

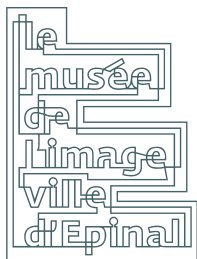
Dossier pédagogique
/ 2024



SUIVEZ- MOI JEUNE HOMME, ...

Images de mode
et presse féminine

(1778-1939)



SUIVEZ-MOI JEUNE HOMME*

L'exposition en quelques mots

PRÉSENTATION DU PROJET

**DU 9 NOVEMBRE 2024
AU 22 MAI 2025**

À chaque époque, la mode féminine exprime bien plus qu'un style : elle reflète un état d'esprit, les évolutions sociales et les changements de mœurs. Elle témoigne ainsi du statut de la femme et du rôle qui lui est assigné.

Apparue dès la Renaissance, la gravure de mode connaît au XIX^e siècle un véritable âge d'or en France. Elle entre alors dans les foyers, modestes et huppés, grâce à la presse féminine illustrée, aux premiers grands magasins et à leurs "réclames" qui ne tarderont pas à s'afficher dans les rues. Ces phénomènes, témoins et prescripteurs, contribuent à la démocratisation de la mode.

À travers la gravure, la photographie et de nombreuses revues, l'exposition pose un regard sur ces changements successifs n'ayant qu'un seul but : séduire.

LES FORMULES DE VISITE DISPONIBLES

VISITE LIBRE

En autonomie, votre groupe découvre l'exposition. Pour préparer votre sortie et l'accompagner au mieux, le service des publics est à votre disposition pour réaliser avec vous, une pré-visite des expositions (sur rendez-vous uniquement).

VISITE GUIDÉE (À PARTIR DU CYCLE 2)

La visite est assurée par un médiateur. En sa compagnie, votre groupe dialogue autour des œuvres et participe pleinement à la visite. À l'issue, chacun peut parcourir à nouveau, et à son rythme, l'exposition ou découvrir les autres espaces du musée.

VISITE GUIDÉE + ATELIER

En prolongement de la visite guidée, chaque atelier démarre par l'observation d'un corpus et se termine par une petite réalisation individuelle ou collective pour réinventer les recettes des images étudiées.

DÉFILÉ DE MODES (6-12 ANS)

Associons les vêtements et les personnalités de l'Histoire, interrogeons l'évolution de la silhouette féminine (reflet de son statut) et amusons-nous à composer une tenue intemporelle ou futuriste s'inspirant des modes du passé.

MON MAG' (13 ANS ET PLUS)

Après l'analyse et la comparaison de différents magazines spécialisés (titre, périodicité, tarif, lectorat cible, sujets traités, encart pub'...), chacun est invité à créer la couverture d'un magazine qui ne s'adresse qu'à lui et correspond trait pour trait à sa personnalité !

**++ CARNET
D'EXPLORATION
DISPONIBLE
SUR LE WEB
POUR LES 4-12 ANS**

**++ SUR PLACE,
ESPACE D'ACTIVITÉS
DÉDIÉ AUX PLUS
JEUNES**

LE DOSSIER PÉDAGOGIQUE

SOURCES DOCUMENTAIRES

Ce dossier a été élaboré à partir des recherches scientifiques et textes d'exposition de Christelle Rochette, commissaire d'exposition et directrice du musée de l'Image | Ville d'Épinal.

OBJECTIFS

Grâce aux informations de ce dossier, vous pourrez préparer votre visite, vous emparer des images de l'exposition, développer votre propre circuit en toute autonomie et/ou prolonger la découverte en classe.

À noter : à l'issue des expositions, tous nos dossiers pédagogiques restent en ligne. N'hésitez pas à utiliser leur contenu en classe...

MODE D'EMPLOI

Les prochaines fiches vous permettent de décoder quelques thèmes du parcours. Découvrez ainsi les "**sujets à la Une**" (lecture d'images), la "**revue de presse**" (histoire des différentes revues et supports) mais aussi un "**supplément**" pour faire le lien avec l'actualité...

*** terme désignant, à la fin du 19^e siècle, un ruban flottant à l'arrière du chapeau d'une femme ou au niveau de ses reins, destiné à accrocher le regard de la gent masculine.**

MODE ET PRESSE

gravures à la mode / essor des titres et contenu /
fonction et public cible

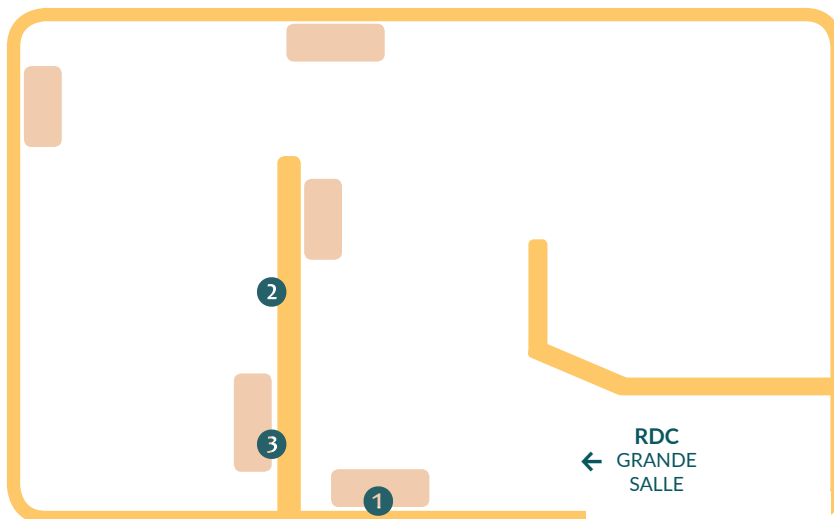
SUJETS À LA UNE

1 Les premiers périodiques consacrés à la mode font leur apparition en France sous le règne de Louis XVI (1754-1793) à l'instar de la *Galerie des modes et costumes français*, du *Cabinet des modes* ou encore *les Modes nouvelles*.

Ces journaux se font les vitrines des dernières modes vestimentaires : l'extravagance semble de mise à la fin du 18^e siècle comme en témoigne la *Demoiselle en caracot* [sic] ici présentée. L'allure épurée "à la romaine" fait ensuite fureur sous l'Empire, tandis que les jupes des années 1820 s'élargissent en référence à une Renaissance idéalisée. Les dames qui les arborent sont de parfaites inconnues, des modèles anonymes correspondant aux idéaux de beauté de leur époque.

2 C'est véritablement sous le règne de Louis-Philippe (1830-1848) que la presse, partiellement ou totalement dédiée à la mode, prend son essor. Plus d'une centaine de nouvelles revues, plus ou moins éphémères, sont en effet lancées parmi lesquelles *Le Bon Ton*, *Journal des Modes*... Éditées en des milliers d'exemplaires, elles sont vendues à la pièce ou sous forme d'abonnement.

À l'intérieur de ces revues, quelques gravures colorées se distinguent des pages de texte. À cette époque,



les techniques d'imprimerie permettent difficilement de combiner la typographie (procédé d'impression de textes à partir de caractères mobiles) et les images gravées sur acier ou lithographiées. Pour créer ces précieuses planches illustrées, chaque éditeur emploie plusieurs graveurs et dessinateurs spécialisés. Le nom de ces derniers apparaît fréquemment au bas de la planche tout comme celui des couturiers et des modistes à l'origine des toilettes. Ce qui n'est pas sans rappeler la presse de mode actuelle...

Pour minimiser les coûts d'édition, il arrive qu'une même planche illustrée paraisse dans différents magazines, notamment si ceux-ci font partie du même groupe de presse. D'ailleurs, face à la concurrence grandissante, de nombreuses revues finissent par s'absorber les unes les autres.

3 Au 18^e et 19^e siècles, les revues de mode s'adressent à une clientèle bourgeoise, aux dames de la haute société. Les lectrices les plus fidèles peuvent ainsi suivre les dernières tendances, connaître les créateurs les plus en vue voire faire confectionner les toilettes présentées grâce aux patrons proposés dans les pages voisines.

Quelques revues, tels *Le Journal des demoiselles* et le *Magasin des demoiselles*, s'adressent plus particulièrement aux jeunes filles issues des classes aisées. Poésie, causeries, nouvelles et mondanités accompagnent des articles contribuant à leur édification morale et les préparant à leur rôle d'épouse et de mère : éducation artistique pour la conversation, conseils d'hygiène et de maintien pour la bienséance et bien-sûr, leçon d'élégance pour la séduction avec des pages mettant en scène les *Must have* de la garde-robe, à l'instar de la planche de 1864 présentée en page 07.



Demoiselle en caracol

ma

1 DEMOISELLE EN CARACOT [SIC]

Reproduction planche originale de *La Galerie des modes et Costumes français*. 1778. Esnault et Rapilly, Paris | Coll. MIE, Épinal

L'IMAGE EN QUESTIONS

> Connaissez-vous cette personne ?
Est-elle célèbre ? Selon vous, cette image a-t-elle été faite pour mettre en valeur une personne ou ses habits ?

> Pourriez-vous décrire les vêtements et accessoires portés ? Comment les qualifieriez-vous : simples, extravagants, pratiques, colorés, chers, à la mode ? Arriveriez-vous à estimer l'époque de cette tenue ?

> Cette gravure est extraite d'une revue, quel en est le sujet principal d'après vous ? Pouvez-vous trouver sur le cartel de l'image le nom de celle-ci ?



2 LE BON TON - JOURNAL DES MODES

Taille douce extraite de la revue éditée le 15 octobre 1839 | Coll. MIE, Épinal

L'IMAGE EN QUESTIONS

> Selon le titre et les informations lisibles, de quelle revue est extraite cette image ? En quelle année a-t-elle été éditée ? D'après vous, n'existe-t-il à cette époque qu'un seul magazine de mode en kiosque ?

> Si nous comparons cette planche du 19^e siècle avec celle de la fin du 18^e siècle précédemment étudiée, le style des vêtements présentés a-t-il changé ? Décrivez à présent ces tenues à la pointe de la mode...

> À quoi correspondent les noms et adresses en bas de page ? Pourquoi les mentionner ?

> Selon vous, y avait-il beaucoup de planches gravées à l'intérieur des revues spécialisées ou étaient-elles limitées car onéreuses à produire ?



3 JOURNAL DES DEMOISELLES

Chromotypographie extraite de la revue éditée en août 1864 | Coll. MIE, Épinal

L'IMAGE EN QUESTIONS

- > Qui peuvent être les lecteurs des revues de mode ? Est-ce que toutes les femmes de l'époque achètent ce type de revue ? Malgré leur faible coût, étaient-elles publiées pour tout le monde ou une certaine bourgeoisie ?
- > Quels indices sur l'image nous indiquent que cette revue cible également les jeunes filles ? (titre, âges représentés) Quel semble être le lien qui unit ces trois personnes ? (famille)
- > À votre avis, quels sujets aborde le *Journal des demoiselles* à part la mode ?
- > Pour quelles raisons les jeunes filles de l'époque achètent-elles ces revues ? À quoi les préparent-elles, qu'apprennent-elles ?
- > Existe-t-il encore aujourd'hui des revues spécialisées dans la mode ou des équivalents sur le web ?

REVUE DE PRESSE

GALERIE DES MODES (1778 - 1787)

Lancée en 1778 par Jacques Esnault et Michel Rapilly, éditeurs de la rue Saint-Jacques à Paris, la *Galerie des modes et costumes français dessinés d'après nature* se présente d'abord sous la forme de cahiers de six estampes, plus tard réunis en volumes. Pour la première fois, un journal est entièrement consacré à la mode. Plus de quatre-cents planches sont ainsi gravées à l'eau-forte et au burin jusqu'à l'arrêt de la publication en 1787. On compte parmi les principaux contributeurs les dessinateurs Claude-Louis Desrais (1746-1816), Pierre-Thomas Le Clerc (1740 ?-1799) ou encore Watteau de Lille (1758-1823), et comme graveurs Nicolas Dupin, Étienne-Claude Voysard (1746-1807), Le Bas...

CABINET DES MODES (1785 - 1786)

Inspiré du *Lady's Magazine* anglais (publié dès 1770), le *Cabinet des modes* fait son apparition en novembre 1785. Moins chère que la *Galerie*, cette publication est cette fois véritablement un périodique. Rebaptisée le *Magasin de modes nouvelles, françaises et anglaises* - la bonne société française s'est entichée de la mode anglaise dans la seconde moitié du 18^e siècle -, elle paraît tous les dix jours et contient à chaque fois trois élégantes gravures en taille-douce « enluminées ».

JOURNAL DES DAMES ET DES MODES (1797 - 1839)

En 1797, paraissent *Le Journal des dames* dont les huit pages sont destinées aux "jolies femmes de Paris et des départements", ainsi que *Le Journal des modes et des nouveautés*, lesquels fusionneront sous le titre du *Journal des dames et des modes*. Pierre de La Mésangère, prêtre reconverti suite à la Révolution, en devient le directeur en 1799. Avec quarante-deux ans d'existence, la longévité de ce journal est exceptionnelle pour l'époque. C'est véritablement lui qui dicte les modes en s'appuyant sur des gravures colorées et détaillées que de nombreux journaux en Europe copient. Il cesse de paraître en 1839.

LE BON TON (1834 - 1874)

Le Bon Ton paraît tous les cinq jours, proposant à chaque numéro une gravure en couleur. *Le Bon Ton, Journal des Modes (Paris)* était un magazine de mode hebdomadaire très performant, fondé par un ancien coiffeur, Louis-Joseph Mariton, qui fut ensuite propriétaire de huit autres magazines. Il employait les meilleurs dessinateurs de mode et nombre de ses planches ont été rééditées dans le *Blackwood's Lady's Magazine*.

JOURNAL DES DEMOISELLES (1833-1922)

Fondé en février 1833 par Madame Fouqueau de Pussy, le *Journal des Demoiselles* paraît jusqu'en 1864 en deux versions : l'une illustrée, l'autre non. En 1865, il se développe ensuite en plusieurs éditions aux périodicités différentes : mensuelle, bimensuelle et hebdomadaire. En 1869, le journal absorbe le *Petit courrier des dames*, en 1902, *La jeune fille* puis en 1913, *La Lecture*. Ces multiples fusions permettent aux éditeurs de faire perdurer la revue jusqu'en 1922.

MAGASIN DES DEMOISELLES (1844-1896)

Les éditeurs de cette revue parisienne, mensuelle puis bimensuelle, définissent ainsi leur objectif :

"Nous voulons être à la fois un journal et une encyclopédie pleine de morale et d'instruction, qui restera dans toutes les bibliothèques [...].

C'est en rendant l'instruction attrayante, la morale douce et puissante, c'est en nous occupant avec soin de tout ce qui peut intéresser les jeunes filles et les aider dans leurs studieux efforts [...] que nous deviendrons l'ami de toutes les maisons : c'est le but que nous nous sommes proposé, c'est notre plus chère espérance" (n°1. octobre 1844)

SUPPLÉMENT

EN KIOSQUE

Aujourd'hui encore, de nombreuses publications sur la mode occupent les rayonnages des buralistes : *Grazia*, *Vogue*, *Elle*, *Femme actuelle*, *Marie-France*, *Madame Figaro*... Les recettes de ces magazines sont identiques aux revues d'antan : les articles sur la haute-couture et les tendances cotoient toujours des pages dédiées à la vie quotidienne et des rubriques "santé" ou "do it yourself".

Si ces principales références restent dédiées à un lectorat féminin, on voit apparaître depuis quelques années des titres d'un autre genre tel que *Dandy*, *Monsieur*, *Grazia Homme*, *GQ* et *Lui*.

La presse masculine revoit en effet sa ligne éditoriale et intègre de plus en plus d'articles sur le sujet.

Certaines publications en font même leur spécialité, telle *L'Étiquette!* ou *Vogue Hommes*. Peu de titres en revanche semblent parfaitement unisexes alors même que la mode actuelle se veut plus inclusive...



PISTES D'ACTIVITÉS

Dès leur conception, les magazines définissent leurs objectifs : quels seront les sujets abordés, quel en sera le public cible ? Ils adaptent en fonction le fond et la forme de leur contenu.

> Demandez à votre groupe de comparer des magazines (web ou papier) et d'étudier la couverture et/ou les pages intérieures. De quoi parlent-ils et à qui sont-ils destinés ? Le thème et le public cible semblent-ils avoir une influence sur leur esthétique et la pub' insérée ?

> Proposez ensuite à chacun de composer une double page de magazine qui tient compte de ses goûts personnels : choix des sujets, place de l'image, taille du texte, coloris, mise en page... pour créer une revue plus que personnalisée !

CRINOLINES & FRANFRELUCHES

influenceuse mode / respect de l'étiquette /
méthamorphose de la silhouette / satire du carcan

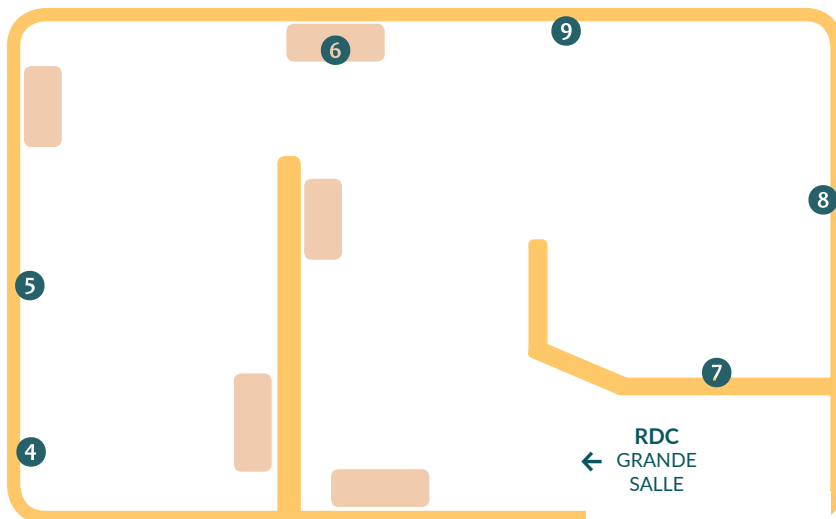
SUJETS À LA UNE

4 Eugénie de Montijo, épouse de Napoléon III, est l'égérie de son temps. Ses toilettes dictent la mode à la cour, copiées ensuite par la haute bourgeoisie. Ses détracteurs la disent frivole et la surnomme la "Fée chiffon".

Eugénie, quant à elle, parle de ses "toilettes politiques" : en pleine révolution industrielle, la mode va en effet jouer un rôle important dans le développement économique de la France en faisant appel à l'industrie de la dentelle, de la soie, du velours... Ce soutien volontariste transparait dans les dizaines de mètres de tissus et rubans nécessaires à ses toilettes.

5 Durant le Second Empire (1852-1870), la bourgeoisie considère l'habit comme un moyen de se distinguer du peuple, d'affirmer sa respectabilité et sa richesse ! Chaque dîner ou loisir mondain est, pour cette nouvelle classe dirigeante, l'occasion pour les femmes de se parer somptueusement.

Dans l'image *La Vie élégante à Paris*, on observe ainsi différentes tenues, une pour chaque situation. En effet, les choix vestimentaires doivent être en adéquation avec l'activité menée mais aussi l'usage, d'où l'importance du moment de la toilette en deuxième vignette : que vais-je (ou dois-je) porter aujourd'hui pour respecter l'étiquette et être à la pointe de la mode ?



6 7 Les cartes-de-visite photographiques et les "poupées à habiller" se font également les témoins de la mode de la fin du 19^e siècle. Sur les photos, les femmes de la haute société prennent de gracieuses poses et mettent l'accent sur leur toilette. Les images destinées aux enfants nous dévoilent les dessous des tenues et la nécessaire superposition de vêtements...

À cette époque, la mode est en effet aux jupes volumineuses ! Pour augmenter toujours plus leur ampleur et supporter leur poids, les dames abandonnent les lourds jupons et utilisent dès les années 1850 des crinolines-cage, fabriquées à partir de côtes et de fanons de baleine. À l'approche du 20^e siècle, la crinoline laisse sa place à la tournure (structure projetant uniquement à l'arrière toute l'amplitude de la robe). Associée au pouf, elle accentue la cambrure des reins. Les silhouettes féminines prennent presque la forme d'une chaise ! Jusqu'où ira-t-on pour suivre la tendance ?

8 On peut se demander d'ailleurs si les lectrices de la *Mode illustrée* sont prêtes à tout pour suivre les goûts d'une société qui les relègue au rang d'épouse vitrine. Sont-elles épanouies dans leur robe étouffante ou (comme dirait Mc Solaar) sont-elles des "victimes de la mode" ?

9 L'imagerie populaire n'hésite pas à épinglez ces excès. La crinoline est un sujet de 1^{er} choix et la cible de l'image *La crinomanie*. Cet accessoire des plus encombrants n'est malheureusement pas la seule contrainte vestimentaire de l'époque...

10 (cf. plan p17) Dessous emblématique de la haute société du 19^e siècle, le corset entrave lui aussi les femmes. Utilisé dès l'enfance pour affiner leur taille, il mutile les chairs et déforme les squelettes. Critiqué parfois (comme nous le prouve la citation choisie), il demeure une pièce maîtresse de l'habillement féminin. Il faudra attendre 1914 et le rôle actif demandé aux femmes en temps de guerre pour voir la gaine, plus souple, se substituer à ce carcan.



L'IMAGE EN QUESTIONS

- > Connaissez-vous cette personnalité historique ? Quel peut être son titre (son "métier" ?) au cours du 2nd Empire ?
- > Pouvez-vous décrire ses habits et ses accessoires ? Sont-ils nombreux ? Sont-ils tous faits de la même matière ? Dans quel pays ont-ils été fabriqués à votre avis ?
- > Que valorise l'Impératrice en portant tant de soieries, de broderies et d'étoffes françaises ?
- > Ses choix vestimentaires influencent-ils la façon dont s'habille la Cour mais aussi la bourgeoisie de l'époque ? Pensez-vous que les dames aisées veulent lui ressembler ?
- > Existe-t-il encore aujourd'hui des personnalités qui, en portant certains vêtements, influencent la mode ? Avez-vous des exemples ?

4 L'IMPÉRATRICE EUGÉNIE

Lithographie coloriée au pochoir éditée vers 1870 par Pellerin, Épinal | Coll. MIE, Épinal



5 LA VIE ÉLÉGANTE À PARIS N°5

Lithographie éditée entre 1860 et 1869 par F. Wenzel, Wissembourg | Coll. MIE, Épinal

L'IMAGE EN QUESTIONS

> À quelle époque et dans quel(s) lieu(x) situez-vous ces scènes ?

> Que représente chaque vignette ?
Comment qualifieriez-vous l'ensemble de ces activités ?

> Ces loisirs sont-ils représentatifs de la vie de toute la population ou d'une seule catégorie sociale ? Si oui, laquelle ?

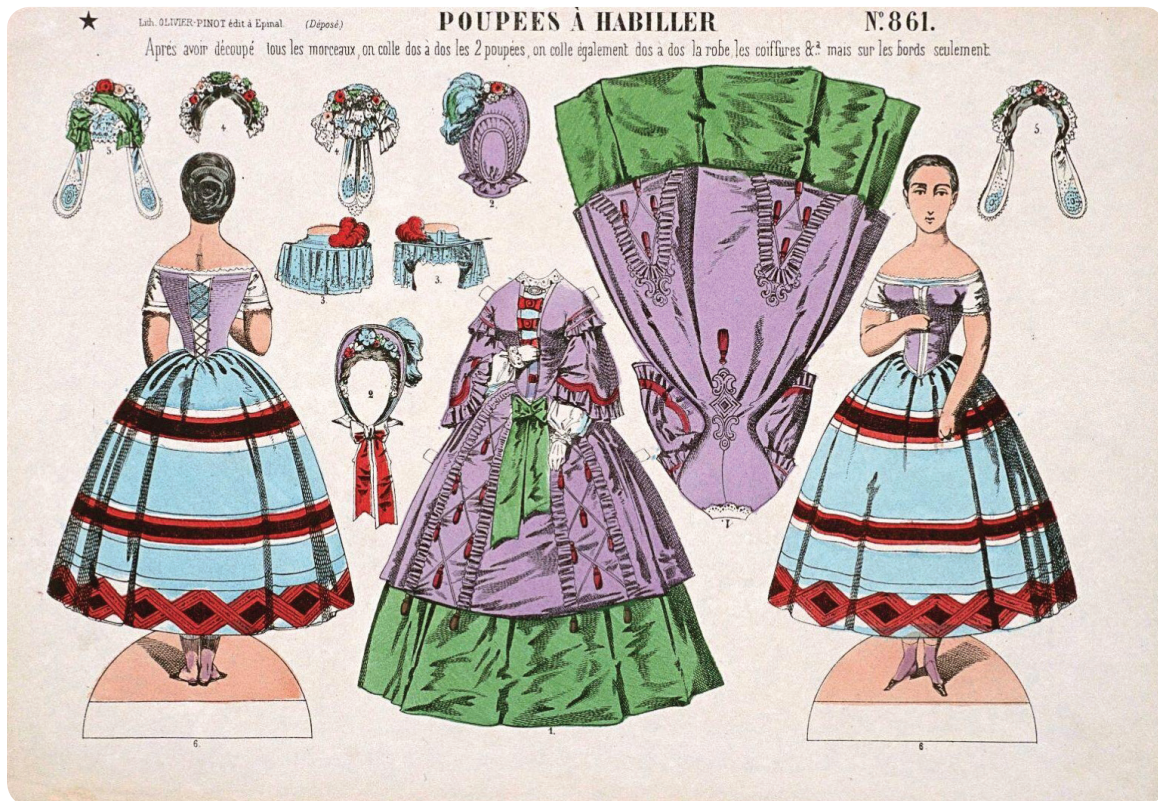
> Pour s'y adonner, les femmes sont-elles toujours vêtues de la même façon ?
Par quels termes pourriez-vous décrire leur tenues ?

> Que nous apprennent les vêtements sur la société bourgeoise de l'époque ? (respect des usages, démonstration des richesses...)



6 PORTRAITS DE FEMMES

Tirages sur papier albuminé. 3^e quart du 19^e siècle. Photographes divers (cf. cartel) | Coll. musée N. Niépce, Chalon-sur-Saône



7 POUPEES À HABILLER

Lithographie éditée en 1875 par Olivier-Pinot, Épinal | Coll. MUDAAC, dépôt MIE, Épinal

L'IMAGE EN QUESTIONS

> Ces images sont-elles des gravures ou des photographies ? Qu'est-ce qui est mis en avant dans ces images : la personnalité de la femme ou ses vêtements ? Sa tenue a-t-elle été choisie au hasard ? Semble-t-elle heureuse de la porter ?

> Et vous, le jour de la photo de classe ou quand vous devez faire une photo de profil, faites-vous attention à votre apparence ? Choisissez-vous vos habits : plutôt par hasard, parce que vous êtes à l'aise avec ou car ils sont à la mode ?

> Que nous racontent ces photographies et ces images imprimées sur la mode de la fin du 19^e siècle ? Décrivez les silhouettes présentées...

> D'après vous, quelles astuces sont utilisées pour atteindre un tel volume de robe ?



9 LA CRINOLOMANIE

Lithographie éditée en 1857 par Jules Verronnais, Metz | Coll. MIE, Épinal

« Madame se cramponne à la cheminée, retient sa respiration (...) et fait mouiller le lacet pour obtenir une suprême contraction.

À ce moment, les côtes de Madame se sont croisées, les hanches révoltées de Madame rebondissent en bourrelets sous la bordure de peluche et la figure de Madame est violacée. Mais elle est bien heureuse ! Elle ne pourra ni s'asseoir, ni se baisser, ni rire, mais elle aura la plus fine taille de la société. »

10 CONSIDÉRATIONS SUR LE CORSET

Citation de Henri de Montaut extraite de *La vie parisienne*, 19 avril 1879.

L'IMAGE EN QUESTIONS

> Quel accessoire vestimentaire est moqué sur l'image ? À quoi sert-il à l'origine ? Semble-t-il aisé de marcher avec une crinolîne ?

> Quels semblent en être les autres désavantages si l'on se fie aux différentes situations illustrées ?

> Pensez-vous que cet accessoire est alors : ridicule, dangereux ou indispensable pour suivre la tendance ?

> Connaissez-vous d'autres pièces vestimentaires qui contraignent autant le corps féminin ? Que comprenez-vous de la citation choisie ?

> Pensez-vous qu'il faille souffrir pour être belle/beau ? Et subir la mode ?

REVUE DE PRESSE

L'IMAGERIE POPULAIRE

Ce terme désigne l'ensemble des images imprimées entre le 16^e et le 20^e s. par des entreprises, appelées centres imagiers ou imageries.

Ces images étaient éditées en des milliers d'exemplaires grâce à des techniques d'impression telles que la gravure sur bois ou la lithographie.

Coûtant l'équivalent de quelques euros à peine, les images populaires servaient à décorer les maisons mais aussi à s'informer, s'instruire et à se divertir ! Les imageries éditaient régulièrement des nouvelles images pour suivre les goûts de leur clientèle et les modes de chaque époque.

LA CARTE DE VISITE PHOTOGRAPHIQUE

Dévoilée au monde en 1839 par Daguerre et Arago, la photographie (née des expérimentations de Nicéphore Niépce) est rapidement considérée comme une rivale de la gravure et de l'art en général. Elle reste pendant quelques décennies une technique réservée aux amateurs aisés et férus de chimie. Toutefois, de rapides progrès techniques vont rendre le procédé plus abordable.

En 1854, Eugène Disdéri (1819-1889) crée la carte-de-visite photographique contrecollée sur carton et destinée à être échangée, collectionnée dans des albums pour les portraits de célébrités. Les portraits-cartes s'installent ensuite progressivement au sein des studios photographiques en plein essor et deviennent un produit prisé par la haute société.

LA MODE ILLUSTRÉE (1860-1937)

"L'élégance à la portée des fortunes les plus modestes, la dépense de l'abonnement (étant) transformée en économie productrice", telle est la devise de ce journal qui paraît pour la première fois le 1^{er} janvier 1860, sous l'égide de l'éditeur Firmin-Didot et d'Emeline Raymond, rédactrice. On y retrouve les habituelles rubriques culturelles, les romans feuilletons, le compte-rendu des réceptions impériales et divers menus et conseils participant à l'économie domestique.

Cette publication innove par son format plus grand. Elle paraît sous diverses formules pour s'adapter à tous les budgets : l'édition la moins chère ne présente aucune gravure colorisée. Sa présentation évolue avec l'introduction progressive de la photographie en couverture. La revue disparaît en 1937.



8 LA MODE ILLUSTRÉE

Chromotypographie extraite de la revue éditée en 1876 | Coll. MIE, Épinal

SUPPLÉMENT

CHRONOLOGIE DE MODE



Au 18^e siècle, pour se distinguer du peuple, les dames de la cour se parent de somptueuses robes à la française.



Dans les années 20, éprises de mouvements, les femmes simplifient leur garde-robe. Tout est plus droit, plus court.



Durant les années 70, les femmes revendiquent leur liberté et portent aussi bien des "pattes d'éléphant" que des mini-robes à paillettes.



Sous Napoléon I^{er}, la taille est haute et marquée d'un ruban. Les étoffes sont légères, les lignes sont droites, les couleurs pales.



Vers 1945, au sortir de la guerre, les habits féminins sont confectionnés à partir de costumes d'hommes.



En 1980, les jeunes portent des matières synthétiques, des tissus fluos, des habits amples... Le tout superposé !



Vers 1850, la femme bourgeoise se comprime dans un corset, regonfle ses jupes et use largement des matières précieuses...



Au tournant des années 50, les vêtements soulignent la taille et moulent le buste. Luxe d'après-guerre, les jupes sont amples et évasées...



Au fil des années 90, différents "clans" se forment et avec, toute une palette de styles : extravagants, sportswears, lolitas...



Au début du 20^e s., les femmes, vues de profil, ressemblent à des "S" ! Ombrelles, éventails, chapeaux... les accessoires sont à l'honneur.



C'est au cours des sixties qu'apparaît la mini-jupe de la styliste Marie Quant. Les vêtements courts et colorés sont accessorisés de bracelets sur-dimensionnés.



Aujourd'hui, au 21^e siècle, alors que l'industrie textile et celle du prêt-à-porter inondent le marché, il est de plus en plus difficile de cerner la mode du moment...

PISTES D'ACTIVITÉS

Depuis toujours, des femmes célèbres montrent les tendances à suivre : l'impératrice Eugénie sous le 2nd Empire, Coco Chanel dès les années 20... Les Spice Girls en 1990 ?

> Proposez alors à votre groupe d'associer à chaque étape de la chronologie définie ci-dessus, une personnalité qui, selon lui, a influencé fortement la mode.

> Poursuivez la recherche en tentant de décrire (et/ou dessiner) la mode d'aujourd'hui et de définir qui en sont les influenceurs... À ce sujet, sont-ce toujours des personnalités politiques ou artistiques ?

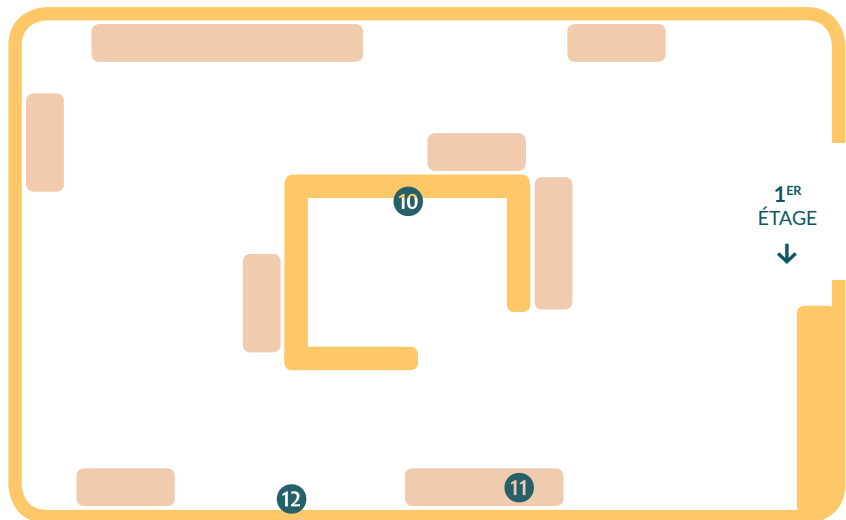
LES GRANDS MAGASINS

standardisation du vêtement / consommation /
nouveaux lieux de vente / publicité des produits

SUJETS À LA UNE

11 Jusqu'au 18^e siècle, la femme de qualité choisit elle-même les tissus qu'elle confie ensuite à un(e) couturier(e) pour une confection sur-mesure. Quelques temps avant la Révolution, les "magasins de nouveautés" font leur apparition.

L'image populaire *Maison Lucien Dreyfus* met en avant l'un d'entre eux. Au centre de la planche, un encart précise le nom, l'adresse et la liste des produits de la boutique, une boutique désignée comme la plus ancienne maison de nouveautés ! Ce drôle d'oxymore est peut-être une manière de rassurer les consommateurs frileux à l'idée de modifier leur mode de consommation... Sur le pourtour, le lecteur y découvre également l'histoire de deux dames faisant du lèche-vitrine. L'une d'elles semble être une cliente convaincue de la boutique et présente à la seconde tous les produits de qualité que l'on peut y trouver. Si l'image reprend la forme d'une historiette à vignettes (composition connue de ses contemporains), il s'agit bien d'une réclame scénarisée, presque d'un spot publicitaire avant l'heure... En effet, la fidèle cliente, tel un VRP, y développe un argumentaire bien rodé. Dans ce nouveau type de commerce désormais : les prix sont fixes, réduits grâce à l'industrialisation et la



production de vêtements standardisés, le choix est élargi. La seconde dame se laisse séduire au point d'acquiescer des rideaux dont elle n'avait pas besoin. L'envie d'achat prévaut sur la nécessité. L'ère de la consommation de masse approche et touche toutes les générations... En effet, dans la dernière vignette, une fillette interpelle sa mère. Elle aussi veut des habits tout neufs !

12 Les grands magasins du 19^e siècle sont les héritiers de ces magasins de nouveauté. En 1852, Aristide Boucicaut fonde à Paris *Au Bon Marché* qui inspirera à Émile Zola son roman *Au Bonheur des dames*.

En quelques années, les boulevards de la capitale se couvrent de ces "cathédrales du commerce moderne", étalant leurs marchandises sur des milliers de mètres carrés : *Au Printemps*,

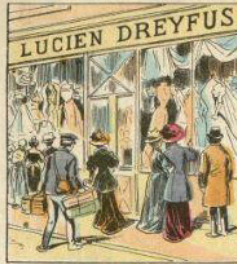
À *La Samaritaine* ou encore, *Aux phares de la Bastille* dont l'image choisie fait la publicité. On y voit d'élégantes femmes mises en scène à proximité de cette nouvelle enseigne : une dame au loin fait du vélo. Au premier plan, deux amies discutent, peut-être des dernières tendances. Ce magasin se veut être à destination des femmes modernes, friandes d'une mode accessible. Là encore, les prix fixes sont affichés en bonne place dans la composition.

Les grands magasins s'appuient sur la réclame mais aussi sur les catalogues de produits pour s'assurer une clientèle fournie et variée. L'imagerie Pellerin à Épinal édite nombre de ces planches publicitaires, un même modèle pouvant être adapté à différentes enseignes parisiennes ou de province...

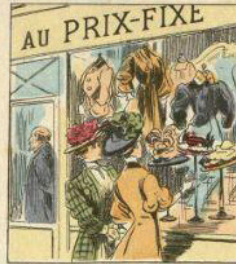
Rue Léopold-Bourg, 9 et 11
ÉPINAL

Maison **LUCIEN DREYFUS** (PRIX-FIXE)

9 et 11, Rue Léopold-Bourg
ÉPINAL



Tiens! Tiens!
les **Nouveautés d'Été**
sont déjà exposées.
Vraiment comme cette Maison
expose de jolies choses.



Oui, ma chère, à l'heure actuelle,
c'est la plus ancienne
Maison de Nouveautés d'Épinal
et celle qui a, par conséquent,
la plus ancienne clientèle.



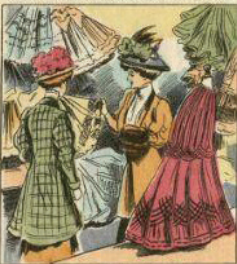
Son grand avantage aussi est
qu'elle vend à
PRIX FIXE
on n'a pas
besoin de marchander.



Eh bien, ma chère,
ceci me décide, car on est sûr
de ne pas acheter
des marchandises surfaites.
J'entre, venez-vous?



Oh! oh! il y a de jolis *peignoirs*,
des *matinées* superbes
et j'aperçois des *corsages*
splendides en beau coton **1,95**



Et ces superbes *jupons*.
Voyez-vous, ma chère, j'adore
le modèle il est
en *moirette* à **4,90** superbe.

9 & 11
RUE LÉOPOLD-BOURG
- ÉPINAL -

AU PRIX-FIXE

9 & 11
RUE LÉOPOLD-BOURG
- ÉPINAL -

LUCIEN DREYFUS

Par suite de la disparition successive des plus
vieilles Maisons de Nouveautés, la

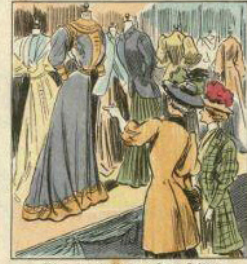
Maison LUCIEN DREYFUS
reste la plus ancienne.

S'étant toujours efforcée de bien servir ses clients,
elle engage toutes les personnes, dont les fournis-
seurs ont disparu, à s'approvisionner chez elle;
certaine de leur donner satisfaction sous tous les
rapports.

Elle a un **CHOIX CONSIDÉRABLE** des articles suivants :

LAINAGES en LAINE MOHAIR
noir et couleurs
TISSUS pour
ROBES de MARIÉES
LAINAGES FANTAISIE
en tous genres
DRAPERIES - TOILE - NAPPAGES
RIDEAUX - GUIPURES

VÊTEMENTS sur MESURES
pour HOMMES
CONFECTIONS POUR DAMES
COUTIL LIT
COUTIL AMEUBLEMENT
Très Grand Rayon de CORSETS
Jupes, Matinées, Corsages, etc.



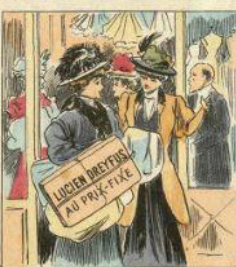
Oh! les jolies *robes* faites
avec les *tissus de nouveautés*
que nous venons d'admirer,
et puis vrai, ce n'est pas cher
il y a des *COSTUMES TOUT FAITS*, à **29**



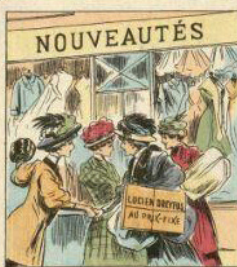
Ces jolis *rideaux* me décident
à changer mes anciens.
J'en achète une paire
très jolie, à **1,95**



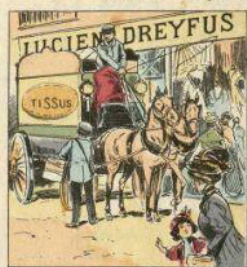
Comme c'est dommage
d'être déjà mariée,
je me serais offert
cette *magnifique robe* de **29**



En somme, voilà une maison
joliment montée. Vous avez vu le
MAGNIFIQUE CHOIX D'ETOFFES
dans tous les rayons.



Eh bien, ma chère, je vous sais
un gré infini
de m'avoir fait visiter cette Maison
j'y reviendrai certainement.



Ce qui prouve
qu'il faut toujours acheter
dans les Maisons
anciennes et bien connues.

11 PUBLICITÉ POUR LA MAISON LUCIEN DREYFUS

Lithographie coloriée au pochoir éditée vers 1900 par Pellerin et Cie, Épinal | Coll. MIE, Épinal

L'IMAGE EN QUESTIONS

- > Quelle enseigne est mise en avant dans cette image ? Que peut-on y acheter ? Où se situe-t-elle ?
- > Selon vous, a-t-on toujours acheté nos vêtements dans de telles boutiques ?

- > En découvrant l'historiette, de quel sujet les deux dames discutent-elles ? Laquelle semble mener l'échange ? Connait-elle bien la boutique et ses produits ? Par quels termes les décrit-elle ? Son argumentaire convainc-il son amie ?

- > Selon vous, pourquoi avoir inventé cette histoire ? Quelle est la fonction de cette image ?
- > Que nous montre-t-elle sur la façon de consommer de l'époque ? Cette dernière est-elle toujours identique aujourd'hui ?



12 AUX PHARES DE LA BASTILLE

Chromolithographie éditée entre 1897 et 1903 par P. Dupont, Paris | Coll. Dutailly, Ville de Chaumont / le Signe, centre national du graphisme.

L'IMAGE EN QUESTIONS

> Au moment de son édition, où pouvait-on voir cette affiche publicitaire ? À qui était-elle destinée ?

> Qui sont les personnages mis en scène ? Que font-ils d'après vous ?

> Quelle enseigne est mise en avant ? Où se situe-t-elle ?

> Le magasin semble-t-il petit ou gigantesque ? Que peut-on y acheter apparemment ? Quels peuvent être les autres rayons présents dans le magasin ?

> Quel est l'équivalent des grands magasins de nos jours ? Connaissez-vous des noms d'enseignes où l'on trouve de tout dont un rayon dédié à la mode ?

SUPPLÉMENT

SONDAGE "FASHION VICTIM"

Au départ, l'habit sert surtout à nous protéger. Aujourd'hui, il a bien d'autres fonctions et nous n'entretenons pas tous la même relation avec les vêtements. Voici trois questions pour lancer une discussion sur nos façons de "consommer" la mode.

POURQUOI S'HABILLE-T-ON ?

- Pour montrer qui nous sommes
- Pour nous rendre encore plus beaux
- Parce que c'est la loi...

TU PRÉFÈRES PORTER (ACHETER) DES VÊTEMENTS...

- ... de tes formes et couleurs préférées
- ... de marques célèbres
- ... très pratiques pour pouvoir bouger
- ... respectueux de la planète et durables

SUIVRE LA MODE, C'EST ...

- ... important pour se faire des amis
- ... dommage car on perd sa personnalité
- ... amusant car elle change tout le temps
- ... nul ! Ce sont des achats inutiles

PISTES D'ACTIVITÉS

Si la mode est, selon beaucoup, un éternel recommencement, tous les styles vestimentaires n'ont pas survécu au temps... mais la publicité sait nous séduire et recréer le besoin !

> Proposez alors aux membres de votre groupe de trouver dans les placards familiaux, les magazines anciens ou sur internet, un vêtement démodé qu'ils trouvent affreux et ce, sans leur préciser le but.

> Demandez-leur ensuite de créer une publicité (affiche, historiette, saynète, vidéo...) mettant en valeur l'habit et expliquant en quoi il sera bientôt à la pointe de la mode... Un slogan accrocheur sera le bienvenu !

LA MODE POUR TOUS

démocratisation de la presse / photographie /
confection textile

SUJETS À LA UNE

Pour aborder la suite de l'exposition et les multiples revues de modes exposées. Voici des pistes de questionnements accompagnés, comme toujours, de quelques clés de lecture !

> Combien y a-t-il de revues différentes exposées dans la vitrine plate ? Quel mot ont-elles en commun dans leur titre ? Et si vous deviez inventer une nouvelle revue de mode, comment la nommeriez-vous pour vous démarquer de la concurrence ?

La fin du 19^e siècle est marquée par l'essor de la presse dont la presse féminine. Au 20^e siècle, le nombre de revues éditées se démultiplient. Si chacune tente de se démarquer des autres, toutes parlent de mode !

> Les images de mode de *La Gazette du Bon Ton* ressemblent-elles beaucoup à celles du siècle passé ? Expliquez les différences que vous percevez...

Au tournant du 20^e s., les vêtements féminins se simplifient, les formes se font fluides, les drapés plus flous et les jupes raccourcissent. Les revues de mode collaborent avec de grands créateurs. Des artistes modernes signent également les planches illustrées des revues, des images inspirées des lignes simplifiées et géométriques du courant art déco.



PHOTOGRAPHIE À VENIR (VITRINE PLATE)



PHOTOGRAPHIE À VENIR (MUR DE LA GAZETTE DU BON TON)

> En regardant la vitrine dédiée au *Petit Écho de la mode*, trouvez-vous que les papiers soient très épais ? Pensez-vous que cette revue était onéreuse, populaire ?

Au 20^e siècle, la presse féminine devient plus accessible. Certaines revues existent même en différentes formules, plus ou moins illustrées, pour s'adapter à tous les budgets. Ce sera la clef du succès du *Petit Écho de la Mode*. En 1900, il était tiré en 300 000 exemplaires. En 1950, il dépasse le million et demi !



PHOTOGRAPHIE À VENIR (MUR ÉCHO DE LA MODE)

> En regardant les différents exemplaires de la revue *Le jardin des modes*, quel technique est utilisée pour illustrer les couvertures ?

Dans les années 1930, les couvertures de magazines se parent de photographies. Les gravures des pages intérieures seront elles aussi progressivement remplacées par cette technique (apparue pourtant depuis un siècle mais dont l'engouement est nouveau). Des agences photographiques fleurissent alors pour alimenter la demande croissante d'illustrations pour la presse...



PHOTOGRAPHIE À VENIR (MUR JARDINS DES MODES)

> Qu'est-ce qui participe selon vous au fait qu'une image de mode soit belle et nous donne envie de porter la tenue ? Est-ce seulement l'habit présenté ou d'autres éléments peuvent entrer en compte ?

Choix et posture des modèles, cadrage et angle de vue, décor et mise en scène, éclairage... La photographie de mode devient un art à part entière !

Les lectrices des revues cherchent à ressembler aux mannequins de papier glacé en portant des tenues similaires.



PHOTOGRAPHIE À VENIR (VITRINE PLATE HARPER'S BAZAAR)

> Dans *Modes et travaux*, chaque numéro comprend plusieurs pages de "patrons". Savez-vous de quoi il s'agit et à quoi cela sert ?

Malgré l'apparition des grands magasins et l'industrialisation textile, la majorité des vêtements restent confectionnés chez soi ou commandés auprès d'une couturière. Les revues féminines sont alors des aides précieuses pour imiter les tenues des grands couturiers. Ce n'est qu'au lendemain de la Seconde Guerre mondiale qu'apparaîtra le prêt-à-porter !



PHOTOGRAPHIE À VENIR (MUR MODES & TRAVAUX)

REVUE DE PRESSE

GAZETTE DU BON TON (1912-1925)

L'éditeur Lucien Vogel fait le constat de la piètre qualité des magazines de mode. Il lance alors en 1912 *La Gazette du Bon Ton*. Pour enrichir sa revue, Vogel engage de jeunes illustrateurs et sollicite les meilleures plumes pour parler de la mode. Il collabore enfin avec les grands couturiers de son temps : Lanvin, Poiret, Worth, Doucet... Publiée jusqu'en 1925, *La Gazette du Bon Ton* est une revue luxueuse dédiée à une clientèle aisée et mise à disposition dans les salons des grands couturiers.



GAZETTE DU BON TON
Planche "Bonjour". 1921.
Lithographie coloriée au pochoir
Coll. privée

LE PETIT ÉCHO DE LA MODE (1879-1990)

Lancé en 1879, son prix modique le destine à un lectorat populaire. Sous-titré "Journal de la famille", il conseille les femmes dans leur quotidien. Des leçons de couture y sont intégrées et des patrons-modèles s'ajoutent en 1893. Tiré à 1,5 millions d'exemplaires en 1950, il est présent dans tous les foyers français. Devenu *L'Écho de la Mode*, il fusionnera en 1977 avec *Femmes d'aujourd'hui* avant de disparaître en 1990, soit une remarquable longévité !



LE PETIT ÉCHO DE LA MODE
Couverture. 25 juillet 1937
Chromotypographie | Coll. BMI, Épinal

LE JARDIN DES MODES (1920-1997)

En parallèle de la *Gazette du Bon Ton*, Lucien Vogel lance en 1920 une "formule nouvelle et à l'image de l'époque, un magazine de luxe, réellement pratique". *Le Jardin des Modes* (intitulé tout d'abord *L'illustration des modes*) réaffirme l'intérêt de Vogel pour la mode. Alliant modernité et tradition, la revue illustre ses articles de lithographies colorées mais aussi de photographies. Moins populaire que *Le Petit Echo de la mode*, mais moins élitiste que *La Gazette du bon ton*, la revue met en avant une femme moderne, jeune et sportive.



LA JARDIN DES MODES
Couverture. 1^{er} février 1937
Héliogravure | Coll. privée

MODES ET TRAVAUX (1919-)

Fils d'une mercière, Edouard Boucherit lance en 1919 cet hebdomadaire résolument pratique, destiné aux femmes souhaitant réaliser elles-mêmes les vêtements de leur famille. La revue privilégie le dessin et la gravure pour distiller de nombreux conseils techniques. Chaque numéro propose des travaux d'aiguilles permettant aux jeunes filles d'habiller leurs poupées et des patrons détaillés destinés à la confection de "vrais" habits ! *Modes et travaux* reste, encore aujourd'hui, une revue à succès.



MODES ET TRAVAUX
Couverture. 15 mai 1931
Héliogravure | Coll. privée

MARIE CLAIRE (1937-)

Marie Claire est lancée en 1937 par l'industriel du textile Jacques Prouvost. Elle s'inspire largement des magazines américains, tant dans la mise en page dynamique que par l'usage intensif de la photographie et de référence au glamour des stars hollywoodiennes. Cette revue participe à la démocratisation de la mode en présentant les derniers modèles des couturiers. *Marie Claire* se veut populaire et, encore aujourd'hui, divertit et informe les femmes de son temps.



MARIE CLAIRE
Couverture. 1^{er} avril 1938
Héliogravure | Coll. BMI, Épinal

UNE VISITE AU MUSÉE

Les conditions d'accueil en quelques mots

LES RÈGLES DE VISITE

Les activités encadrées au musée ne nécessitent pas de préacquis particuliers. L'initiation aux thèmes d'exposition et à la lecture des images se fait au fil du parcours. Il semble par contre indispensable de sensibiliser votre groupe aux règles de visite dans un lieu d'exposition :

> NE RIEN TOUCHER

pour nous aider à préserver les œuvres

> CHUCHOTER ET NON CRIER

pour respecter la tranquillité de chacun

> PARLER CHACUN SON TOUR

pour que toutes les idées puissent être entendues

> ÉCOUTER LES GUIDES

pour profiter pleinement des activités proposées

Le jour de la visite, nous comptons sur votre implication pour veiller à la bonne tenue de votre groupe. Nous vous rappelons que :

- > Par mesure de conservation préventive, seul l'usage de crayons à papier est autorisé
- > Il est interdit de manger et de boire dans le musée
- > Les photographies sont autorisées en salles sans flash et sauf mention contraire sur les œuvres



LES INFORMATIONS PRATIQUES

HORAIRES DE VISITE

- > Du lundi au vendredi entre 9h30 et 12h et entre 14h et 18h. Selon disponibilité des médiateurs et sur réservation.

CONTACTS

- > 03 29 81 48 30 / musee.image@epinal.fr
- > aude.terver@epinal.fr (service des publics)

ACCÈS

- > 42 quai de Dogneville 88 000 Épinal
- > Parking bus et dépose-minute à l'entrée
- > Aire de pique-nique au port (à 2 min à pied)
- > Les espaces du musée sont entièrement accessibles aux personnes à mobilité réduite.

VESTIAIRES

Tout sac déposé dans les vestiaires (non surveillés) devra être vérifié par nos agents.

GUIDE PRATIQUE

- > Toutes les informations utiles et les formules de visite dans votre guide **UNE VISITE AU MUSÉE - MODE D'EMPLOI** en téléchargement sur le site internet : WWW.MUSEEDELIMAGE.FR

TARIFS GROUPE

Visite libre

0€ / enfant ou étudiant

5€ / adulte

Visite guidée

1€ / enfant ou étudiant

(gratuité pour les scolaires et étudiants d'Épinal, tous niveaux)

7€ / adulte

Visite guidée + atelier

tarif visite guidée + 1 € / participant
(gratuité complète pour les écoles primaires spinaliennes)

Pour toute demande d'utilisation de visuels à des fins pédagogiques,
s'adresser au centre de documentation.
Contact : marie.poulain@epinal.fr

Le contenu de ce dossier a été généré à partir des textes d'exposition
de Christelle ROCHETTE, commissaire de l'exposition. Sa conception et
mise en page ont été réalisées par Aude TERVER, chargée des publics.

L'affiche de l'exposition a été créée par Marie TEYSSIER, graphiste-
scénographe. © Musée de l'Image | Ville d'Épinal. 2024

