

A photograph of two women standing outdoors in front of a light-colored building. The woman on the left is wearing a white hijab, a yellow and white striped long-sleeved top, white trousers, and black high-heeled shoes. She is holding a yellow handbag and wearing sunglasses. The woman on the right is wearing a yellow and white patterned headscarf, a yellow cardigan over a black dress, and yellow high-heeled shoes. She is also wearing sunglasses. The background shows a building with a white door and a window with a small number '3' above it.

Mode modeste *et récits de soi*

Exposition conçue par Virginie Silhouette-Dercourt
Photographies de Maud Delaflotte

22.01.2020

Centre Marc Bloch

Friedrichstrasse 191
10117 Berlin

Mode modeste *et* récits de soi

Depuis une dizaine d'années, la mode modeste (*modest fashion*) est considérée comme l'un des segments les plus dynamiques du marché de la mode en France et dans le monde. Réservé au départ à des minorités pratiquantes, engagées dans des discours anti-mode et anti-consommation, le marché s'est élargi et diversifié au fur et à mesure des années par le biais d'espaces digitaux mondialisés (sites de e-commerce, blogs, YouTube, réseaux sociaux comme Instagram). De même, des marques de *fast fashion* et de luxe cherchant à être plus « inclusives » et à profiter de ce marché en pleine croissance ont lancé des offres dédiées : vêtements amples, layering et multi couches, manches longues et encolures hautes, turbans, écharpes, bonnets ou étoles. Mais, alors que cette mode a fait l'objet d'un travail académique aux Etats-Unis, en Grande-Bretagne, en Allemagne ou en Turquie, elle reste un angle mort de la recherche en France.

L'exposition **Mode modeste *et* récits de soi** présentée par **Maud Delaflotte** et **Virginie Silhouette-Dercourt** s'intéresse à la consommation de mode modeste du point de vue de femmes françaises : comment se choisit-on un style le matin devant son miroir ? Quels arbitrages entre mode, religion et autres dimensions de soi ? Quels objets et ressources symboliques cherche-t-on sur les marchés, dans les magasins, sur Internet et les réseaux sociaux pour se créer un corps-récit de soi ? Quelle production d'identités par la consommation ?

A travers une enquête menée à Paris et en Seine-Saint-Denis, l'exposition propose dix portraits de femmes, composés selon un même dispositif : dans un premier temps, chaque femme était invitée à choisir sa tenue et le décor de la prise de vue. Dans un deuxième temps, chacune était interrogée sur ses pratiques de beauté et de mode dans le quotidien, depuis l'enfance, et tout au long de son cycle de vie. Chaque portrait est accompagné de témoignages et de cartes de consommation indiquant les lieux d'achats physiques ou digitaux ainsi que les sources d'inspiration. Derrière le point de vue volontairement esthétisant des images, il s'agit de montrer la quête individuelle d'un style de beauté : non pas d'une beauté au rabais, mais d'une beauté sans cesse retravaillée et renouvelée pour coller au plus près aux récits de soi et aux dernières tendances de la mode dans le monde.

Avec le soutien du programme Sociétés Plurielles (Université Sorbonne Paris Cité), de l'Inalco, du Centre d'Economie de Paris-Nord (CEPN), et du Centre Marc Bloch de Berlin.

L'exposition a été conçue par Virginie Silhouette-Dercourt et Maud Delaflotte.

En collaboration avec Sébastien Vannier, Centre Marc Bloch et Nicolas Pannetier, Atelier Limo.

Les organisatrices souhaitent ici remercier : Moulay Badji, Christine Barwick, Simon Brunel, Denis Dercourt, Aicha N'Diaye, Aline Palige, Nicolas Pannetier, Marie Poinot, Marie-Avril Roux-Steinkühler, Patrick Simon, Mame Gnagna Sarr, Ousseynou Saidou Sy, Marie Terris, Jakob Vogel, Nathalie Von Bernstorff, et Béatrice Von Hirschhausen pour leur temps et leurs conseils.