

Quelques exemples de relations entre artisanat textile et design en Inde : quelles propositions pour une critique de la notion d'industries créatives?

Colloque « Intermédiaires et prescripteurs au centre de la création »

MISHA

Strasbourg 22 juin 2012

Philippe Bouquillion

Cemti-MSH Paris nord

Observatoire des mutations des industries culturelles

<http://www.observatoire-omic.org/>

# Introduction

- Les enquêtes effectuées en Inde que je vais présenter ce jour s'intègrent dans une interrogation plus générale sur les industries créatives.
  - La notion d'industries créatives incite à interroger les relations et/ou la spécificité des modes de fonctionnement des industries culturelles, des industries de la communication (télécoms, Web, matériels) mais aussi d'activités telles que le design et l'artisanat.
- Les enquêtes conduites en Inde ont donc pour objectif premier d'étudier les relations entre ces deux secteurs.
- De surcroît, nous voulions étudier des situations dans des pays dits du Sud.
  - Alors qu'elles avaient été présentées comme représentant l'avenir des économies des pays du Nord, depuis la fin de la décennie 2000, les industries créatives, sont décrites comme des facteurs de développement des pays du Sud,
    - tant sur le plan économique (croissance du PNB, commerce international) ;
    - que sur le plan social, les industries créatives permettraient d'assurer l'intégration des populations les plus en difficultés : discours de *l'empowerment*.
  - CNUCED (2010) : « Creative Economy Report 2010 : A Feasible Development Option ».

- L'Inde est un terrain d'étude intéressant :
- Tout d'abord, l'artisanat a une grande importance économique.
  - Il occupe, à temps plein ou partiel, une large partie de la population dans les zones rurales mais aussi urbaines.
  - Et, dans le même temps, il est périodiquement présenté comme étant en déclin, voire menacé de disparition,
    - autrefois par l'industrie britannique
    - et aujourd'hui par l'industrialisation du pays et les changements sociaux qu'elle engendre
    - ainsi que par l'implication de l'Inde dans la mondialisation (produits industriels chinois).
- Ensuite, l'artisanat est très lié aux grandes étapes de l'histoire indienne,
  - tant avant l'indépendance notamment en lien avec les mouvements de résistance politiques et économiques initiés par Gandhi
  - qu'après, en particulier avec le rapport commandé à Charles et Ray Eames en 1958 et la création du « National Institute of Design » à Ahmedabad, qui est la « grande » école de design en Inde.
    - Les techniques de l'artisanat tiennent une grande place dans les enseignements qui y sont délivrés.
- Enfin, les relations entre artisanat et design s'intensifient dans la période récente. Le design est aujourd'hui au cœur des projets de dynamisation et de transformation de l'artisanat.

- Quelques précisions méthodologiques
- Des enquêtes collectives
  - avec Catherine Servan-Schreiber, anthropologue indianiste au CNRS
  - et Julie Peghini, maître de conférence à l'Université Paris8.
- Entretiens avec
  - des responsables politiques et d'institutions publiques
  - mais aussi et surtout des responsables d'entreprises, d'ONG et des artisans.
- Les enquêtes ont été menées à Delhi, Bombay, Jaipur et surtout le Gujarat, en particulier à Ahmedabad et la région de Bhuj.
- Les terrains socio-économiques auxquels je vais me référer dans cette présentation sont pour l'essentiel
  - des activités du tissage non automatisé (*Handloom*)
  - Situées dans la région de Bhuj
  - et encadrées par des Organisation non gouvernementales (ONG).
- Il convient de noter qu'il est impossible d'extrapoler les résultats que je vais présenter.
  - Des enquêtes exploratoires : une nouvelle phase de terrain est terrain est prévue.
  - D'autres choix de terrain (autres régions et autres activités artisanales) auraient conduit à des analyses très différentes voire opposées, des relations artisanat/design.

- Trois volets :
  - Le premier volet sera consacré à une présentation des acteurs étudiés.
  - Le second portera sur les modalités de « rationalisation » de la production artisanale grâce au design.
  - Le troisième volet traitera des dimensions symboliques des articulations entre artisanat et design.

# 1. Les ONG et acteurs assimilés étudiés

- Nous avons abordés ces terrains via des ONG caritatives ou des organisations à but lucratif mais intégrant une dimension caritative car ce sont ces organisations qui introduisent depuis les années 1990 le plus de transformations dans l'artisanat, en particulier grâce à la prise en compte du design.
- Le design est ici entendu à la fois :
  - comme un ensemble de pratiques permettant de concevoir les produits
  - et comme un ensemble de modalités permettant de construire leur valeur symbolique.
- Parmi les organisations commerciales intégrant une dimension caritative figurent notamment des structures telle Fabindia (80000 « producteurs »).
- Pour mieux comprendre cette double dimension du design, rappelons que le design renvoie à la fois à des objets et des projets de transformation d'activités voire de la société. Les objets de design intègrent donc un modèle de rapports sociaux.
- Signalons également que les ONG offrent des rémunérations et un statut social tout à fait convenables à leurs employés, tout particulièrement à leurs « cadres ».

# Les ONG

## contre les emporiums et les *middlemen*

- En premier lieu, elles se présentent comme s'opposant aux institutions publiques. Celles-ci sont accusées d'être inefficaces économiquement :
  - les artisans qui travaillent pour elles seraient mal rémunérés ;
  - les productions ne seraient pas renouvelées en particulier pour tenir compte de la transformation des consommations de la classe moyenne ;
  - les circuits de distribution publics notamment les emporiums et les Haats seraient insuffisants pour écouler la production et les artisans n'y accèderaient que de manière très exceptionnelle, très coûteuse pour eux et de surcroît pour des ventes qui ne seraient pas très importantes ;
  - les institutions publiques ne seraient parfois que des façades pour des activités privées :
    - nombre d'emporiums des états sont en effet gérés par des marchands privés qui peuvent profiter du label emporium qui normalement certifie la provenance des objets et le caractère artisanal pour vendre, en particulier aux touristes des produits industriels venus d'ailleurs et surtout de Chine. Nous avons pu vérifier cela par nous-mêmes.
  - Enfin, l'ensemble du circuit public est accusé d'être gangréné par la corruption.
- En second lieu, les ONG s'opposent également au circuit purement marchand, celui des *middlemen*.
  - Ils sont présentés comme exploitant les artisans et peu soucieux non plus de la qualité de leurs produits.
- En somme, les ONG ou les organisations assimilées se présentent comme étant situées aux antipodes de ces deux circuits qui sont décrits tels des repoussoirs.
  - Leur démarche s'inscrit dans une perspective d'*empowerment* des artisans et de défense de la qualité de la production artisanale.
  - Les ONG permettraient de faire converger efficacité économique et progrès social.

# Les ancrages sociaux des organisations

- Quelle que soit l'importance économique et sociale des activités artisanales, l'intervention des ONG dans ces activités peut aussi s'expliquer par d'autres considérations économiques ou politiques qui sont liées aux ancrages sociaux des ONG.
- Au titre des enjeux économiques étrangers à l'artisanat, signalons que les ONG peuvent être liées à des intérêts économiques :
  - « grandes » familles d'industriels ou de commerçants ;
  - groupes industriels.
- Dans les cas étudiés, nous avons constaté que les territoires d'intervention des ONG et les territoires des intérêts économiques auxquels elles sont rattachées se recoupent assez largement.
  - Exemple de l'association Shrujan, a été créée après le tremblement de terre de 1969, à l'initiative de la mère d'Ami Shroff, la responsable actuelle. La famille Shroff est une famille d'industriels aujourd'hui installée dans le Gujarat et à Bombay.
  - Le père de la responsable est notamment le propriétaire d'une usine fabriquant et vendant des engrais aux paysans de la région et selon les dires de l'actuelle responsable, ces engrais ont généré d'importantes pollutions des sols, certains sols devenant même incultes. L'association Shrujan contribue donc à les aider aujourd'hui, tout en leurs expliquant qu'ils peuvent continuer à utiliser des engrais mais modérément...



- Au titre des enjeux politiques, les ONG peuvent être construites sur des bases religieuses ou communautaires.
- C'est par exemple le cas de Qasab, ONG musulmane de Bhuj et dont l'objectif central affiché est l'*empowerment* des femmes des communautés musulmanes (1200 femmes dans 52 villages lors de l'enquête en janvier 2012).
- Signalons que des tensions communautaires très vives ont eu lieu ces dernières années dans cette région voisine du Pakistan.
- Certaines ONG sont d'origine étrangères,
  - telle l'association Kala Raksha fondée en 1993 dans le Kutch (région de Bhuj) par une américaine Judy Frater : 1000 femmes appartenant à 6 communautés différentes travaillent avec Kala Raksha.
- Mais dans notre région d'étude, ces ONG étrangères sont relativement peu nombreuses.

## 2. Une « rationalisation » de la production artisanale grâce au design

- Dans les cas étudiés, les designers et les acteurs socio-économiques qui intègrent les fonctions du design ne sont pas de simples intermédiaires qui reliaient une offre et une demande préexistantes et qui s'appuieraient sur des modes d'organisation intangibles mais ces acteurs, grâce au design, peuvent structurer les principales étapes de la filière, de la création tout en amont, jusqu'à la valorisation en aval.
- **En amont**
- Les ONG commandent des produits aux artisans.
- Les designers de ces organisations interviennent très en amont et fixent:
  - les caractéristiques formelles des productions (formes, contenus, matière utilisées, techniques de fabrication) et également les principales caractéristiques des procès de production/reproduction, notamment la fragmentation en sous-produits (modules),
  - les techniques précises de fabrication de chacun des composants et les techniques d'assemblage des composants
  - Les modalités de la division du travail
  - et les conditions de rémunérations des artisans.
- Les organisations intégrant les designers peuvent aussi fournir des aides financières, notamment des prêts et avances ou même fournir les matières premières.
- Les artisans peuvent être rémunérés à la pièce, au temps ou de manière forfaitaire notamment en fonction des coûts des divers composants (s'ils sont achetés par les artisans) et du temps « normal » de fabrication.
- La production peut s'effectuer dans des lieux appartenant à l'ONG mais généralement elle se déroule dans les villages. Des intermédiaires peuvent alors se glisser entre l'association et les artisans.

- L'intervention des ONG permet une marchandisation en dehors des communautés :
  - Antérieurement certaines formes de tissus, motifs ou couleurs étaient spécifiques à des communautés ou désignaient des statuts : des usagers étrangers à la communauté ne pouvaient donc pas utiliser ces tissus.
  - L'action des ONG permet aussi de renouveler périodiquement l'offre contrairement à nombre de productions artisanale encadrées par le circuit des emporium ou par celui des *middlemen* : ces produits sont adaptés aux attentes supposées des consommateurs, consommateurs indiens de la classe moyenne ou étrangers.
    - Si les étrangers étaient antérieurement dominants, dans les cas étudiés, les consommateurs indiens représentent désormais une part dominante des ventes.
- Elle permet aussi de former les artisans à de nouvelles techniques et en particulier à des techniques permettant :
  - d'abaisser les coûts,
  - de produire en série avec un niveau de qualité constant,
  - et dans des délais et des quantités maîtrisés.
- De surcroît, l'amélioration des revenus des artisans permet d'éviter que cette main d'œuvre se tourne vers d'autres activités plus rémunératrices, en particulier des emplois industriels.

- **En aval**
- D'une part, les ONG peuvent être des interlocuteurs privilégiés des distributeurs de détail. Ce sont des fournisseurs fiables :
  - Elles sont en mesure de fournir aux distributeurs des produits répondant aux critères de qualité souhaitée, éventuellement adaptés aux demandes des distributeurs, fabriqués dans des séries homogènes, dans les quantités prévues et dans des délais de livraison maîtrisés.
- D'autre part, les ONG peuvent développer leur propre système de distribution. C'est le cas que nous avons rencontré le plus fréquemment. Les ventes se réalisent dans les magasins des associations dans les lieux de production ou dans les grandes villes ainsi que par Internet.
- Des distributeurs, tel Fabindia, ont intégré toute la filière.
  - Ils possèdent un réseau de boutiques
  - et en amont, ils ont des liens exclusifs avec regroupements locaux d'artisans ou de petites entreprises dont l'activité est encadrée étroitement par les designers et gestionnaires de Fabindia.
    - Ce faisant, ces distributeurs peuvent directement fixer les qualités et les prix
    - mais aussi ils peuvent ainsi maîtriser la construction de la valeur symbolique des produits en mettant dans leurs discours promotionnels les relations entre les artisans et leurs designers.

# 3 La construction de la dimension symbolique

- Les designers ou eux qui souhaitent promouvoir leur action, notamment les responsables des ONG, construisent d'importants discours autour de la relation designers/artisans et du rôle des premiers dans la création. L'implication du design dans la création présenterait, selon ces discours, quatre avantages.
- **Premièrement**, le design permettrait de faire entrer les productions artisanales dans la modernité marchande :
  - leur intégration dans les circuits marchands, indiens ou internationaux, est présentée comme un témoignage de la qualité des produits : ils sont reconnus en dehors de la communauté de production ;
  - les communautés sont très fréquemment décrites (faussement) comme vivant en totale autarcie, ce qui permet d'exagérer le rôle des ONG dans la conversion marchande de cette production.

-

- **Deuxièmement**, grâce à leur reconfiguration par le design les produits artisanaux pourraient s'inscrire dans une logique de développement durable :
  - les matières premières utilisées, les techniques de fabrication et les conditions d'emploi et rémunération de la main d'œuvre respecteraient l'environnement
  - Ces produits offrent des ressources supposées suffisantes et stables aux membres des communautés.
  - De surcroît, ces productions se distingueraient ainsi des produits industriels,
    - ce qui justifierait les prix élevés.



- **Troisièmement**, afin de construire la dimension symbolique des produits, qui doit primer leur dimension fonctionnelle, les discours suggèrent que la valeur des productions repose sur leurs dimensions culturelles.
- Ces tissus sont comparés, voire assimilés, à des productions « artistiques »
- Toutefois, l'accent n'est pas mis sur la personnalité des créateurs mais la culture, au sens anthropologique du terme, d'une tradition dont les produits artisanaux seraient le reflet et le vecteur.
  - Grâce au design la tradition, désormais adaptée à la modernité, serait défendue et préservée des dangers qui peuvent la conduire à disparaître.
  - De la tradition des communautés, la question s'élargit à celle de l'indianité. Grâce à leur adaptation par le design, les origines communautaires des produits artisanaux ne seraient plus des marques de spécificités strictement communautaires (stigmatisation) mais constitueraient des éléments reflétant une identité indienne.
    - La question de l'indianité est revenue très souvent dans nos enquêtes.

- **Quatrièmement**, une autre dimension de la tradition est aussi présente dans les discours des ONG. Les discours promotionnels insistent sur les fonctions sociales des ONG permettant une amélioration des conditions de vie des artisans
- Ce faisant, une relation ancienne entre basses et hautes castes est reproduite.
  - Les premières doivent aux secondes le service mais les secondes doivent en retour porter assistance aux premières.
- Aujourd'hui, les membres des classes moyennes urbaines, quelle que soit leur appartenance de caste réelle, grâce à leurs achats de produits textiles produits par des ONG ayant intégré le design, participent d'un système qui prétend poursuivre les anciennes modalités d'aide pratiquées par les membres des castes supérieures.
  - L'achat de ces tissus constitue donc facteur de distinction sociale.
- Il est intéressant de noter, en particulier pour le mettre en perspective avec les discours sur l'*empowerment*, que la construction de la valeur symbolique, et donc aussi marchande des produits, passe par la mise en scène de la domination sociale.



# Conclusion

- C'est grâce au design que les ONG, dans les cas étudiés, occupent la fonction centrale dans la production artisanale.
- Du point de vue de la question des industries créatives, trois autres points sont à relever :
  - Ces productions créatives font référence à une vision de la culture qui oscille entre la définition anthropologique de la culture et la « création entrepreneuriale innovante ».
  - La construction de la valeur ne se fait pas sur la mise en exergue des créateurs mais par celle du processus de création/production, de ses dimensions collective et marchande et ici caritative.
  - Les acteurs qui tiennent la fonction centrale, les ONG, prennent en charge la « production » des travailleurs.