

Dossier de presse



**SUIVEZ-
MOI
JEUNE
HOMME**

**Images de mode
et presse féminine**

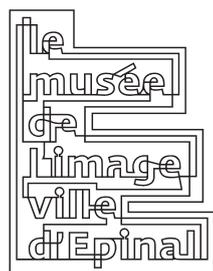
(1778-1939)

Suivez-moi jeune homme...

Images de modes
et presse féminine (1778-1939)

9 novembre 2024 >
18 mai 2025

Exposition proposée
par le musée de l'Image
Ville d'Épinal



Conception graphique : Marie Teyssier

COMMISSARIAT ET TEXTES

Christelle Rochette,
directrice du musée de l'Image

PRÊTEURS

La Bibliothèque multimédia intercommunale, Épinal
La Bibliothèque municipale de Dijon
La Bibliothèque Forney, Paris
Le musée Nicéphore-Niépce, Chalon-sur-Saône
Le Signe - centre national du graphisme, Chaumont
ainsi que les collectionneurs privés

CONTACTS

PRESSE

Presse nationale et internationale

anne samson communications,
Elodie Stracka
01.40.36.84.40
elodie@annesamson.com

Presse locale et régionale

Corentin Dupont
Chargé de communication
03.29.68.51.57 | 06.22.92.75.47

Les visuels présentés dans ce dossier de presse sont disponibles.
Ils peuvent vous être envoyés par email sur demande à
musee.image@epinal.fr

SOMMAIRE

Parcours de l'exposition	4
La mode française et la presse	5
Une alliance ancienne	5
À l'antique	6
Les années romantiques	6
Mode et éducation : la presse pour jeunes filles	7
Le mythe de la robe blanche	7
Les métamorphoses d'une silhouette	8
Crinolines et fanfreluches	8
Falbalas I ^{ère}	8
Les métamorphoses d'une silhouette	10
Mode et satire	10
La poupée, objet de mode	11
Une taille de guêpe à tout prix	12
Les grands magasins	13
Revue de presse	14
La presse de mode au début du xx ^e siècle	14
La Mode illustrée	15
Gazette du Bon Ton	16
Le Petit Écho de la Mode	16
Le Jardin des Modes	17
Modes et Travaux	17
Marie Claire	17
La mode et la Nouvelle Vision	18
Autour de l'exposition	19
Programmation culturelle	20
Mini-exposition	22
Informations pratiques	24

PARCOURS DE L'EXPOSITION

Suivez-moi jeune homme...*

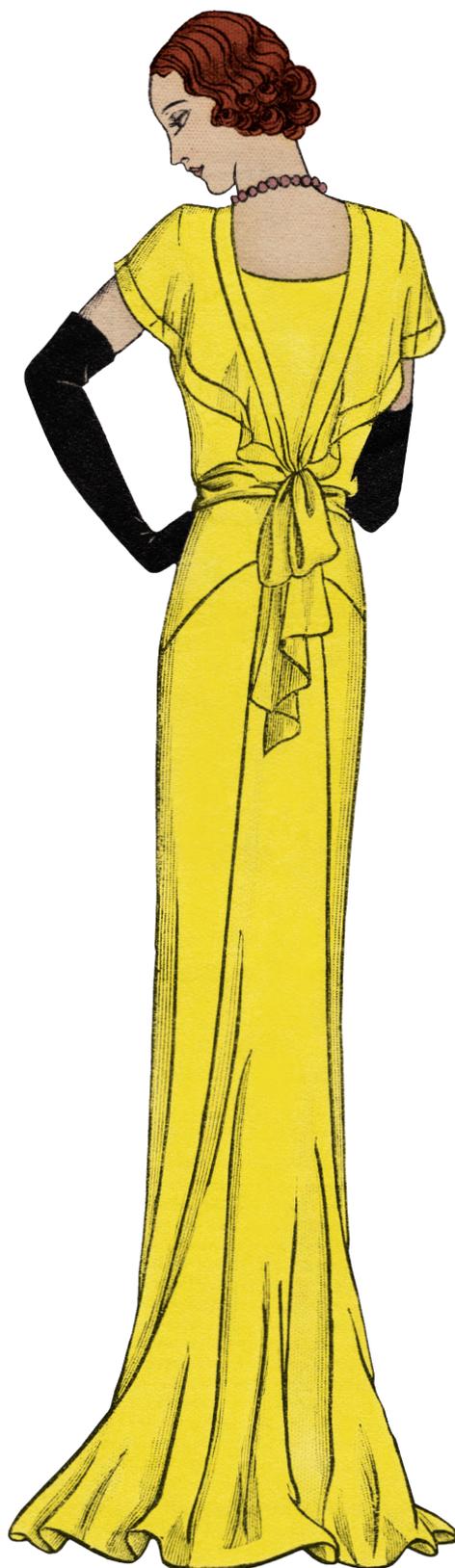
Images de mode et presse féminine (1778-1939)

Du 9 novembre 2024 au 18 mai 2025, le musée de l'Image propose une exposition temporaire couvrant plus d'un siècle et demi d'illustrations de mode féminine.

De l'imagerie populaire qui s'amuse des extravagances de la crinoline à l'affiche publicitaire aguicheuse, des portraits photographiques de belles inconnues à une presse féminine de plus en plus sophistiquée, l'exposition s'intéresse à l'image de la femme au quotidien, réelle ou idéalisée, et à cette mode dont les changements successifs n'ont qu'un seul but : séduire.

Fermée prématurément en 2020 en raison des conditions sanitaires, cette exposition revient dans une version revue et augmentée, taillée sur mesure par Christelle Rochette, commissaire et directrice du musée de l'Image.

* Un « suivez-moi-jeune-homme » désignait par le passé un ruban disposé sur la robe au niveau des reins ou entourant le chapeau d'une femme.



LA MODE FRANÇAISE ET LA PRESSE

Une alliance ancienne

Destinés aux « dames » de la haute société comme l'indiquent souvent leurs titres, les premiers périodiques consacrés à la mode féminine font leur apparition en France sous le règne de Louis XVI.

Ces journaux témoignent de la diversité des créations françaises à l'époque. Sauf à la cour ou dans les soirées aristocratiques où elle reste de mise, la robe à la française ou à paniers laisse la place à des effets moins encombrants et plus confortables. Les tissus se font plus légers, à motifs.

Dans le domaine de la coiffure, la mode est à l'extravagance entre 1770 et 1780. En plus des traditionnelles perles et rubans, des oiseaux naturalisés et d'autres objets improbables viennent agrémenter une masse de cheveux amplifiée par l'ajout de coussins de crins (poufs).

Galerie des modes et costumes français
Watteau de Lille (dessinateur)
Le Bas (graveur)
Esnaut et Rapilly, Paris (éditeur)
Entre 1781 et 1786
Gravure en taille douce
Coll. Bibliothèque municipale de Dijon - Est.77
© Bibliothèque municipale de Dijon



À l'antique

La période révolutionnaire s'avère quant à elle peu propice aux nouvelles publications périodiques. Sous le Directoire, en 1797, paraissent *Le Journal des dames* destiné 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.

La mode féminine est alors marquée par le goût pour l'antique. Elle est plus épurée, « à la romaine ». Les toilettes prennent l'aspect de tuniques ; la taille est haute, sous la poitrine. Les étoffes sont légères et transparentes. Le corps n'est plus entravé. Cette silhouette souple et élancée perdurera jusque dans les années 1820.



La Marchande de modes
Paul-André Basset, Paris (éditeur)
Vers 1812
Gravure en taille douce
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché S. Daongam

Les années romantiques

La toilette féminine change radicalement à partir des années 1820. La tendance est cette fois à l'élargissement de la jupe grâce à la superposition de jupons qui confèrent à la femme une silhouette « en sablier » : la finesse de la taille, critère de beauté, est accentuée par l'ampleur de la jupe ; les manches sont volumineuses. On parle de jupe cloche, de manches ballons puis de manches gigots, caractéristiques de la période romantique qui se réfère à un passé médiéval et Renaissance idéalisé. La longueur raccourcie de la robe laisse voir les chevilles et facilite la pratique des danses à la mode.



Journal des dames et des modes
Pierre de la Mésangère, Paris (éditeur)
15 janvier 1828
Gravure en taille douce
Coll. Bibliothèque municipale de Dijon - Est. 874
© Bibliothèque municipale de Dijon

Mode et éducation : la presse pour jeunes filles

Quelques revues telles *Le Journal des demoiselles* (1833-1922) et le *Magasin des demoiselles* (1844-1896) s'adressent plus particulièrement aux jeunes filles issues des classes aisées. Poésie, causeries, nouvelles et mondantités 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 et bien-sûr leçon d'élégance à travers de gracieuses images de mode, gravées sur acier ou lithographiées. À elles deux, ces revues publient plusieurs milliers de gravures.



Magasin des demoiselles
Anaïs Toudouze (dessinatrice)
L.J. Desjardins (graveur)
25 février 1848
chromotypographie
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché E. Erfani

Le marié et la mariée / Le parrain et la marraine

Pellerin, Épinal (éditeur)
1862
Lithographie coloriée et gommée
Coll. Mudaac, dépôt au musée de l'Image
© musée de l'Image / cliché E. Erfani

Le mythe de la robe blanche

Contrairement à une légende tenace, la robe de mariée blanche n'est pas apparue au XIX^e siècle. Cette couleur, symbole de pureté épouse la symbolique mariale mise en avant par l'Église. Cependant pendant des siècles, l'attention est davantage portée à la beauté de la toilette et non à sa couleur. Si la robe de mariée blanche est déjà connue du monde romain, elle est finalement peu répandue jusqu'à la seconde moitié du XIX^e siècle. Le mariage en blanc de la reine Victoria en 1840 contribua peut-être à la mettre davantage à la mode auprès des élites sociales. Mais la majorité des femmes continuent de porter leur plus belle robe pour l'occasion, qu'elle soit noire, rouge, bleue... agrémentée de rubans, d'une couronne et d'un bouquet.



LES MÉTAMORPHOSES D'UNE SILHOUETTE

Crinolines et fanfreluches

La montée en puissance de la bourgeoisie au XIX^e siècle a sans aucun doute eu une influence sur la mode : le vêtement doit répondre au besoin de respectabilité de la nouvelle classe dirigeante. Le bourgeois, au costume désormais d'une stricte sobriété, fait alors de sa femme la vitrine vivante de sa fortune. Celle-ci se mesure à l'aune des mètres de tissus, rubans et colifichets arborés par la docile épouse... Les jupons se multiplient, la crinoline vient gonfler le bas de la silhouette. Le goût est à la surcharge.

Falbalas I^{ère}

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, l'affublant des sobriquets de « Fée chiffon » ou « Falbalas I^{ère} ». 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 aux toilettes dont on change plusieurs fois par jour en fonction de l'activité (visite, promenade, bal...). Des tenues aux couleurs souvent vives et éclatantes comme le montrent les illustrations de l'époque qui font de Paris le centre incontesté de la mode.



L'Impératrice Eugénie
Pellerin, Épinal (attrib. à)
v. 1868-1870
Lithographie colorisée au pochoir
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché E. Erfani

Heur et malheur de la crinoline
Charles Gangel, Metz
Vers 1857-1858
Lithographie colorisée au pochoir
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché E. Erfani

HEUR ET MALHEUR DE LA CRINOLINE.



La commode à la mode nouvelle

être

Paraître

On demande à sortir

Oh! Pardon?

Il n'y a plus de mal.



M'bonvichon? et il est à la campagne

On ne quitte plus ses enfants

Sans savoir nager

Phénomène vivant (La femme à 2 têtes, visible à Paris)



Entre deux selles

Pendant q' M'est à Paris, j'allons nous servir un litre d'ou rouge

On ne parle plus de gogots, ma petite mère

Un lion pris au piège



La paysanne coquette

Nouvelle manière de se mettre à l'ombre

Nouvelle méthode de se rafraichir

Souffle Papa



Paul et Virginie

nouvelle manière de servir

Une prise de Malakoff

Le Dimanche matin

Fabrique d'Estampes de Gangel, à Metz.

Deposé.

Les métamorphoses d'une silhouette

La crinoline n'est pas une invention du Second Empire ; dès les années 1830, les jupons sont rigidifiés par une trame de crin qui amplifie le volume de la jupe. Trop lourds, ces jupons sont remplacés dès 1856 par la crinoline-cage, fabriquée à partir de côtes et de fanons de baleine. Puis ce sera au tour d'une série de cercles d'acier de venir supporter le poids du vêtement.

La démarche n'est plus entravée par les jupons mais l'encombrement est maximum voire dangereux. D'abord ronde, la crinoline rappelle le panier de Marie-Antoinette. Elle s'assouplit après 1860, s'aplatissant sur le devant mais s'allongeant vers l'arrière en une traine interminable. Peu avant 1870, elle devient conique, évasée seulement sur la partie basse.

Entre 1870 et la fin du siècle, la crinoline laisse place à la tournure, une structure projetant à l'arrière toute l'ampleur de la robe. Associée au pouf, elle accentue la cambrure des reins mais permet de soutenir tout le poids du tissu. La silhouette de profil prend presque la forme d'une chaise !



Les Inventeurs et les inventions (détail)
Gangel, Metz (éditeur)
1855
Lithographie coloriée au pochoir
Coll. Mudaac, dépôt au musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché E. Erfani

Mode et satire

L'imagerie populaire n'hésite pas à épingler très tôt les excès de la mode féminine. A travers ces gravures, c'est une critique acerbe des hautes classes et de la bourgeoisie en particulier à laquelle on assiste, celles pour qui l'apparence, même ridicule, assoit la légitimité. La crinoline est un sujet de premier choix : transformée en cage, en parachute, cette charpente d'acier se présente comme un ballon gonflé de vent pouvant dissimuler les plus vilaines morphologies...



Femme en crinoline
Eugène Disdéri,
Paris (photographe)
1859
Tirage sur papier albuminé
Coll. musée Nicéphore Niépce,
Chalon-sur-Saône
© musée Nicéphore Niépce,
Chalon-sur-Saône

La Crinolomanie
Léonce Schérer (dessinateur,
attrib. à Jules Verronais,
Metz
1857
Lithographie coloriée au pochoir
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image /
cliché E. Erfani





La Crinoline
 Gangel, Metz (éditeur)
 1857
 Lithographie
 Coll. musée de l'Image, Épinal
 © musée de l'Image / cliché E. Erfani

La poupée, objet de mode

Destinée aux enfants, la « poupée de mode » également connue sous le nom de « poupée mannequin » fait son apparition dans les années 1850. Ce jouet, relativement luxueux, est accompagné d'une garde-robe et d'accessoires copiant la mode des adultes. Pour les budgets plus modestes, les imageries créent des poupées de papier à découper et à habiller selon la mode du temps.

Poupées à habiller
 Charles Pinot, Épinal (éditeur)
 Vers 1872
 Lithographie
 Coll. Mudaac, dépôt au musée de l'Image, Épinal
 © musée de l'Image / cliché E. Erfani



Une taille de guêpe à tout prix

Dessous emblématique de la bourgeoisie et de l'aristocrate du XIX^e siècle, le corset, placé sur une chemise, est un véritable carcan destiné à affiner et allonger la silhouette, ainsi qu'à mettre la poitrine en valeur. Sa forme évolue au gré des modes vers toujours plus de raideur et de compression, creusant les hanches, mutilant les chairs et déformant le squelette. Porté dès l'enfance, il modèle le corps nubile pour qu'il se tienne droit, au risque de déformations irréversibles... Critiqué dès le XVI^e siècle, le corset demeure jusqu'au début du XX^e siècle une pièce maîtresse de l'habillement féminin, particulièrement dans la haute société. Ne se limitant plus à une contention de la taille, il enveloppe peu à peu les hanches à la fin du XIX^e siècle. Le vêtement se fait moulant, entravant. La silhouette prend une forme sinueuse qui évoque l'art nouveau contemporain.

Le corset accentue les courbes et modèle le corps d'une femme que la société souhaite passive, dévouée à son seul foyer. Délaissé par le couturier Paul Poiret dès le début du XX^e siècle, il faut attendre 1914 et le rôle actif demandé aux femmes pendant que les hommes sont au front, pour voir la gaine, plus souple, se substituer au corset.



Aphonsine la coquette
Ménétrier (dessinateur)
Pellerin & Cie, Épinal (éditeur)
Fin XIX^e siècle
Lithographie coloriée au pochoir
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché E. Erfani



Affiche À la Perséphone.
Corsets de Paris
Chamenois, Paris (imprimeur)
1889
Chromolithographie
Coll. bibliothèque Forney,
Ville de Paris

Les grands magasins

Jusqu'au XVIII^e siècle, la femme de qualité choisissait elle-même les tissus qu'elle confiait à un(e) couturier(e) pour la mise en forme souhaitée. Quelques temps avant la Révolution, les « magasins de nouveautés », spécialisés dans la toilette féminine, font leur apparition à Paris. Les grands magasins du XIX^e siècle sont leurs héritiers. En 1852, Aristide Boucicaut fonde à Paris le Bon Marché. 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 : les Grands magasins du Louvre (1855), Au Printemps (1865), À La Samaritaine (1870), les Grands magasins de la Paix... Ils essaient dans les principales villes de province et deviennent les temples d'une mode accessible, transformant des pratiques commerçantes séculaires : désormais les prix sont fixes, affichés, réduits grâce à l'industrialisation de la production, le choix élargi. Les grands magasins s'appuient sur la réclame et sur les catalogues pour s'assurer une clientèle fournie et variée. L'Imagerie Pellerin à Epinal édite nombre de ces planches publicitaires, un même modèle pouvant être adapté à différentes enseignes.



Aux Phares de la Bastille
Pal (dessinateur), Vers 1900, Chromolithographie
Fonds Dutailly, collection de la Ville de Chaumont - Le Signe, centre national du graphisme
© Le Signe, centre national du graphisme

*« Les femmes arrêtées s'écrasaient
devant les glaces, toute une foule
brutale de convoitise.
Et les étoffes vivaient,
dans cette passion du trottoir :
les dentelles avaient un frisson,
retombaient et cachaient
la profondeur du magasin,
d'un air troublant de mystère. »*

Emile Zola, *Au Bonheur des Dames*, 1882



Réclame **Au Gaspillage, Maison A. Coullaud, Compiègne**
Pellerin & Cie, Épinal (éditeur)
Vers 1900
Lithographie coloriée au pochoir
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché S. Daongam

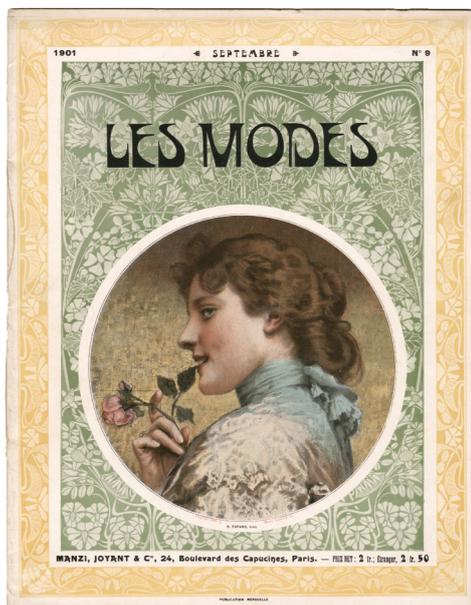
REVUE DE PRESSE

La presse de mode au début du xx^e siècle

Le foisonnement qui a caractérisé la presse féminine du XIX^e siècle se poursuit au siècle suivant. Il répond aux enjeux commerciaux d'une industrie textile en pleine croissance.

Cette presse reste attachée au dessin qui, comme la photographie, sert de modèle aux gravures ornant ses pages. Coûteuse et techniquement difficile à reproduire, la photographie mettra longtemps à s'imposer dans ces revues. On la croit plus réaliste que le dessin mais elle est retouchée pour être colorisée. Après une brève apparition dans les années 1910, elle est délaissée pour un temps car le papier de piètre qualité n'autorise pas de bonnes reproductions.

Les quelques titres présentés ici témoignent de l'évolution de la mode entre 1900 et les années 1920.



La Mode du Petit Journal

Début XX^e siècle

Chromolithographie

Fonds Dutailly, collection de la Ville de Chaumont -

Le Signe, centre national du graphisme

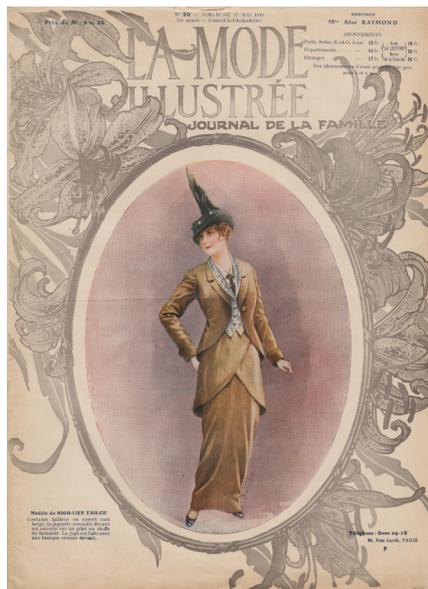
© Le Signe, centre national du graphisme

Les Modes

Septembre 1901

Coll. musée Nicéphore Niépce, Chalon-sur-Saône

© musée Nicéphore Niépce, Chalon-sur-Saône



La Mode illustrée
1866
Chromotypographie
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché E. Erfani

La Mode illustrée
17 mai 1914
Coll. privée
© DR

La Mode illustrée
Laure Noël, Alice Huard (dessinatrices)
1877
Chromotypographie
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché E. Erfani

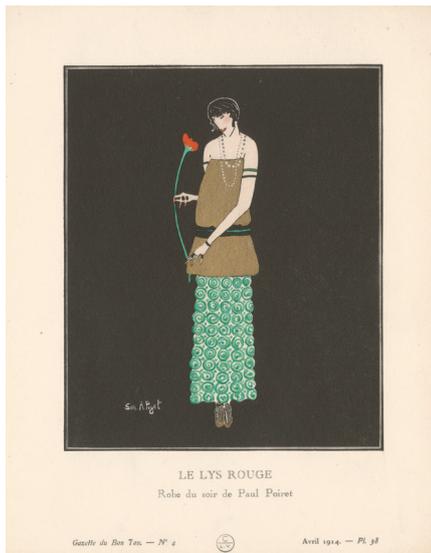
La Mode illustrée

« 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 1er janvier 1860, sous l'égide de l'éditeur Firmin-Didot et d'Emeline Raymond, rédactrice. Leur objectif : « 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 ».

Cette publication innove par son grand format. Outre les pages consacrées à la mode, on y trouve des rubriques culturelles, des romans feuilletons, les comptes-rendus des réceptions mondaines et divers menus et conseils participant à l'économie domestique. Et surtout de délicates images gravées d'après les aquarelles d'Anaïs Toudouze et Héloïse Leloir.

La mode intéresse désormais un plus large public. Les revues – il en existe près de quatre-vingts sous le Second Empire - accompagnent le nouvel essor de la confection. *La Mode illustrée* connaîtra plusieurs évolutions, dont l'introduction progressive de la photographie dans ses pages. La revue disparaîtra en 1937.





Gazette du Bon Ton - Le Lys rouge
Simone A. Puget (dessinatrice)
Avril 1914
Coll. privée
© DR

Le Petit Écho de la Mode
30 mars 1924
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché Claude philippot

Gazette du Bon Ton

En ce début de XX^e siècle, alors que la mode commence à être considérée comme un art à part entière, un jeune éditeur de presse parisien, Lucien Vogel, juge fort médiocres les revues qui lui sont consacrées. Esthète dans l'âme, admiratif des premières revues de mode du XVIII^e siècle, il lance en 1912 la *Gazette du Bon Ton*, magazine luxueux dont les illustrations sont réalisées selon la technique traditionnelle de la lithographie coloriée au pochoir. La qualité du passé est mise au service des temps modernes.

Vogel fait appel à des écrivains de renom invités à donner leur vision de la mode dans des pages à la typographie soignée. Des peintres et des dessinateurs chevronnés comme Georges Lepape, Paul Iribe, Étienne Drian, Raoul Dufy... mettent en scène les créations de la haute couture. Vogel collabore avec Jeanne Lanvin, Jeanne Paquin, Paul Poiret, Jacques Doucet, la maison Worth... Publiée jusqu'en 1925, la *Gazette du Bon Ton* est naturellement dédiée à une clientèle très aisée et mise à disposition dans les salons des grands couturiers.

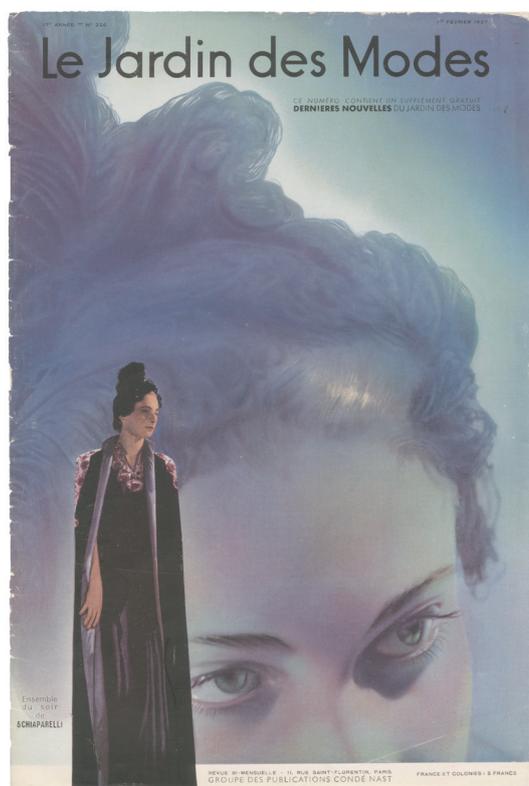
Le Petit Écho de la Mode

Lancé en 1880, *Le Petit Écho de la Mode* connaît un succès populaire grâce à son prix modique, ainsi qu'une longévité peu commune. Il paraît chaque dimanche avec un tirage de 300 000 exemplaires en 1900. L'hebdomadaire est édité selon trois formules et prix différents : une édition simple, une édition avec patron sur la double page centrale et une édition avec une gravure coloriée. Il ambitionne d'être plus qu'un nouveau magazine de mode, en conseillant les femmes dans leurs tâches au quotidien : éducation des enfants, cuisine, décoration, règles de savoir-vivre... tout en offrant aussi des jeux et des feuilletons en guise de distractions. Les illustrations reproduites sur ses seize pages sont dessinées et coloriées à la main, avant l'invention de l'aquatype (dite machine à colorier) peu avant 1900. Les dessinateurs créent des modèles stéréotypés qui se distinguent toutefois par leurs couleurs et leur finesse.

Le dessin laisse la place à la photographie en 1930. Tiré à 1,5 millions d'exemplaires en 1950, *Le Petit Écho de la Mode* est présent dans tous les foyers français au moment où s'engage la reconstruction du pays. Il paraîtra jusqu'en 1972.

Le Jardin des Modes

Lucien Vogel, créateur de la *Gazette du Bon Ton*, lance en 1920 en compagnie du patron du célèbre journal *L'Illustration*, « la formule nouvelle et à l'image de l'époque, d'un magazine de luxe, réellement pratique ». *L'Illustration des modes*, devenue en 1922 *Le Jardin des Modes*, réaffirme l'intérêt de Vogel pour la mode qu'il considère comme un art. La revue témoigne également d'un engouement nouveau pour la photographie et sa modernité appliquée à la reproduction des modèles. Elle accompagne l'évolution socioculturelle de l'époque et la tendance à la diversification et à la simplification qui touche l'industrie du vêtement. Moins populaire que *Le Petit Écho de la Mode*, mais moins élitiste que la *Gazette du Bon Ton*, la revue présente des illustrations et une typographie soignées ; elle met en avant une femme moderne, jeune et sportive. Formule hybride, elle mêle haute-couture, patrons destinés aux couturières amateurs et conseils pratiques.



Le Jardin des Modes
15 mars 1937
Coll. musée Nicéphore Niépce, Chalons-sur-Saône
© musée Nicéphore Niépce, Chalons-sur-Saône

Modes et Travaux
15 mai 1931
Coll. musée de l'Image, Épinal
© musée de l'Image / cliché S. Daongam

Marie Claire
22 décembre 1939
Coll. privée
© DR

Modes et Travaux

Fils d'une mercière, Edouard Boucherit lance en 1919 *Modes et Travaux*, 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 ou Serge Ivanoff...



Marie Claire

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 pour l'usage intensif de la photographie et de la couleur. La signature visuelle de *Marie Claire* est sa couverture photographique très colorée, arborant des portraits de jeunes femmes souriantes qui semblent interpeller la lectrice. La 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 du cinéma hollywoodien.

La mode et la Nouvelle Vision

Entre les deux guerres, certains photographes de la Nouvelle Vision s'empare de la mode féminine. En réaction aux représentations frontales et statiques, ce mouvement artistique prône une modernité nouvelle et une audace rendue possible par l'utilisation d'appareils photos plus petits et maniables. Le cadrage se désaxe, le point de vue adopte la plongée ou la contre-plongée, les mannequins sont en mouvement dans l'espace urbain... Les Français Jean Moral et André Steiner réalisent plusieurs campagnes photographiques pour le magazine américain *Harper's Bazaar*. Les clichés sont pris au cœur de Paris, capitale mondiale de la mode depuis près de deux siècles.



André Steiner
1935
Tirages argentiques
Coll. musée Nicéphore Niépce, Chalon-sur-Saône
© André Steiner

MINI-EXPOSITION

9 novembre 2024
au 18 mai 2025

LA GRAVURE SUR BOIS DES FRÈRES THIÉBAULT.

Entre tradition et modernisation.

Au début du XIX^e siècle, la gravure sur bois, technique utilisée depuis le XV^e siècle en Europe, doit faire face à la concurrence de la lithographie.

À travers l'histoire d'Antoine et Jean-Baptiste Thiébault, deux frères formés dans un petit atelier de Nancy, découvrez comment certains imprimeurs ont tenté de moderniser l'ancestrale xylographie.

Au-delà de l'évocation des techniques, cette petite exposition est l'occasion d'apprendre à regarder les images : observer les ressemblances, chercher les signatures, comprendre comment les images s'adaptent au changement.



**Personnages
allégoriques. n° 1.**
Jean-Baptiste Thiébault
(graveur)
Pellerin, Epinal
(éditeur)
1835
Bois de fil colorié
au pochoir
Coll. musée de l'Image

Mini-Exposition | musée de l'Image

du **9 novembre**
2024
au **18 mai**
2025



**La gravure sur bois
des frères Thiébault**

Entre tradition et modernisation



AUTOUR DE L'EXPOSITION



UNE BOUTIQUE

Une série de produits dérivés spécialement réalisés pour l'exposition est proposée à la vente : cartes postales petit et moyen formats, planches à découper, crayons de papier, album de l'exposition, etc.

ESPACE FAMILLE

Dans un espace ludique dédié aux familles, prolongez votre découverte des thèmes d'exposition et profitez de différentes activités adaptées aux plus jeunes : participez au sondage « Fashion Victim », superposez les pièces et complétez le puzzle « Sacrée couche », dessinez la mode à partir de nos collections ou encore, complétez le mur des célébrités avec les influenceurs d'hier à d'aujourd'hui... Le tout, pour passer un bon moment en famille et échanger des idées entre petits et grands !

DES OUTILS DE MÉDIATION

Un livret d'exploration

Dédié aux 4-12 ans et au travers d'activités ludiques adaptées à chaque tranche d'âge (quizz, dessin, association d'idées, question ouverte...), il permet de s'interroger sur les images et les thèmes du parcours.

Des offres de visite

Visite libre, visite guidée selon des parcours adaptés au niveau de compréhension du groupe, visite guidée poursuivie par un atelier pédagogique, le musée de l'Image propose différentes formules d'accueil sur réservation.

Des dispositifs d'accompagnement

Afin de faciliter la découverte de chaque nouvelle exposition, un dossier pédagogique est mis à disposition des encadrants de groupes sur le site internet du musée ou envoyé sur demande.

Grâce aux informations contenues, le référent pédagogique peut préparer sa visite, développer éventuellement son propre circuit en toute autonomie et/ou prolonger la découverte des œuvres sélectionnées en classe.

PROGRAMMATION CULTURELLE

NOVEMBRE 2024 > MAI 2025



LE MUSÉE COMME MA POCHE

Le mardi 8, mercredi 9, jeudi 10 avril ou le mardi 15, mercredi 16, jeudi 17 avril à 14h (durée 3h30)

Le rendez-vous des vacances des 6-12 ans soit 3 demi-journées d'atelier au choix pour s'amuser autour des collections du musée. À chaque jour, son thème et sa technique.

Accès : 6,50€/pers ou 4,50€ pour les spinaliens et par demi-journée. Réservation obligatoire. Goûter fourni.

NUIT EUROPÉENNE DES MUSÉES

Samedi 17 mai de 19h à 23h

L'occasion idéale pour (re)découvrir l'ensemble du musée mais aussi profiter des animations : démonstration technique dans l'Atelier Jean-Paul Marchal, tour de chant de la Compagnie XIX et atelier participatif au cœur du parcours permanent. Le tout, en continu et en accès libre.

Accès : Gratuit. Sans réservation.

Plus d'infos sur www.museedelimage.fr

LES RENDEZ-VOUS DES VISITEURS

Les mardis, jeudis et vendredis des vacances de Noël (21 décembre au 6 janvier)

L'Atelier Jean-Paul Marchal vous ouvre ses portes de 14h à 18h pour imprimer une carte de vœux personnalisée.

Accès : sur présentation du billet d'entrée, sans supplément et sans réservation.

LES DIMANCHES AU MUSÉE

Chaque premier dimanche du mois.

Profitez des offres de médiation du jour ! Réservez votre parcours à la carte à 11h (visite contée pour les familles avec enfants de 3-5 ans, visite-jeu pour les familles avec des 6-12 ans, Escape Box à partir de 12 ans ou visite guidée pour tous de l'exposition temporaire). Et l'après-midi, venez expérimenter l'art de la typographie dans l'atelier Jean-Paul Marchal, ouvert de 14h à 17h.

Accès : sur présentation du billet d'entrée, sans supplément. Réservation obligatoire pour les parcours à la carte.

ATELIER IMPRESSION « TOTE BAG »

Dimanche 24 novembre à 10h (durée 7h)

Inspirez-vous des images de mode de l'exposition temporaire pour imprimer votre tote bag personnalisé et ajoutez-y un petit message typographié pour séduire, ou non, vos admirateurs...

Accès : 12€/pers ou 8€ pour les spinaliens. Activité accessible pour les adultes et ados à partir de 12 ans. Matériel fourni. Prévoir un pique-nique. Réservation obligatoire.

ATELIER IMPRESSION « PRESSE ALTERNATIVE »

Dimanche 16 février à 10h (durée 7h)

Gravure sur tetrapak, gellyprint, collagraphie... Découvrez ces techniques étonnantes d'impression mais également l'art de la typographie pour revisiter la presse féminine et créer une estampe haute en couleur.

Accès : 12€/pers ou 8€ pour les spinaliens. Activité accessible pour les adultes et ados à partir de 12 ans. Matériel fourni. Prévoir un pique-nique. Réservation obligatoire.

LE MUSÉE DE L'IMAGE VILLE D'ÉPINAL

UNE COLLECTION UNIQUE ...

Créé en 2003 et géré par la Ville d'Épinal, le musée de l'Image abrite l'une des plus importantes collections d'images populaires imprimées à Épinal mais aussi dans d'autres centres imagiers français ou étrangères, du XVII^e au XXI^e siècle.

Cette collection, de plus de 110 000 œuvres, est unique en Europe. Images pour enfants, devinettes, feuilles de saints, images de Napoléon ou de la guerre de 14-18, l'imagerie populaire a tout illustré et le musée vous invite à découvrir dans ses expositions la richesse de ces productions.

Il apporte un éclairage sur la société qui a produit ou acheté ces images et vous fait comprendre son histoire, ses goûts ou ses usages.

Depuis son ouverture, le musée de l'Image a aussi constitué une collection d'art contemporain : les œuvres d'artistes comme Karen Knorr, Paola de Pietri, Clark et Pognaud ainsi que de jeunes illustrateurs issus des écoles d'art du Grand Est comme Mathilde Lemiesle, Zoé Thouron, Sébastien Gouju font désormais partie de ses collections et sont régulièrement présentées au fil du parcours de l'exposition permanente ou à l'occasion d'expositions temporaires.

... ET UN CONCEPT ORIGINAL

En confrontant les images populaires avec d'autres œuvres — photographie contemporaine, peinture mais aussi œuvres musicales ou littéraires — le musée se donne aussi pour objectif de questionner les rapports, parfois étonnants mais souvent plus évidents qu'il ne semble, entre les images d'hier et d'aujourd'hui. Avec des expositions inventives et variées, mêlant art ancien et contemporain, le musée de l'Image vous emmène dans un voyage dans le temps et à travers notre histoire.



Scénographie de l'exposition permanente
© musée de l'Image, cliché H. Rouyer

INFORMATIONS PRATIQUES

Expositions, événements, conférences,
animations enfants
mais aussi visites virtuelles, collections en
ligne sont sur le site web du musée
www.museedelimage.fr

Et sur notre page Facebook
www.facebook.com/museedelimage

Suivez-nous également sur Instagram
[@museedelimage](https://www.instagram.com/museedelimage)

COORDONNÉES

MUSÉE DE L'IMAGE
VILLE D'ÉPINAL

42, quai de Dogneville
88000 Épinal

Tél : 03.29.81.48.30
musee.image@epinal.fr

HORAIRES

Pour connaître les horaires d'ouverture,
veuillez consulter
le site web du musée :
www.museedelimage.fr

TARIFS

Tarif normal : 6,50 €
Tarif réduit : 5 €
Gratuité jusqu'à 18 ans
et étudiants - de 26 ans

Billet Famille 10,50 €
(valable pour 2 adultes
+ 1 à 3 enfants)

Tarifs groupe sur demande
Paiement par chèque-vacances accepté



Vue extérieure
© musée de l'Image, cliché H. Rouyer

le
musée
de
l'image
ville
d'Epinal