 par le journaliste Manu Adriaens, sous le titre "*Ik wil niet aan deze wereld wennen*". *Over Ann Salens, modeontwerpster (1940-1994)*<sup>106</sup>. Ann Salens, née en 1940, commence non dans le stylisme, mais en ouvrant un magasin de brocante dans le quartier chaud d'Anvers, où elle rencontre l'artiste Ludo Mich[ielsen] qu'elle épouse en 1965. Selon Salens, elle a commencé à vendre ses créations par hasard, en proposant une robe qu'elle avait tricotée à une amie, qui l'achète. Elle utilise beaucoup de matériaux récupérés, surtout pour ses fonds de robe, taillés dans des vêtements des Petits Riens. Ses débuts sont artisanaux et reposent sur un principe économique simple : une robe vendue donne assez d'argent pour manger, et acheter de la matière pour fabriquer deux autres robes. Sa première boutique, située dans la *Wijngaardstraat*, est un ancien bordel, et deviendra par la suite un café tenu notamment par le chanteur et icône des provos, Ferré Grignard<sup>107</sup>. Ann Salens s'installe ensuite dans la *Wolstraat*, où elle crée des vêtements, d'abord uniquement pour femmes, à partir de fils de soie ou de laine tricotés ou crochetés.

Son travail, souvent qualifié de visionnaire sur le plan créatif, repose sur la couleur de multiples tons de fils de soie et sur le mouvement, généralement souligné par les franges qui terminent ses pièces. Ses créations seront portées notamment par Paola, alors princesse de Liège, par Juliette Gréco, et par la chanteuse de variétés Ann Christy. Ses modèles se vendent, outre en Belgique, à Paris, Düsseldorf et Amsterdam. Les défilés mêlent musique, danse, provocation à l'égard du public et érotisme, les vêtements étant souvent portés à même le corps, sans fond de robe, et jouant sur la transparence. Ce qui fait parfois scandale, mais fait aussi la publicité de ses créations, sur le mode du happening. Ann Salens dessine également des vêtements pour hommes en patchwork au début des années 1980. Son travail est totalement personnel; elle ne fabrique aucune copie et n'entretient pas de rapports avec les couturiers parisiens, tout en admirant un petit nombre d'entre eux, essentiellement Yves Saint Laurent, Pierre Cardin et surtout

105 AGNÈS ADRIAENSSEN, *op.cit.*, p. 13; JULIE HUON & ISABELLE WILLOT, "Un peu, beaucoup, à la Strelli", in *Victor*, supplément du journal *Le Soir*, 30.7.2005, p. 5.

106 MANU ADRIAENS, "*Ik wil niet aan deze wereld wennen*". *Over Ann Salens, modeontwerpster (1940-1994)*, Berchem, EPO, 1995.

107 MANU ADRIAENS, *op.cit.*; LILY ARMON, "De paradijsvogel wilde niet aan deze wereld wennen", in *Gazet van Antwerpen*, 7.9.1995, p. 20.

Paco Rabanne, pour sa démarche futuriste <sup>108</sup>. Comme beaucoup de ses consœurs belges de la même époque, Ann Salens travaille d'une manière individuelle, sur un plan très concret puisque l'objectif essentiel est de mettre la cliente en valeur. Elle recherche l'originalité et l'inattendu, surtout dans des combinaisons de couleurs inhabituelles <sup>109</sup>. Mais la gestion est le point faible de la petite entreprise familiale, qui fait faillite en 1987. La suite se passera entre cafés, retours successifs à la brocante et à la création. Minée par l'alcoolisme, puis par un cancer de la gorge, Ann Salens meurt en 1994 <sup>110</sup>.

Quelques créateurs belges, qui se lancent pendant les années 1970, arriveront à se maintenir dans la durée et sont toujours actifs actuellement.

Parmi eux, on ne présente plus Olivier Strelli, valeur sûre du secteur, qui ouvre sa maison en 1975. Il fonctionne en ouverture constante sur Paris : son travail fait la couverture de *Elle*, il s'offre les services d'une attachée de presse parisienne à partir de 1978 et compte beaucoup de particuliers et d'entreprises parisiens parmi ses clients, dont les galeries Lafayette. Son premier défilé à Bruxelles a lieu en 1978. Il défile à Paris en 1981, à la Maison de la Belgique, futur Centre Wallonie-Bruxelles, affirmant qu'il a "tout se suite misé sur l'identité belge". Faire exister la Belgique sur le plan de la mode internationale est une préoccupation majeure dès le début de sa carrière; il participera d'ailleurs à l'organisation de l'ITCB et de la Canette d'or pendant les années 1980 <sup>111</sup>.

La dernière arrivée de la décennie, Nina Meert, est toujours en activité aujourd'hui. Issue d'une famille d'artistes, elle est autodidacte. Elle commence à travailler dans la mode comme stagiaire d'Emilio Pucci à Florence, puis travaille à Paris chez le styliste Cacharel <sup>112</sup>, pionnier du prêt-à-porter français, entre 1974 et 1978. Elle montre sa première collection à Bruxelles en 1978 <sup>113</sup> et fonde en 1979 sa maison de couture, simultanément à Bruxelles et à Paris <sup>114</sup>. Elle arrive dans le secteur par le biais de la lingerie, et travaille d'abord autour du linge de nuit et de maison, avant de développer des vêtements dans des tissus délicats de couleurs claires, l'objectif déclaré étant

108 "Als er iets is waar ik een hekel heb, is het aan grijsheid, middelmatigheid", in *Gynaika Magazine*, 1.2003, p. XVI.

109 MOMU, *Documentatiemap Yvette Lauwaert*, trois interviews sur la conception de la mode par trois créatrices belges.

110 "Als er iets is waar ik een hekel heb, is het aan grijsheid, middelmatigheid", in *Gynaika Magazine*, 1.2003, p. XV-XVI (MOMU, *Documentatiemap Ann Salens*); MANU ADRIAENS, *op.cit.*

111 Julie Huon, Isabelle Willot, "Un peu, beaucoup, à la Strelli", in *Victor*, supplément du journal *Le Soir*, 30.7.2005, p. 5-6.

112 "Un prêt-à-porter raffiné et hors du temps", in *Texbel*, 2, 2004, n.p. (MOMU, *Documentatiemap Nina Meert*).

113 "De werkkledij van Nina Meert", in *De Standaard*, 18-19.5.1985, n.p. (MOMU, *Documentatiemap Nina Meert*)

114 Nina Meert, présentation de la maison de couture, 2006.

Dit is Belgisch

Dit is Belgisch

C'est Belge

Deze drie etiketten die je terugvindt aan dames- en herenkleding, kinderkleding en hometextiel zijn een waarborg voor echte kwaliteit, voor Belgische kwaliteit!

Maar de Belgische mode is meer dan kwaliteit alleen. De Belgische textiel- en kledingnijverheid is een economische pijler die werk verschaft aan meer dan 100.000 mensen.

Hou dus deze etiketten in het oog!

- Quatrième de couverture du premier catalogue de mode belge de l'ITCB (Institut du textile et de la confection en Belgique), printemps 1984.

d'éviter à la fois l'agressivité et l'incolore<sup>115</sup>. Elle revendique un *travail sériel* plutôt que la reproduction, un modèle pouvant faire l'objet d'une cinquantaine de déclinaisons réalisées dans des tissus et des couleurs différentes<sup>116</sup>. Le sur-mesure, le contact avec la clientèle sont à la base de ce travail et, de fait, les robes de mariée, plus facilement confiées à des créateurs que d'autres pièces d'habillement, deviennent une spécialité de l'entreprise, qui se maintient sur le modèle d'un service personnalisé<sup>117</sup>. Somme toute, ce rapport de proximité voire d'intimité avec la clientèle est une autre manière d'encourager l'individualité caractéristique de la mode des années 1970 et au-delà<sup>118</sup>. Nina Meert exporte ses créations, en ouvrant une boutique à Paris en 1984<sup>119</sup>, ce qui lui permet de vendre plus facilement à des entreprises internationales<sup>120</sup>. La créatrice refuse cependant d'assimiler son travail à la mode en tant que moteur de la société de consommation.

On ne peut donc poser le constat de l'absence de créativité de mode dans la Belgique des années 1970. Les quelques portraits esquissés ici ne sont pas exhaustifs, l'objectif étant de dégager des traits communs. Le créateur des années 1970 est souvent une créatrice. Sa formation est atypique : autodidacte, venu(e) à la mode au fil d'un parcours cohérent mais non déterminé. Les entreprises sont des PME; le créateur ou la créatrice est rarement gestionnaire, ce qui est un point faible trop répandu. La faillite n'est pas une généralité, mais le cas d'Ann Salens marque les esprits. La leçon sera retenue par la suite : parmi la génération des Six d'Anvers, ceux qui se sont le mieux maintenus cumulent les expertises, ou travaillent en tandem créateur-gestionnaire. Les cours de gestion, l'accent sur le lien avec les entreprises et les unités de production, seront également intégrés dans la formation des futurs stylistes, à Anvers et à La Cambre<sup>121</sup>.

Les portraits croisés des créatrices et créateurs des années 1970 sont ceux d'individualités très différentes, mais dont la conception du métier est presque toujours identique : la plupart se définissent comme artistes avant de se percevoir comme stylistes ou couturières. La création est première et le médium 'vêtement' un accident plutôt qu'une nécessité.

115 "Nina Meert : de wereld in de ban van 't huwelijk van de gelaarsde kat", in *Mode dit is Belgisch*, lente-zomer 1986, p. 20 et 218 [non signé] (MOMU, *Documentatiemap Nina Meert*).

116 MOMU, *Documentatiemap Yvette Lauwaert*, trois interviews sur la conception de la mode par trois créatrices belges.

117 "Un prêt-à-porter raffiné et hors du temps", in *Texbel*, 2, 2004, n.p.; MOMU, *Documentatiemap Yvette Lauwaert*, trois interviews sur la conception de la mode par trois créatrices belges.

118 Cette individualité a pu être analysée comme conduisant à un type de consommateur nouveau, l'*individu-mode*. GILLES LIPOVETSKY, *L'empire de l'éphémère. La mode et son destin dans les sociétés modernes*, Paris, Gallimard, 1987, p. 209.

119 AGNÈS ADRIAENSSEN, *op.cit.*, p. 147.

120 MOMU, *Documentatiemap Yvette Lauwaert*, trois interviews sur la conception de la mode par trois créatrices belges.

121 Entretien avec Francine Pairon, fondatrice de l'atelier Mode de La Cambre en 1986, Paris, 27.6.2006.

Si l'on peut affirmer que le créateur de mode au sens français adopte dès le XIX<sup>e</sup> siècle un comportement d'artiste, il est d'abord couturier. Il décide de la forme que prend une industrie internationale centrée à Paris, et il se fait que cette industrie est celle de la mode. Or, les créatrices belges de la première heure sont indifférentes au système parisien ou le rejettent. Leur mode refuse la contrainte du temps, alors que Paris est régi par le calendrier des collections. Elles refusent également le temps court du renouvellement perpétuel, que ce soit dans la revendication de l'intemporalité (Nina Meert), ou dans l'indifférence totale à ce qui se fait ailleurs, au profit du plaisir de l'instant (Ann Salens).

Cette conception du couturier comme artiste se place donc dans une tradition qui n'est pas celle de la mode, mais de l'anti-mode. D'autres créateurs belges en ont fait, sinon une tradition, du moins une pratique : Henry Van de Velde, Marcel Baugniet, Norine inscrivait la création textile dans un art total. Cette pratique est reprise par la plupart des créatrices des années 1970. A l'extrême, les shows d'Ann Salens sont des happenings qui mettent en scène la mode comme liberté, nudité, provocation, rejet de l'ordre établi.

## V. Conclusions

La mode est en transition dans la Belgique des années 1970. Comme ailleurs, l'explosion des formes et des différences est exceptionnelle, souvent à la suite de mouvements culturels venus des États-Unis, d'Angleterre, de France. Le secteur lui-même est marqué par les évolutions structurelles internationales : émergence du prêt-à-porter puis des stylistes et perte du contrôle international par la haute couture. Les modes de distribution sont également disparates, comme en atteste la coexistence en Belgique d'entreprises de couture sur-mesure, de grands magasins (qui inaugurent les *corners*), de boutiques, de la vente par correspondance, du commerce de seconde main et de la friperie, et, en dehors de ce système, de la couture à la maison.

Cette mode belge en liberté se situe en marge d'un secteur textile traditionnellement important dans le pays, dont la production est d'une qualité internationalement reconnue. Si l'asbl Institut du textile et de la confection de Belgique (ITCB) naît en 1981, pour intervenir dans le cadre du plan Textile quinquennal voté par le gouvernement Martens, l'Etat belge subsidie déjà certaines productions textiles belges pendant les années 1970. Ainsi, l'asbl Centre de promotion du lin obtient en mai 1972 un subside du Fonds du commerce extérieur, afin de développer son programme de promotion et de publicité en faveur du lin belge sur le marché des États-Unis<sup>122</sup>. On notera ici que l'objectif du financement est promotionnel, ce qui préfigure un pan important des objectifs du plan Textile.

---

122 *Conseil professionnel du textile et du vêtement. Rapport du secrétaire sur l'activité du conseil du 1<sup>er</sup> août 1970 au 31 juillet 1973*, Bruxelles, 1974, p. 47.

Lors de la deuxième partie de la décennie 1970, le patronat du textile et de la confection belge doit quelque peu déchanter. Le rapport du Conseil professionnel du textile et du vêtement, organisme jusqu'ici optimiste quant à la santé du secteur en Belgique, se fait en demi-teinte. Sont en cause, la crise pétrolière, les difficultés monétaires internationales, la récession de 1974-1975 qui touche directement les industries du textile et du vêtement sensibles à la conjoncture, la concurrence des pays en développement et d'un certain nombre de pays communistes qui inquiètent les industriels belges. Dans ce contexte, le Conseil professionnel du textile et du vêtement travaille à la préparation du volet sectoriel du plan 1976-1980. Créé en 1978, le *Belgisch Breigoed*, ou CCBB, *Centraal Comité van de Belgische Breigoednijverheid* (Comité central de l'industrie de la maille belge), a pour but de défendre les intérêts des fabricants belges de maille et de bonneterie sur base de trois secteurs d'intervention : information, formation, expansion-promotion<sup>123</sup>. Objectifs qui annoncent la création de l'ITCB et du plan Textile de 1980, en particulier sur le plan de la formation et de la promotion, avec l'intervention croissante de l'État belge au cours de la seconde moitié de la décennie 1970. Ce mouvement passera par un encouragement à l'enseignement et à la création, partiellement financé par le gouvernement Martens, et conduira au lancement de *Mode c'est belge*<sup>124</sup>. Dans ce contexte-là, la force des créateurs belges, et en particulier des stylistes, sera double : une créativité qui n'a pas à souffrir du poids des traditions; et une collaboration étroite entre stylistes et industries.

Décennie de transition, les années 1970 se profilent comme un laboratoire d'expériences. Pour les consommateurs et consommatrices de mode, dont le cercle s'élargit et se diversifie, la mode couvre un large spectre, entre création de luxe et contre-culture, bientôt récupérée par le marketing. Dans le contexte international d'une industrie de la mode en pleine mutation culturelle et économique, la Belgique pourra tirer profit au mieux de cette période qui se signale, culturellement, par sa prise d'indépendance par rapport à l'hégémonie (culturelle, sinon économique) parisienne et institutionnellement, par un interventionnisme croissant de l'État.

Sans préjuger de ce que deviendra le secteur de la mode en Belgique à la fin des années 1980, secteur dont la réussite en termes culturels semble surprenante en regard des décennies précédentes, ce tour d'horizon des années 1970 montre la permanence de caractéristiques du secteur de la mode en Belgique : culturellement, de multiples formes de rejet des modes établies que l'on peut rassembler sous le terme d'"anti-mode"; sur le plan biographique, un modèle qui sous-tend des individualités multiples et disparates, soit le créateur de mode comme artiste. Cette culture de la diversité, l'absence d'un establishment de la mode ayant ses traditions propres – bien que le pays

---

123 AGNÈS ADRIAENSSEN, *op.cit.*, p. 21.

124 *Mode c'est belge*, n° 1, 1984.

dispose d'une importante industrie – sont le signe d'un terrain ouvert à toute tentative créatrice <sup>125</sup>.

---

\* VÉRONIQUE POUILLARD (°1976) est docteure en histoire de l'Université libre de Bruxelles. Elle est actuellement *BAEF Postdoctoral Fellow à Columbia University*. Spécialisée dans l'histoire des sociétés de consommation, elle s'intéresse plus particulièrement aux secteurs de la publicité et de la mode. Elle travaille pour l'instant à une histoire transatlantique des dynamiques de reproduction et de copie chez les professionnels de la mode, des années 1929 à 1950.

---

<sup>125</sup> Entretien avec Francine Pairon, Paris, 27.6.2006.