

Musée de l'image

Ville d'Épinal

Exposition

SUIVEZ-MOI JEUNE HOMME...
SUIVEZ-MOI JEUNE HOMME...

Images de mode
et presse féminine
(1850-1939)



ville
d'Épinal

la
ville
d'Épinal

Le
musée
de
l'image
ville
d'Épinal

DOSSIER PÉDAGOGIQUE / 2020

SUIVEZ-MOI JEUNE HOMME*

L'EXPOSITION EN QUELQUES MOTS

PRÉSENTATION DU PROJET

**DU 17 OCTOBRE 2020
AU 3 JANVIER 2021**

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, du rôle qui lui est assigné par une société jusque récemment très patriarcale.

Apparue dès la Renaissance, la gravure de mode connaît au 19^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.

Dans le même temps, la révolution industrielle permet aux usines textiles de produire davantage et plus vite, alimentant une demande croissante. Jamais la mode n'a évolué à un rythme si effréné que dans la seconde partie du siècle. Avec le Second Empire (1848-1870), la "simplicité" bourgeoise de la Monarchie de Juillet (1830-48) laisse place aux extravagances de la cour impériale. La grande bourgeoisie qui

prend les rênes du pouvoir sous la III^e République (1871) créera de nouveaux codes vestimentaires, transfigurant la silhouette féminine. Les revendications sociales des femmes se traduiront dès le début du 20^e siècle dans la libération des corps et des vêtements qui les couvrent, avant que la mode ne revienne à une ligne plus structurée à la veille de la Seconde Guerre mondiale.

À travers la gravure, la toute jeune photographie et la presse féminine, 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 4)

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.

**++ 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 leurs contenus 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**" (point sur les techniques d'impression et média de l'époque) mais aussi un "**supplément**" pour faire le lien avec l'actualité...



AFFICHE PARIS-MODE, VERS 1895

Chromolithographie de M. Réalier-Dumas
Coll. Dutailly - Ville de Chaumont / Le Signe,
centre national du graphisme © Le Signe -
Ville de Chaumont

* 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.

LE RESPECT DE L'ÉTIQUETTE

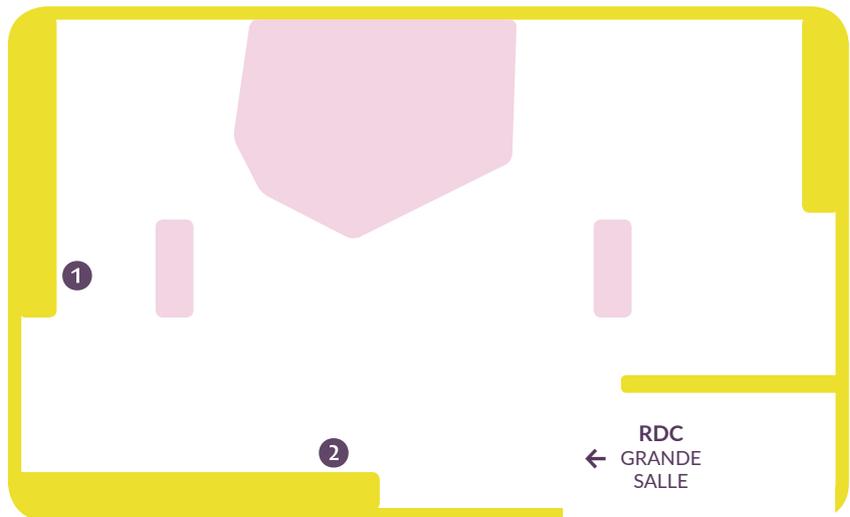
FONCTION VESTIMENTAIRE | ORGANISATION SOCIALE &
PLACE DE LA FEMME | ÉVOLUTION DE LA SILHOUETTE

SUJETS À LA UNE

1

Durant le Second Empire (1848-1870), la bourgeoisie considère l'habit comme un moyen de se distinguer du peuple, d'affirmer sa respectabilité. Chaque dîner ou loisir mondain est, pour cette nouvelle classe dirigeante, l'occasion de se parer de ses plus beaux atours.

Dans l'image *La Vie élégante à Paris*, (page 05) 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 ? À cette période, si les costumes masculins sont d'une stricte sobriété (hormis ceux de cérémonie), les tenues féminines bourgeoises se composent d'innombrables tissus et de multiples colifichets. Ainsi richement vêtues, les femmes affichent leur fortune (enfin, celle de leur mari). En parallèle, pour augmenter toujours plus l'ampleur des jupes et supporter leur poids, les dames utilisent des crinolines-cage. Avec ces cercles d'acier, leur démarche n'est plus entravée par les jupons (leurs prédécesseurs) mais l'encombrement est maximum voire dangereux. À cette époque, l'épouse docile n'a guère le choix que de supporter cette contrainte.



À l'approche du 20^e siècle, la mode évolue : la crinoline laisse sa place à la tournure (structure projetant uniquement à l'arrière toute l'amplitude de la robe) mais le corps féminin n'en reste pas moins malmené et ce, dès le plus jeune âge.

2

Édité de 1833 à 1922, le *Journal des demoiselles* (page 06) se destine aux adolescentes aisées et les prépare à leur vie d'adulte : conseils d'hygiène, de maintien, éducation morale et... des pages mettant en scène les *Must have* de la garde-robe, à l'instar de cette planche de 1902.

Dans ce que l'on imagine être une église, une femme élégante fait la quête. Ce contexte est en réalité quelque peu anecdotique car ce sont bel et bien les habits que l'on doit admirer ici. Les jeunes lectrices

ont d'ailleurs à disposition toutes les adresses en bas de page si elles souhaitent acquérir certaines pièces : créateur, modiste, fournisseurs de sous-vêtements, du tissu (et même du parfum !). Ce qui n'est pas sans rappeler la presse de mode actuelle...

Mais pour reproduire cette improbable silhouette en forme de "S", elles devront impérativement porter un corset. Utilisé dès l'enfance, ce dessous contraignait le corps afin d'affiner la taille et mettre la poitrine en valeur mais il mutilait aussi les chairs et déformait le squelette... Critiqué dès le 16^e siècle, il demeure néanmoins une pièce maîtresse de l'habillement féminin et ce, particulièrement dans la haute société du 19^e siècle qui relègue la femme au rang d'épouse vitrine, de mère obéissante.

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.



1 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 ? Sont-elles plus

ou moins extravagantes que celles des hommes ? Ont-elles l'air très pratique à porter ?

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



2 PLANCHE TIRÉE DU JOURNAL DES DEMOISELLES

Chromotypographie éditée en le 15 août 1902 par Jules Falconer | Coll. MIE, Épinal

L'IMAGE EN QUESTIONS

> Selon le titre et les informations lisibles, d'où est issue cette image ?

> Selon vous, à qui est destiné ce journal et quels articles pourrait-on y trouver ?

> Dans quel lieu situez-vous cette scène ? Quels indices vous permettent de le deviner ?

> Comment qualifieriez-vous la tenue ? Pour quelle(s) raison(s) est-elle mise en avant ? À quoi correspondent les adresses en bas de page ?

> Est-ce que quelque chose vous semble étrange dans cette tenue ? Quel accessoire doit être porté pour obtenir une telle silhouette ?

> Pourquoi les femmes s'obligeaient à porter un tel carcan ? Qu'est-ce que cela induit sur leur place dans la société ?

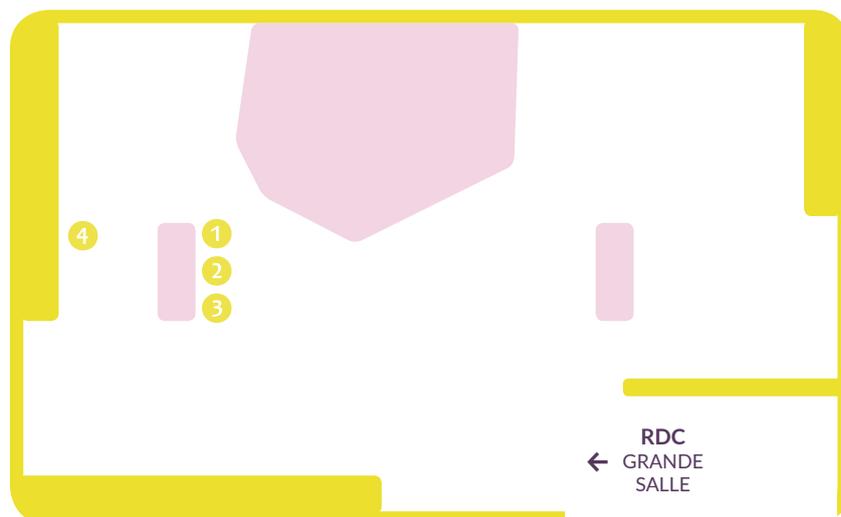
REVUE DE PRESSE

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.

Devant un décor peint et réduit à son minimum, les dames y prennent de gracieuses poses. Si le visage est souvent vu de face et sans sourire (montrer sa dentition n'est pas d'usage à cette époque), le corps apparaît quand à lui de trois-quarts voire complètement de profil. Cette pose n'est pas anodine et permet de mettre l'accent sur la tenue et la silhouette qu'elle confère à sa propriétaire. Au travers ces portraits-cartes, nous retrouvons alors les grandes tendances de la fin du 19^e siècle : les crinolines qui transforme la femme en sablier, les tournures et autres "poufs" qui augmentent la cambrure des reins mais aussi les rubans, bijoux précieux et autres accessoires indispensables pour exposer son rang.

Chacune de ces photographies devient un instantané de la mode contemporaine, une mode extravagante et pleine de démesure...



1 PORTRAIT DE FEMME

Tirage sur papier albuminé de B. Giraudeau, La Rochelle
3^e ¼ du 19^e s. | Coll. Musée N. Niépce, Chalon-sur-Saône



2 PORTRAIT DE FEMME

Tirage sur papier albuminé de G. Guchens, Castres
3^e ¼ du 19^e s. | Coll. Musée N. Niépce, Chalon-sur-Saône



3 PORTRAIT DE MME ANICET

Tirage sur papier albuminé de Disdéri et Cie, Paris
3^e ¼ du 19^e s. | Coll. Musée N. Niépce, Chalon-sur-Saône



4 PORTRAIT DE FEMME

Tirage sur papier albuminé Anonyme
1880 | Coll. Musée N. Niépce, Chalon-sur-Saône

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 1940, 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 ?

UNE MODE À CONSOMMER

STANDARDISATION DU VÊTEMENT | NOUVEAUX PRODUITS DE CONSOMMATION | GRAND MAGASIN | PUBLICITÉ

SUJETS À LA UNE

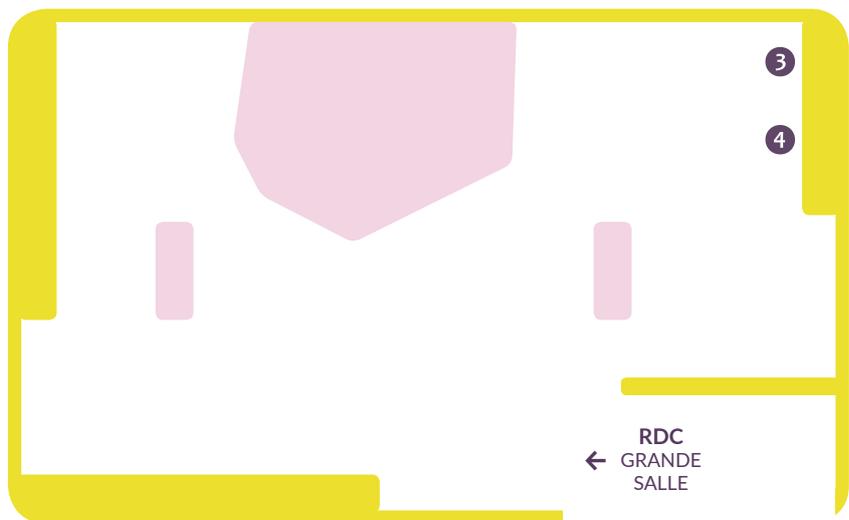
3

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 et transforment cette pratique séculaire...

L'image populaire *Maison Lucien Dreyfus* (page 10) 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'elle 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 est impressionnée et se laisse séduire au point d'acquiescer de nouveaux rideaux alors qu'elle n'en 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 !

4

En 1852, Aristide Boucicaut fonde à Paris *Au Bon Marché* qui inspirera à Émile Zola son roman *Au Bonheur des dames*. En quelques années, ces "cathédrales du commerce moderne" essaient en province. L'imagerie Pellerin à Épinal en fait la réclame, une même planche

publicitaire pouvant être adaptée à différentes enseignes et lieux.

L'Histoire des belles filles de Nanterre (page 11) en est un exemple. En la parcourant, les lectrices apprennent que, pour ne pas finir catherinette (femme célibataire de plus de 25 ans), la beauté naturelle ne suffit plus. Pour séduire et trouver un mari, il faut se vêtir avec des tenues dernier cri. Heureusement, toutes sont disponibles dans le magasin du *Bon Marché*. La marque y est citée chaque fois que possible. La méthode publicitaire est à nos yeux fourbe voire un peu grossière mais le placement de produit fonctionne.

Les jeunes femmes trouvent époux et restent toute leur vie fidèles au magasin : elles y achèteront tout ce qui leur est nécessaire pour mener une vie bien rangée, en accord avec les normes de leur époque...

Rue Léopold-Bourg, 9 et 11
ÉPINAL Maison **LUCIEN DREYFUS** (AU PRIX-FIXE) 9 et 11, Rue Léopold-Bourg
ÉPINAL

LUCIEN DREYFUS

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

AU PRIX-FIXE

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.

LUCIEN DREYFUS

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

CONFECTION POUR DAMES

Eh bien, ma chère,
ceci me décide, car on est sûr
de ne pas acheter
des marchandises surfaîtes.
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	VÊTEMENTS sur MESURES pour HOMMES
TISSUS pour ROBES de MARIÉES	CONFECTIONS POUR DAMES
LAINAGES FANTAISIE en tous genres	COUTIL LIT
DRAPERIES - TOILE - NAPPAGES	COUTIL AMEUBLEMENT
RIDEAUX - GUIPURES	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^f**

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

NOUVEAUTÉS

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

LUCIEN DREYFUS
TISSUS

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

Imprimerie d'Épinal - PELLERIN & Co. Imp.-éditeur.

3 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 ?

HISTOIRE DES BELLES FILLES DE NANTERRE



Dans un des plus beaux paysages de la banlieue Ouest, à deux pas de la ville de Paris, existe une jolie petite ville appelée Nanterre.



Les jeunes filles de cette ville étaient admirablement jolies et jouissaient autrefois d'une réputation de beauté universelle.



Aussi accourait-on alors de tous côtés, aussi bien de France que de l'Étranger, pour les demander en mariage.



Mais il vint un jour où, malgré leurs charmes et leurs vertus, rosière en tête, les prétendants se retirèrent sans avoir fait choix de leur future épouse.



Désolées de ne plus être recherchées en mariage, les belles filles de Nanterre résolurent d'aller consulter la Fée Printemps pour lui demander la cause de leur insuccès.



La Fée Printemps, en les voyant habillées comme dans l'ancien temps, comprit bien vite pourquoi elles ne trouvaient plus à se marier.



Aussi leur conseilla-t-elle, si elles ne voulaient plus coiffer Sainte Catherine, de se faire habiller dorénavant aux **MAGASINS DU BON MARCHÉ DE NANTERRE.**



Les belles filles de Nanterre suivirent le conseil de la bonne fée et s'empressèrent d'aller visiter les **MAGASINS DU BON MARCHÉ DE NANTERRE.**



Elles furent émerveillées des *Belles Robes* et des *Superbes Confections* qu'elles y trouvèrent; et, ce qui ajouta encore à leur étonnement, c'est l'extraordinaire bon marché de toutes ces jolies choses.



Satisfaites et heureuses de leurs achats, elles retournèrent au **BON MARCHÉ DE NANTERRE** et eurent bientôt la joie de voir revenir à elles les riches prétendants de la région.



Bientôt les demandes en mariage affluèrent et, en signe de reconnaissance, les belles filles de Nanterre allèrent acheter leur *Trousseau* au **BON MARCHÉ de NANTERRE.**



Elles y retournèrent également pour acheter leur *Toilette de Mariée* et les *Habits de Noce* ainsi que toutes marchandises utiles à un ménage qui sont de grandes spécialités aux **MAGASINS DU BON MARCHÉ DE NANTERRE.**



La Fée Printemps bénit leur union et c'est encore aux **MAGASINS DU BON MARCHÉ DE NANTERRE** qu'elles allèrent acheter la *Layette* de leur futur bébé.



Dans toutes les circonstances de la vie: *Naissance, Baptême, Première Communión, Mariage, Deuil*, elles vont toujours faire leurs emplettes au **BON MARCHÉ de NANTERRE.**



À chaque changement de saison, ces dames sont avisées par prospectus des *Soldes* et *Occasions* et prévenues des *Mises en Vente de Coupons* tous les *Judis*, au **BON MARCHÉ de NANTERRE.**



Toujours satisfaites de la *Légèreté* et de la *Complaisance* qu'elles n'ont cessé d'y trouver, les jolies filles de Nanterre disent à tous: *Allez faire vos achats au BON MARCHÉ de NANTERRE.*

4 HISTOIRE DES BELLES FILLES DE NANTERRE

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

L'IMAGE EN QUESTIONS

> Qui sont les personnages principaux de cette histoire ? Quelle difficulté rencontrent-elles ?

> Quelle solution est proposée par la Fée Printemps ? Fonctionne-t-elle ?

> Combien de fois la marque du magasin est-elle citée ? Comment est-elle mise en avant dans le texte ?

> Quels sont les achats que réalisent les "belles filles de Nanterre" ? À quelles étapes de leur vie correspondent-elles ?

> Que nous montre cette image sur les normes de cette époque ?

> D'ailleurs, quelle est la véritable fonction de cette planche ? À qui est-elle destinée ? Existe-t-il toujours aujourd'hui ce type de placement de produit (clips vidéo, affiches, films...)?

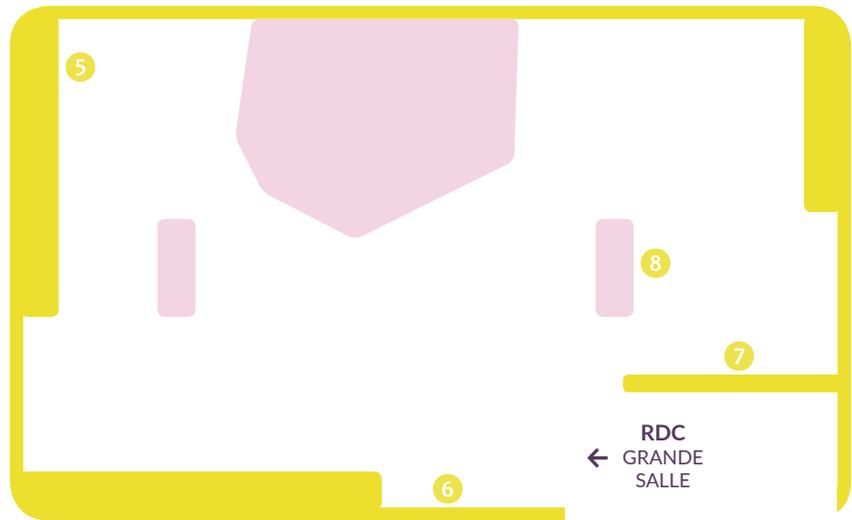
REVUE DE PRESSE

Les premières illustrations imprimées relèvent de plusieurs techniques : la gravure sur bois (dite en relief) **5** ou la gravure en creux (taille douce) **6** sur plaque de cuivre puis d'acier permettant jusqu'à 50 000 tirages de la même planche et offrant une grande finesse du trait. La mise en couleur peut se faire par impression ou à la main, à l'aide de pochoirs.

La lithographie (1796) puis la chromolithographie (1837) vont permettre ensuite le développement des affiches publicitaires **7**. Leurs couleurs chatoyantes concourent à la stratégie de promotion des grands magasins ou de marques alimentaires. Parallèlement, des images-réclames **8** étaient distribuées, sous forme de petites cartes éditées en série de façon à être collectionnées.

Le charme de femmes aux toilettes élégantes ou la joie de vivre des enfants, faisaient déjà vendre du chocolat et de la chicorée...

Enfin la photographie, dévoilée officiellement en 1839, va d'abord servir de modèle à reproduire par la gravure avant de la supplanter tardivement dans les années 1930. En effet, l'apparition des agences photographiques permettra d'alimenter la demande croissante d'illustration par la presse, à destination surtout des rubriques mondaines.



5 VIVE LA CRINOLINE (DÉTAIL)
Xylogravure attribuée à J-B. Vanson éditée vers 1855 par Pellerin | Coll. MIE, Épinal



6 DEMOISELLE EN CARACOT
Photogravure d'après une estampe dessinée par C-L. Desrais et gravée par E. C. Voysard de 1778 | Coll. MIE, Épinal



7 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.



8 CARTE-RÉCLAMES POUR LE CHOCOLAT LOUIT
Chromolithographie sur carton éditée à la fin du 19e siècle | Coll. MIE, Épinal

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 COUTURE À DOMICILE

MÉTIER | TÂCHE DOMESTIQUE | INNOVATION TECHNIQUE |
DÉMOCRATISATION | PRESSE FÉMININE

SUJETS À LA UNE

5

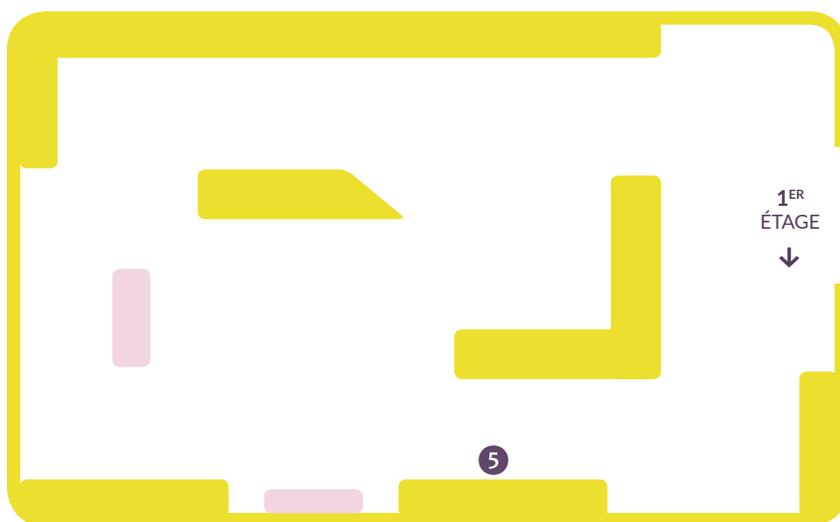
Jusqu' alors réservée à la corporation masculine des tailleurs, la profession de couturière est autorisée aux femmes en 1675 mais il faudra attendre le 19^e siècle pour qu'elles prennent la tête de maisons de couture... Pourtant, depuis toujours, la couture tient une place essentielle dans l' instruction féminine : le certificat d' étude lui consacre d' ailleurs une épreuve.

Pour aborder l' image *Les Pilules merveilleuses* (page 15), une contextualisation s' impose : ce dessin préparatoire s' inscrit dans un album illustré en 6 scènes. On y suit les aventures de Suzanne qui ne veut plus être petite fille et prend à cet fin des pilules vieillissantes. Dans la scène n°3, elle vient d' ingérer trois pilules et atteint l' âge de 16 ans.

Suzanne, considérée comme adulte, doit alors confirmer ses compétences en couture et affiner son éducation musicale pour trouver à se marier.

Certes, à présent, elle peut porter de jolies robes mais à quel prix ?

Si elle en a les moyens, elle peut les faire confectionner dans une maison de couture ou les acquérir dans les grands magasins. À défaut, elle devra les coudre elle-même et réaliser ce travail manuel bien laborieux. L' heure n' est plus au jeu... Suzanne regrette !*



Heureusement pour elle, la mécanisation de la couture est l' un des grands progrès industriels du 19^e siècle. Ainsi, contrairement à ce que nous dévoile l' image, Suzanne aurait pu tout aussi bien utiliser une machine à coudre dont l' invention est attribuée à B. Thimonnier en 1830 et à E. Howe (1846). Avec cette innovation, les deux s' attirent au passage les foudres des ouvriers-tailleurs et des couturiers mais permettent surtout le développement de l' industrie vestimentaire : le vêtement est plus rapide à produire, donc moins cher. La mode se démocratise.

En 1851, l' Américain I. Singer rencontre le succès en produisant en masse des machines à destination domestique. Chaque femme peut depuis facilement créer des vêtements à la maison, pour elle-même ou les membres de sa famille. En ce sens, des patrons sont édités et permettent d' imiter autant que

faire se peut les modèles des grands couturiers :

"La duchesse, l' actrice, la dactylo, la bonne à tout faire visent au même type de toilette (...) il n' y a plus, pour la toilette, un groupe restreint de figurantes et un vaste aéropage de spectatrices : toutes les femmes figurent sur la scène de la mode."

(Marcel Prévost, *Nouvelles lettres à Françoise ou la jeune fille d' après-guerre*, 1924)

Aujourd' hui, et alors que le prêt-à-porter apparaît en France après la 2nde Guerre Mondiale, la couture - devenue loisir - a toujours le vent en poupe, preuves en sont les innombrables tutos internet et publications spécialisées sur le sujet.

*Pour information : toujours insatisfaite de son âge et des tâches qu' elle doit accomplir, Suzanne continuera à gober des pilules... Heureusement, on apprend à la fin de l' histoire qu' il s' agissait d' un mauvais rêve !

N° 3

(Les pilules merveilleuses)



Oh ! que c'est ennuyeux d'apprendre série Zizi en croquant
trois pilules.
La voilà débarrassée des devoirs ennuyeux. Elle a seize ans et une jolie
robe, mais Zizi, devenue Suzanne regrette les bonnas parties de corde,
de balle et de cerceau. Il faut coudre, étudier la musique
et ne plus songer à courir.

5 LES PILULES MERVEILLEUSES - N° 3

Crayon, encre de chine et rehauts de gouache sur papier. Dessin de G. F. Bigot. Vers 1900 | Coll. MUDAAC, dépôt MIE, Épinal

L'IMAGE EN QUESTIONS

> Que fait le personnage ? Est-ce une couturière professionnelle ou amatrice ? Quel âge a cette personne (selon l'image puis d'après le texte) ? Est-ce que la couture semble l'amuser ?

> Selon vous, pour quelle(s) raison(s) les femmes doivent-elles apprendre à coudre à cette époque ?

> Que peuvent-elles utiliser pour se faciliter la tâche ? Savez-vous ce qu'est un patron en couture ? À votre avis, quand est apparue la machine à coudre ?

> Quelles sont les évolutions apportées par cette innovation ? En quoi a-t-elle modifié notre mode de consommation ?

> Aujourd'hui, comment considère-t-on la couture ? Existe-t-il toujours des modèles pour faire du sur-mesure à la maison ?

REVUE DE PRESSE

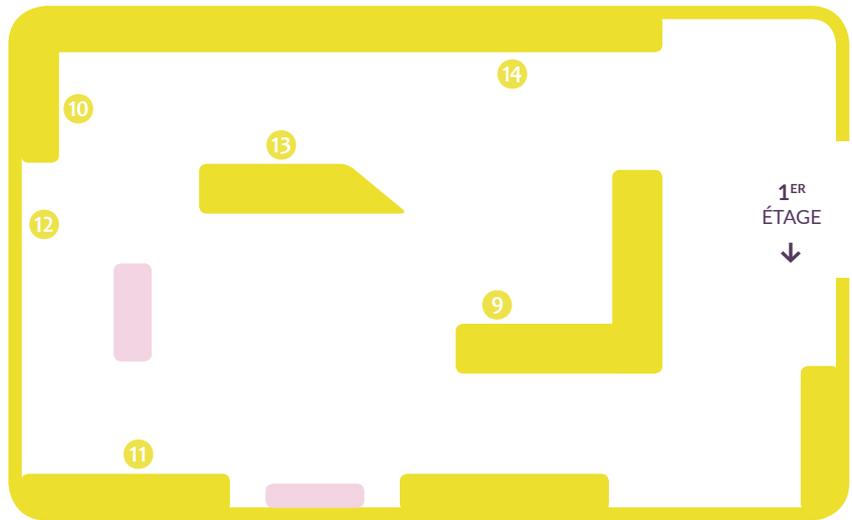
La simplification formelle des vêtements, liée à l'industrialisation de la confection, facilite l'appropriation de la mode par les classes moyennes et populaires qui copient les modèles à partir des gravures et des patrons diffusés à grande échelle dans les magazines. Le foisonnement des revues de mode répond ainsi aux enjeux commerciaux d'une industrie textile en pleine croissance. Voici, en exemples, quelques grands noms de cette presse spécialisée.

LA MODE ILLUSTRÉE 9

Éditée entre 1860 et 1937, son objectif était clairement annoncé : "apprendre au moyen de gravures et de descriptions d'une rigoureuse exactitude à toutes les mères de famille et aux jeunes personnes à faire par elles-mêmes tous les objets utiles à leur entretien". La revue paraît ainsi sous diverses formules (gravures colorisées ou non puis photographies) pour s'adapter à tous les budgets.



9 LA MODE ILLUSTRÉE
Couverture. 8 octobre 1905
Chromotypographie | Coll. privée



PETIT ECHO DE LA MODE 10

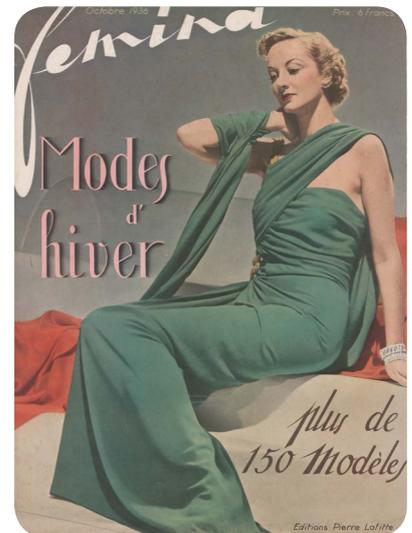
Lancé en 1879, son prix modique le destine à un lectorat populaire. Sous-titré "Journal de la famille", il conseille les femmes dans leur quotidien : cuisine, éducation des enfants, décoration, règles de savoir-vivre... Des leçons de couture y sont intégrées dès 1886 et des patrons-modèles s'ajoutent 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 !



10 LE PETIT ÉCHO DE LA MODE
Page intérieure. Avril 1938
Chromotypographie | Coll. Musée N. Niépce -
Ville de Chalon-sur-Saône / cliché S. Jouanny

FEMINA 11

Créée en 1901 par Pierre Lafitte, cette revue consacre ses pages centrales à la mode (sous forme de gravures) mais l'évoque également à travers des reportages photographiques sur les femmes "exceptionnelles" de l'époque : aviatrices, bachelières, sportives, scientifiques... L'apparence féministe de la revue est cependant trompeuse : la femme y est souvent réduite à son rôle maternel, à son élégance vestimentaire et à sa bonne tenue du foyer. Un discours adapté à la bourgeoisie conservatrice qui constitue son lectorat.



11 FEMINA
Couverture. Octobre 1936.
Héliogravure | Coll. privée

GAZETTE DU BON TON 12

Le jeune éditeur de presse Lucien Vogel fait le constat de la piètre qualité des magazines de mode du début du 20^e s. Il lance alors en 1912 *La Gazette du Bon Ton* qui va transformer durablement la presse de mode. Pour enrichir sa revue, Vogel s'entoure d'artistes, engage de jeunes illustrateurs (Georges Lepape, Paul Iribe, André Marty...) et sollicite les meilleures plumes pour parler de la mode. Il collabore enfin avec les grands couturiers de son temps : Lanvin, Paquin, 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.

LE JARDIN DES MODES 13

En parallèle de la *Gazette du Bon Ton*, Lucien Vogel lance en 1920 en compagnie du patron du célèbre journal *l'Illustration*, un "formule nouvelle et à l'image de l'époque, un magazine de luxe, réellement pratique". *Le Jardin des Modes* (intitulé *L'illustration des modes* jusqu'en 1922)

réaffirme l'intérêt de Vogel pour la mode qu'il considère comme un art. Alliant modernité et tradition, la revue illustre ses articles de lithographies colorées au pochoir 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. Cette formule hybride mêle ainsi haute-couture, patrons destinés aux couturières amateurs et conseils pratiques.

MODES ET TRAVAUX

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 comprend plusieurs patrons détaillés destinés à la confection. Les couvertures, alors très graphiques, sont imaginées par des peintres et illustrateurs tels René Gruau, Serge Ivanoff, Mourgue...

MARIE CLAIRE 14

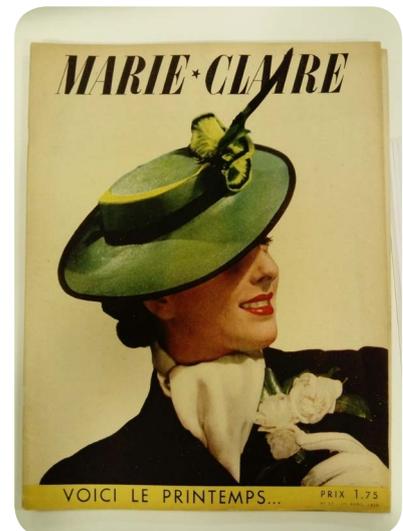
En plein essor de la presse magazine et surtout des revues de mode, *Marie Claire* est lancée en 1937 par l'industriel du textile Jacques Prouvost. Elle s'inspire largement des magazines de mode américains, tant dans la mise en page dynamique que par l'usage intensif de la photographie et de la couleur. Cette revue participe à la démocratisation de la mode en présentant les derniers modèles des couturiers ; mais surtout elle n'est pas avare de conseils pratiques en tout genre (beauté, cuisine...). Moins luxueuse que *Le Jardin des Modes*, *Marie Claire* est très populaire et accompagne l'émancipation de la femme avec comme référence le glamour des stars hollywoodiennes.



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



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



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

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 *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* ! Peu de titres en revanche sont parfaitement unisexes alors même que la mode actuelle se veut plus inclusive...



PISTES D'ACTIVITÉS

Dans le domaine de la haute-couture ou du prêt-à-porter, les créateurs de mode interrogent parfois nos normes et prennent position sur des sujets de société.

> Proposez à votre groupe de repérer les revendications que certains créateurs ont pu porter au travers de leurs collections vestimentaires (émancipation de la femme, liberté sexuelle, refus des canons de beauté, développement durable...). De Coco

Chanel à Rihanna en passant par Jean-Paul Gaultier, une nouvelle chronologie "engagée" de la mode peut être dessinée.

> Demandez-lui ensuite de choisir une "cause" actuelle et de s'en inspirer pour créer un habit !

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 en revanche 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

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 sans flash sont autorisées en salles sauf mention contraire sur les œuvres



LES INFORMATIONS PRATIQUES

HORAIRES DE VISITE

- > Du 1^{er} sept. au 30 juin : tous les jours 9h30-12h et 14h-18h (ouverture à 14h les lundis et en continu les vendredis).
- > Du 1^{er} juillet au 31 août : tous les jours 10h-18h (ouverture à 14h les lundis).

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

Entrée musée :

1€ / enfant

2€ / étudiant

4,50€ / adulte

(visite guidée sans suppl.)

> Atelier : + 1€ / participant

> Gratuité 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. 2020

