



ISSN 2110-6126

ISSN en ligne 2261-1061

Quand objet, territoire et hospitalité tissent les trames d'une créativité signifiante aux pays du maghreb : le cas du costume traditionnel maghrebin

Jihen Trabelsi

Université de Monastir, Tunisie

jihene.trabelsi@ismmm.u-monastir.tn

Résumé

Le retour au fait main et au patrimoine suscite un intérêt considérable et devient une des orientations d'actualité. Dans ce contexte, mettre en œuvre une créativité signifiante, génératrice de sens et d'authenticité, est un défi majeur pour les pays du Maghreb : Tunisie, Maroc et Algérie. Un défi, leur permettant de se positionner et de répondre aux attentes d'une cible. Cet article cherche à saisir cette dynamique en proposant d'explicitier l'interconnexion entre la créativité des acteurs du champ de la création et le costume traditionnel Maghrébin. Nous postulons qu'une création vestimentaire puisant sa source dans le costume traditionnel pourrait mettre en scène une créativité signifiante, quand, objet, territoire et hospitalité sont les trames de son énoncé. Cette approche va nous permettre de mettre en relief à quoi sert la mobilisation de ces notions dans un processus de création, et comment elles affectent le sens d'une création vestimentaire.

Mots-clés : costume traditionnel, création vestimentaire, créativité signifiante, territoire, hospitalité

When object, territory and hospitality weave a sense of significant creativity in the Maghreb countries: the case of Maghreb traditional costume

Abstract

The return to hand-made and heritage arouses a considerable interest and becomes one of the main current orientations. Therefore, highlighting significant creativity, which is generating meaning and authenticity, is a major challenge for Maghreb countries: Tunisia, Morocco, and Algeria. This challenge would lead them to ensure a strong positioning and predict the customer's needs. This article seeks to grasp this dynamic by taking into consideration the interconnection between the creativity of actors in the field of design, as far as, the Maghreb traditional costume. We postulate that a clothing design referring to the traditional costume could highlight significant creativity, when, object, territory and hospitality weave a sense of its statement. This approach would allow us to emphasize the role of mobilizing these notions in a creative process and how they would affect the meaning of clothing design creativity.

Keywords: traditional costume, clothing design, meaningful creativity, territory, hospitality

Introduction

L'idée de l'exploration de la frontière entre la créativité, le savoir-faire artisanal et la reviviscence de tout ce qui a un rapport au passé et notamment au patrimoine suscite un vif intérêt et s'avère une problématique d'actualité, que nous pensons important d'approfondir. Cet article tente d'explorer cette thématique en se focalisant sur le champ de la création vestimentaire puisant sa source dans le costume traditionnel des pays du Maghreb. L'intérêt de focaliser le regard sur le champ de la création est de mettre en relief la créativité des acteurs de ce champ. Nous partons du constat que la créativité des créateurs maghrébins de la mode a été peu étudiée, alors même que la créativité est considérée comme une compétence clé D Randy Garrison (2011) dans une société en perpétuelle évolution et notamment dans un système aussi dynamique que la mode Christian Barrère (2005). Aussi ce travail cherche-t-il à montrer comment une création puisant son inspiration dans le costume traditionnel met en œuvre une créativité signifiante.

Les liens entre créativité, patrimoine et productivité territoriale

L'importance de la créativité est mise en exergue par Jamie Peck (2005) comme un nouvel impératif de compétitivité et comme un facteur de différenciation dans un marché globalisé. Les créateurs jouent ainsi un rôle de relais dans ce processus Didier Grumbach (2017). Par ailleurs, Pierre Bourdieu (1977 : 3-43) a mis en relief l'importance accordée au « champ de la production » dans son analyse « systématique » de la mode comme cas particulier de bien symbolique en prêtant attention au créateur dans la « production de la croyance en la valeur » d'un produit. Le produit acquiert donc une valeur *via* la créativité d'un créateur et lui permet d'être identifié par rapport aux produits concurrents. Cependant, le produit donne lieu à une activité de création territoriale car il renvoie à un contexte culturel dans lequel il a été produit. D'ailleurs, les travaux de Claude Courlet (1994) soulignent le rôle des activités de production localisées en tant qu'action attribuant un sens à un objet créé. Dans la définition qu'avance même Guy Di Méo pour définir le territoire, apparaît le rôle des acteurs en tant qu'acteurs engagés qui agissent dans le champ en « donnant une représentation particulière d'eux-mêmes, de leur histoire, de leur singularité » Guy Di Méo (1998 : 42-43) dans le sens où le territoire est lié à la « territorialité » selon Martin Vanier (2009). Il n'existe que par les actions et les pratiques des acteurs, « il est à la fois spécifique et générique...agissant sur les acteurs et agi par eux » précise Olivier Crevoisier (2010 : 977). Ce qui nous donne une idée sur l'importance accordée au champ de la production et le rôle dont sont tributaires les créateurs comme acteurs dynamiques de ce champ. Dans la continuité de ces approches, nous proposons de notre côté, d'accorder à ce champ

une importance spécifique, en nous focalisant sur celui de la création vestimentaire, afin de mettre en exergue le rapport que les créateurs entreprennent à leurs productions et comment se tressent les trames d'une créativité signifiante *via* ce rapport. Cependant, si la créativité est un acte de création qui fait aussi exister un territoire, suffit-elle pour qu'une création vestimentaire qui se veut maghrébine, s'impose sur un marché concurrentiel ? En effet, c'est en dressant un pont entre la créativité des acteurs du champ de la production et le costume traditionnel, l'identité d'une création vestimentaire s'imposerait. Nous voyons qu'une création vestimentaire qui puise sa source dans le costume traditionnel pourrait susciter et générer une assurance, une hospitalité, une mémoire commune, un socle commun fondé sur le partage et la transmission de savoirs et savoir-faire, générateurs de sens et d'authenticité.

C'est ainsi qu'identité, territoire, appartenance au groupe et lien social se définissent et se renforcent. Nous convenons, que la mobilisation de toute cette charge symbolique où objets, territoire et hospitalité sont mis à l'œuvre, l'identité d'une création vestimentaire s'imposerait *de facto*. Plus encore, c'est à travers ces notions qu'une activité de production peut faire sens et se dote de sens. Notre approche est basée sur l'hypothèse proposée par Pierre-Antoine Landel (2006), qui repose sur l'idée que la mobilisation des signes définissant un patrimoine traduit l'émergence d'une productivité territoriale spécifique. D'ailleurs, la recherche pour déterminer la nature de la demande qui anime un bien vestimentaire dans un marché d'offre et de demande globalisé, nous a conduit à déduire par les analyses sociologiques, économiques et même psychologiques que dès les années soixante et suite à un nouveau contexte socio-économique, une création vestimentaire, n'est plus appréhendée seulement, pour ses signes de distinction Pierre Bourdieu (1979), pour exhiber un paraître, une richesse, un rang Marie-Christine Natta (1996) ou pour ses « qualités ostentatoires » Thorstein Veblen (1970) ou, dit autrement, au regard de ses « signes et de ses symboles » Jean Baudrillard (1996), donc de ses connotations, mais en raison aussi, de sa valeur émotionnelle, de son imaginaire donc de son expression. Ce constat est basé sur l'analyse de Bernard Pras (1997) se rapportant au comportement du consommateur qui fait ressortir l'importance de l'affectif et du relationnel. Pour analyser ce nouveau paradigme de la société de consommation, Robert Rochefort (2001 : 37) précise que : « ... le nouvel immatériel de la consommation qui se met progressivement en place depuis les années 1992-1993 peut être qualifié de façon générique d'immatériel de « rassurance », qui consiste à rassurer le consommateur ». Cet auteur souligne encore que la composante immatérielle du produit qui se profile au niveau des attentes du consommateur est en rapport et en fonction du « système de valeurs

dominant, du stade de développement économique et social, de l'état du rapport de force entre les groupes sociaux et aujourd'hui, des incertitudes, des peurs qui assaillent notre société » Robert Rochefort (2001 : 11). Ajoutons, que face à une pandémie de COVID19 qui a pris de plus en plus d'ampleur depuis l'année 2020 dans le monde, et son impact sur la sensibilité, l'imaginaire de l'utilisateur et ses attentes se traduisent par une attente immatérielle de rassurance. D'ailleurs, ce contexte a suscité l'émergence des thèmes ayant rapport avec les notions de racines, de passé, de fait main et d'authenticité. Les pièces uniques associées au savoir-faire traditionnel, à l'artisanat, au patrimoine culturel sont une réponse pour rassurer le consommateur et faire baisser son inquiétude, et nombreux sont les acteurs impliqués pour mettre en œuvre ces notions. Ce climat a incité les consommateurs à se tourner davantage vers des produits du terroir, ayant trait à leur patrimoine culturel car celui-ci « contribue à la cohésion sociale, stimulant un sentiment d'identité et de responsabilité qui aide les individus à se sentir partie d'une ou plusieurs communautés et de la société en sens large » UNESCO (2011 : 5) ce qui les rassure et calme leurs angoisses. Dans ce même contexte, Aziza Bennani (2004 : 244) écrit que le patrimoine est une interface où « l'on peut lire l'identité d'une communauté, sa mémoire, sa sensibilité, son génie créateur ». L'approche patrimoniale comme processus pour la créativité se révèle être à cet effet, un puissant vecteur qui met en scène une synergie entre l'artisanat, la création et l'identité locale dans un contexte d'inquiétude et de peur. À l'égard de ces constats, la créativité comme on vient de le souligner *supra*, est certes pour le créateur une réponse afin de se positionner, toutefois, mais aussi une source dans le passé, c'est-à-dire un retour au fait main, aux savoir-faire traditionnels, aux valeurs sûres, aux traditions ancestrales, bref au patrimoine culturel afin de toucher le destinataire au-delà de sa diversité sur un marché globalisé.

Faire valoir une créativité maghrébine qui puise sa source dans son patrimoine est une façon, de répondre à la nouvelle tendance de la demande et d'identifier son produit. Ce constat nous pousse à nous interroger sur les composantes du patrimoine culturel maghrébin. Le cas du costume traditionnel, sera-t-il aussi un atout et une plus-value pour une création vestimentaire ayant un impact sur les mémoires individuelles et collectives ? Autrement dit, quels éléments dans la conception d'une création vestimentaire maghrébine peuvent mobiliser des notions de territoire comme d'objets chargés de sens, d'un langage sur un art de faire, alliant hospitalité et rassurance ? Il faut donc réfléchir au pont dressé entre la créativité et le costume traditionnel et nous attarder en priorité sur les composantes symboliques et significatives du costume traditionnel maghrébin.

Le costume traditionnel maghrébin : objet territorial, pour quelle mise en œuvre ?

Commençons par un constat. Les Berbères sont parmi les premiers autochtones des pays du Maghreb au sens large (l'Algérie, le Maroc, la Tunisie, la Mauritanie et la Libye). Mais, dans le cadre de cette étude, nous nous sommes restreints à trois pays du petit Maghreb : l'Algérie, le Maroc et la Tunisie. En effet, ces pays du Maghreb ont connu tout au long de leur histoire, différentes invasions et, ont été territoires d'accueil ou de présence de différentes civilisations : berbères, arabes, andalous, ottomans et enfin européens. Ce phénomène d'échange et d'interculturalité a créé un repli de la culture Berbère, tout en marquant la culture maghrébine, enrichissant ainsi le vêtement maghrébin. D'ailleurs, le costume traditionnel puise ses origines dans l'esthétique arabo-musulmane qui s'est épanouie depuis le VIII^e siècle Rachida Allaoui (2003). Ainsi, au fil de l'évolution de ces pays, l'union politique entre le Maghreb et l'Andalousie a favorisé des échanges intenses entre les deux rives de la méditerranée. La symbiose qui en a résulté fut à l'origine d'un style particulièrement raffiné, connu sous le nom d'art hispano-mauresque. Toutes les productions artistiques de cette époque, et notamment les arts du textile, les plus importants du monde arabo-musulman, se sont développés et exportés dans l'espace méditerranéen et par-delà. D'importantes manufactures de tissages étaient installées dans les villes andalouses et maghrébines.

« Au XVII^e siècle époque de la dynastie Alaouite, cet héritage hispano-mauresque s'est doublé de l'influence ottomane, *via* l'Algérie, qui a laissée son empreinte sur les caftans, la passmenterie et la broderie de différents habits du Maghreb. Puis avec le développement du commerce aux pays du Maghreb qui favorisa les relations diplomatiques et commerciales avec l'Europe, furent importés des tissus fabriqués en France, en Hollande ou en Italie, et des motifs de la renaissance espagnole et italienne se glissèrent dans les broderies d'Azemmour, de même que des inspirations balkaniques dans certaines broderies de Fès » Rachida Allaoui (2003 : 9).

Cette hospitalité, ou plutôt cette bienveillance culturelle a produit un répertoire vestimentaire très particulier ; où textiles, motifs, ornements, couleurs ont vivement été enrichis. Ainsi, jellaba, caftan, haik, caraco, kiswa kbira, fûta et blûza, burnous, jebba ont connu un raffinement très distinct ... Il suffit de lire ce qu'avaient écrit Edmondo De Amicis (1882), Jean Léon l'Africain (1956) ou Jean Besancenot (1988) pour ne citer qu'eux, afin de se rendre compte de l'apport de cette osmose culturelle sur l'essence même de ces différents costumes. L'analyse poussée notamment de Aziza Ben Tanfous *et al.*, (2021) ; Rachida Allaoui (2003) ; Leyla Belkaïd (1998), de tous les costumes qui constituent le patrimoine des trois

pays du Maghreb, prouve que les Maghrébins ont bien assimilé les apports que le brassage interculturel a marqué par son influence sur ces pays. C'est à travers ce brassage culturel que les arts traditionnels se sont développés, transformés et ont évolué, marquant l'esthétique du costume traditionnel. Un costume qui a prouvé sa capacité à intégrer de nouveaux apports, à se renouveler par les détails et à accueillir des migrations stylistiques venues d'ailleurs pour sublimer ses traits et définir ses caractéristiques. Ces pays du Maghreb possèdent donc un patrimoine vestimentaire signe d'hospitalité. Nous parlons d'hospitalité, car ce territoire n'a jamais été clos ou séparé, mais ouvert sur l'Autre. Comme ce territoire a été espace de passage de différentes civilisations qu'on vient de citer, son patrimoine s'appuie essentiellement sur un savoir-faire artisanal qui, au fil du temps, s'est enrichi par ce va-et-vient de savoir et savoir-faire, attestant une ouverture d'un Maghreb sur l'Autre, qui n'est pas clos ou enfermé sur soi, tout en conservant son authenticité et, plus encore, sa spécificité à l'instar de celle du caftan Marocain, du karaoko Algérien et la jebba ou la futà et le blùza Tunisienne. Cette particularité peut aider à comprendre que ces costumes sont véritablement les costumes nationaux des trois pays du Maghreb. Ils en deviennent même les ambassadeurs de leur culture. Ils sont la projection symbolique de chaque pays comme de ses territoires. Ils constituent ses objets symboliques et ses spécificités territoriales. Ils participent même à « cette connaissance de la mémoire » Daniel Dequier (1997 : 12) puisqu'ils représentent et mettent en scène un savoir-faire ancestral qui se donne à lire à travers les différents types de broderies, de motifs variés... C'est que sous la main de maîtresse-brodeuse habile ou *m'alma*, les étoffes de ces costumes sont colorées puis décorées de broderies artisanales planes ou en reliefs, selon différentes techniques héritées du passé dans une composition, qui allie fil, paillettes dorées ou argentées. On y reconnaît les points de la broderie métallique de Tunis à travers l'association du fil d'argent plat brodé en relief et des paillettes cousues avec de la cannetille ; la broderie *fetla* et *majboud* de l'Algérie et le *tiraz* (la broderie) *maâllem* ou *gorz el fési* du Maroc. L'ornementation même à travers les brides, les *ain* et *okda*, les soutaches, les galons... présentant entre autres, des figures géométriques qui obéissent à des lois rigoureuses, et prenant leur essence de l'art berbère sous forme de spirales, triangles, cercles, carrés, losanges, chevrons, mains, œil, poissons... ou de motifs floraux et notamment animaliers.

Le soin qu'apportent ces *m'alma* à la mise en œuvre de cette richesse ornementale *via* leurs expériences, leurs savoir-faire composites de recettes, d'habitudes.... Où elles « reproduisent volontiers ce qu'elles voient mais, souvent, oubliant le réel, elles traduisent par le signe ses préoccupations et ses croyances. Dépassant le concret, elles pénètrent alors le monde complexe des symboles »

Samira Sethoum *et al.*, (1976 : 13), fait ressortir une façon de faire, une façon de voir et une façon d'appréhender le monde qui les entoure. Soulignons, qu'en raison de cette intégration d'une part de savoir, il apparaît derrière ce monde complexe de signes qui animait chaque costume, une certaine compétence et aptitude à manipuler la matière pour mettre en œuvre tout un art de faire devenu par une action concrète et des intuitions accumulées au fil de l'expérience. Le costume traditionnel constitue de ce fait, un espace où la création plastique de ces acteurs du territoire maghrébin se manifeste avec force. Aziza Ben Tanfous *et al.*, (2021) proposent ainsi d'avancer que cet artisanat mérite le qualificatif « d'artistique ». C'est la spontanéité des gestes et le savoir de ces acteurs qui déterminent donc, la spécificité du patrimoine vestimentaire du territoire maghrébin, son hospitalité et son langage en termes d'art de faire.

De ce fait, la lecture du costume traditionnel nous a permis de confirmer que la relation entre les signes qui le définissent et l'acte de création d'un vêtement tout au long du processus de création, devrait être pensée comme une relation complémentaire. Le savoir-faire de l'artisan et la créativité du créateur devraient être connectés afin de mettre en œuvre une créativité signifiante. Une créativité signifiante qui se développe *via* un processus collaboratif fondé sur des micro-actions de savoirs et de savoir-faire. L'enjeu étant d'avancer que le vêtement métaphorique du croquis ou de l'esquisse initiale dans une demi-toile est un ensemble agencé, afin de produire une signification à l'objet crée par des faits, des savoir-faire, des gestes du métier et d'habiletés de différents acteurs. C'est un travail collectif et non seulement l'acte spontané, gratuit et irréversible d'un « artiste solitaire ». Pour soutenir cette idée qui ne serait pas qu'utopie ou illusion, nous avançons que ce savoir-faire et cette grammaire de signes devraient être mis en exergue afin que la raison des gestes soit retracée et que la création puisse être connectée comme création signifiante. Il reste à vérifier dès lors, comment se tressent les trames de cette créativité signifiante.

L'itinéraire d'une création signifiante

Pour pouvoir penser la mise en scène d'une création vestimentaire signifiante, il faut tenir compte du processus dans lequel, elle émerge et prend sens. Celui-ci est bien d'abord un processus de communication. En effet, pour qu'un signe puisse acquérir un sens, cela mobilise de la part du récepteur de ces dits signes une capacité cognitive. Ce récepteur, doit donc parvenir à décrypter le signe selon Roland Barthes (2005), l'interpréter, le déchiffrer pour en faire sa propre lecture et adhérer à l'objet œuvré. Ce rapport est essentiel à l'activité interprétative, la lecture et la reconnaissance d'un objet, et même pour valider le processus

d'hospitalité dont est tributaire le costume traditionnel. Umberto Éco (1992) confirme ce postulat concernant l'intérêt qu'il faut porter à la reconnaissance des signes. Jean-Pierre Mathieu (2006 : 163) qui a tenté d'identifier la nature de l'information responsable des effets de reconnaissance lors de ses travaux se rapportant à ce concept, affirme qu'il s'agit « de propriétés particulières de mots, d'objets, de signes qui orientent les rappels... ». Ce qui veut dire, que ce qui oriente les rappels, la reconnaissance ou ce qui donne à l'objet vêtement une visibilité dans notre cas, c'est la mobilisation de tout un réseau de signes qui définissent le costume traditionnel. D'ailleurs les chercheurs, théoriciens et sémiologues soulignent que ces signes ont une valeur symbolique obéissant à des croyances et à des rites anciens par convention ou habitudes culturelles, approche développée par Charles Sanders Peirce (Everaert-Desmedt, 2011).

Cette convention sociale dont est assujettie la symbolique d'un objet, Umberto Éco (1988 : 28) la définit comme « une série de règles qui permettront d'attribuer une signification au signe » ; c'est grâce à la société et ses conventions qu'ils acquièrent cette capacité communicative et qu'ils sont capables notamment d'exprimer et de communiquer « un sens commun » Roland Barthes (2015). Ce qui confirme l'idée que les connaissances en mémoire du récepteur sont façonnées par une mise en place de signes qui affecte le processus cognitif de rappel, incitant la cible à être active au sens du contenu d'un produit comme le vêtement traditionnel maghrébin. C'est ce qui nous incite à avancer que les acteurs du champ de la création, qui puisent leur inspiration dans le costume traditionnel, non seulement sollicitent l'interprétation active de la cible visée, mais aussi, ils procurent une visibilité et même une lisibilité sémantique à leur création vestimentaire car « le patrimoine crédibilise la création qui s'y réfère... » Christian Barrère (2005: 16) et le dote de signifiants reconnaissables et identifiables basés sur le principe de partage de significations. Percevant un ensemble de signes reconnaissables, la cible peut trouver dans le vêtement maghrébin un moyen de valider son interprétation. Adhérer aux signes qui définissent un patrimoine qui ne faisait pas partie de son groupe de référence et accepter cet appel de visiter un ailleurs-autre, est un moyen entre autres d'exprimer sa différence, ses choix et ses préférences.

C'est de ce constat que nous avançons que l'adhésion de la cible n'est pas résultante d'un savoir réalisé, mais déclenché par l'installation d'un sujet face à un objet vêtement chargé de sens, plus encore face à « un paquet de signes » où langage d'un art ancestral, territoire et hospitalité sont son énoncé. Ce paquet de signes devient dans le temps une expérience à vivre pour chaque cible. Cette expérience écrit Marie Renoue (1996 :19) « semble favoriser ou hâter la prise de contact du sujet avec l'objet, tout se passe comme si une mémoire pathétique était

activée favorisant la réémergence d'une émotion déjà ressentie devant l'objet ». C'est-à-dire, parvenir à inciter la cible à adhérer à l'appel de sens émanant d'une création vestimentaire, qui, incorpore une synergie et une co-crédation de différents acteurs. L'inciter à faire partie de ce monde, et de partager cette grammaire de signes. Émanant de ce processus, l'objet vêtement devient une sortie vers les autres, langage d'un art de faire territorial où se cristallisent l'hospitalité et la créativité maghrébine et notamment son ouverture sur l'Autre. D'ailleurs, la finalité du langage est de permettre l'intercompréhension Ferdinand de Saussure (2002 : 178-179), invitant le destinataire à arrêter son regard et d'entrer dans une relation substantielle absolue, afin de « lire » une identité culturelle, une histoire, un passé et un savoir-faire ancestral. Ce qui confirme l'idée que ces gestes du métier, ces gestes territoriaux sont fondés sur des micro-actions de savoirs et savoir-faire. Ces derniers jouent un rôle générateur de sens, mobilisant ainsi l'énergie symbolique de l'objet vêtement qui puise sa source dans le costume traditionnel. Dès lors, la création vestimentaire telle qu'elle est pensée et mise en vue, devient un vecteur d'identification et de cohésion sociale. Cependant, comme l'image que cette création véhicule est celle d'un pays d'origine et d'un territoire : la Tunisie, le Maroc, l'Algérie ; Cette image peut solliciter l'imaginaire et influencer l'évaluation de la cible sur les attributs de cette création. En effet, bon nombre de travaux de recherches sur l'effet « pays d'origine » avaient mis l'intonation sur la valeur émotionnelle que suscitent ce label et son impact sur la formation des croyances du consommateur à l'égard du produit Yohan Bernard et Sarra Zarrouk-Karoui (2018). Il est dans notre cas, une création vestimentaire tunisienne, marocaine et algérienne. Un « ici » porteur de valeurs sûres, vecteur d'identité pour la cible maghrébine et un ailleurs re-visité, re-vu, re-trouvé pour la cible étrangère. Mais, ce vêtement qui est maghrébin n'est pas « décontextualisé ». Il amène une hospitalité, une bienveillance et une générosité émotionnelle et affective ; mais plus encore, il est tributaire d'un « énoncé symbolique » car tout est agencé pour émettre un sens qui puise sa source dans un patrimoine qui relie la cible à son passé. Un passé revu afin, de donner du sens à un acte de création dans le présent. Une création vestimentaire qui expose un savoir-faire et les secrets de tours de mains qui maintiennent la très ancienne idée de la perfection en contact avec la matière. Toute cette charge symbolique permet donc, à une création vestimentaire puisant sa source dans le costume traditionnel d'assurer une visibilité maghrébine, et d'être mise en œuvre comme création signifiante ; si le processus de création s'appréhende en tant que processus où objet, hospitalité, territoire et langage se manifestent et le vêtement comme le lieu où le sens jaillit et immerge.

Toutefois, la monstration de ce vêtement ne devrait pas être une mise en scène d'un simple objet culturel, mais plutôt être une construction symbolique à lire. Lire une histoire ancestrale d'un costume à travers une approche créative qui se renouvelle sans toutefois tomber dans la répétition du même, sous peine de produire des stéréotypes transformant cette création magrébine, comme mise en scène, utile pour la promotion du tourisme, mais dangereuse pour l'activité créative. Nous voulons dire, qu'il faut réinventer la lecture du passé, à travers une activité créative qui rend visible l'invisible, le tout dans une vision à portée de main et non à portée de vue, car une création signifiante n'est pas seulement une conception, c'est une ligne de conduite, un cheminement... Nous voyons même, que ce retour au passé devrait être pensé comme une source de dynamisme et de changement. Un déficit de sensibilité et de créativité peut traduire un désintérêt de la cible, avec qui, l'objet vise à interagir ou plutôt lui offrir son hospitalité.

Conclusion

Les postulats développés ici ont montré comment une créativité spécifique aux pays du Maghreb puisant sa source dans le costume traditionnel est une construction ancrée dans le processus de création. L'objet vêtement émanant de ce processus où, acte de création territoriale, langage d'un art de faire, hospitalité d'un Maghreb ouvert sur l'Autre qui n'est pas enfermé sur lui-même sont mobilisés, permettent la transformation que doit subir ce vêtement en un vêtement signifiant. Donc, une transformation symbolique pouvant l'identifier, lui procurant une autre visibilité dans un marché globalisé régi par une concurrence ardue et dans un contexte mondial de peurs et d'inquiétudes.

Ce que nous voulons souligner enfin, c'est la mise en œuvre d'une création qui lie le passé au présent par la réflexion et l'action, pour se projeter dans l'avenir ; elle peut devenir une créativité signifiante. Mais aussi, être envisagée comme une construction de sens pour un Maghreb créatif, où la création maghrébine s'annonce sous l'impératif de la diversité, qui n'est pas enfermée sur son passé, mais s'en inspire et le met à l'ordre du jour, en l'actualisant, le revivifiant...

Bibliographie

- Allaoui, R. 2003. *Costumes et parures du Maroc*. Paris : ACR.
- Africain (L'), J.-L. 1956. *Description de l'Afrique*. Paris : Adrien Maisonneuve.
- Ben Tanfous, L et al. 2021. *Les costumes Traditionnels Féminins de la Tunisie*. Tunis : BNT.
- Bernard, Y., Zarrouk-Karoui, S. 2018. L'effet du pays d'origine sur le consentement à payer : Quand on aime, on ne compte pas ? *La revue des Sciences de Gestion*, 6(6), p. 69-78.
- Barthes, R. 2015. *L'aventure sémiologique*. Paris : Points.

- Barrère, C., Santagata, W. 2005. *La mode, une économie de la créativité et du patrimoine à l'heure du marché*. Paris : La Documentation française.
- Bennani, A. 2004. « Allocution ». In : Le patrimoine culturel immatériel, les enjeux, les problématiques, mes pratiques, *Internationale de l'imaginaire* n°17. Babel : 244.
- Belkaïd, L. 1998. *Algéroises Histoire d'un costume méditerranéen*. Paris : Édisud.
- Baudrillard, J. 1996. *La société de consommation*. Paris : Gallimard.
- Besancenot, J. 1988. *Costume du Maroc*. Aix-en-Provence : Édisud.
- Bourdieu, P. 1979. *La distinction. Critique sociale du jugement*. Paris : Minuit.
- Bourdieu, P. 1977. La production de la croyance [contribution à une économie des biens symboliques]. In : *Actes de la recherche en sciences sociales*. Vol. 13. L'économie des biens symboliques, p. 3-43.
- Crevoisier, O. 2010. La pertinence de l'approche territoriale. *Revue d'Économie Régionale & Urbaine*, p. 969-985.
- Courlet, C. 1994. Les systèmes productifs localisés. De quoi parle-t-on ? In : *Industrie, territoire et politiques publiques*. Paris : Harmattan.
- Di Méo, G. 1998. *Géographie sociale et territoires*. Paris : Nathan Université.
- Dequier, D., François, I. 1997. *Costumes de Savoie*. La Fontaine de Siloë.
- De Amicis, É. 1882. *Le Maroc*. Paris : Hachette.
- Éco, U. 1992. *La production des signes*. Paris. Le livre de poche.
- Éco, U. 1988. *Le signe* : Histoire et analyse d'un concept. Bruxelles : Labor.
- Everaert-Desmedt, N. 2011. « La sémiotique de Peirce ». In : Louis Hébert (dir.), *Signo Rimouski* (Québec). [En ligne] : <http://www.signosemio.com/peirce/semiotique.asp> [consulté le 25 février 2022].
- Garrison, D.R. 2011. *E-learning in the 21st Century: A Framework for Research and Practice*. New York. Taylor & Francis.
- Grumbach, D. 2017. *Histoires de la Mode*. Paris : Du Regard.
- Landel, P. A. 2006. Invention de patrimoines et construction des territoires. In : *La ressource territoriale*. Paris : Harmattan, p. 149-157.
- Mathieux, J. P. 2006. Contextes, structures mémorielles et représentations : Stabilité ou instabilité des connaissances en mémoire. In : *Design et Marketing Fondements et Méthodes*. Paris. Harmattan.
- Natta, M.Ch. 1996. *La mode*. Paris : Économica.
- Peck, J. 2005. Struggling with the creative class. *International Journal of Urban and Regional Research*, vol. 29, no 4, p. 740-770.
- Pras, B. 1997. Qu'est-ce que le marketing ? In : Simon, Y. et Joffre, P. *Encyclopédie de gestion*. Économica. 2^e éd, p. 2753-2780.
- Renoue, M. 1996. *Analyse sémiotique de la perception d'un objet naturel*. Presses Universitaires de Limoges.
- Rocheftort, R. 1995. *La société des consommateurs*. Paris : Odile Jacob.
- Saussure, F. de. 2002. *Écrits de linguistique générale* (texte établi et édité par S. Bouquet et R. Engler). Paris : Gallimard.
- Sithoum, S et al. 1976. *Signes et symboles dans l'art populaire Tunisien*. Tunis : STD.
- UNESCO. 2011. Infokit Qu'est-ce que le patrimoine culturel immatériel ? [En ligne] : <https://ich.unesco.org/doc/src/01851-FR.pdf> [consulté le 25 février 2022].
- Vanier, M. 2009. *Territoires, territorialité, territorialisation, Controverses et perspectives*. Rennes : PUR.
- Veblen, T. 1970. *Théorie de la classe de loisir*. Paris : Gallimard.