

La ganterie napolitaine aujourd'hui : entre continuité dans la fabrication et transformations par l'évolution des moyens de communication

The Neapolitan glove-making today: between a continuous manufacturing and transformations through the means of communication's change

Francine Barancourt¹

¹ Laboratoire d'Anthropologie Politique, EHESS, francine.barancourt@hotmail.fr

RÉSUMÉ. La présence de l'entreprise Omega dans le quartier de la Sanità depuis 1923, près du centre historique de Naples, rappelle la présence des nombreux ateliers artisanaux qui y siégeaient au siècle dernier. Certaines composantes de l'organisation du travail de ce fournisseur de gants toujours en activité sont restées identiques depuis cent ans, comme la parcellisation du travail et l'éclatement géographique des différentes tâches. Si certaines sont réalisées au sein du quartier général de l'entreprise, un appartement-usine, d'autres sont effectuées par des ouvriers et ouvrières travaillant à domicile : les paires de gants voyagent donc entre le siège de l'entreprise et ses différents employés. Malgré la persistance d'un suivi assuré par des fiches cartonnées remplies manuellement, la communication par téléphone s'avère désormais indispensable. Alors que les techniques de fabrication (coupe, façonnage, couture, finition des paires) semblent être restées identiques depuis la fondation de l'entreprise, c'est sur le rôle joué par l'incursion de moyens de communication immédiate dans l'usine que se focalisera cette contribution. Que transforment-ils de la relation fournisseur/acheteur ? Qu'est-ce que la facilitation de la liaison directe entre les différents lieux de la production a modifié dans le travail quotidien de l'entreprise ? Le caractère immédiat de ce type de communications ne rentre-t-il pas en contradiction avec le temps long de la fabrication des paires de gants ? L'enquête ethnographique en cours depuis 2025 vise non seulement à documenter l'activité artisanale de fabrication de gants en peau et ses évolutions sociotechniques, mais également à participer activement à la valorisation du patrimoine de cette entreprise familiale à travers mon métier de créatrice d'accessoire. En tant qu'anthropologue-marochin, ma présence sur le terrain est à la fois le fait de mes recherches en sciences sociales et de projets de collaborations professionnelles avec des artisans italiens. Relevant de cette double relation de travail, cette contribution donne notamment un aperçu d'une mission effectuée pour l'entreprise napolitaine.

ABSTRACT. The presence of the company Omega since 1923 in the Sanità's neighborhood, close to the historical center of Naples, is a remnant of the many craftsmen active in the area throughout the 20th century. Still working as a glove's supplier, the factory has kept its functioning for a century: the manufacturing chain is divided into individual tasks, dispatched in several spots around the city. Some of the working steps are made in the company's headquarters - an apartment-factory - while others are accomplished by specialized workers or home-based workers. The pairs of gloves travel from the headquarters to the location of the company's employees. Despite the maintaining of an old-fashion tracking method (handwritten cards), communicating through the phone is now essential. On the one hand, the making process (cutting, embellishing, stitching, and finishing) seems identical since a century ago, and on the other hand, contemporary communication means have been included. This contribution focuses precisely on the impact of their immediacy. What difference does it make in the relationship between the supplier and the buyer? What is the impact of a better and quicker connection between the different production sites on the everyday life of the company? Is the short-time characteristic of new communication means contradictory to the slow process of glove making? The ongoing ethnographic fieldwork, started in 2025, aims first at documenting the trade of leather gloves manufacturing to point out its social and technical changes. The study also has a role to play in the valorization of this family business, which I am trying to attend as a leather accessories designer and producer. Being simultaneously an anthropologist and a craftswoman, my presence in the fieldwork serves two purposes: social sciences research and professional collaborations in the field of Italian crafts. As a result of this double work, this paper offers, among other things, an insight into a mission given by the Neapolitan trade.

MOTS-CLÉS. Techniques, Artisanat, Communication, Ganterie, Entreprise familiale

KEYWORDS. Technics, Craft, Communication, Glove-making, Family business

1. Introduction

1.1. La fabrication italienne sur la scène internationale de la mode

Naples occupe une position nodale en Méditerranée, qui l'inscrit au carrefour de divers flux de marchandises, entre import et export de matières premières et de produits transformés. Dès le XIX^e siècle mais encore davantage à partir de l'entre-deux-guerres, la métropole sud-italienne s'est fait une place sur la scène de la mode européenne [CIR 24]. Dans cette industrie, la circulation d'influences, de biens matériels et de flux migratoires de main-d'œuvre entre la France et l'Italie, a une histoire particulièrement dense, dont témoigne notamment le musée du textile et de l'habillement Elena Aldobrandini, musée de la mode napolitain de la fondation Mondragone. Le questionnement général qui motive cette étude est le suivant : comment les métiers d'arts traditionnels de la mode se transforment-ils pour persister dans le contexte de production fortement polarisé par l'industrialisation de la mode contemporaine [BAR 11] ? Quel impact ces transformations ont-elles sur les articles produits et sur leurs techniques et processus de fabrication ?

Si la Campanie est un haut-lieu de la production de certains objets de mode, comme les gants de peau, il s'agit d'une filière qui s'est très tôt concentrée sur l'exportation des marchandises vers des marchés européens. L'histoire de l'entreprise étudiée, Omega, fondée en 1923 par un *guantificio*, fournisseur de gants, du quartier de la Sanità¹, en témoigne : ses clients historiques sont la France, l'Angleterre et l'Allemagne mais aussi l'Amérique du Nord, et désormais le Japon et la Corée du Sud. Dans cette contribution, il ne s'agira pas de tenter d'explicitier les raisons de cette orientation internationale très ancrée dans le fonctionnement de l'entreprise, mais plutôt d'analyser, à l'appui d'observations ethnographiques et de la participation de l'autrice à son activité, la chaîne d'opérations qui s'articulent entre le passage d'une commande par un client et la livraison de marchandises. Cette suite d'étapes se déroule à distance variable entre Naples et l'étranger et sanctionne le passage de l'immatériel (une idée, un design de gants) à un produit matériel (une paire de gants). Un prototype, ou « échantillon » (*scampiono*), sera éventuellement produit ultérieurement en séries de volumes variables. Il s'agit d'un processus complexe qui engage une grande variété d'acteurs et d'outils, et la présente étude tentera d'en saisir les évolutions à l'aune de l'adoption de technologies de communication immédiate. En effet, alors que l'entreprise familiale observée est centenaire, le téléphone portable et certains réseaux sociaux n'entrent en compte que depuis quelques années dans la relation acheteur-fournisseur. Le directeur actuel, Alberto, issu de la cinquième génération de la famille du fondateur, Gennaro Squillace, est le premier à avoir mobilisé significativement ces techniques. Le mode de collecte des données (l'ethnographie et l'auto-ethnographie) ne permet pas de réaliser une comparaison méthodique avec le déroulement d'une opération équivalente à une période antérieure (voir infra, Méthodologie). Cependant, il sera nécessaire de donner un aperçu du fonctionnement général de l'entreprise ainsi que de définir le rôle du « fournisseur » au sein du système d'approvisionnement de l'objet étudié, le gant (2). Ensuite, à partir d'observations ethnographiques, je tenterai de montrer la place que se sont progressivement fait le téléphone et l'ordinateur portable au sein de l'atelier, en insistant sur les nouvelles modalités permises par la facilité d'envoi d'images instantanément (3). Enfin, pour illustrer et compléter les données collectées dans l'usine napolitaine, c'est ma propre expérience professionnelle en tant qu'intermédiaire auprès d'un commanditaire français que je décrirai (4). Cette proposition étant rédigée à l'aune d'un terrain ethnographique ouvert récemment et qui appelle à de plus amples développements, cette

1 Quartier populaire situé au Nord du centre historique de Naples, à flanc de la colline de Capodimonte.

dernière partie sera l'occasion de poser les jalons de questionnements à approfondir plutôt que de proposer des conclusions définitives (5).

1.2. Méthodologie

Maroquinière et chercheuse en anthropologie, j'ai eu, depuis 2023, l'opportunité de rencontrer plusieurs artisans et artisanes d'Italie en parallèle d'une enquête précédente portant sur le métier de la maroquinerie à Paris [BAR 24]. Ma relation avec le gantier napolitain qui m'a ouvert les portes de son entreprise croise une démarche personnelle, l'ethnographie d'ateliers italiens à laquelle je m'attelle depuis plusieurs années en complément de mon parcours de thèse, et professionnelle, puisque nos cercles professionnels dans le monde de la mode et de l'artisanat à Paris se recroisent. En effet, Alberto, voyage régulièrement en France pour des salons et des événements, ainsi que pour rendre visite à des clients-revendeurs, ses « acheteurs », parmi lesquelles de célèbres multi-marques de la capitale. Notre lien s'est développé en pointillés, à l'occasion de courtes visites alternées entre Naples et Paris, avec l'optique de collaborer à la création d'une ligne de petite maroquinerie, dessein resté en suspens faute de temps. Ces échanges ont cependant servi d'amorce à un terrain ethnographique. Après de premiers entretiens menés auprès d'Alberto en 2024, mes observations participantes ont commencé à l'été 2025 pour une période de deux semaines avant de se poursuivre ponctuellement début 2026. À l'issue de ma première période de présence à l'atelier, il a fait appel à moi en tant que maroquinière pour broder des paires de gants en agneau dans le cadre d'une commande pour une marque américaine, puis en 2026 en tant qu'agente pour la commande d'un client français souhaitant faire réaliser une centaine de paires. Ce dernier contact est issu de mon propre réseau professionnel parisien, puisque suite au partage de contenus sur mon compte Instagram professionnel, mes confrères parisiens qui y sont abonnés ont tous été informés de ma présence chez un gantier italien. La spécificité de la relation de travail qui découle de cette situation originale a des conséquences tant sur la méthode et la production des données de l'enquête que sur les implications du travail de recherche, qui vise non seulement à documenter l'activité artisanale de fabrication de gants en peau et ses évolutions sociotechniques [CRE 96], mais également à poser les jalons d'une recherche-crédation. En effet, pour cette publication et la poursuite de mes recherches postdoctorales, ma pratique professionnelle du design œuvrant dans le champ de l'artisanat est mobilisée et appelée à produire une combinaison de formats académiques « classiques » (à l'instar de cette publication) et d'un portfolio d'accessoires et d'images (accessoires vestimentaires et supports iconographiques documentant leur processus d'élaboration). Pour ce second volet, ce sont moins les outils à disposition de l'anthropologue des techniques [BUO 19] que les compétences professionnelles de l'artisan et du designer qui sont nécessaires. Dans le cadre de l'expérience décrite dans cet article, si la dimension créative du travail de designer reste relativement réduite, le rôle de designer [POT 23] en tant qu'intermédiaire, médiateur [TUF 15] facilitant l'articulation entre la conception esthétique d'un objet et sa réalisation technique, est centrale. Avant de revenir sur le détail de celles-ci à l'appui d'une situation concrète, et pour tenter de se saisir des transformations d'un métier traditionnel de la mode qui persiste malgré l'industrialisation, il faut commencer par une description de ses caractéristiques historiques et contemporaines.

2. Une activité centenaire

2.1. Fournisseur de gant depuis 1923

Alberto Squillace définit l'activité de son entreprise comme celle de *fournisseur* de gants. Très proche de la notion de « marchand-fabricant » dépeinte par l'historienne Audrey Colonel-Coquet dans le contexte de la ganterie grenobloise [COL 23], son champ d'action recouvre un vaste arc d'opérations depuis l'approvisionnement en peaux semi-brutes jusqu'à la commercialisation de produits finis. Plusieurs termes utilisés dans cette entreprise participent à entretenir une certaine ambiguïté entre activité artisanale et industrielle, dont la délimitation est souvent floue selon que la question soit envisagée en termes juridiques, dans le discours commercial ou sur le plan technique. S'il se définit comme « artisan » et descendant d'artisan, le métier qu'exerce Alberto est en réalité plutôt celui d'un chef d'entreprise industriel, domaine auquel il se revendique également d'appartenir, notamment lorsqu'il fait référence au nombre de centaines de paires produites par an et qu'il vise à faire accroître. La plupart des opérations de la fabrication se déroulent au sein de ce qu'il appelle l'« usine » (terme qu'il utilise plutôt que celui d'« atelier ») et qui désigne le siège de la production de l'entreprise. Il s'agit d'un appartement du Rione Sanità, dans lequel il travaille aux côtés de trois ouvrières spécialisées, d'un livreur-coupeur, et de personnes qui lui viennent en aide pour la comptabilité, la communication et l'expédition des commandes, notamment ses jeunes cousins et cousines. Si le terme « usine » est équivoque, l'expression d'« appartement-usine » sera préférée plus bas pour éviter l'association avec des sites de production plus spécialement consacrés à une production industrielle, dont certains sont reliés à l'activité d'Omega, pour la production de doublure ou d'autres fournitures, ou la réalisation d'opérations telles que la fabrication des fers à marquer. Les caractéristiques de cette organisation, et notamment l'importance des liens de parenté entre les partenaires professionnels, ainsi que la propension au travail à domicile et à la tâche, présentent de nombreuses caractéristiques du district industriel selon le modèle de Marshall analysé par Giacomo Becattini [BEC 17].

Une grande partie des paires qui sont fabriquées à l'appartement-usine le sont pour le compte des marques-clientes, souvent étrangères. Omega est également une marque en soit, vendue au sein même du magasin d'usine mais revendue surtout par des magasins multi-marques sur le territoire italien et à l'échelle internationale. Les caractéristiques des modèles (couleurs, décor, doublure, tailles, etc.) peuvent être choisies par les revendeurs « sur catalogue », expression que je vais expliciter plus bas. Le choix laissé au client quant à l'esthétique des produits induit un fonctionnement identique pour deux cas de figure, que les gants soient griffés Omega ou pour toute autre marque : un échange entre Alberto et le commanditaire permet d'arrêter les modèles de gants à produire, processus sur lequel se concentre la présente étude. Les deux autres branches de l'entreprise, dont l'une propose un service de confection sur commande pour des paires uniques sur-mesure, et l'autre réalise des gants plus originaux et sophistiqués, dits « couture », ne seront pas abordés dans cet article.

2.2. Travail sur catalogue

L'expression de « catalogue », pour désigner l'éventail de possibilités esthétiques et techniques disponibles en se fournissant chez Omega est trompeuse. Premièrement, ce « catalogue » ne se matérialise ni sous une forme physique ni sous une forme numérisée. Il se compose d'éléments matériels disparates, comme des échantillons de gants réalisés par le passé, dont certains sont dispersés au sein de l'appartement-usine, et d'autres, les plus fréquemment présentés, qui voyagent et accompagnent Alberto au gré de ses déplacements professionnels dans sa valise et agrémentent les stands qu'il installe lors de foires ou de salons. Il serait pertinent d'y inclure également les cartes couleurs donnant à voir les échantillons de cuir et de doublures (soie et cachemire) disponibles, renouvelées chaque année, parfois transmises aux clients sous forme de

photographies plutôt que sous leur forme matérielle, ainsi que des photographies des modèles déjà réalisés au sein d'Omega. Les différents modèles disponibles sont principalement les déclinaisons d'une demi-douzaine de gabarits homme ou femme, dont certains sont très nettement identifiables, comme les gants de conduite avec leur ouverture arrondie sur le dos de la main, et d'autres se distinguent plus subtilement par leurs proportions, notamment celle de l'espace entre la base du pouce et le bord du gant. Cette mesure, indiquée en « boutons » (« gant un bouton » ; « trois boutons » ; « sept boutons », etc.) équivaut en réalité à des centimètres (un gant « sept boutons » est un gant qui recouvre le poignet sur sept centimètres à partir de la base du pouce). Aux modèles de base peuvent être ajoutées une infinité de combinaison de fantaisies, nécessitant l'intervention d'ateliers et d'usine spécialisés du réseau local d'Alberto, le district industriel napolitain qui comprend les moyens de production du gant de peau mais aussi l'ensemble des corps de métier produisant les machines et outils nécessaires à leur fabrication, relevant d'autres branches industrielles [BEC 17]. Cela fait du « catalogue » un ensemble en constante extension, chaque commande innovante permettant d'y ajouter une option. Il semblerait que le directeur d'Omega, avec sa vue d'ensemble sur le processus et ses années d'expérience, soit le seul à connaître ce répertoire dans son intégralité. Le seul moyen d'en prendre connaissance est donc d'échanger directement avec lui, ce qui rend complexe la mission d'agente que je décrirai dans la troisième partie.

2.3. Éclatement spatial des étapes de production

Lorsqu'un client se présente avec une commande en gros, Alberto propose de réaliser un échantillon du modèle défini au préalable, le plus souvent un par coloris. Une fois l'échantillon livré, celui-ci peut être validé directement, demander des ajustements, ou encore, un autre échantillon peut être réalisé et facturé au client jusqu'à se mettre d'accord sur les détails du produit. Dès que l'échantillon est validé, la fabrication est lancée. Il s'agit d'une chaîne complexe qui nécessite l'intervention et les savoir-faire de nombreux acteurs. Sans entrer dans le détail, et en renvoyant aux travaux d'Audrey Colonel-Coquet pour de plus fines précisions techniques [COL 23, p.159], ce processus peut être sommairement résumé ainsi dans le cas de l'entreprise Omega : sélection des peaux semi-brutes ; teinture (*conceria*²) ; coupe ; fantaisies selon le modèle ; assemblage du gant ; ajout de la doublure ; finition.

Cette succession d'étapes correspond à des déplacements géographiques successifs, puisque les peaux semi-brutes (tannées mais non teintées) sont réceptionnées au siège de l'entreprise, dans la Sanità, et stockées dans un local dédié au rez-de-chaussée de l'immeuble dans lequel se trouve l'appartement-usine. C'est dans ce lieu que les peaux sont triées en fonction des couleurs dans lesquelles elles seront teintées. Cette sélection est une étape décisive effectuée par Alberto lui-même, toujours à la lumière du jour sur une table prévue à cet effet dans le local. Il y a été formé par son père et son grand-père, et la fait désormais systématiquement seul : il n'a jamais formé personne à cette tâche complexe et minutieuse, qui demande une grande connaissance de la matière première, à l'exception de la fois où il m'en a transmis des rudiments pendant mon terrain. Quand elles sont réunies en paquets (un *loto* par couleur), les peaux encore blanches sont transportées en voiture, par Alberto ou par un employé, D., qui s'occupe de l'acheminement des cuirs

2 Dans la filière du cuir français, tannerie et mégisserie se distinguent par les animaux dont la peau est transformée en cuir. La mégisserie désigne le traitement de la peau d'ovins et de caprins tandis que la tannerie, terme plus général, est utilisé pour tous les autres types d'animaux. À ma connaissance, en italien, c'est le terme *conceria*, traduit par « tannerie » qui est utilisé systématiquement.

et des paires de gants tout au long du processus, jusqu'à une tannerie située dans l'Est de Naples, à une dizaine de minutes de là. Cette entreprise est un partenaire historique d'Omega, et travaillait déjà en collaboration avec le père et le grand-père d'Alberto. Si son activité principale est la transformation complète de peaux brutes en cuir finies, pour la famille Squillace, la *conceria* uniquement la teinture sur les peaux achetées semi-brutes, donc déjà tannées, par Alberto. Une fois de retour au sein du siège d'Omega, celles-ci sont prélevées du stock en fonction des besoins dictés par les commandes des clients. À partir du lancement d'une production, le suivi minutieux des déplacements assurés par D. se fait via des fiches imprimées sur du carton jaune remplies à la main par la cheffe d'atelier, E., qui accompagneront les paquets de peaux puis de paires empilées par couleur tout au long de leurs transformations. Ces piles sont tenues ensemble par des lanières récupérées parmi les chutes de doublure ou d'agneau dans lesquelles sont glissés les fiches jaunes. Sur ces billets aux talons détachables, un code chiffré, également marqué à la craie et à l'encre par le coupeur sur le côté chair des morceaux de cuir, permet d'identifier la commande et précise le nombre de paires qui la composent, dont le détail par taille est indiqué dans un tableau prévu à cet effet, aux côtés de la date d'expédition et du nom du client. À droite de la fiche, apparaissent la couleur du cuir (*colore*), la désignation de l'article par le nom d'un modèle et l'indication du genre homme ou femme (*art.*), le détail du modèle induit par le choix de l'emporte-pièce (*spacco*), la méthode d'assemblage manuelle ou mécanique (*cuccitura*), le type de la doublure (*fodera*) et d'éventuelles observations. Quand D. ne se charge pas lui-même de la coupe des peaux³, il les achemine chez les coupeurs travaillant à domicile, qui reçoivent les lots de peaux accompagnés de leurs cartons de couleur jaune. Une fois leur travail terminé, D. récupère les gants coupés, les rapporte au siège de la Sanità pour contrôle, et éventuellement, les transporte à nouveaux chez les artisans spécialisés pour les différentes fantaisies (baguettes⁴, broderies, sérigraphie, etc.). Une fois les gants prêts à assembler, s'il s'agit de gants piqués sur les machines stroke⁵ ou piqué anglais⁶, ces opérations ont lieu directement dans l'appartement-usine. S'ils doivent être cousus main, ils sont transportés chez les ouvrières à domicile spécialisées. Les doublures éventuelles sont ensuite fixées à l'intérieur, maintenues par une couture au niveau du tour du poignet et des points de colle au bout des doigts ou bien par un point de couture pour une finition plus haut-de-gamme. Le tout est ajusté grâce à un appareil appelé « main froide », structure métallique dotée de quatre doigts qui permet d'atteindre le fond du gant pour y pousser la doublure. Enfin, le gant est dressé sur un appareil appelé « main chaude » pour bien positionner les deux épaisseurs et redresser les coutures. Bien que j'aie vu la cheffe d'atelier s'en charger, il semblerait que certaines ouvrières à domicile puissent également accomplir ces opérations de finition. Le

3 Autrefois, quand l'activité de l'entreprise était plus dense, des coupeurs travaillaient sur place dans l'appartement-usine, tandis qu'un livreur était également engagé à temps plein pour assurer tous les déplacements. D. occupe désormais un poste plus polyvalent. Le temps de travail libéré par les besoins plus sporadiques de livraisons est compensé par des tâches de coupe occasionnelles.

4 Baguettes : trois lignes de couture qui ornent le dos des mains de nombreux modèles de gants, permettant d'ajuster le modèle plus près du corps, à l'instar de pinces dans la construction d'un vêtement.

5 Machine à coudre dans laquelle les deux épaisseurs d'agneau sont prises ensemble entre deux disques, et piqués par une aiguille qui se meut d'avant en arrière dans l'axe perpendiculaire face à la couturière, réalisant un petit point très serré ressemblant à un surjet textile destiné à rester à l'intérieur du gant en suivant le principe du piqué-retourné.

6 Machine réalisant un point droit comme celui d'une machine à coudre classique, mais qui comporte un pied très étroit plutôt qu'un plateau, permettant ainsi l'accès aux espacements réduits entre les doigts. Ce point est destiné à rester visible sur les gants.

conditionnement en sachets plastiques ou autres contenants fournis par les clients, puis la répartition dans les colis d'expédition est effectuée par Alberto lui-même ainsi que certains membres de sa famille qui lui viennent ponctuellement en aide.

Certaines composantes de l'organisation du travail de l'entreprise étudiée sont restées identiques depuis un siècle. La manufacture gantière napolitaine se caractérise par la parcellisation du travail et l'éclatement géographique de la vingtaine de tâches nécessaires à la confection d'une paire de gants. Les paires voyagent donc entre le siège de l'entreprise et ses différent.e.s employé.e.s. réparties à travers la ville, et passent de mains en mains au gré des opérations de leur réalisation. La succession d'étapes décrite ici ne commence qu'au moment où les caractéristiques esthético-techniques du modèle ont été arrêtées : c'est en effet la portion du travail autour de l'accessoire que donne le plus à voir l'observation de l'activité de cette entreprise. Bien qu'il soit essentiel d'en avoir un aperçu pour se saisir du fonctionnement global de l'entreprise Omega, c'est une portion antérieure de la chaîne opératoire qui fait l'objet de la présente étude. Il s'agit de décrire les étapes de traduction de l'idée du client, émise sous forme de données subjectives, en des objets matériels, les gants qui lui seront vendus et d'analyser le rôle qu'y jouent les technologies de communication actuelles. L'enjeu de la maîtrise de l'information n'est pas récent dans cette filière [COL 23, p.131], mais l'articulation de ses modalités contemporaines apporte un éclairage sur les relations commanditaire-fournisseur dans le secteur de l'habillement. En effet, traditionnellement, dans l'industrie de la mode en général, les fonctions de la conception et de la réalisation sont le fait de professions séparées (entre l'atelier et le studio), dont la globalisation de la filière a conduit à une séparation géographique [GIU 11]. Cet éloignement généralisé entre le lieu de la conception et le site de production nécessite un raffinement des supports de communication pour obtenir les produits désirés, malgré la complexité due à l'infinité de variantes entre lesquelles les concepteurs de produits doivent choisir pour répondre aux impératifs esthétiques et économiques [MEU 15].

2.4. Un processus non linéaire

Les observations de terrain abondent dans le sens des auteurs qui réfutent le fantasme d'un procédé linéaire conduisant à la transformation d'une idée [LAT 16 ; ING 17] éventuellement représentée par un dessin, en un objet qui lui serait parfaitement fidèle. La zone grise entre le projet et sa réalisation est la notion au cœur d'un ouvrage dirigé par l'architecte-chercheure Antonela Tufano, qui adopte, faute de traduction française satisfaisante, le terme italien *progettazione* [TUF 15] pour la désigner. Si les chercheurs se questionnent notamment sur le rôle du dessin et de ses déclinaisons informatisées dans cette étape préliminaire à la vie du produit ou du projet, ce sont les technologies de communication qui interviennent ponctuellement au cours du processus et infléchissent ces transformations successives qui nous intéressent principalement ici. Plus encore, c'est le caractère immédiat des échanges téléphoniques ou de mails, qui peuvent même comprendre l'échange de photographies des échantillons et des prototypes en cours de réalisation, qui semble être central dans la compréhension des modalités contemporaines de la relation client-fournisseur.

3. Téléphone, ordinateur et autres outils de travail

3.1. Le téléphone, personnage historique de l'entreprise

Dans un documentaire⁷ produit par Mauro Squillace, le père et prédécesseur d'Alberto, celui-ci apparaît assis au bureau qui se situe au fond de l'appartement-usine, répondant au téléphone fixe en français à ses clients. C'est à ce même poste qu'Alberto passe le plus clair du temps qu'il passe au sein de Omega, et sur son bureau, un ordinateur portable a très récemment remplacé l'écran et la tour qui étaient déjà là du temps du père. Le téléphone fixe trône toujours au même endroit, et il sonne régulièrement, notamment lorsque des ouvrières à domicile appellent pour demander des informations sur les commandes en cours, que D. a besoin d'un renseignement alors qu'il est en course. Alberto y répond, et, quand nécessaire, il interpelle la cheffe d'atelier, E., quand l'interlocuteur.ice au bout du fil a besoin de la joindre. Aux débuts de mon terrain d'enquête, Alberto me faisait un retour sur chacun de ses échanges après avoir raccroché, pour m'en expliquer les tenants et les aboutissants, en concluant « ça aussi, ça fait partie de la vie de l'usine ! ». Toutes les personnes travaillant à l'appartement-usine utilisent également leur smartphone personnel, posé sur la table de la machine à coudre de chacune des couturières ou sur son bureau pour Alberto. Ce dernier alterne donc entre le combiné du fixe ; son téléphone portable, privilégié la plupart de ses clients par l'intermédiaire du réseau social Whats'App et son ordinateur pour consulter sa boîte mail, maintenant un contact immédiat quasi-constant avec tous ses partenaires professionnels. Si la nécessité de communiquer pour raccorder les différents maillons de la chaîne de production des gants n'est pas nouvelle, il semblerait qu'elle ne se soit pas simplement élargie par la diversification des canaux disponibles. En effet, dans la relation au client, l'immédiateté de l'échange, et notamment la possibilité de transmettre des photographies et des vidéos instantanément induit un régime de temporalité différent du rythme incompressible de la production et de son organisation fragmentée.

3.2. Des techniques de fabrication stables

Les techniques de fabrication (coupe, façonnage, couture, finition des paires) semblent être restées identiques depuis la fondation de l'entreprise : les machines stroke et piqué anglais, quand ce ne sont pas celles d'origine depuis la fondation de l'entreprise, y sont absolument identiques, fonctionnant sans électricité avec des pédales activées au pied ; les emporte-pièces pour la découpe suivent des contours similaires année après année ; les peaux sont « lues » exclusivement en mobilisant le savoir-faire de l'œil des coupeurs... Certaines autres opérations, notamment parmi celles que je n'ai pas pu observer directement nécessitent l'intervention de technologies plus récentes, comme les broderies réalisées à partir de fichiers numériques. Toutefois, hormis des embellissements et des ornements, le gant de base est toujours réalisé de la même manière qu'au XIX^e siècle. Ainsi, les performances en termes de production ont relativement peu varié, si ce n'est que la diminution de l'activité de la filière, entraînant la fermeture de plusieurs ateliers employés ainsi que le non-remplacement d'ouvrières après leur départ en retraite ou leur décès, a allongé certains délais entre deux étapes. Pour certaines fantaisies, il peut même y avoir rupture de l'accès à certaines techniques, et A.S. soit alors mobiliser les ressources du district industriel, notamment les usines sous-traitantes, comme celle de « son brodeur » pour trouver une solution équivalente. De tels incidents sont susceptibles rallonger les délais de livraison et induisent la multiplication des aller-retours d'échanges.

3.3. Travailler pressé, une habitude renforcée

⁷ *Mani di Pelle*, Antonio Caiafa, 2006.

Il est d'usage de dire que d'un bout à l'autre de la chaîne de production dans la mode, les différents acteurs travaillent de manière pressée et soumis à une certaine pression sur les retards, comme en témoigne l'adage voulant que « tout était à livrer pour hier ! ». À en croire Alberto et comme en semblent le confirmer ses conversations téléphoniques entendues pendant l'observation sur le terrain, l'empressement des clients à être livrés n'a fait qu'augmenter. Il se plaint parfois que son métier ne consiste qu'à presser ses ouvriers d'un côté, et à tenter de temporiser auprès de ses clients de l'autre, ces derniers se « réveillant » toujours tous à la même période de l'année, et souhaitant tous être livrés aux mêmes moments. Le rythme de travail annuel pour le produit-gant, saisonnier et principalement vendu à la période hivernale, obéit au calendrier suivant. De janvier à avril, l'activité est relativement peu intense, avant que tous les clients désireux de recevoir des échantillons ne se manifestent, ce qui entraîne un goulot d'étranglement jusqu'à l'été, précédant la suspension estivale du travail au mois d'août. À partir de septembre, l'entreprise s'active pour la livraison des gants à expédier pour la haute-saison des ventes, se concentrant sur la finalisation de commandes engagées et les préparatifs de leurs expéditions. S'il est difficile de mesurer une différence entre l'activité contemporaine de l'entreprise, directement observée depuis 2025, et son rythme historique, seulement connu par les histoires racontées par Alberto et sa mise en scène dans le documentaire susmentionné, le rôle tenu par les technologies récentes de communication est tout à fait flagrant et indubitablement à dater de moins d'une dizaine d'années. Un exemple atteste que cette transformation est en train de se faire : l'adoption fin 2025 d'un ordinateur portable, remplaçant le poste fixe siégeant sur le bureau de l'appartement-usine par Alberto, qui lui permet désormais un suivi plus confortable et régulier des commandes y compris lors de ses fréquents déplacements professionnels à Paris ou en Asie pour des foires et des salons. L'adoption de ce nouvel outil ne modifie pas avec le suivi de la production, pour laquelle le décompte est toujours tenu à la main sur place à l'aide des fiches cartonnées jaunes, mais participe à rendre le directeur d'Omega plus disponible pour communiquer avec ses clients sur l'avancement de leurs commandes et éventuellement en lancer de nouvelles.

3.4. Smartphone : nouvelles fonctionnalités débloquées

Mise à part la disponibilité accrue d'Alberto, d'autres interactions documentées sur le terrain permettent de ressentir l'importance qu'ont pris les échanges d'images dans la période précédant la livraison des commandes, qui se déroulent sur plusieurs semaines voire plusieurs mois. Depuis l'été 2025, j'ai non seulement pu documenter des moments auxquels Alberto avait besoin d'envoyer ou de recevoir des photos de ses acheteurs, mais aussi en recevoir moi-même dans le cadre de nos collaborations. Deux cas de figure se présentent le plus fréquemment : en cas de doute avant de réaliser une opération, par exemple une broderie à positionner sur une paire de gant, Alberto est susceptible de se référer à une photographie envoyée par son client, ou bien de lui en envoyer une pour vérification. Le second est l'emploi de photographies et de vidéos pour temporiser auprès des clients et justifier des délais de livraison, parfois difficilement appréhendés par ceux qui n'ont pas à voir le fonctionnement complexe et ramifié du système de production de cette entreprise en particulier. Alberto, qui entretient soigneusement un contact personnalisé avec ses différents acheteurs, prend régulièrement en photo les gants au fur et à mesure de leurs transformations pour communiquer sur l'avancement des productions en cours. Devant les réactions enthousiastes des destinataires qui découvrent ainsi en avant-première le contenu de leur livraison à venir, et se sentent impliqués dans l'intimité du processus traditionnellement caché au public de la fabrication [BAR 25], il a remarqué que cela pouvait avoir pour effet de calmer l'empressement, voire l'agacement, de certains lorsque

les délais s'allongent. De plus, cela participe à entretenir l'image de la proximité et de l'exclusivité qu'il vise à mettre en scène dans son discours commercial afin de se distinguer d'une échelle industrielle plus massive, qui ne laisse pas la place à ce genre d'intentions. En ce sens, sa stratégie se rapproche de celle qu'a analysée l'anthropologue Michèle de la Pradelle [PRA 96] à la petite échelle commerciale des marchés, dans lesquels l'interconnaissance entre vendeurs et acheteurs est un facteur décisif, distinctif d'autres dispositifs marchands, dépersonnalisés et associés au système industriel, comme les grandes surfaces. Il est ainsi courant pour Alberto de parler de ses clients, confrères en utilisant le possessif « mon » (« mon brodeur », « mon coupeur », « mon acheteur », ...) voire en les désignant comme ses amis (« mon amie qui travaille au Printemps »). Le brouillage de cette frontière entre le professionnel et le personnel fonctionne, dans ce contexte, à double sens puisque, au moins pour qui concerne les acheteurs, ces derniers parlent également d'Alberto comme d'un ami, et c'est également ainsi que nous nous désignons mutuellement depuis que nous travaillons ensemble.

Pour cette communication instantanée, c'est le téléphone portable, objet frontière entre les sphères professionnelles et personnelles [MON 96], et plus précisément le smartphone muni d'un appareil photographique, qui est privilégié. Ainsi, ce type d'échanges professionnels vient s'insérer au milieu d'autres types de conversations sur le réseau social WhatsApp par exemple. La plage horaire de disponibilités d'A.S. s'étend de manière élastique en fonction des habitudes de ses clients ou du fuseau horaire sur lequel ils se trouvent. Comme le rappelle Francis Godard, à l'échelle artisanale, la délimitation entre les temps dédiés au travail et le temps libre n'a jamais été très marquée [GOD 07] : le téléphone portable s'avère simplement être un outil nouveau et plus performant au service d'une dynamique ancienne. Ce brouillage, confirmé par les observations de terrain, s'opère non seulement pour Alberto lui-même mais également pour ses clients, dont les profils semblent s'être diversifiés ces dernières années. En effet, en plus des marques de mode, notamment parisiennes, auquel l'entreprise Omega. fournit des gants depuis plusieurs décennies et qu'Alberto appelle ses *acheteurs* pour les distinguer des clients particuliers, certains entrepreneurs indépendants émergent parmi sa clientèle. Ces derniers, qu'ils créent une marque ou qu'ils ajoutent à leur activité, par exemple la location ou la vente de voiture de luxe, la vente de produits fabriqués par Omega, le font bien souvent en dehors des horaires traditionnellement travaillés en journée. Si la flexibilité croissante du monde du travail est un phénomène dont les effets sont documentés [FLI 17], ce qui retient ici notre attention est l'augmentation de la fréquence d'un nouveau type de commandes parmi gérées par Alberto. Il s'agit de commandes moins importantes en nombre de pièces qui sont rendues possibles par la petite échelle de production de l'entreprise Omega, entre l'artisanat et l'industrie, et devenues nécessaires pour Alberto au vu de la diminution des volumes autrefois commandés par les clients historiques. Bien qu'elles représentent un chiffre d'affaires relativement faible, elles requièrent bien souvent un accompagnement plus important et échappent quelque peu au fonctionnement centenaire de la réalisation de prototypes d'après un catalogue avant la livraison de volumes importants d'accessoires identiques au modèle développé. L'exemple développé dans la partie suivante permettra de se saisir du rôle joué par les technologies de communication pour pallier ces écarts par rapport au fonctionnement historique du procédé et à la formation traditionnelle, orientée sur le produit, des acheteurs, et de mieux cerner le profil de ces commanditaires à la frontière entre la vente au détail et en gros.

4. Faire l'agente pour Omega

4.1. Une recherche qui mobilise la pratique

Dans le cadre de cette recherche, qui s'inscrit entre pratique et théorie, la période de l'observation ethnographique m'a conduite, non seulement à documenter mais aussi à intervenir professionnellement en tant qu'agente commerciale de Omega pour la première commande d'un client sur le point de lancer sa marque. En janvier 2026, du fait de l'activation de mon réseau professionnel constitué à Paris dans le champ de l'accessoire en cuir, j'ai été contactée par ce jeune entrepreneur français désirant produire une série de gants pour le lancement de sa marque prévu pour la Fashion Week de juin 2026. Du fait de l'emploi du temps chargé d'Alberto, du lien de confiance qui s'est développé entre nous, ou d'une combinaison des deux, il m'a donné pour mission d'assurer le suivi de cette commande en échange d'une commission, pourcentage prélevé sur le montant final de la prestation qu'il me reversera.

Alors qu'au moment d'écrire ces lignes, les prototypes viennent d'être coupés au sein de l'appartement-usine napolitain, l'articulation entre le client et le fournisseur, que j'ai été missionnée pour faciliter, offre déjà certains éléments pertinents pour notre étude. Après une prise de contact par mail, au cours de laquelle, le client, fondateur de la marque Nearly⁸, m'a envoyé un dossier technique explicitant le type de gants qu'il souhaitait, un document PDF en anglais et en français, comportant une brève description de la direction artistique de la marque, un descriptif du produit et le détail des quantités par couleur, une table des mesures, et un dessin de la paire de gant souhaitée réalisé sur ordinateur. Dans la commande finalement passée par ce client, presque aucune des indications présentes dans ce dossier n'aura été conservée, les échanges de renseignements sur le catalogue disponible et le prix des différentes options conduisant à revoir à la hausse les quantités demandées et à modifier les caractéristiques des modèles.

4.2. Faire le pont : un exercice de traduction

À réception de ce document, la première étape de mon travail a été de le présenter à Alberto afin d'obtenir son évaluation du prix de production par paire. Alors que je m'attendais à ce que ce calcul, objet de la requête du client, soit le point névralgique de la discussion, celui-ci s'est vite révélé impossible à déterminer à partir du premier dossier technique et surtout à partir de la première représentation dessinée du produit. L'enjeu s'est alors déplacé vers une succession de traductions opérées par l'intermédiaires de deux outils, discours d'explicitation et dessins, permettant de transformer les désirs émis par le client en un ensemble de données intelligibles dans le langage de l'atelier de fabrication. En retour, les prototypes remis au client lui serviront à apprécier les caractéristiques du produit et à éventuellement les ajuster. Les échanges, médiatisés sur plusieurs canaux simultanément (Whats'App et courriers électroniques), ont été, pour simplifier, réduits à deux phases décrites ici : l'adoption d'un compromis sur le concept « unisexe » de la marque Nearly, et le design de la bande du poignet, utilisé par le client pour singulariser son produit mais représentant un challenge pour l'atelier.

La principale problématique pointée par Alberto en parcourant le dossier technique pour la première fois, fut l'écart entre le dessin représenté, qu'il identifiait comme un gant homme cousu main, et la table des mesures réalisée par le client, dont les tailles « S », « M » et « L » définies par des indications données en centimètres correspondaient, dans le système de tailles utilisé par les gantiers, à du 6,5 ; 7,5 et 8,5 pour femmes. La première étape de la traduction a été la conversion faite par Alberto sur la calculette de son

⁸ Nom de marque modifié.

téléphone pour passer de l'unité centimètre au pouce français⁹, utilisée dans la ganterie. Le tour de la paume, mesuré selon une oblique passant au niveau de la tête des métacarpiens est l'indicateur des tailles standardisées, généralement du 6 au 8,5 chez la femme, du 7 au 10 chez l'homme, mais la longueur des doigts et les proportions précises du modèle varient d'un genre à l'autre. Malgré le désir formulé par le client dans plusieurs pages du dossier de proposer un modèle unisexe, Alberto y voyait une incohérence profonde. De mon côté, mon expérience passée à ses côtés m'a permis de réaliser que sa capacité à identifier un gant fini comme masculin ou féminin seulement à partir de ses proportions et de son aspect, de même qu'à évaluer la taille de gant de n'importe qui simplement en regardant sa main, lui provient de son expérience propre longue de nombreuses années. Si pour le gantier, un gant mixte est une aberration, pour le néophyte, le produit fini peut bel et bien être perçu comme « mixte ». C'est ainsi que j'interprétais de la volonté affichée du client, et formulée au cours de nos échanges de messages Whats'App : il voulait proposer un produit qui puisse être désirable indifféremment pour des clients et des clientes. La « neutralité » du produit, si elle était impossible à obtenir selon Alberto en termes de patronage, était envisageable du point de vue des parti-pris esthétiques : des coloris neutres, facilitant une perception non-genrée (noir, gris, marron) et peu de fantaisies. Les fioritures et décors sont, dans la mode occidentale, souvent associés à la mode féminine, aussi un accessoire qui en est dépourvu est-il plus souvent perçu comme masculin ou comme neutre, puisque les vêtements unisexes, sont, en général, issus du vestiaire des hommes avant d'être adoptés par des femmes (c'est le cas des jeans, des chemises, des tailleurs-pantalons, etc.). Il m'a fallu produire deux discours, le premier servant à convaincre Alberto qu'il était possible de réaliser un modèle « mixte » ; le second à mettre en garde le client sur les contraintes de tailles spécifiques au produit gant. Ce faisant, nous sommes parvenus à un compromis : le modèle conçu comme esthétiquement neutre du point de vue du genre serait décliné en trois tailles, la plus petite correspondant à une taille 6,5 femme ; la deuxième à une taille 7,5 homme (pensée, dans les termes d'Alberto, pour convenir à de grandes mains féminines et à de petites mains masculines) et la dernière correspondant à une taille 8,5.

Une fois résolue cette première difficulté, l'enjeu était de synthétiser les intentions du client en un tout cohérent et compréhensible par les différents ouvriers et ouvrières de l'atelier. Cela n'a pas été une tâche aisée, d'autant que les images transmises par le fondateur de Nearby étaient diverses et parfois contradictoires : sur le premier dessin, sur lequel le gant était orné de baguettes et d'un genre de manchette, large bande faisant le tour du poignet. Sur une autre image communiquée ultérieurement, apparemment générée grâce à une intelligence artificielle, pour indiquer les coloris souhaités, le gant était dépourvu de ces deux éléments. Au cours des échanges, il avait également envoyé des images de références de produits d'autres marques, pour pointer un détail qui l'intéressait. De mon côté, je faisais des suggestions, percevant que les images étaient choisies sans attention à la technicité des objets. Par exemple, le client n'avait pas prévu un moyen d'élargir l'ouverture du poignet (fente ou patte de boutonnage) pour permettre à la main d'entrer dans le gant malgré le côté moulant du modèle. J'ai alors tenté de lui expliquer par écrit ces contraintes propres à une matière exceptionnelle, l'agneau plongé¹⁰ sélectionné et teinté par Alberto, mais

9 Hérité d'un système métrique ancien, un pouce français correspond à 2,54 cm.

10 L'agneau plongé est considéré comme une matière première de haute qualité, grâce à son procédé de teinture qui consiste à teindre dans la masse, en plongeant les peaux entières dans des cuves, par opposition à d'autres types de teintures appliquées en surface pour d'autres types de finition moins pérennes dans le temps.

il était difficile de se comprendre à distance. J'ai alors réalisé des croquis à la main dont je lui ai envoyés des photos, ce qui a facilité grandement sa compréhension du problème.

4.3. Tentative de stabilisation : mobiliser les compétences de designer

Il fallait donc composer à partir d'un ensemble hétéroclite de photographies et de dessins pour se projeter dans un objet concret, mais ses caractéristiques étaient susceptibles de varier d'un échange de mail à l'autre. Je décidais alors de prendre le problème à bras le corps et de réaliser un document de synthèse, en m'appuyant sur l'apprentissage reçu au cours de mes études aux Arts Décoratifs et de réaliser une fiche technique. Je n'avais jamais vu de tels documents chez Omega et n'en avais pas encore réalisé pour ce type d'accessoire en particulier, mais je tentais de réunir tous les choix opérés par le client, ainsi que les prix annoncés par le fournisseur, sur un document unique et mis à disposition de mes deux interlocuteurs, à tour de rôle. Je réunissais ces informations dans un dossier comportant un croquis technique du modèle avec des côtes réalisé sur le logiciel Illustrator et un tableau rappelant le nombre d'exemplaires par taille, les coloris du cuir et de la doublure par lot ainsi que le détail des broderies. C'est à partir de ce support, soumis alternativement au client et au gantier, progressivement affiné, que le design du modèle s'est précisé.

Le point le plus épineux consistait à évaluer le surcoût de l'ajout de la bande brodée autour du poignet par rapport à un modèle « classique ». Le fondateur de Nearly voulait qu'elle soit suffisamment rigide pour qu'elle se tienne d'aplomb autour de la manche lorsque le gant serait porté par-dessus celle-ci. Cet aspect est impossible à rendre avec du cuir d'agneau, à moins de le renforcer avec une triplure¹¹ plus rigide. En effet, la peau est très souple, ce qui lui confère sa propension à épouser parfaitement l'anatomie de la main sur laquelle elle est tendue, mais n'a pas de rigidité propre pour rester en forme sans structure sous-jacente. Pour lui donner cette tenue l'ajout d'un matériau tiers est nécessaire, par exemple du non-tissé, ce qui risque de causer des difficultés à l'assemblage car les machines à coudre de ganterie ne supportent que peu d'épaisseurs. Ces zones d'incertitudes nécessitent de réaliser des tests, qui sont faits sur l'échantillon, mais sans garantie d'un résultat satisfaisant. Pour ce point, je me reposais entièrement sur l'expertise technique d'Alberto et sa connaissance du matériau, assurant néanmoins au client que le résultat serait à la hauteur de ses attentes avant même d'avoir vu ou manipulé l'échantillon.

En cours de route, le client a également émis l'idée que la main gauche et la main droite puissent être attachées ensemble lorsque la paire n'est pas portée, sans trop augmenter les coûts de production. Encore une fois, je revêtais ma casquette de designer, griffonnais une solution qui lui plut. Soumettant à Alberto mon premier croquis, celui-ci ne le comprenait pas car il ne correspondait pas à quelque chose d'existant dans son catalogue. Je le fis une deuxième fois, plus propre, sous forme de croquis technique sur Illustrator, ce qui facilita sa compréhension du principe d'attache à l'aide d'une bride pressionnée. Il m'avait assuré que cela fonctionnerait, mais quelques semaines plus tard, alors que les gants venaient d'être coupés, il me contactait par Whats'App pour me dire qu'il souhaitait simplifier le système. Alors que les trois paires d'échantillons sont en train d'être fabriquées par l'atelier, cette question n'a pas encore été totalement résolue et il m'est impossible de décrire avec précision ce détail du gant dont le design aura finalement été réalisé à (au moins) six mains. Comme à ses clients, Alberto me tient informé de l'avancement du travail en

¹¹ Épaisseur de cuir ou d'un autre matériau visant à modifier la main du cuir, souvent à lui apporter davantage de rigidité, comprise entre deux couches de cuir qui ne sera pas visible sur le produit fini.

m'envoyant des photographies du travail en cours, que je transmets à mon tour au client pour le faire patienter en attendant qu'il reçoive ses échantillons.

5. Conclusion

Malgré son évidente inscription dans une continuité historique, le contexte de production étudié est loin d'être imperméable aux changements sociaux-techniques globaux. Cependant, il semblerait que certaines spécificités de la filière de la ganterie participent à l'inscrire dans une forme de conservatisme organisationnel et même à en exclure certaines technologies. Citons notamment sa matière première, l'agneau plongé, peu propice à la mécanisation de sa mise en œuvre, mais aussi et plus précisément pour le cas de l'entreprise de l'enquête son ancrage historique et son inscription géographique éclatée dans la ville de Naples et au niveau national en Italie. La transmission orale d'informations par téléphone, complétée désormais par des échanges de photographies grâce aux smartphones utilisés à tous les échelons de la fabrication, supplantent l'usage de documents écrits et formalisés. Cette plasticité se ressent dans la géométrie variable des échanges acheteur-fournisseur décrits précédemment.

La souplesse du processus ainsi que la disponibilité du directeur d'Omega permettent de faire une place à un profil de client qui n'est pas à proprement parler professionnellement formé aux contraintes du produit. Toutefois, certaines difficultés, notamment due à des langages différents pratiqués de part et d'autre de la chaîne, schématiquement mobilisant des valeurs esthétiques d'une part et des contraintes techniques de l'autre, demandent d'adopter de nouvelles formes de communication. Ce que cette publication a tenté de démontrer, c'est la nécessité d'une articulation plus forte dans la chaîne de production, depuis les maillons qui créent en amont jusqu'à ceux qui produisent en aval. L'une des solutions que l'enquête permet de tester est celle de l'inclusion du métier de designer, non pas uniquement à l'origine du projet en tant que commanditaire, mais également dans l'accompagnement de celui-ci jusqu'à la réalisation des accessoires. L'expérience professionnelle sur laquelle repose cette analyse, en plus de la méthodologie ethnographique traditionnelle, m'a permis de prendre conscience que ce sont les outils que j'ai acquis au cours de mes études d'arts appliqués et de ma formation au métier de designer (dessin manuel et assisté par ordinateur, développement du goût esthétique, capacité à penser les objets en trois dimensions et pour leurs usages, communication visuelle, etc.) qui se sont révélés les plus essentiels. L'adjonction des apports du terrain tel que conçu par les anthropologues (c'est-à-dire de longue durée) a néanmoins également été décisive, puisque c'est grâce à cette pratique que j'ai développée une connaissance technique spécialisée de la filière et des capacités du site de production étudié. Ma pratique du design, qui implique qu'il s'agisse peut-être davantage d'un métier de médiateur ou de facilitateur plutôt que de celle de créateur, est loin d'être isolée, de même que la porosité entre théorie et pratique. Cette recherche liminale, développée en même temps qu'une pratique professionnelle récente d'à peine quelques années, appelle à de plus amples développements pour mieux se saisir de la manière dont l'évolution des processus de fabrication des objets s'assortit de l'évolution des fonctions respectives de chacun des acteurs de la chaîne de transformation d'une idée en objet.

Bibliographie

[BAR 25] BARANCOURT F., *Artisans maroquiniers sur les réseaux sociaux : fabricants de contenants et créateurs de contenus*, dans ANDONOVA Y. et KOGAN A.-F., *L'artisanat Au Cœur des Industries Créatives*, ISTE Editions, Londres, p. 63-84, 2025.

- [BAR 24] BARANCOURT F., *Mode de fabrication artisanale. Anthropographie par le récit en perruque de porte-clés fabriqués en perruque*, Thèse de doctorat, EHESS, Paris, 2024.
- [BAR 11] BARILE N., *Sistema moda: oggetti, strategie e simboli dall'iperlusso alla società low cost*. 1. Cultura e società. EGEA, Milan, 2011.
- [BEC 17] BECATTINI G., « The Marshallian industrial district as a socio-economic notion », *Revue d'économie industrielle*, 157, p.13-32, 2017.
- [BUO 19] BUOB B., CHEVALLIER D. et GOSSELAIN O., « Technographies. Dans la trousse à outils de celles et ceux qui travaillent sur la technique », *Techniques & Culture*, 71, p. 10-25, 2019.
- [CIR 24] CIRILLO O., *Città e moda: luoghi e protagonisti a Napoli tra fine '800 e metà '900*. Arte'm, Napoli, 2024.
- [COL 23] COLONEL-COQUET A., « Histoire de la ganterie grenobloise, des entreprises et des acteurs : une mutation de la fabrique à l'industrie puis à l'artisanat de 1789 à nos jours ». Thèse de doctorat, Grenoble Alpes, 2023.
- [CRE 96] CRESSWELL R., *Prométhée ou Pandore ? Propos de technologie culturelle*, Paris, Kimé, 1996.
- [GIU 11] GIUSTI N., « Le travail en atelier comme forme d'organisation du processus de création dans la Mode », *Sociologie et sociétés*, n°43/1, p.149-173, 2011.
- [FLI 17] FLICHY P., *Les nouvelles frontières du travail à l'ère numérique*, Paris, Éditions du Seuil, 2017.
- [GOD 07] GODARD F., « Vie publique et vie privée : de nouveaux régimes temporels », *Réseaux* n°140(1), p. 29-65, 2007.
- [ING 17] INGOLD T., *Faire : anthropologie, archéologie, art et architecture*, Bellevaux, Éditions Dehors, p.59-60, 2017.
- [MEU 15] MEULEAU A., *La notion de projet pour le designer industriel*, dans TUFANO A. (dir.), *Faire des projets, fabriquer des projets : la démarche de projet comme outil de recherche art, architecture, design*, PUN-Éditions universitaires de Lorraine, p.113-119, 2015.
- [MON 96] MONJARET A., « Etre bien dans son bureau : Jalons pour une réflexion sur les différentes formes d'appropriation dans l'espace du travail », *Ethnologie française* n°1, p. 129-139, 1996.
- [POT 23] POTTER, N. *Qu'est-ce qu'un designer : objets. lieux. messages*, Montreuil, Éditions B42, 2023.
- [PRA 96] LA PRADELLE (DE) M., *Les vendredis de Carpentras : faire son marché, en Provence ou ailleurs*, Paris, Fayard, p.17, 1996.
- [TUF 15] TUFANO, A. *Faire des projets, fabriquer des projets : la démarche de projet comme outil de recherche art, architecture, design*. PUN-Éditions universitaires de Lorraine, 2015.