

« Je t'aime, moi non plus » — Compte-rendu du colloque « Échanges Franco-Allemands dans la Mode » Paris, 6-7 octobre et Berlin, 10-11 octobre 2016

En octobre 2016, le séminaire de recherche « Histoire de la Mode » de l'Institut d'histoire du temps présent, animé par les Drs. Maude Bass-Krueger et Sophie Kurkdjian (IHTP-CNRS) et la *Lipperheidesche Kostümbibliothek*, dirigée par le Dr. Adelheid Rasche, se sont associés pour l'organisation d'un colloque sur « Les Échanges Franco-Allemands dans la Mode ». Il s'est d'abord tenu à Paris, au Centre allemand d'Histoire de l'Art les 6 et 7 octobre, puis, à Berlin, à l'Institut français les 10 et 11 octobre.¹ Son objectif était de comprendre la nature des relations unissant, sur le plan de la mode, la France et l'Allemagne, deux pays frontaliers traditionnellement considérés comme des « ennemis héréditaires », mais liés par une longue histoire d'échanges commerciaux et un riche patrimoine intellectuel et artistique.

Nous sommes parties d'un constat : très peu d'ouvrages ou d'études ont été publiés sur les échanges entre la France et l'Allemagne dans le domaine du textile et du vêtement. Ce sujet est pourtant crucial pour comprendre les enjeux identitaires et économiques de ces deux pays durant l'époque contemporaine. Au cours de cette période, marquée par l'augmentation des rivalités politiques et économiques, le prisme de la mode permet d'aborder autrement les questions de diplomatie, de concurrence commerciale, de nationalisme, mais aussi de transferts esthétiques et de construction des stéréotypes transfrontaliers. La mode éclaire d'une manière inédite les frictions et les divergences tant politiques, économiques que culturelles entre la France et l'Allemagne. En effet, si depuis toujours, et davantage encore avec la naissance de la haute couture sous l'égide de Charles-Frederick Worth à la fin du XIX^e siècle, Paris est considérée comme la capitale de la mode et de la couture, l'Allemagne fut dès le début du XX^e siècle le berceau et le principal fournisseur de la confection des vêtements européens.²

Deux aspects sont notamment ressortis des différentes interventions du colloque : sous l'angle économique, les communications ont permis d'interroger la nature et l'évolution des échanges commerciaux, en prenant en compte le poids des nationalismes et de la compétition économique, exacerbés par les conflits militaires qui ont marqué la fin du XIX^e et la première moitié du XX^e siècle ; l'approche socio-culturelle a permis quant à elle de poser la question des représentations et des perceptions.

DES ÉCHANGES DÉSÉQUILIBRÉS ENTRE LA FRANCE ET L'ALLEMAGNE

Trois interventions ont permis de mettre en lumière les problèmes structurels qui ont conduit à l'existence d'un net déséquilibre dans les échanges franco-allemands dans la mode, tant sur le plan historiographique que sur le plan historique et commercial. En ouverture du colloque, Adelheid Rasche a donné un aperçu des travaux publiés depuis quarante ans par les chercheurs français sur la mode allemande, et inversement, en s'appuyant sur les catalogues de l'Institut Français de la Mode (IFM), du Palais Galliera et du Lipperheide. Elle a constaté une nette disproportion en faveur des publications en allemand sur la mode française. Est-ce dû à un manque d'intérêt des Français pour la mode allemande ? Une méconnaissance ? Ou un préjugé quant au rôle que la confection allemande aurait joué dans l'histoire de la mode ? La mise en ligne de cette première étude bibliographique a posé le cadre des questionnements des quatre jours de conférences, tout en mettant très explicitement en lumière les objectifs que nous souhaitons atteindre : rééquilibrer la balance des projets de recherche, ouvrir de nouvelles pistes de réflexion et renouveler l'historiographie générale sur le sujet.

Maude Bass-Krueger et Frederun Scholz (« The History of Dress History in France and Germany: Two Nineteenth-Century Stories ») ont poursuivi en amont l'historiographie de la discipline afin de voir si les deux pays avaient toujours été hermétiques à l'histoire de la mode du voisin. Leur analyse croisée a permis d'en mettre au jour les bases divergentes : sans dialogue aucun du côté français, une posture d'opposition dominait chez les historiens allemands. La recherche sur la mode apparaît dans les deux pays au début du XIX^e siècle et se développe d'une manière similaire à travers les livres, les expositions, et les collections, mais elle est marquée par des divergences disciplinaires autant que théoriques. En Allemagne, l'histoire de la mode s'inscrit dans le projet de la *Kulturgeschichte* (histoire culturelle) et s'appuie sur un intérêt pour le quotidien et le *Trachten* (costume). En France, elle est élaborée par des historiens « archéologues » qui étudient l'histoire des objets, mais se focalisent sur une industrie plus « élitiste » que populaire. Par ailleurs, Scholz a montré que les théoriciens allemands de la mode comme Jakob von Hefner-Alteneck, Jacob von Falke, et Rudolf Virchow avaient été tenus à l'écart du système universitaire ; Bass-Krueger à l'inverse que l'histoire de la mode était en France liée à l'enseignement institutionnel, par exemple celui de Jules Quicherat à l'École des chartes à partir de 1847. Leur analyse croisée a permis de faire ressortir un thème qui est revenu tout au long du colloque : pour la France, la mode fait partie intégrante de la construction de l'identité nationale ; en Allemagne, elle est un outil qui permet de comprendre l'humain dans son environnement politique et social. En somme, l'Allemagne ne se construit pas par la mode, mais se regarde à travers elle.

La communication de Clémence Bertier, « L'Allemagne et la mode : Histoire et perspectives de la frivolité au pays de l'austérité », a prolongé l'étude historiographique tout en posant la question du poids de l'historique dans le présent. En effet, bien qu'héritière d'une longue tradition de confection, possédant plusieurs marques telles que Jil Sander, Hugo Boss, Escada, Adidas, et ayant la capacité d'être un acteur essentiel de l'économie de la mode, l'industrie vestimentaire allemande a pourtant

aujourd'hui le plus grand mal à exister sur la scène internationale et à fidéliser ses clients. Quelle est la raison de ce « problème allemand » ? Par tradition, au sein de laquelle la religion protestante, les Allemands aimeraient les vêtements confortables, pratiques et discrets... une combinaison qui va à l'encontre du fonctionnement même de la mode tel que défini par Paris dès la fin du XIX^e siècle : celui d'une industrie marquée par le renouveau, le beau et le créatif avant l'utile et le pratique, visant à être vue plutôt que cachée. Cette première intervention a donc permis d'aborder l'épineux problème de la « mode allemande », celui de savoir non seulement si elle existe, mais comment elle se définit – aujourd'hui et par le passé – par rapport à la mode française, dont la réputation séculaire l'a toujours positionnée sur le devant de la scène internationale.

SE LIBÉRER DE PARIS ?

La question de la dominance française en matière de mode et des tentatives allemandes pour s'en libérer tout au long des XVIII^e, XIX^e et XX^e siècle a fait l'objet de plusieurs communications. Birgit Haase (« Los von Paris? Deutsche Nationalkleidung versus "französisches Modediktat" ») a montré comment, dès le XVII^e siècle, plusieurs auteurs et illustrateurs allemands ont tenté de développer une théorie et une esthétique de la « mode allemande ». Leur volonté était alors de la démarquer de la mode française qu'ils qualifiaient de « contraignante », « scandaleuse » et « factice ». D'abord inscrites dans un esprit anti-absolutiste et anti-monarchique, ces critiques se poursuivent jusqu'au XX^e siècle. Malgré leur vivacité, Haase a aussi montré leur dimension plus théorique qu'ouvrant à un véritable projet industriel. Car dans cette longue durée, la mode allemande ne réussit pas à s'émanciper du modèle parisien. Les questions soulevées ici ont été ensuite reprises par Andrea Kollnitz (« In Love-Hate with the French – Fashion, Nationalism and Transnationalism in German *Simplicissimus*, 1915-1925 ») dans une présentation sur la nature et les enjeux de sens des caricatures de la mode française publiées dans le magazine satirique allemand, notamment durant la Première Guerre mondiale. Elle a mis au jour une certaine ambivalence dans la relation que l'Allemagne entretient à cette époque avec la mode française : souvent perçue comme une source de plaisir et d'inspiration, celle-ci était simultanément décrite comme trop extravagante par rapport à l'élégance teintée de discrétion et de modestie préconisée pour les Allemandes. À travers les caricatures, un discours allemand se dessine : la femme allemande suit bien la mode, mais l'expurge des excès de style et de féminité de la Française, empreints de décadence esthétique et morale.

La dualité des sentiments franco-allemands tend à se renforcer dans la première moitié du XX^e siècle. La période des années 1930 constitue un tournant, car l'opposition théorique s'assortit d'initiatives venues des industriels allemands comme des instances gouvernementales pour supplanter Paris sur la scène internationale. Nathalie Dimic (« Austausch und Abgrenzung. Die Rezeption französischer Mode in der deutschen Presse zwischen den beiden Weltkriegen ») a par exemple montré le passage d'une presse allemande (*Die Welt*, *Die Dame*, *Der Silberspiegel*) accueillant avec enthousiasme la mode française à un régime national-socialiste appelant à la création et

à la fabrication matérielle d'une mode proprement allemande. Même s'il se heurta aux désirs des clientes allemandes, ce nouveau discours témoigne de la dimension hautement politique que prit la mode dans l'Entre-deux guerres avant d'atteindre son acmé durant la Seconde Guerre mondiale. En s'intéressant au même processus dans les grands magasins, Marie Helbing (« Paris in Berlin : Als die Haute Couture den deutschen Laufsteg eroberte »), a montré quant à elle comment au début du XX^e siècle de nombreux grands magasins berlinois organisaient, au sein de leurs locaux, de majestueuses présentations de couturiers parisiens, ces derniers faisant alors le déplacement jusque dans la capitale allemande, accompagnés de leurs mannequins. Ces défilés-publicitaires étaient bien accueillis tant par le public que par la presse allemande. Cette dynamique changea au début des années 1930, notamment sous l'impulsion du journal allemand *Der Konfektionär* (1886-1934), qui préféra aux shows de mode française, des présentations de mode allemande par des mannequins allemands afin de promouvoir et de distinguer la confection nationale.

Si les communications de Haase, Kollnitz, Dimic et Helbing ont démontré la persistance de la volonté de l'Allemagne depuis le XVII^e siècle de se « libérer » de l'emprise de la mode parisienne, un constat s'est imposé cependant : la mode annoncée comme « allemande » avait certes une sobriété qui s'opposait à l'« extravagance » parisienne, mais elle ne s'affranchissait ni de la silhouette ni des styles inventés par les couturiers parisiens. Il reste que l'Allemagne pouvait se réjouir d'avoir incité les consommatrices à acheter du « made in Germany », en période de guerre principalement, quand le nationalisme passa au premier plan.

COPIES ET CONTREFAÇONS ALLEMANDES

La question de la copie et de la contrefaçon dans la presse de mode constitue une autre voie d'approche des tensions franco-allemandes durant la première moitié du XX^e siècle. Elle a été posée par deux communications. Sophie Kurkdjian (« "Copier, c'est voler !" Copies et contrefaçons allemandes de journaux de mode français au début du XX^e siècle ») a d'abord montré l'inflation au tournant du XIX^e siècle des copies et contrefaçons allemandes et autrichiennes des magazines de mode français. Celles-ci étaient apparues dès les débuts de la presse féminine au XVIII^e siècle sous la forme de journaux imprimés en Allemagne et Autriche par des éditeurs austro-allemands avec un titre, des textes et des gravures françaises, mais vendus en Europe comme « journaux français ». Elles engageaient des questions de propriété intellectuelle : la copie des journaux de mode engendrait en effet la copie de modèles de robes, et nombre de couturiers, tels que Paquin et les Sœurs Callot, intentèrent des procès aux éditeurs allemands et autrichiens au début du siècle. Au-delà, leur diffusion met au jour les circulations de gravures de mode, de techniques de presse et de modèles, ainsi que les rivalités économiques dans une période de tensions nationalistes et de guerres autour de 1900. La géographie de la circulation de la mode qui ressort de cette communication permet de distinguer la France, pays dominant en matière de haute couture, de l'Allemagne et l'Autriche qui s'en inspirent pour développer leurs propres industries de confection. Enfin, elle montre le poids de la presse de mode germanophone

dans une stratégie de visibilité économique sur le marché européen, qui s'appuie sur la réputation de Paris. Viola Hoffmann (« "Die echten Courrèges-Kopien": Suchbewegungen der Westdeutschen Bekleidungsindustrie in den 1960er Jahren ») a montré quant à elle que cinquante ans plus tard, tout en changeant de modalité, la question de la copie est encore d'actualité. Dans un contexte de guerre froide et de reconstruction, les confectionneurs allemands des années 1960 n'hésitent pas à copier les silhouettes, les motifs et les matières des couturiers français, mais l'examen du magazine *Mode für die Fachwelt* montre que cette copie est désormais assumée. C'est par exemple le cas des créations allemandes intitulées « The Most Genuine Courrèges Copies », qui expriment la volonté de redonner à la mode allemande son prestige et sa renommée, tout en confessant s'inspirer de Paris. Kurkdjian et Hoffmann ont ainsi montré que la copie allemande de modèles français, loin de révéler une pauvreté d'imagination, témoigne au contraire d'un système puissant et complexe, économiquement viable, qui non seulement soutient, mais aussi fait la puissance de l'industrie de la confection allemande tout au long du XX^e siècle.

LA CIRCULATION DE TEXTILES, D'IDÉES, ET DE VÊTEMENTS

Le climat de rivalité qui prévaut entre la France et l'Allemagne ne doit cependant pas faire oublier les échanges effectifs entre Paris et Berlin, du XVIII^e siècle au début du XX^e siècle. Plusieurs exemples en ont été donnés pendant ce colloque. Isa Fleischmann-Heck (« Vorzügliche Seiden nach französischem Geschmack – Wechselwirkungen zwischen der Krefelder Seidenproduktion und französischer Mode im späten 18. und frühen 19. Jahrhundert ») a d'abord montré comment la ville de Krefeld, centre important de production de soie au XVIII^e siècle, a été la pourvoyeuse des rubans puis des étoffes des vêtements féminins et masculins de conception française qui connurent un grand succès en Europe entre 1800 et 1830. Boris Roman Gibhardt (« Ein Pakt der Mode? Der Plan einer deutsch-französischen Mode-Allianz im *Journal des Luxus und der Moden* ») a ensuite montré comment Friedrich Justin Bertuch, le directeur du *Journal des Luxus und der Moden*, a tenté d'établir un nouveau dialogue franco-allemand à la fin du XVIII^e siècle, tant pour rattraper le retard national en matière de mode que pour susciter une émulation intellectuelle héritée de l'esprit des Lumières, et émanciper la bourgeoisie par la mode et la « consommation ». Heather Belnap Jensen (« Sartorial Occupations, or The Fashionable Parisienne and Her Passion for Prussian Military Wear, 1814-1818 »), s'est quant à elle intéressée à la période 1815-1818 qui voit, suite au Traité de Paris et à la défaite de Napoléon à la bataille de Waterloo, l'occupation de la France. En s'appuyant sur les périodiques *Journal des dames et des modes* et *Le Bon Genre*, elle montre comment plusieurs éléments du costume militaire prussien (coupe, forme et couleurs) furent empruntés par la bourgeoisie parisienne, et comment cette appropriation témoigna de la volonté des femmes de manifester une certaine revendication de liberté et d'agentivité face à l'occupant. Enfin, Flora Niess a présenté le parcours de Henry van de Velde dans la mouvance de l'art nouveau et du mouvement de réforme vestimentaire (« Henry van de Velde: "Schönheit" durch "Vernunft" »). Celui-ci témoigne également de l'existence d'un dialogue constructif, en particulier

par la manière qu'a van de Velde de croiser les découvertes des physiologistes et psychologues allemands et français dans l'optique de repenser les notions de corps et de beauté.

Deux communications élaborées à partir de collections de musées ont par ailleurs mis en relief la richesse des échanges entre les deux pays à l'époque moderne. Rosita Nenno est partie des collection du Musée allemand du Cuir et de la Chaussure à Offenbach pour s'intéresser au cas du baron von Heyl, directeur de la tannerie *Heylsche Lederwerke Worms-Liebenau*, qui ouvrit un studio à Paris au début du XX^e siècle proposant des chaussures de luxe produites en petite série. Ce studio, qui eut une grande renommée grâce à ses deux modeleurs, Gaston d'Almeida puis surtout Roger Vivier, témoigne ainsi d'une collaboration prolifique entre l'Allemagne (productrice de cuirs) et la France (lieu de création et de diffusion des chaussures). Christine Waidenschlager a quant à elle expliqué comment l'achat en 2009 d'une magnifique collection de vêtements et d'accessoires (provenant de la collection de Martin Kamer et Wolfgang Ruf), dont la plupart des modèles possèdent la griffe des plus grands noms de la couture parisienne, a permis au Musée des Arts Décoratifs de Berlin d'exposer cent-cinquante ans d'histoire de la mode française dans cette ville.

DES ALLEMANDS À PARIS

Toujours pour témoigner de l'existence d'un climat de collaboration et d'échange entre la France et l'Allemagne, plusieurs présentations ont pris pour objet d'étude le cas d'Allemands qui ont travaillé dans le milieu de la mode à Paris, tels que Gustave Beer dont le parcours a été étudié par Mathilde Héliot (« Un couturier allemand à Paris, la Maison Beer »), et Christoph Drecoll dont l'histoire a été présentée par Adelheid Rasche (« Two Drecoll Houses of Fashion in Paris »). Ces deux maisons, parmi les plus importantes du début du XX^e siècle, commercialisent des vêtements répondant à la mode parisienne de l'époque sans jamais faire mention de l'origine allemande de leur fondateur. La déclaration de la Première Guerre mondiale complique les choses pour Drecoll, vivement critiqué en raison de ses origines. La maison Beer s'en sort mieux, sans doute en raison de la naturalisation de son fondateur en 1887 et de sa fonction de président au sein de la Chambre syndicale de la couture. Ce dialogue franco-allemand perdure par la suite. Mila Ganeva présente en effet les années 1920-1930 comme particulièrement propices aux échanges franco-allemands (« Germans on the Paris Fashion Scene Between the Wars ») par le prisme de la figure d'Helen Hessel, journaliste pour le supplément féminin du *Frankfurter Zeitung* et pour le *Monde Illustré*. Selon Ganeva, les Allemands sont alors nombreux à se tourner vers la mode française et à la diffuser auprès des lecteurs allemands. Hessel évolue elle-même au cœur d'un cercle d'Allemandes fixés à Paris, qui toutes eurent de grandes carrières dans la mode, telles que Marietta Riederer et Renata Green. En faisant connaître la mode parisienne en Allemagne, Hessel a vite compris que la haute couture parisienne, si elle trouvait ses origines chez les grands couturiers et disposait d'une clientèle aisée, se révélait aussi, et peut-être avant tout, dans le quotidien des individus qui la réinventaient et se la réapproprièrent à leur guise. La parole de Hessel est originale car elle permet de mettre

des mots nouveaux sur le mécanisme de la mode parisienne. Les trois papiers de Héliot, Rache et Ganeva ont d'ailleurs plus largement démontré qu'un regard externe, en l'occurrence allemand, permettait de mettre en relief la force de l'identité parisienne de la couture française.

LES ÉTUDES COMPARATIVES

Empruntant l'approche de l'étude comparée qui permet d'interroger les origines des phénomènes tout en dépassant les perspectives nationales, trois exposés sur les foires textiles, la subculture swing et l'histoire des mannequins en France et en Allemagne ont permis, à partir du croisement de sources primaires, d'arriver à des conclusions générales mais significatives, utilisant ainsi le *mezzo voce* souvent préconisé par Nancy Green dans ses propres études comparatives.

Thierry Maillet et Ben Wubs ont montré que la création des salons textiles *Interstoff* à Francfort en 1959 et *Première Vision* à Lyon en 1972 offre un autre visage de la compétition économique entre la France et l'Allemagne (« Building Competing Fashion Textile Fairs in Europe, 1970-2010: Première Vision (Paris) vs. Interstoff (Frankfurt) »). *Première Vision* a en effet réussi à s'imposer face à *Interstoff*, bien que ce salon ait été premier et longtemps leader, grâce à l'arrivée de Li Edelkoort à sa tête en 1985. Celle-ci a notamment œuvré à propulser les « *fashion predictions* » au premier plan, ce qui a permis de supplanter *Interstoff* en terme de visibilité et de fréquentation. Dans sa communication « Historische Schaufensterfiguren in Deutschland und Frankreich – eine Spurensuche », Wolfgang Knapp a quant à lui comparé la fabrication et les styles des mannequins de vitrine en France et en Allemagne entre 1850 et 1970. Au-delà des différences liées à l'évolution des modes des deux pays, sa recherche démontre que de chaque côté de la frontière leur histoire est marquée par une observation mutuelle et continue entre les fabricants, observation teintée d'esprit de concurrence, mais aussi de coopération et d'inspiration. Dans une communication intitulée « Je suis Swing! Die swingende Subkultur in Frankreich und Deutschland zur Zeit des Zweiten Weltkriegs und deren Diffamierung in der Karikatur », Sabine Hirzer a enfin montré comment les jeunes allemands et français se rebellèrent conjointement au début des années 1940 contre les restrictions imposées respectivement par le régime nazi et le gouvernement de Vichy en adoptant des tenues vestimentaires exubérantes similaires. Pour caricaturer cette subculture, « swing » en Allemagne et « zazou » en France, les deux gouvernements autoritaires utilisèrent les mêmes techniques de diffamation, se focalisant sur les vêtements pour condamner sa frivolité comme son caractère paresseux et « non patriotique ».

Le colloque s'est terminé à Berlin par deux visites, de l'exposition permanente de la collection mode du Kunstgewerbemuseum par Christine Waidenschlager et des archives papier et iconographiques du *Lipperheidesche Kostümbibliothek* par Adelheid Rasche. Les quatre jours ont permis d'éclairer des zones d'ombres de l'histoire conjuguée de la mode française et allemande. L'approche par l'histoire connectée a permis de mettre à jour des phénomènes de convergence et de divergence dans l'industrie vestimentaire et textile française et allemande, de s'intéresser à la manière dont les

modes se sont diffusées avec plus ou moins de difficultés entre les deux pays, dont leurs acteurs ont dialogué et entrepris des collaborations, et dont les circulations d'idées ont traversé les frontières. L'histoire de la mode est avant tout une histoire de contacts, d'échanges, de circulations matérielles de vêtements et tissus, et immatérielles d'individus et d'idées. Ce colloque en a été une parfaite illustration, tant par ses thèmes de recherche, par les deux lieux choisis de Paris et Berlin, que par sa réunion de chercheurs français, allemands, américains, et britanniques. Il a été une véritable plateforme pour le dialogue entre pays, chercheurs et disciplines, et a jeté les bases de futures rencontres sur le même thème des échanges transfrontaliers dans la mode.

- 1 Le colloque a été financé par Le Groupe Galeries Lafayette (Paris), le Centre Allemand d'Histoire de l'Art (Paris), l'Institut Goethe (Paris), les Staatliche Museen zu Berlin (Allemagne), l'Institut Français (Berlin), le Deutsche Botschaft (Paris), et le fonds Museum & Location (Berlin).
- 2 Voir Mila Ganeva, *Women in Weimar Fashion: Discourses and Displays in German Culture, 1918-1933*, Rochester : Camden House, 2008, p. 4.