

Les "cosmétiques ethniques": re-création de la distinction?

Journée d'Etude organisée par Claire Blandin (CRHEC, UPEC), Ya-Han Chuang (GEMASS, Paris IV) et Fanny Gallot (CRHEC, UPEC), avec le soutien du CRHEC, à l'Université Paris-Est Créteil, Salle des Thèses, au Rez-de Chaussée du Bâtiment P.

Dans *Hope in the jar*, Kathy Peiss montre comment les produits de beauté participent de la formation des canons de beauté dans la société américaine au XXe alors qu'ils étaient mal considérés à la fin du XIXe (Peiss, 2011). L'historienne définit trois marchés correspondant à trois secteurs industriels spécifiques : le marché de classe, correspondant au luxe ; le marché de masse et le marché ethnique. Tout trois se sont trouvés confrontés à des difficultés analogues puisqu'il s'agissait, dans un premier temps, de convaincre des consommatrices « qu'avoir le visage "peint" était une chose non seulement compatible avec la décence, mais encore indispensable à la féminité ». Cependant, elle montre que le croisement du genre avec la classe et la race a produit des approches culturelles différentes quant à la consommation de ces produits (Peiss, 1990).

L'enjeu de cette journée est de s'intéresser plus précisément au marché dit « ethnique » et à son explosion récente en France. Il s'agit de se demander comment la beauté se trouve « traversée par des déterminations de classe et de race » (Peiss, 1990) ou de genre ? Entre discrimination liée aux canons d'une beauté blanche imposée aux non-blanc-he-s et promotion de la diversité, comment se situent les consommateurs-trices et les salarié-e-s ? Participent-elles à la reconstruction de rapport de genre/sexe/classe et la recréation de la norme de beauté blanche ? Dans quelle mesure peut-on parler d'une re-création de la distinction ?

Les dimensions qui vont être explorées sont non seulement celles de la consommation de ces produits mais également le travail, les métiers impliqués, les publicités et la presse utilisées pour vanter les mérites de ces produits ainsi que les quartiers, et les espaces concernés par ce marché.

Programme

9h: Accueil

9h30: Introduction

10h: Gestion et Marketing

Virginie Silhouette Dercourt, CEPN, Centre Marc Bloch, Université Paris 13: *Ethnocosmétique : de la satisfaction de besoins spécifiques à la quête d'une identité « entre-deux »*

Leopold Lessassy, CERAG, IAE de Grenoble, Université Pierre Mendès France : *Les achats de produits alimentaires ethniques, une approche par la distribution « informelle »*

11h15: Pause

11h30: Histoire et Géographie

Alexie Geers, Laboratoire d'histoire visuelle contemporaine/EHESS, Université de Reims Champagne Ardennes: *Quand beauté = féminité. Retour sur la construction médiatique de la beauté en France dans les années 1930.*

Hadrien Dubucs, Laboratoire Espace, Nature et Culture, Université Paris Sorbonne : *Entre pratiques citadines et stratégies entrepreneuriales : une approche géographique du commerce alimentaire dit "ethnique".*

Après-midi : réunion interne au groupe de travail « Cosmétiques ethniques »