

JEAN-MARIE LERAT

TEXTES DE JEAN SEISSER

ICI BON *coiffeur*



S Y R O S
A L T E R N A T I V E S



CHERI
JE TAÏME



MODE
YEYÈ



AVENIR



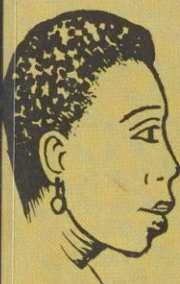
BABY
FACE



AFRO



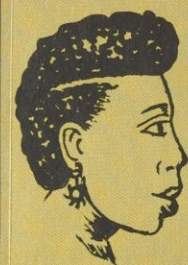
SIMPLE



BABY
FACE
N° 2



MODE
GHANA



C'EST
QUOI MÊME



COQ

Conception de couverture:
Gérard Lo Monaco.
Enseigne anonyme, Abidjan 1980.

Pages de garde: extrait du catalogue B.P.
Konan en 1986, dessiné par son apprenti.



MODE
RICO



PEUL



MODE
86



KENNEDY



SCORPION



RASTA



AMBOL



CACAO



CASINO
PLAT



MODE
PELE



ANANAS



CAFARD



LOUBARD



COCODY



RAIE

~~2/2~~

65

142 06 37

ICI BON *coiffeur*

40 V

54177



DL-12051992-14109



Après CHEZ BONNE IDEE, consacré à la peinture populaire en Afrique de l'Ouest, il m'a paru nécessaire d'en présenter les créateurs, personnages chaleureux et hauts en couleurs. Ainsi est née l'idée de ce livre qui dresse également un catalogue des enseignes de coiffeur à un moment où celles-ci, recherchées par les collectionneurs du monde entier, subissent un changement radical. Je tiens à remercier tous mes amis, peintres, tresseuses, coiffeurs qui, au fil des années, m'ont permis de réunir les informations qui reflètent ici les charmes de la vie africaine.

Jean-Marie LERAT

Les enseignes

ORIGINE Wolfgang Längsfeld situe l'origine des panneaux de coiffeur entre 1930 et 1940 en Afrique de l'Ouest, mais avoue n'avoir jamais disposé de documents datant de cette période et admet que ses informateurs ne semblaient pas entièrement dignes de foi.

L'écrivain Blaise N'Djehoya, pour sa part, pense que la pratique des enseignes date d'après la guerre, vers les années 50.

Dans le second long métrage de Jean Rouch, *Moi, un noir*, tourné en 1957-58 à Treichville, quartier d'Abidjan en Côte-d'Ivoire, apparaissent des enseignes reproduisant des coiffures "coq" ou "azazou" à la mode.

L'engouement pour les panneaux de coiffeur semble, en effet, croître avec le développement urbain durant les années qui précèdent l'indépendance et surtout celles qui la suivent, marquées par une "occidentalisation" des mœurs urbaines. L'Africain, particulièrement sensible à l'aspect et à l'apprêt, trouvera dans la coiffure une manière de s'identifier à la "modernisation".

Dès qu'il identifie le progrès à l'occidentalisation du mode de vie, il aura tendance à s'attribuer certains traits occidentaux pour accéder plus facilement aux attraits de la société technologique. Cela explique que les panneaux de coiffeur de la majorité des jeunes nations africaines ne font jamais référence à une coiffure traditionnelle, du moins en ce qui concerne les modèles masculins. Les panneaux ivoiriens, burkinabé, ghanéens, guinéens ou nigériens, exclusivement consacrés aux coiffures masculines, n'incluent des modèles féminins que pour des coiffures unisexes ou, du moins, des coupes "taillées" par des coiffeurs hommes. Par contre, au Togo, où les panneaux offrent uniquement des modèles de tressage féminin, la tradition veut également que les "mama-benz" tiennent tous les grands commerces.

Les peintres de panneaux les plus représentatifs s'accordent pour situer l'apparition des panneaux durant la période de l'indépendance. Mais, même avec leur concours, la datation de leurs œuvres est difficile à éta-

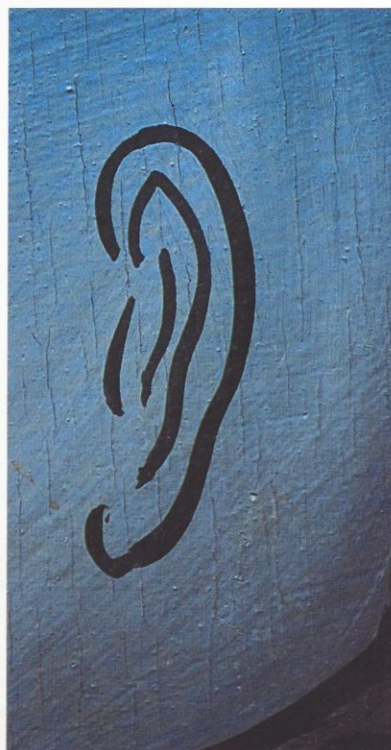
blir avec exactitude. L'Africain, par nature, ne manifeste qu'un intérêt approximatif pour la précision des dates et les situe souvent mal par rapport à des événements marquants. Il se montre fréquemment incapable de préciser une date, ne comprenant pas notre souci "de Blanc pour tout programmer".

Le peintre, souvent confronté à la notion de panneau qui se démode, aura instinctivement tendance à vouloir rajeunir son travail pour lui garder son intérêt. Placées à l'extérieur, exposées au vent, à la pluie, au soleil et à la poussière, les peintures sur bois ne résistent guère plus d'une dizaine d'années. D'autres, "portatives", constamment manipulées, s'effacent et se salissent. Celles protégées par des auvents ou décorant l'intérieur des boutiques restent plus longtemps en bon état, mais sont souvent considérées comme démodées.

En matière de datation, on peut également considérer que l'année des modes mentionnée sur certains panneaux indique l'année qui précède leur réalisation. Pour prolonger l'actualité d'un panneau, il arrive qu'une mode soit datée de deux années consécutives. De toute façon, certaines modes conservent leur attrait pendant une longue période et peuvent figurer sur un panneau plus récent. Quand B. P. Konan, en 1986, résume les principaux noms de coiffures, il signale la mode 1958. Cette année figurant sur une enseigne ne signifie donc pas forcément que le panneau date de cette époque.

A Abidjan, B. P. Konan prétend d'ailleurs n'avoir "inventé les enseignes de coiffeur" qu'en 1964, tout en reconnaissant qu'il existait précédemment des enseignes exécutées par des "graphistes". "L'invention" dont il parle indique qu'il a imposé une certaine manière de faire, une certaine "fonction". Plus tard, son élève Joël "inventera" les fonds blancs que ses clients considéreront comme son principal apport au style de B. P. Konan.

Aux dires des peintres, comme à ceux des utilisateurs, l'apparition d'une nouvelle coiffure est une "invention" qui modifie plus profondément un panneau qu'une simple variante de forme. A la limite, les qualités for-



*La stylisation
des détails
caractérise
les meilleurs
peintres.
De gauche
à droite :
B.P. Konan,
Rasmané, Joël,
Bikok T. Pierre.*

nelles sont une question de don, et l'Africain perçoit ce don comme une manifestation assez indépendante de l'artiste lui-même.

Le peintre de panneaux ne cherche pas à imposer sa manière de faire, mais il fait "comme on doit faire". L'idée d'une œuvre originale lui est étrangère, mais il a souvent la conviction de "mieux que l'autre". Au Togo, au 43 de la rue du Chemin de fer à Lomé, à la fin des années 70, un peintre a débaptisé son ancien atelier "Picasso" pour l'appeler "Rubens ex-Picasso", marquant ainsi qu'avant "c'était n'importe quoi, mais que maintenant, il travaille bien".

La datation des panneaux, tout comme celle de l'ensemble de la statuaire africaine, présente toujours de grandes difficultés.

PERIODES La production des panneaux est marquée par le style local (et très généralement par l'artiste dominant du lieu) et peut se diviser en trois périodes.

La première, allant des origines aux années de développement économique des métropoles africaines qui ont suivi l'indépendance, est surtout caractérisée par une activité de peintres occasionnels et l'apparition pro-

gressive dans certaines grandes villes de quelques "spécialistes". Les panneaux sont à la fois très conventionnels et d'un dessin assez maladroit qui leur donne une saveur d'art brut. Puis, sans que pour autant cette production occasionnelle disparaisse, vient la période dominée par les "spécialistes" dont la peinture d'enseignes sera la principale, sinon la seule, activité. Leur style marqué est reconnu et estimé. Souvent, il n'est pas envisageable pour un coiffeur d'ouvrir un salon tant soit peu sérieux s'il ne peut afficher un panneau d'un de ces artistes. En 1980, à Libreville au Gabon, chaque nouveau salon se devait d'exhiber plusieurs panneaux de Bikok T. Pierre et, dans les quartiers d'Adjamé et d'Abobo Gare à Abidjan, tous se signalaient par une enseigne de B. P. Konan.

Rasmané décore les salons de Ouagadougou au Burkina Faso, tandis qu'Adjanor domine la production des panneaux mina au Togo.

La peinture des panneaux suit des règles aussi rigides que celles qui régissent la taille des masques ou des statues. Des styles traditionnels marquent les grandes lignes même si certains éléments sont laissés à l'initiative de l'exécutant. Partout, les têtes sont présentées de

face, de profil et parfois de dos. L'arrangement du panneau diffère selon les régions. Ainsi, le style est reconnaissable par ville d'origine (ou du moins par pays). Souvent, certains détails typiques du peintre permettent d'identifier l'auteur.

Il en résulte un certain hiératisme des figures. Quand ces mêmes peintres réalisent des portraits (généralement d'après photo) ou des scènes de genre, cette rigidité disparaît au profit d'une habileté plus ou moins grande du trompe-l'œil ou d'une expression naïve.

Le tracé des oreilles par différents peintres d'enseignes est ainsi significatif. Il est également révélateur que les peintres occasionnels en escamotent généralement le dessin. La stylisation de cette partie anatomique, très individuelle dans sa complexion, nécessite un esprit de synthèse que le peintre occasionnel atteint rarement. Les extraordinaires et élégantes solutions graphiques de Joël ou de Bikok T. Pierre démontrent une remarquable invention formelle.

A l'exception des "appliqués" (dessins de tissus cousus) d'Abomey, de panneaux décoratifs du Dahomey, des Yorouba ou des Bamiléké du Cameroun, il y a peu d'art figuratif bidimensionnel en Afrique Noire traditionnelle.

Par contre, le petit élève colonisé a appris à lire sur les dessins schématiques des panneaux scolaires et des rares livres dont disposaient les instituteurs. L'alignement et l'organisation rigoureuse de ces images didactiques ont peut-être influencé la disposition géométrique des figures sur les panneaux de coiffure. On y retrouve en effet la rigidité pédagogique qui s'allie au goût naturel de la géométrisation de l'esprit nègre.

Toutefois, la tendance actuelle s'oriente davantage vers un graphisme renouvelé, fortement influencé par la photo, les images médiatisées et une coloration plus tape-à-l'œil. Certains panneaux, pour l'instant rares, conjuguent peinture et collages de photos de magazines. La composition se libère des alignements qui s'étaient imposés partout comme une règle admise.

Depuis une dizaine d'années déjà, K. Kossivi Fedo à Lomé pratique ce style à la coloration vigoureuse, usant de trois quarts, d'effets de trompe-l'œil et de dégradés.

Plus récemment, Bikok T. Pierre, à Libreville, s'inspire d'images de magazines de mode pour donner à ses panneaux plus de vivacité.

Mais surtout, une nouvelle génération de peintres anglophones ou zaïrois, exerçant fréquemment en dehors de leurs frontières et familiarisés avec une pratique publicitaire, ne semble plus vouloir se contenter du simple pouvoir attractif de l'image, mais renforce l'effet incitatif par des slogans. "Il n'est pas facile d'être un homme" indique le panneau d'un coiffeur ambulant

de Ouagadougou peint par le Ghanéen Babs en 1990. Ici, l'incitation publicitaire est évidente : elle cherche à capter une clientèle qui veut se mettre à la page pour séduire les jeunes filles.

CARACTERISTIQUES GEOGRAPHIQUES Diverses caractéristiques stylistiques distinguent les réalisations selon l'origine de leur auteur.

L'alignement de profils en gros plan, s'appuyant sur le bord inférieur du panneau, s'impose à Abidjan et au Burkina Faso. L'Ivoirien B. P. Konan ou le Burkinabé Rasmané pratiquent cet agencement.

On remarque la même organisation dans les panneaux de Bikok T. Pierre, à Libreville au Gabon, et dans ceux de Bharris, à Kinshasa au Zaïre.

Joël, l'élève de B. P. Konan, inscrit les têtes dans des formes de cœur. Quelques panneaux plus anciens de Côte-d'Ivoire utilisaient déjà cette forme d'encadrement et un panneau datant probablement de 1959 (actuellement dans une collection parisienne) présentait déjà cette forme de découpe.

Au Nigeria, au Ghana, en Guinée ou au Sénégal, les têtes sont rangées dans un quadrillage tracé. Elles sont fréquemment inscrites dans des ronds au Nigeria.

Une distribution géométrique de petites têtes, parfois une centaine, caractérise les panneaux mina tout au long du golfe du Bénin. La coloration et la distribution des profils, des faces ou des dos suivent des rythmes réguliers. Parfois, un changement d'échelle ou une petite scène de coiffure rompt la monotone distribution des figures.

La régularité des agencements est moins rigoureuse au Bénin. La grosseur des visages varie. Les angles de dessin diffèrent au gré des besoins descriptifs du tressage représenté. Les modèles s'alignent en registres sur des panneaux oblongs, fréquemment encadrés de baguettes de bois peintes ou d'un simple liseré de couleur.

Ce même encadrement est courant au Togo, dont les panneaux sont fréquemment verticaux, et au Sénégal.

Divers attributs du métier, tondeuse, peigne, bobine de fil ou des saynètes figurent sur de nombreux panneaux togolais ou ghanéens. En Sierra Leone, on rajoute parfois une caractéristique biographique. Ainsi, un boxeur, au milieu de modèles de coupes, rappelle l'ancien métier du coiffeur.

Les panneaux de B. P. Konan, Joël et Bikok T. Pierre représentent des scènes de casque et des articles de défrisage. J'ai relevé ce même sujet sur une peinture signée Hana Kwaky, sur un mur à Ouagadougou en 1984.

Les noms des coiffures figurent sur les panneaux de

Côte-d'Ivoire, du Ghana et de Guinée, mais sont absents sur ceux du Togo, du Burkina Faso ou du Zaïre.

Au Bénin, au Gabon et en Centrafrique, les modèles sont fréquemment numérotés.

En Centrafrique, les panneaux portent une formule amicale du coiffeur : "Votre aimable Pascisco" ou "Pour nos fana. Spécialiste" (sic, voir pages 112 et 114) et indiquent les tarifs pratiqués. Ils sont également indiqués sur certains panneaux du Bénin ou de la Sierra Leone. Ceux de Dakar portent le nom du coiffeur, les noms des coupes et le prix des prestations.

Les plaques de bois, souvent des panneaux de contre-plaqué de récupération ou des morceaux d'Isorel provenant de caisses démontées, sont le support le plus couramment utilisé.

Au Nigeria, les enseignes sont souvent réalisées sur des morceaux de tôle.

A Conakry, elles sont peintes sur des toiles tendues sur de précaires châssis de bois. Le long du golfe du Bénin, on rencontre depuis quelques années de grandes enseignes réalisées sur toile que les coiffeurs tendent au bord de la route et roulent chaque soir pour les mettre à l'abri.

Mais, selon les circonstances, elles sont peintes sur tout ce que le peintre trouve à sa disposition. A l'intérieur du Zaïre, les plaques de bois sont rares. Les dessinateurs se rabattent alors sur des toiles de sac, du carton ou de simples feuilles de papier protégés par une enveloppe de plastique transparent, de la tôle ou directement sur le mur.

La peinture directement appliquée sur la façade des boutiques est fréquente à Bobo-Dioulasso au Burkina Faso, mais plus rare à Ouagadougou, Abidjan ou Accra. Inexistantes au centre de Kinshasa, ces peintures murales décorent, par contre, les nombreux salons

pour dames des faubourgs de la capitale zaïroise.

Ces caractéristiques spécifiques marquent donc les panneaux par zone géographique. Elles proviennent à la fois du style de l'artiste dominant et de pratiques stylistiques locales. L'artiste dominant impose une certaine manière de faire aux autres peintres d'enseignes de la région (et c'est d'ailleurs en ce sens qu'on peut le considérer comme dominant).

Ainsi, à Bobo-Dioulasso, à mi-chemin entre Abidjan où réside B.P. Konan et Ouagadougou où travaille Rasmané, la facture dominante réalise une sorte de synthèse entre les styles des deux peintres.

A Kankan, en Guinée, l'occidentalisation des faciès est particulièrement perceptible. Généralement, en Afrique de l'Ouest, la coloration des peaux est claire ou adopte parfois des gris ou le blanc. Au Togo, on peint les visages en orangé, en jaune ou en rose. Mais on suit actuellement l'apparition de dessins et de colorations qui avouent plus volontiers des caractéristiques physiologiques africaines.

ART OU PUB ? Partant du principe qu'en Afrique traditionnelle on ignore la notion d'art pour l'art et que toute réalisation d'objet est utilitaire, il faut attendre l'enseignement (occidental) des écoles d'art de Bamako ou de Brazzaville pour qu'apparaisse une certaine conscience "d'art" ou, du moins, une certaine pratique de l'œuvre peinte ou de l'objet décoratif en tant qu'objet "d'art".

On peut estimer que l'enseigne est un produit de la culture indigène qui s'adresse à un public populaire et que sa pratique est une des rares survivances d'un authentique "art africain" au sens traditionnel du terme, une sorte d'ultime surgeon urbain de la pratique du masque.



En effet, la fabrication traditionnelle des masques ou de la statuaire, tout comme celle du panneau, est un travail de "spécialistes" qui "savent comment faire", "qui savent travailler le bois" (sculpter). Mais n'importe qui peut tailler un masque ou peindre une enseigne. Les indigènes ne lui donneront pas toutefois la même valeur qu'à l'œuvre faite par celui qui a "le don".

Le masque, comme le panneau, n'a pas une vocation décorative, mais fonctionnelle, indépendamment de ses qualités esthétiques. Le masque n'est "beau" que par son pouvoir sur le spectateur, sa capacité à l'émouvoir ou à l'effrayer. D'ailleurs, on ne "crée" pas un masque, on le fait. Parfois, on invente un nouveau masque, comme on invente une nouvelle coiffure. La notion de création artistique (au sens occidental du terme) n'anime pas l'activité du sculpteur ou du peintre. L'innovation est généralement déconsidérée et rarement admise comme une amélioration. Au contraire, la conformité aux traditions assure la "réalité" de la représentation.

Ainsi, le respect du style dominant donne au panneau son "vrai" statut de panneau de coiffeur.

Celui qui "travaille le bois" (sculpte) ou qui peint des panneaux le fait parce qu'il a le "don qui donne le goût de le faire". La formule montre bien l'adéquation du contenu de la création avec sa forme sans qu'il ait besoin de recherche formelle. Il sait que "c'est comme ça qu'il doit faire". B. P. Konan se rappelle qu'il avait un grand-père lépreux qui sculptait des masques et ajoute "qu'en ce temps, faire des masques, c'est comme faire des peintures aujourd'hui".

Le sculpteur de masques, le forgeron sacré illustrateur de mythes, en contact avec la civilisation occidentale, s'est converti dans la transmission de nouveaux mondes mythologiques. Il était forcément "inspiré" (habité par l'esprit qu'il exprimait) et, comme pour rappeler le caractère religieux de cet ancêtre "travaillant le bois" (sculptant), les jeunes peintres ghanéens signent "Almighty God art", "Messian art", "Jah glory" ("Gloire à Dieu" en rastafari)... pour marquer le caractère "inspiré" de leur exécution picturale.

Au contact du colonisateur, la société africaine a appris de nouveaux besoins, a changé de mentalité et opère souvent d'inattendus syncrétismes entre la tradition et certains apports occidentaux.

Le Burkinabé Rasmané, peignant les masques d'un sculpteur avant de réaliser des portraits et des enseignes, illustre parfaitement la mutation de la société traditionnelle africaine vers une certaine occidentalisation. Ce changement anime tout particulièrement les mœurs urbaines. Le masque, devenu rare à la cam-

pagne, a pratiquement disparu des cérémonies religieuses en ville.

Au déclin de la sculpture cultuelle se substitue un art urbain qui prend en compte les aspirations du décolonisé et celles de la bourgeoisie naissante. Les idéaux ancestraux se traduisent par un goût du luxe, du plaisir "moderne". La fascination de l'occidentalisation s'avoue dans le dessin des faciès et la coloration éclaircie des peaux.

On peut ainsi rapprocher le masque traditionnel, qui rythmait la vie agraire en soulignant les moments dominants, des coupes de cheveux élaborées et relativement chères que le citadin se fait faire pour marquer des moments exceptionnels. La coiffure reste rattachée à la fête, aux circonstances particulières ou simplement aux sorties du samedi soir, quand on va dans les dansings et les boîtes. D'une manière plus générale, elle affirme l'occidentalisation de l'apparence qui répond au désir de modernisation. Elle permet, tout comme l'habit et peut-être plus profondément, d'être "grand", d'être "une grande femme".

Les noms donnés aux coiffures renforcent leur "beauté". Porter la coiffure "Dollar" attire la richesse et tout le prestige lié à la richesse. Ainsi le masque transforme celui qui le porte en l'entité que le masque représente.

Les coiffeurs considèrent les enseignes comme un signe de reconnaissance de leur métier et perçoivent les peintres d'enseignes comme des "artistes" (faiseurs d'images dont la qualité plastique profite à leur métier). Souvent, ils estiment (confusément) que le panneau attire la clientèle et "porte chance" à la manière d'un gri-gri.

TECHNIQUE Le peintre d'enseignes africain travaille avec les peintures qu'il trouve et, si possible, avec celles qui offrent la meilleure résistance aux conditions d'utilisation. Mais le coût (élevé) des fournitures et les difficultés d'approvisionnement l'amènent à l'emploi de peintures de bâtiment et donc, actuellement, de laques glycérophtaliques ou de peintures pour carrosseries de voitures. L'emploi en est parcimonieux et souvent réduit à un nombre de teintes limité. Il puise généralement directement dans les pots les couleurs franches qu'il a choisies. Quand son travail nécessite des tons intermédiaires, il pratique des mélanges sur une petite planche en guise de palette. Une telle palette retournée a fini par servir de support à un petit panneau de Joël.

La peinture est appliquée directement sur le support sans aucune préparation. S'agissant fréquemment de matériaux de récupération, les apprêts ou les dépôts consécutifs à leur ancienne utilisation sont parfois res-



Jean Seisser (à gauche) et François Boisrond (à droite) tiennent un ancien panneau de Konan dont la signature est exceptionnellement complétée par "Beauté Précieuse". Les modèles représentés sont des coupes qui furent à la mode durant les années qui suivirent l'indépendance. Il s'agit (probablement) d'une des premières réalisations de son auteur. Chaque tête a été travaillée séparément, comme l'attestent les teintes différentes de chacune. Le mode d'exécution n'a pas encore le systématisme de la technique habituelle et méthodique des peintres de panneaux, progressant couleur par couleur, élément par élément. Actuellement B.P. Konan, comme tous ses confrères, peint d'abord toutes les silhouettes, puis les chemises, les cheveux, les yeux, etc., progressant ainsi après des séchages successifs. Tous les panneaux de la photo proviennent d'Abidjan. Du dessin brut (en haut à gauche et à droite) au traitement raffiné de Konan ou de l'anonyme (en bas à l'extrême gauche), on mesure la différence de savoir-faire qui distingue le traité du peintre "professionnel" de celui du peintre "occasionnel". L'un comme l'autre respectent pourtant la même ordonnance régulière des figures. La tradition s'impose nécessairement pour donner au panneau son statut de panneau de coiffeur.



*Autre vue prise dans l'avenue Jean Jaurès
à Dakar où exerce Souley.*



Les récits et la formidable collection de clichés de Jean-Marie Lerat ont été la principale source de références pour la rédaction de mes commentaires.

Jean SEISSER

Jean Seisser, journaliste de formation, est l'auteur de plusieurs ouvrages traitant de socio-ethnologie et d'art contemporain : *La gloire des Bazooka*, Editions Robert Laffont, 1981; *Les chefs-d'oeuvre de Kiki Picasso*, Le Dernier Terrain Vague, 1981; *Hervé di Rosa*, Le Dernier Terrain Vague, 1983; *François Bouillon, depuis vingt ans ...*, ARPAP, 1991.

Jean-Marie Lerat, né à Paris en 1948. Photographe.
L'Afrique l'a toujours inspiré et, depuis 1978, représente l'essentiel de son travail.
Auteur de nombreux reportages sur ce continent, il a également publié *Chez bonne idée*, éditions Syros-Alternatives, 1986.