

LE PRÊT-A-PORTER D'YVES SAINT LAURENT ET LE DÉVELOPPEMENT DE LA CLASSE MOYENNE DANS L'ÈRE DES TRENTE GLORIEUSES

Nadya Anastasya Putri Yasmeeen, & Airin Miranda
Universitas Indonesia
yasmeennadya@gmail.com

Résumé

Le but de cet article est pour expliquer les produits du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent en tant que représentation du développement de la classe moyenne pendant l'ère des trente glorieuses (1945-1975). Le contexte des trente glorieuses sera également lié à la question du développement de la classe moyenne dans cet article, parce qu'il y a la croissance économique dans cette ère. Cette croissance économique affecte les habitudes de chaque classe sociale, comment ils s'habillaient sont inclus. La théorie de la distinction de Pierre Bourdieu est utilisée pour analyser les facteurs de distinction entre les classes sociales par ses vêtements. Cet article analyse quelque collection du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent comme *Le Smoking*, *Le Pop Art*, *La Saharienne*, et *La Robe Mondrian* qui est très célèbre. Les résultats montrent que les produits du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent semble être une alternative pour la classe moyenne en vue de ressembler à la bourgeoisie en utilisant la même marque de vêtements, même si les produits viennent de la classe différente. La distinction d'entre eux est classé par l'utilisation de matériaux, des paillettes, le nombre de la production et de la taille. Les produits du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent est considéré comme une bonne réponse d'après la classe moyenne, comme un moyen d'avoir l'air plus riche, en vue de ressembler à la bourgeoisie.

Mots clés: la représentation, la classe sociale, le Prêt-à-Porter, les trente glorieuses, Yves Saint Laurent

INTRODUCTION

Pendant les trente glorieuses, la France a subi une industrialisation et un développement d'infrastructure qui a duré trente ans de 1945 à 1975 (Guillaume, 2016). Après la Seconde Guerre mondiale, la France a connu une croissance économique qui a considérablement augmenté par rapport aux années précédentes. À cette époque, l'Europe tentait de revenir après sa destruction de la Seconde Guerre mondiale et a essayé d'égaliser au moins leur pourcentage de productivité avec les États-Unis. Les États-Unis aident La France par le Plan Marshall et le plan Monnet pour reconstruire, en particulier dans le secteur économique. Cette augmentation du secteur économique affecte les produits à partir de la période d'industrialisation, les produits textiles par exemple (El Alami, 2012). L'industrie textile augmente rapidement en vue de répondre aux besoins des personnes qui font de l'urbanisation en France.

Les produits textiles qui étaient développés à l'ère des trente glorieuses donnent quelque effet, surtout pour la France, et grâce auxquels, Paris gagnait le nom « la ville de la mode » ou bien « le centre de la mode du monde » (Barthier, 2013). Cela a été supporté également par la collection de la haute couture qui était très célèbre partout dans le monde. À mesure que la technologie et l'industrie textile augmentaient, une nouvelle collection s'appelle prêt-à-porter apparaissait (Mocho, 2009). La célèbre marque de vêtements en France, Yves Saint Laurent, a créé ainsi la gamme des prêt-à-porter. Yves Saint Laurent n'est pas le pionnier de ce type de collection, mais c'était lui qui est en mesure de créer la première collection du prêt-à-porter parmi les principales marques comme Chanel ou Dior. Contrairement à ces marques, Yves Saint Laurent a pu innover sa collection du prêt-à-porter (Lutz-Tveite, 2011).

Grâce à la croissance économique qui s'est rapidement accrue, toutes les classes sociales ont amélioré sa qualité de la vie. En réalité, les classes sociales sont divisées selon leurs relations de pouvoir; les relations qu'ils ont avec le gouvernement au pouvoir, leurs richesses, le revenu et le contexte culturel (Cook et Davie, 1999). Bien que pendant les trente glorieuses, l'économie est à la hausse, mais la classe sociale la plus élevée est quand même dirigé par la bourgeoisie. La bourgeoisie est celle qui a de la richesse et de diverses entreprises commerciales. La deuxième classe sociale est la classe moyenne. La classe moyenne est une nouvelle classe sociale qui a émergé pendant les trente glorieuses en raison de la croissance économique. La troisième classe sociale est la petite bourgeoisie. La classe sociale suivante est la classe ouvrière. La dernière classe sociale est les agriculteurs.

Cet article utilise la théorie de distinction de Pierre Bourdieu. Dans son livre, *La Distinction* (1979), il a écrit que les aspects sociaux, économiques et culturels influent grandement surtout le goût. Bourdieu explique également l'existence de la différenciation dans la culture qui se manifeste par l'existence d'une culture «aristocratique» et d'une culture «pauvre». La différenciation qui se produit des deux côtés entraînera une réaction; la dominante maintiendra toujours sa position et les personnes dominées tenteront de surpasser la domination. La distinction elle-même est un effort fait par le groupe dominant comme une étape pour établir sa position et distinguer sa valeur de soi avec d'autres groupe. Pour Bourdieu, la capitale joue un rôle important dans l'espace social en tant que objet à contester. Cette capitale peut prendre la forme d'économie, de la culture, et de la sociale. On peut conclure que le capital déclenche les humains pour se différencier et dominer les autres. Bourdieu montre que la position d'une personne dans la classe sociale déterminera le goût et la manière de s'habiller, ils sont motivés par le désir de différenciation.

En vue de comprendre le rôle du produit du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent comme une représentation de l'émergence d'une nouvelle classe sociale pendant les trente glorieuses, cet article utilise le concept de représentation de Hall. La représentation selon Stuart Hall (1997) est le concept utilisé dans le processus de sens grâce aux systèmes de marquage disponibles tels que le dialogue, l'écriture, etc. Hall a fait un concept intitulé *Le circuit de la culture*. Ce concept est une circulation culturelle consistant en la représentation, l'identité, la production, la consommation et la réglementation. Cette circulation culturelle part de la compréhension, du langage,

et du processus de représentation. Les gens qui viennent d'une même culture auront des concepts, des idées, et des images similaires, aussi dans l'interprétation de quelque chose.

Il existe deux études liées au sujet de cet article. La première étude a été une thèse écrite en 2007 par Rinda Diastaviran du Programme d'études artistiques, Institut Teknologi Bandung, intitulé «L'influence des œuvres de Piet Mondrian sur Yves Saint Laurent et le travail de design de la mode de Donna Karan». Diastaviran dans ses recherches a révélé que l'art pur, en particulier la peinture, a influencé d'autres branches de l'art, à la fois visuelle et non visuelle. Cette étude couvre la relation entre la peinture, qui est dans le point de vue des beaux-arts avec l'art du design de la mode qui est l'art appliqué ou du design. Diastaviran dans sa recherche trouver la relation entre deux choses: l'art de peinture de Piet Mondrian avec l'art de design de mode d'Yves Saint Laurent qui a fait ses débuts dans les années 1960 et les œuvres de la créatrice de mode Donna Karan en 2006. À partir des données recueillies par Diastaviran, on peut déduire que, dans le travail de conception d'Yves Saint Laurent, l'œuvre de Mondrian est pleinement appliquée à la fois en termes de physique et d'intégrité de la notion d'équilibre. Contrairement au design de Donna Karan qui met l'accent sur le concept de visualisation du néoplasticisme que Mondrian a conçu dans ses œuvres.

La deuxième étude est une thèse écrite en 2013 par Delphine Barthier de l'Université des Sciences Po à Rennes intitulée « Capitale du mode Paris: construction de savoir-faire et remise en question du mythe de la ville-lumière. » Cette thèse est écrite dans le but de trouver les indicateurs qui font de Paris la capitale de la mode ou le centre de la mode dans mondial. Cette thèse nous explique plusieurs raisons qui montrent pourquoi Paris a obtenu son surnom en tant que capitale de la mode, dont l'une est parce que Paris est le centre de la haute couture. Paris est également célèbre pour ses produits textiles qui ont commencé à être produits après la Seconde Guerre mondiale. Prêt-à-porter a commencé à émerger après la Seconde Guerre mondiale et peut être bien accueilli par la communauté française à tous les âges et leurs styles respectifs. Barthier a expliqué que la France a La Chambre Syndicale, un organisme qui régit et détermine quel mode est qualifié pour faire partie des membres de La Chambre Syndicale. La recherche de Barthier montre que Paris joue un rôle important dans le monde de la mode.

Basé sur les certaines des études précédentes décrites ci-dessus, on constate qu'il existe une corrélation entre la recherche effectuée avec cet article. Les recherches menées par Diastaviran ont le même corpus que le corpus utilisé dans cet article, c'est le produit du design de la collection d'Yves Saint Laurent. La recherche de Diastaviran est axée sur l'application de l'art, tandis que cet article consacré au rôle du design de produit d'Yves Saint Laurent en tant que représentation du développement de la classe moyenne pendant les trente glorieuses. En outre, la recherche de Barthier est axée sur la recherche de la mode. Donc, on peut voir parallèlement à cet article, la conception du produit d'Yves Saint Laurent, qui est un design de mode. Mais la recherche de Barthier vise seulement à prouver que Paris joue un rôle important dans le monde de la mode en France. Ainsi, on constate que jusqu'à présent, il n'y a pas eu de recherche sur le rôle des produits Yves Saint

Laurent contre le développement de la classe moyenne pendant les trente glorieuses. Par conséquent, cet article sera utile pour comprendre que les produits couture sont capables de classer la société en fonction de leur classe sociale en n'oubliant pas le contexte de leur temps, c'est à l'aube de France, les trente glorieuses. Grâce à l'explication ci-dessus, cet article décrira comment le produit prêt-à-porter Yves Saint Laurent représente le développement d'une nouvelle classe sociale pendant les trente glorieuses.

METHODE

Cet article utilise des méthodes qualitatives. Cette méthode permet d'explorer et de



comprendre la signification d'un certain nombre d'individus ou de groupes de personnes jugés dérivés de problèmes sociaux ou humanitaires (Cresswell, 2003). L'approche utilisée est une approche historique pour voir les changements historiques d'une structure sociale.

La portée de cet article se concentre sur le contexte de la France, et avec

la période de 1945 à 1975, les trente glorieuses. La France connaît actuellement une industrialisation qui produit des machines pour produire des textiles, afin de développer le monde de la mode en France. Cet article décrit la représentation du produit prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent du développement de la classe moyenne pendant les trente glorieuses.

Les sources utilisées dans cet article sont les produits du catalogue du prêt-à-porter d'Yves Saint-Laurent, à partir de 1965 à 1975. Cette image est obtenue par le biais d'un livre intitulé « Yves Saint Laurent's Studio: Mirror and Secrets de Jeromine Savignon (2015) ». Ce livre traite de l'émergence du produit prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent accompagné de l'illustration de la conception de produits prêt-à-porter Yves Saint Laurent dans la décennie 1962-1970.

RESULTATS ET DISCUSSION

Les différences entre la haute couture et le prêt-à-porter

La haute couture et le prêt-à-porter sont les désignations pour les produits de mode dans le monde de la mode en France. En production, la haute couture est faite pour un seul client par vêtement. Le client viendra directement à l'atelier du concepteur pour effectuer des mesures sur son corps, de sorte que la haute couture est faite en fonction de sa taille corporelle. La qualité de la haute couture est très élevée, donc le prix donné est également très coûteux. C'est parce que la fabrication utilisée pour des produits haute couture se fait à la main, sans machines. Le produit résultant devrait également être lancé à partir d'une marque qui a été accréditée comme atelier haute

couture par La Chambre Syndicale de la Haute Couture. Même pour être l'un des ateliers sur la liste à La Chambre Syndicale de la Haute Couture, de nombreuses exigences doivent être effectuées telles que l'exécution d'un défilé de mode au moins deux fois par an. Par conséquent, la haute couture est considérée comme la plus prestigieuse grâce à la fabrication d'un produit qui est très long et compliqué.

Dans la collection du prêt-à-porter, on peut voir qu'avec la production de masse, le produit du prêt-à-porter n'est pas destiné à un seul individu, de sorte que l'impression prestigieuse est perdue en raison du produit non exclusif. Les tailles offertes dans le prêt-à-porter du produit varient, et généralement les concepteurs suivent les mesures existantes telles que les extra-petites (XS), les petites (S), les moyennes (M), les grandes (L) et les plus grandes (XL) ou taille basée sur des nombres pairs, des nombres de 0 à 16. La production de collections du prêt-à-porter se fait habituellement selon une saison par saison, ce qui rend la production plus fréquente que la haute couture.

La caractéristique du produit prêt-à-porter Yves Saint Laurent

Le prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent a été lancé en 1965. Cependant, les étapes qu'il a prises n'étaient pas fausses parce que la réaction de la société est positive car elle est considérée comme une nouvelle « percée ». Après avoir lancé sa première collection du prêt-à-porter, de nombreuses autres marques lui ont suivi comme Chanel. Mais la caractéristique du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent est épaisse et unique. Le produit du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent n'est que de quelque chose simple, mais a son propre caractère dans chaque collection. Par exemple, le smoking, un costume noir qui a une impression masculine mais très sexy en montrant toujours la forme du corps ou de la silhouette d'une femme à travers sa taille. La collection Mondrian est également une collection phénoménale en raison de la rencontre de diverses couleurs dans une tenue qui la rend attrayante.



La caractéristique la plus importante de la collection du prêt-à-porter d'Yves Saint-Laurent est le côté masculin qui reste présent dans chaque collection sans perdre l'impression de sexy et élégant. De la collection Mondrian, on peut également voir l'élément masculin, mais pas explicitement comme le smoking. De même avec la collection de La Saharienne, une collection inspirée du safari. Cette collection est accompagnée de pantalons de palais, de dessus lié et de bottes à genouillère. Tout est fait dans une couleur assortie qui est l'armée verte. La couleur

verte ne montre pas le côté féminin des femmes, ainsi que des morceaux de vêtements lacés. En raison d'une cible de marché plus large par rapport à la haute couture, les produits du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent ont une forte demande, donc Yves Saint Laurent continue de produire ses produits prêt-à-porter.

Prêt-à-porter Yves Saint Laurent est une œuvre de peinture

L'émergence du produit prêt-à-porter en France a attiré l'attention de marques de vêtements célèbres telles que Yves Saint Laurent. Parmi les autres marques, Yves Saint Laurent a été l'initiateur de la première collection du prêt-à-porter en 1965. La première collection du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent est la robe de Mondrian. Cette robe a des couleurs vives, à savoir la rencontre entre le blanc, le jaune, le rouge, le bleu et le noir comme ligne de séparation. La rencontre de ces couleurs vives a une forme géométrique très épaisse. Cette collection est une convergence ou un mélange entre la mode et l'art, car la géométrie du motif de cette robe est inspirée de la peinture de Mondrian en 1921.

Piet Mondrian est un peintre hollandais qui a l'aile de style « stijl ». Ses œuvres sont connues comme des œuvres épaisses avec des éléments abstraits et un équilibre asymétrique. La peinture de Mondrian est incluse dans l'art moderne, mais Mondrian répand ses peintures tout en véhiculant l'influence de divers mouvements artistiques modernes comme le Luminisme, l'Impressionnisme et, surtout, le Cubisme (Zurakhinsky, 2011). La signification de la peinture de Mondrian est encore implicite, mais sa beauté peut être ressentie directement par les connaisseurs d'art tels



que sa composition de peinture célèbre avec grand plan rouge, jaune, noir, gris et bleu (1921).

Les couleurs mélangées de la collection Mondrian ne sont pas réalisées par l'intermédiaire de la machine à imprimer, mais sont dérivées de différents matériaux qui sont ensuite incorporés grâce à une technique de suture spéciale. Cette technique de suture particulière est utilisée pour produire des vêtements qui bordent les coutures des coutures sont invisibles, ce qui donne l'impression que ces vêtements sont chers et élégants. Le motif de la peinture Mondrian adapté à une collection de vêtements prêt-à-porter est acceptable pour sa beauté facilement par tous les cercles, de sorte que pas seulement les personnes instruites peuvent l'accepter, mais les gens en dessous peuvent aussi profiter de sa beauté. Par conséquent, on peut dire que la collection de prêt-à-porter Yves Saint Laurent de Mondrian ne concerne que les personnes instruites comme la bourgeoisie, mais aussi pour d'autres classe sociale comme la classe moyenne.



L'autre collection de prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent est une collection de « Pop Art ». Cette collection est apparue en 1966. La caractéristique de cette collection est presque similaire à la collection Mondrian, qui a l'élément d'art dominant dans chaque vêtement de cette collection. Les motifs dans la collection d'images ou de symboles sont en forme de Pop Art, par exemple, l'image du visage d'une personne sous la forme de dessins animés et de symboles du cœur. Les coupes dans cette tenue sont simples, mais l'œuvre utilisée comme motif dans la collection de vêtements d'Yves Saint Laurent montre une impression prestigieuse pour les femmes qui les portent. C'est parce que le lien avec l'art est toujours considéré comme prestigieux car, en général, les amateurs d'art viennent des aristocrates ou des personnes de haut comme la bourgeoisie. De cette façon, l'utilisation de motifs qui fonctionnent sur des œuvres d'art, montre que les œuvres d'art ne sont plus une chose

préstitarienne qui ne peuvent être appréciées que par les classes supérieures, mais toutes les classes sociales, y compris celles qui utilisent le prêt-à-porter, peut aussi l'apprécier, même le porter. Certes, la classe moyenne voulait montrer que sa classe sociale a augmenté grâce à l'utilisation d'objets de grande valeur. Ainsi, le produit du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent est un excellent moyen de montrer le côté luxueux des personnes de classe moyenne qui le portent.

Produit prêt-à-porter Yves Saint Laurent et le féminisme dans la bourgeoisie

Le produit du prêt-à-porter le plus célèbre d'Yves Saint Laurent à ce jour est Le Smoking. Le smoking est une tenue formelle qui ressemble à une robe formelle d'homme. Cependant, Saint Laurent apporte encore une touche féminine sur le costume en montrant encore la silhouette du corps d'une femme qui le porte. Les vêtements à lacets montrent toujours la forme du corps, en particulier la taille et les hanches lors du port de femmes. Cette combinaison de jupes a les mêmes caractéristiques qu'un vêtement d'homme. Mais la forme de la silhouette du corps est visible à partir des pièces de smoking et semble également donner une impression sexy. De cette façon, les femmes de la classe moyenne qui portaient ce costume sembleraient être la bourgeoisie parce que l'impression qu'ils recevaient était l'apparence d'ouvriers élégants, en plus la marque de vêtements venant d'Yves Saint Laurent qui est très renommée en France.

Quand il a été lancé pour la première fois en 1966, Le Smoking est très controversée. Beaucoup refusent cette collection car il est considéré comme une violation de l'essence de la femme qui devrait être élégante et féminine de porter une

jupe ou une robe. Cependant, Helmut Newton, un photographe qui a capturé cette collection pour le magazine Vogue français, a pu donner l'impression que Yves Saint Laurent voulait transmettre. Dans la photo, il semble que ce modèle porte un costume de Le Smoking en tenant une cigarette et les cheveux coupés attachés. À l'instant, la personne qui l'a vu a eu une impression masculine mais aussi sexy dans ce costume. Cela est certainement contraire à la nature des femmes pour utiliser les jupes pour être élégantes et féminines comme la bourgeoisie. Par conséquent, on constate que ce collection n'est pas destiné aux classes supérieures comme la bourgeoisie, mais à la classe sociale qui la suit.

Prêt-à-porter Yves Saint Laurent et nouvelles classes sociales pendant les trente glorieuses

Le comportement des consommateurs en France change en fonction de la croissance économique pendant les trente glorieuses. Selon la théorie de Bourdieu sur les distinctions, les aspects sociaux, économiques et culturels influent grandement sur ses goûts. Bourdieu explique également l'existence d'une différenciation entre les différences culturelles de la classe sociale supérieure et de la classe sociale inférieure. La différenciation qui se produit des deux côtés entraînera une réaction, la dominante maintiendra toujours sa position et les personnes dominées tenteront de saper la domination. Cela peut être attribué à la



société bourgeoise comme dominante parce qu'elle a plus de possessions, et la société de classe inférieure en tant qu'employeur comme prédominante. La bourgeoisie semble être un modèle pour les classes sociales inférieures, en particulier en termes de mode de vie. Cela a conduit au désir des classes inférieures de passer à une classe sociale supérieure, ou du moins à ne pas ressembler à une classe sociale inférieure. Soutenu par la croissance économique pendant les trente glorieuses, le salaire par mois est augmenté. Pas seulement cela, l'offre d'emploi a augmenté de sorte que de nombreux agriculteurs des classes sociales inférieures, de l'emploi en tant que fonctionnaires et des personnes issues de la classe des salariés ont augmenté leurs revenus afin d'émerger une nouvelle classe sociale de classe moyenne sociale (Cook et Davie, 1999).

Bourdieu révèle que la différenciation est une tentative du parti dominant comme un pas pour établir sa position et distinguer son estime de soi des autres

**ACTES DE LA CONFÉRENCE INTERNATIONALE SUR LE FRANÇAIS
« Intelligence Linguistique et Littéraire à l'Ère Informatique »**

	Cadres supérieurs			Cadres moyens			Employés		
	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble	Hommes	Femmes	Ensemble
1950.....	8 144	4 357	7 886	4 198	2 421	4 025	3 168	2 238	2 814
1951.....	10 785	4 467	10 050	5 695	3 733	5 440	3 735	2 631	3 218
1952.....	12 849	5 866	12 133	6 818	4 355	6 522	4 404	3 065	3 772
1953.....	13 369	6 099	12 615	6 941	4 433	6 640	4 430	3 185	3 919
1954.....	14 902	7 326	14 235	7 374	4 641	6 866	4 454	3 488	3 994
1955.....	17 312	8 399	16 740	8 356	5 384	7 797	4 868	3 760	4 247
1956.....	18 969	9 188	18 196	9 335	6 021	8 719	5 333	4 125	4 673
1957.....	21 098	11 560	20 371	10 437	6 696	9 721	5 855	4 494	5 031
1958.....	23 169	12 422	22 211	11 589	7 491	10 775	6 521	4 932	5 580
1959.....	25 778	13 980	24 001	12 499	7 782	11 537	7 138	5 289	6 018
1960.....	27 413	15 271	26 393	14 032	8 883	13 055	7 606	5 840	6 572
1961.....	29 787	16 944	28 689	14 703	9 625	13 772	8 182	6 296	7 094
1962.....	31 587	18 652	30 488	15 731	10 503	14 691	9 027	6 796	7 748
1963.....	33 976	20 569	32 786	17 505	11 868	16 385	9 747	7 367	8 398
1964.....	37 447	23 658	36 366	18 948	12 923	17 840	10 430	7 988	9 047
1965.....	39 958	25 082	38 736	19 603	13 669	18 465	11 086	8 379	9 562
1966.....	41 963	25 875	40 606	20 930	14 445	19 732	11 730	8 947	10 097
1967.....	45 045	29 167	43 713	22 200	15 618	20 961	12 371	9 401	10 612
1968.....	47 826	31 155	46 410	23 235	17 254	22 040	13 423	10 357	11 593
1969.....	51 174	32 858	49 500	25 909	18 081	24 523	14 890	11 412	12 776
1970.....	56 390	36 427	54 559	28 389	20 456	26 657	16 129	12 508	13 880
1971.....	62 218	40 371	60 263	30 679	22 035	28 730	17 944	13 788	15 352
1972.....	68 020	43 166	65 771	33 732	23 715	31 237	19 517	15 081	16 757
1973.....	73 933	46 574	71 241	37 103	25 404	34 176	22 326	17 060	19 010
1974.....	85 227	53 752	82 185	42 314	31 141	39 481	25 380	19 908	21 877
1975.....	92 322	59 086	88 980	46 697	34 764	43 580	29 026	22 850	25 067

(Bourdieu, 1979). Dans cet effort, les personnes dominantes doivent avoir du capital. Capital dans ce cas est une façon de s'habiller. Cependant, le bouleversement économique qui a conduit à la classe moyenne de plus en plus envie de montrer leur différence d'identité avec leur classe sociale d'origine est la classe d'employés. Ils montrent la différence en essayant de suivre les tendances qui existaient après que la bourgeoisie l'ait utilisé. On peut voir que la classe moyenne tend à toujours suivre la bourgeoisie, alors que la bourgeoisie ne veut pas être assimilée à la classe moyenne, de sorte qu'elles ont tendance à changer toujours d'image en continuant de mettre de nouvelles tendances. Ainsi, on peut voir que chaque classe sociale veut se différencier et dominer d'autres humains. Le désir de cette différenciation se produit également dans la classe moyenne qui est considérée comme dominant la classe ouvrière et ainsi de suite jusqu'à la classe sociale la plus basse des paysans.

Selon les données de l'INSEE (Institut National de la Statistique et des Études Économiques), un organisme statistique en France, le revenu par habitant de 1965, conjugué à l'apparition du produit du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent, s'est élevé à 18,465 francs de classes sociales moyennes. Si on l'est associée au prix d'un produit du prêt-à-porter d'Yves Saint-Laurent tel que leuche coûte 680 francs (De Smet, 2014), on peut dire que le produit est toujours accessible à la classe moyenne. Contrairement aux produits de haute couture qui coûtent en fonction du niveau de complexité et des matériaux utilisés. Contrairement à la classe d'employés dont le revenu par habitant était de 9 502 francs, l'achat d'un produit du prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent a permis de réduire les revenus considérables. On peut donc voir que la classe moyenne est le marché pour le produit prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent. Le

produit prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent peut être considéré comme une alternative à cette classe sociale pour pouvoir utiliser des vêtements de marque comme bourgeoisie, mais à un prix abordable. On peut ainsi voir que le produit prêt-à-porter est sous la haute couture. Ainsi, le marché cible des produits prêt-à-porter n'est pas le même que la haute couture. Grâce à l'explication selon laquelle les cibles de marché de la classe moyenne sont la bonne cible pour la collection de prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent, il existe encore une différenciation par l'utilisation de produits intermédiaires prêt-à-porter et de haute couture par les meilleurs socialistes. Cette différenciation persiste même si les deux classes sociales utilisent les mêmes vêtements de marque, mais le type de produit reste différent.

CONCLUSION

Le produit prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent répond aux besoins de la classe moyenne qui veulent montrer que leur classe sociale s'est améliorée et peut se permettre d'acheter des produits de vêtements de marque. On peut donc voir qu'il existe encore une différenciation entre les classes sociales supérieures telles que la bourgeoisie et la classe moyenne. Cette différenciation est évidente grâce à l'utilisation de ce type de produit d'habillement. La bourgeoisie porte la haute couture, et la classe moyenne achète le prêt-à-porter. Cette différenciation peut également être trouvée par des différences dans l'utilisation des matériaux entre les deux types de vêtements. L'adaptation de l'œuvre d'art devient un motif dans la collection de vêtements prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent comme s'il s'agissait d'élever la classe moyenne. Cela peut être vu par l'altération de la fonction de l'art, qui n'a été appréciée que par des dignitaires de haut rang comme la bourgeoisie, est maintenant devenu un motif de vêtements qui peut être utilisé par la classe moyenne. Ainsi que la représentation du développement d'une nouvelle classe sociale a été observé quand la classe inférieure peut finalement acheter les vêtements de marque, grâce à l'émergence du produit prêt-à-porter d'Yves Saint Laurent, qui est considéré comme une alternative pour la classe moyenne de s'habiller comme la bourgeoisie.

REFERENCES

- Barthier, D. (2013). *Capitale du mode Paris : Construction de savoir-faire et remise en question du mythe de la ville-lumière*. Paris : l'Université de Sciences Po.
- Baudelot, C, & Lebeau-pin, A. (1979). *Les salaires de 1950 à 1975*. France: Persée.fr
- Blanchard, T. (1996). *Le Smoking*. Anglais: <http://www.independent.co.uk>.
- Bourdieu, P. (1979). *La distinction, critique sociale du jugement*. France : Les Éditions de Minuit.
- Cook, M, & Davie, G. (1999). *Society in transition*. Londres et New York: Routledge.
- Creswell, J.W. (2010). *Research Design: Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Metode Campuran*. Penerj. Ahmad Wafaid. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, terj.
- De Smet, S. (2014). *Histoires de mode: Le jour où... Saint Laurent présenta Le Smoking*. France: <http://o.nouvelobs.com>.
- El Alami, J. (2012). *Économie, Société, et Culture en France*. Paris: Histoire Term.

- Guillaume, J. (2016). *La France des trente glorieuses*. France : Major Prepa.
- Hall, S. (1997). *Representation, Cultural Representations and Signifying Practices*. Londres: SAGE Publications.
- Lutz-Tveite, M. (2011). *Yves Saint Laurent brand analysis*. New York : FASH 503.
- Mocho, J-P. (2009). *Histoire(s) du prêt-à-porter avec la Fédération Française du prêt-à-porter Féminin 1929-2009*. France: Profil de la Mode.
- Savignon, J. (2015). *Yves Saint Laurent's Studio: Mirror and Secret*. France: Actes Sud.
- Senft, A. (2011). *Yves St. Laurent brand history*. Brooklyn: Fashion in Time.
- Zurakhinsky, M. (2011). *Piet Mondrian*. États-Unis: <http://www.theartstory.org>.