

# **Performance vécue:** *la carrière créative des designers de mode à Montréal*



**COLLOQUE ARUC  
PERFORMANCE, ORGANISATION ET TEMPS DE  
TRAVAIL: LES DÉFIS!  
6-7 OCTOBRE 2011**

**AMINA YAGOUBI  
DOCTORANTE SOCIOLOGIE, UQAM  
ASSISTANTE DE RECHERCHE, ARUC**

# La Performance, définitions

*Am I really here or is it only art? (L. Anderson)*

## ➤ Etym. **Performance**

✦ **Compétition** (Sport, course de cheval...)

✦ **Accomplissement de soi.**

✓ **La Performance comme processus** se réalise dans la mise en place d'**actions** et **engagements**

✦ **To perform, interpréter** (cf. performance en art).

✓ **La performance au travail = (Habileté x Motivation) Environnement** (Vroom, Lawler et Porter)

**SOI : Habileté = aptitude** (capacité innée) + **acquis** (expérience), (modèle systémique, Bergeron)

**SOI & SOCIÉTÉ : Motivation** (accomplissement de soi, aide du milieu, etc.)

**SOCIÉTÉ : Environnement, moteur ou frein à la performance** selon la valeur des variables: aptitude, acquis et motivation.

# Performance dans les milieux créatifs



- Face aux enjeux de l'**économie créative** dans les villes industrialisées et la mondialisation, on observe que l'organisation des **milieux créatifs locaux** passe par:
  - Un jeu d'acteurs **performants** pour constituer ou renforcer un cluster créatif (Throsby, Becker, etc.) ;
  - La **coordination** d'actions collectives et individuelles, l'**engagement** des acteurs (Becker, Thevenot et Boltanski) ;
  - Les **interactions** entre acteurs importants et la mobilisation des politiques.

# Métier créatif, un nouveau modèle d'organisation du travail ?



- **Le professionnel créatif, un *homo civicus*** (Cesareo & Vaccarini, 2006)
  - Il *interagit* avec les autres membres de la société ;
  - Il participe à la *définition de l'environnement* (social et culturel - favorable aux industries créatives...);
  - Il *s'accomplit* dans son travail créatif (talent et expérience).
- **La créativité, une *action sociale responsable*** (Cesareo et Vaccarini, 2006),
  - ✦ Penser *autrement* la société face aux changements apportés par la mondialisation et de nouvelles relations dans l'organisation du travail dans la société post-industrielle (exp: l'industrie du vêtement et de la mode)
- Dans ce contexte, **l'engagement des acteurs créatifs** (dans leur métier et environnement) est **une expression de la performance**

# Performance et *Théorie de l'Engagement*



- « **S'engager et être engagé** » (Thévenot, 2006)
  - L'**engagement** permet la **clôture des actions** (Genard, 2006)
    - ✦ Il n'y a plus d'hésitations, de doutes, etc. **Ce qui permet à l'acteur d'être performant** (aptitude, acquis & motivation), de **coordonner ses actions avec son environnement professionnel** et de **s'accomplir** dans son activité.
- **Typologie des régimes d'engagement** avec des **types d'action** selon la nature de l'engagement. Thévenot & Boltanski (1999), distinguent **trois régimes** + un **quatrième** (Thévenot, 2006):
  - **Régime de plan** (relations organisées, *se projeter dans son environnement*); **Régime de la justification** (l'action s'apprécie selon une *qualification publique*, exp: notoriété) ; **Régime de familiarité ou proximité** (l'agent en action est dans un **lien fort**, affectif); **Régime exploratoire**, (l'acteur est porté par sa **réalisation** et pas forcément selon une intentionnalité structurée).

# L'Engagement *ou* *la performance en action dans les métiers créatifs*



- Les **modèles de l'action** varient en fonction de **motivations** et **buts** (Weber) et dans les carrières créatives, elles peuvent convoquer d'autres régimes d'engagement (exp: **régime exploratoire**) motivé par exemple, par **une réalisation de soi en authenticité** (Charles Taylor), etc. (Genard, 2006).
- ***L'agir en horizon incertain*** (Menger)
  - ✦ **un paradigme des carrières artistiques** implique des **stratégies d'action** dans la **gestion d'un métier à risque** et des **engagements particuliers** dans un marché difficile passant d'un régime à l'autre dans une **démarche exploratoire**.

# L'Accomplissement des designers de mode à Montréal



- **La question que nous posons alors**
  - *Comment les designers autonomes à Montréal s'accomplissent-ils professionnellement (to perform) dans un contexte difficile et donc, quels sont leurs engagements dans un environnement qui semble en même temps favorable à l'économie créative ?*
- *Au stade de notre recherche nous nous contenterons de vous présenter alors quelques exemples d'engagement repris de notre étude empirique.*

# ENGAGEMENT EXPLORATOIRE : ÉTHIQUE, CULTUREL, SOCIO-ÉCONOMIQUE

*Matières éthiques... Production locale, Innovation + qualité*



- *L'appellation «éthique» n'a rien à voir avec le look... mais avec les matières que nous utilisons et la façon dont nous produisons nos modèles! on travaille beaucoup avec les idées du **développement durable**, la récupération des retailles*
- *Coté matière, il s'agit essentiellement de coton biologique... de fibre fabriquée à partir d'eucalyptus, de **matériaux qui n'ont pas d'impact sur l'environnement...***
- *Depuis le début de l'atelier. b on est vraiment inspirées par la scène musicale et graphique de Montréal... on participe à des **événements culturels** comme MUTEK, **le festival de musique électronique**, c'est un organisme co-responsable... on préfère être dans des événements un peu plus underground, plus culturels...*
- *Pour la production, nous essayons de travailler au maximum avec des **organismes locaux de réinsertion sociale...***
- *On a un modèle d'entreprise différent des entreprises en mode existantes dans l'industrie, **on innove** à ce niveau là déjà, on innove aussi au niveau des **matières...** on innove, on essaie d'impliquer les **technologies** dans le plus d'étapes possibles de la production même ou de la **création** donc à plusieurs niveaux...*

<http://www.atelier-b.ca>

ELLES FONT TOUT PRODUIRE CHEZ ELLES À MONTRÉAL

Anne-Marie Laflamme & Catherine Metivier, depuis 2007



# ENGAGEMENT DE JUSTIFICATION

Innovation, créativité et notoriété

Ying Gao



- **Engagement public** : **FQRSC (fonds publics)**: ... **Vêtements interactifs** pas destinés au marché, des pièces artistiques qui vont dans les **musées**/ **Bourse Phillis Lambert** (CCA - Centre d'Architecture) remise par le Maire, « j'ai fais un projet de création...»
  - **Visibilité institutionnelle**, *Son Laboratoire Exercice de Style*, rattaché à l'Uqam.
    - ✦ **L'innovation** est essentielle dans tout... En général, c'est ça qui nous amène ailleurs même si au final peut-être qu'on dit que **les vêtements interactifs ne sont pas portables**, ne sont pas vendus sur le marché...
    - ✦ Un vêtement qui intègre des **composantes micro électroniques**, qui **interagit avec soit la personne qui le porte ou la personne qui l'observe...**
  - **Visibilité métropolitaine**, *Montréal ville design Unesco*, cette bourse encourage le travail de **création multidisciplinaire**... Comme créateur de mode je pense qu'on doit absolument s'ouvrir à toute sorte d'influences (travail entre Berlin et Negoya, villes design)
- **Menaces à la performance**:
  - À la question: **Comment se construit la réputation d'un designer de mode ?** J'allais dire que ça a beaucoup changé parce qu'il faut maintenir la qualité du travail avant tout mais en même temps c'est vrai que **la partie communicationnelle** devient de plus en plus importante, c'est vrai que nous sommes beaucoup plus enfin personnellement... **je suis beaucoup plus occupée maintenant à gérer que créer** (email, demande de financement, etc.)

# ENGAGEMENT PUBLIC, médiatique

## Mélissa Nepton Design et Corporate, 2010



Après une **participation à l'émission *La Collection***, **Mélissa Nepton crée sa griffe hyponyme en 2009** et présente une première collection la même année à la Semaine de mode de Montréal, (La collection, émission tv canoe.ca) : Mélissa Nepton a rapidement pris sa place parmi **les grands de la mode québécoise**.

- *j'ai gagné beaucoup de sous lors des émissions, c'était chaque semaine puis c'était 5 000 \$ à la fois... sur les dix créateurs **t'as la robe gagnante** à chaque semaine ça fait que **quand tu gagnes t'es sauvée t'es pas éliminée** c'est comme les reality show, il y a un bon et un moins bon et quand tu gagnais, tu gagnais de l'argent... J'ai gagné trois fois... **j'ai fini avec un espèce de 24 000 \$***

**Si tu avais pas fait l'émission La collection tu te serais installée à ton compte?**

- *Non parce que j'aurais pas eu ce montant là d'argent... **faut vraiment que le moment soit propice...** parce que quand tu travailles dans une boîte qui n'est pas extraordinaire, c'est difficile de prendre une décision de quitter ton travail pour partir d'une boîte comme ça...*
- *La notoriété publique: moi j'aime pas ça être étiquetée mais il faut que ça tienne parce que dans le fond c'est ce qui permet à la ligne de rester*
- **La reconnaissance comme performance:**
  - *si on arrêtrait demain matin on n'a rien perdu on a pas de risques, **le risque c'est de pas réussir.***
- <http://www.melissanepton.com/>

# ENGAGEMENT de PROXIMITÉ, Motivation émotionnelle



- Ce qui touche à la dimension affectuelle et intime et qui motive la continuité de la carrière créative:
  - **Jean-Claude Poitras** célèbre designer des années 80, récompensé plusieurs fois par des grands prix dont le Fil d'Or à Monaco (plus haute récompense à un couturier)
    - ✦ C'est un véritable **métier d'insécurité le métier d'artiste** mais ce qui m'a toujours soutenu... **je me suis senti aimé** par le public.
  - **Denis Gagnon**, designer québécois dont la réputation n'est plus à faire, exposé au musée des beaux-arts de Montréal en Octobre 2010:
    - ✦ **La réputation d'un designer de mode à Montréal, sur quoi c'est basé?** En fait ça dépend des stratégies des gens, chacun sa stratégie, moi la mienne c'était d'**être le plus créatif possible** et de ne pas me limiter à la commercialisation, il faut que les gens la sentent et moi, **j'ai mis toute ma créativité, mon énergie, mon argent dans la créativité**

# Conclusion



- **Suite à nos travaux de recherche nous pouvons retenir que**
  - L'organisation de cette profession à risque se confronte à une **tension particulière de l'identité professionnelle**:
    - ✦ **Une dimension entrepreneuriale et créative, artistique.**
    - ✦ Il en est de même des **Temps de travail**: un **temps subjectif** (création) & un **temps objectif** (gestion de l'entreprise, production, distribution...),
    - ✦ Ainsi que les **lieux de travail** : Espace de création & Espace de vente (exp: l'atelier-boutique)
- Les questions de reconnaissance/réputation, de performance, d'engagement s'entrecroisent dans un métier où l'on ne compte pas les heures de travail, où la question de la séparation de vie privée/professionnelle est difficile et où les gains restent très aléatoire... En général, c'est la passion du métier et l'amour de la création qui encourage ces professionnels à persévérer dans leur carrière tout en cherchant à innover dans la construction de leur trajectoire. La voie de l'engagement par la recherche de performance semble offrir un axe d'investigation adéquat dans ce champ de recherche et présenter diverses combinaisons originales dans les engagements public, privé et en interaction.