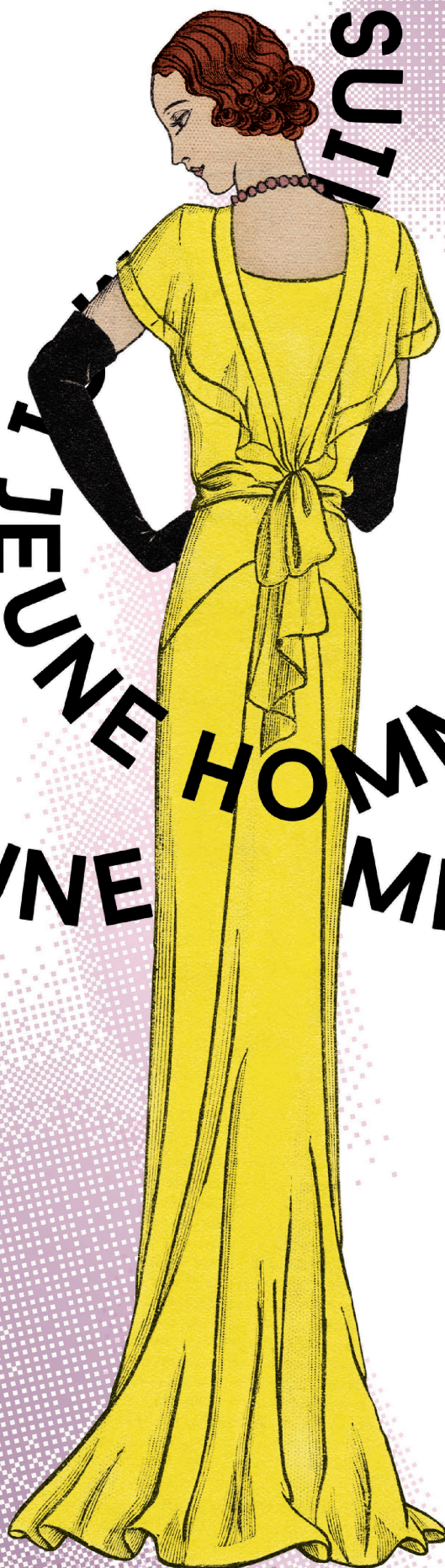


DOSSIER DE PRESSE

SUIVEZ-MOI JEUNE HOMME...

Images de mode
et presse féminine
(1850-1939)



SUIVEZ-MOI JEUNE HOMME...

**DU 17 OCTOBRE 2020
AU 03 JANVIER 2021**

Une exposition préparée par
le Musée de l'Image - Ville
d'Épinal

COMMISSARIAT

Christelle Rochette,
Directrice du Musée de l'Image

CONTACTS PRESSE

ANNE SAMSON
COMMUNICATIONS

Caroline Remy : 01 40 36 84 32
caroline@annesamson.com

Musée de l'Image

03 29 81 48 30
musee.image@epinal.fr

Les visuels présentés dans
ce dossier sont disponibles.
Ils peuvent vous être envoyés
par mail sur simple demande à :

musee.image@epinal.fr

PRÊTEURS

Musée municipal, Bourbonne-les Bains

Musée Nicéphore Niépce, Chalon-sur-Saône

Le Signe, Centre national du Graphisme, Chaumont

Bibliothèque multimédia intercommunale, Épinal

Musée de la Broderie, Fontenoy-le-Château

Bibliothèques-Médiathèques, Metz

Bibliothèque Forney, Paris

Bibliothèque historique de la Ville de Paris, Paris

Collections privées



SOMMAIRE

Introduction	p. 04
Parcours de l'exposition	p. 05
- Une alliance ancienne : mode et presse - L'égérie Eugénie - Les métamorphoses d'une silhouette - La folie des grands magasins - Le foisonnement des revues de mode...	
Autour de l'exposition	p. 15
Programmation culturelle associée	p. 16
Exposition dossier	p. 17
Espace Jean-Paul Marchal	p. 18
Le Musée de l'Image	p. 19
Informations pratiques	p. 21



Jules Chéret
À la Parisienne
Chromolithographie, fin XIX^e siècle,
12 x 8 cm
Coll. Dutailly – Ville de Chaumont / Le Signe,
centre national du graphisme
© Le Signe – Ville de Chaumont

SUIVEZ-MOI JEUNE HOMME...

Images de mode et presse féminine (1850-1939)

* Un « suivez-moi-jeune-homme » désignait à la fin du XIX^e siècle un ruban disposé sur la robe au niveau des reins ou entourant le chapeau d'une femme.

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.

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 toute jeune photographie et la presse féminine, l'exposition pose un regard sur ces changements successifs n'ayant qu'un seul but : séduire.



Paris-Mode

Maurice Réalier-Dumas (dessinateur)
Chaix (imprimeur)
Chromolithographie, vers 1895
177 x 63 cm
Coll. Dutailly – Ville de Chaumont /
Le Signe, centre national du graphisme
© Le Signe – Ville de Chaumont

PARCOURS DE L'EXPOSITION

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.

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 toute jeune photographie et la presse féminine, l'exposition pose un regard sur ces changements successifs n'ayant qu'un seul but : séduire.

Fête des fleurs, juin 1907

Séeberger Frères, Paris

Tirage moderne sur papier

au gélatino-bromure d'argent

Coll. Musée Nicéphore Niépce -

Ville de Chalon-sur-Saône

© Musée Nicéphore Niépce - Ville de Chalon-sur-Saône / cliché S. Charles



Une alliance ancienne : mode et presse



Demoiselle en caracot

Claude-Louis Desrais (dessinateur)
Etienne Claude Voysard (graveur)
photogravure moderne d'après taille douce
colorisée au pinceau, 1778
Coll. Musée de l'Image - Ville d'Épinal
© Musée de l'Image / cliché E. Erfani

Destinée aux « dames » de la haute société comme l'indiquent souvent leurs titres, la presse de mode du XIX^e siècle est l'héritière des premiers périodiques apparus sous Louis XVI qui s'intéressent à la mode vestimentaire et aux coiffures. Elle a aussi pour modèle le *Lady's Magazine* anglais.

C'est sous le règne de Louis-Philippe (1830-1848) que la presse du genre prend tout son essor : plus d'une centaine de revues sont créées, plus ou moins éphémères, parmi lesquelles *Le Bon Ton*, *Le Journal des demoiselles...* Les planches gravées sont alors placées hors texte, les techniques d'imprimerie ne permettant pas encore de combiner texte et illustration.



Légérie Eugénie

Eugénie de Montijo, épouse de Napoléon III, dicte la mode à la Cour et fait des émules dans la haute bourgeoisie. Ses détracteurs la disent frivole, l'affublant des sobriquets de « Fée chiffon » ou « Falbalas lère ».

L'impératrice préfère parler 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 transparaît dans les dizaines de mètres de tissus et rubans nécessaires aux tenues dont on change plusieurs fois par jour en fonction de l'activité (visite, promenade, bal...).

Eugène Disdéri

Portrait de la comédienne Eugénie Doche,
Tirage sur papier albuminé, 1859
Coll. Musée Nicéphore Niépce - Ville de
Chalon-sur-Saône
© Musée Nicéphore Niépce - Ville de Chalon-
sur-Saône / cliché S. Charles

Les métamorphoses d'une silhouette : une taille de guêpe à tout prix



La Crinolomanie

Léonce Schérer (dess.),
Jules Verronais, Metz,
Lithographie coloriée au pochoir, 1857
Coll. Musée de l'Image-Ville d'Épinal
© Musée de l'Image / cliché E. Erfani



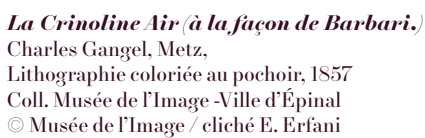
Planche tirée du Magasin des demoiselles,
Anaïs Toudouze (dess.), Joseph Desjardins (grav).
Chromotypographie, 1848
Coll. Musée de l'Image - Ville d'Épinal
© Musée de l'Image / cliché E. Erfani

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.

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.

L'élargissement de la jupe, quant à lui, apparaît avant le Second Empire avec la superposition de jupons destinés à donner à la femme une silhouette en sablier. Trop lourds, les jupons sont remplacés dès 1856 par la crinoline-cage, faite d'une succession de cercles d'acier venant supporter le poids du vêtement. La démarche n'est plus entravée par les jupons mais l'encombrement est maximum voire dangereux.

L'imagerie populaire et les revues satiriques s'emparent très tôt des excès de cette mode. À travers les 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...



La folie des grands magasins : la mode à portée de toutes

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 qui inspirera à Emile 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 : les Grands magasins du Louvre (1855), Le Printemps (1865), La Samaritaine (1865), les Grands magasins de la place Clichy (1877)... 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



Affiche Aux Phares de la Bastille
Chromolithographie, entre 1897 et 1903
151 x 113 cm
Coll. Dutailly – Ville de Chaumont / Le Signe,
centre national du graphisme
© Le Signe – Ville de Chaumont

PARCOURS DE L'EXPOSITION



Bonjour !

Planche tirée de la *Gazette du Bon Ton*
Lithographie coloriée au pochoir, 1921
24,5 x 19,5 cm
Coll. privée

Avec le XX^e siècle, le style se simplifie, les formes se font fluides. Le couturier Paul Poiret libère le corps de la femme des contraintes du corset.

À partir de 1916, quelle que soit la classe sociale, les jupes raccourcissent jusqu'à remonter sous le genou dans les années 1920. Le mouvement art déco, avec ses lignes simplifiées et géométriques, inspire la mode, pendant que la pratique du sport et des danses venues des Etats-Unis (black-bottom, charleston...) imposent une nouvelle liberté de mouvement.

La crise des années 1930 renvoie, quant à elle, à plus de gravité. Le vêtement féminin se rallonge, la silhouette longiligne se re-féminise après les années « garçonne ». La toilette s'adapte à l'idéologie dominante où la femme est avant tout mère et femme au foyer.

Cette période trouble voit cependant l'essor et la diversification de l'industrie textile, l'apparition de matières nouvelles qui contribuent à démocratiser

la mode. 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.



Portrait de femme,

Studio Reutlinger, Paris
Tirage sur papier au gélatino-bromure
d'argent, aquarellé, 4^e quart du XIX^e siècle
40 x 29 cm
Coll. Musée Nicéphore Niépce - Ville de
Chalon-sur-Saône
© Musée Nicéphore Niépce - Ville de Chalon-
sur-Saône / cliché S. Jouanny

Le foisonnement des revues de mode



La Mode illustrée (couverture)
Chromotypographie, 8 octobre 1905
Coll. privée

Ce foisonnement répond aux enjeux commerciaux d'une industrie textile en pleine croissance. La presse reste attachée au dessin, qui, comme la photographie sert de modèle aux gravures ornant ses pages. Coûteuse à reproduire, la photographie mettra longtemps à s'imposer. On la croit plus réaliste que le dessin mais elle est retouchée pour être colorisée. Elle sera délaissée dans les années 1920 car le papier de piètre qualité n'autorise pas de bonnes reproductions. Avec l'adoption de l'héliogravure, et la baisse des coûts de production induite, la photographie prendra définitivement le pas à partir des années 30. L'exposition s'attarde sur quelques revues emblématiques.

La Mode illustrée

La parution dès 1860 de *La Mode illustrée* éditée par Firmin Didot avait considérablement fait évoluer ce type de presse. 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 ».

Lors de son lancement, s'inspirant d'un journal de mode berlinois, ses pages sont garnies de gravures sur bois, en noir.

La revue innove par son grand format. Elle paraît sous diverses formules pour s'adapter à tous les budgets. Sa présentation évolue avec l'introduction progressive de la photographie, colorée sur la couverture.



La Mode illustrée (couverture)
Similigravure, 17 mai 1914
Coll. privée

Le Petit Écho de la Mode

Lancé en 1879, *Le Petit Écho de la Mode* connaît un grand succès et une longévité peu commune. Son prix modique le destine à un lectorat populaire.

Il paraît chaque dimanche avec un tirage de 300000 exemplaires en 1900. L'hebdomadaire 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. Le dessin laisse la place à la photographie en 1930.

Femina

Créé en 1901 par Pierre Lafitte (fondateur du célèbre journal Excelsior en 1910), *Femina* paraît, comme beaucoup d'autres revues contemporaines, sous plusieurs versions, selon qu'on y trouve ou pas des patrons et autres ouvrages de couture ou de broderie.

La mode occupe habituellement les pages centrales (sous forme de gravures) mais est également évoquée à travers les reportages photographiques sur les personnalités de l'époque ou sur les femmes « exceptionnelles » : chauffeuses, aviatrices, bachelières, artistes, sportives, scientifiques...

L'apparence féministe de la revue est cependant trompeuse. La vision moderne de la femme qui y est rendue est contrebalancée par un discours soulignant la primauté de la féminité soumise à la maternité, à l'élégance vestimentaire et à la bonne tenue du foyer.



Le Petit Écho de la Mode (page intérieure)
Chromotypographie, avril 1938
Coll. Musée Nicéphore Niépce - Ville de
Chalon-sur-Saône
© Musée Nicéphore Niépce - Ville de Chalon-
sur-Saône / cliché S. Jouanny



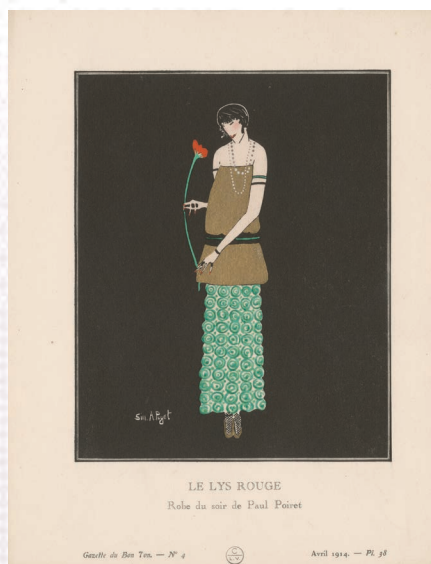
Femina (couverture)
Paul Iribe
15 février 1912

Gazette du Bon Ton

Sous l'influence esthétique des Ballets Russes et de l'Art déco naissant, Lucien Vogel lance en 1912 *La Gazette du Bon Ton* qui va transformer durablement la presse de mode.

Alors que la mode commence à être considérée comme un art à part entière, Vogel s'entoure d'artistes pour créer une revue où la qualité des périodiques de mode du XVIII^e siècle rencontre la modernité de son temps. Il engage de jeunes illustrateurs (Georges Lepape, Paul Iribe, André Marty...) pour leur utilisation du pochoir, sollicite les meilleures plumes pour parler de la mode. Il collabore avec les grands couturiers : 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.



Simone Puget
Le Lys rouge.
Planche tirée de la *Gazette du Bon Ton*
Lithographie coloriée au pochoir, avril 1914
24,5 x 19,5 cm
Coll. privée



Le Jardin des Modes (couverture)
Héliogravure, 1^{er} février 1937
Coll. privée

Le Jardin des Modes

Lucien Vogel 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 met en avant une femme moderne, jeune et sportive. Formule hybride, elle mêle haute-couture, patrons destinés aux couturières amateurs et conseils pratiques.

Modes & Travaux

Fils d'une mercière, Edouard Boucherit lance en 1919 *Modes et Travaux*, hebdomadaire 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, Lucien Mourgue...

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. Il 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 de 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.



AUTOUR DE L'EXPOSITION



Un espace pédagogique

Dans une 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 !

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 permettra d'interroger les images et thèmes du parcours mais aussi de sensibiliser les plus jeunes sur la manière dont se construisent les idées reçues et les schémas mentaux à travers les images.

Les 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.



Les dispositifs d'accompagnement

Afin de faciliter la découverte de chaque nouvelle exposition, un dossier pédagogique est mis à disposition des encadrants de groupes du secondaire 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 ASSOCIÉE

> **Octobre 2020** > **Janvier 2021**

Regards artistiques ou décalés portés sur les thèmes de l'exposition, le Musée de l'Image met en place une programmation culturelle variée à destination de différents types de publics.

LE MUSÉE COMME MA POCHE

(ateliers jeune public)

vacances d'automne

Le rendez-vous des vacances des 6-12 ans. Soit 6 demi-journées d'ateliers pour créer et s'amuser... À chaque jour, son thème et sa technique. Réservation obligatoire, plus d'infos sur le site internet du Musée de l'Image.

LES VISITES ENTRE AMIS

(visites guidées)

vacances d'hiver

En compagnie des médiateurs du musée, partez à la découverte de l'exposition et des secrets des œuvres présentées lors de visites guidées.

NUIT DES MUSÉES

(concert & animations)

14 novembre 2020

« Suivez-moi jeune homme, un tour de chant au fil de la mode »

Où comment la chanson a dépeint l'univers de la mode, des petites mains qui l'ont faite aux extravagances de celles qui l'ont revêtue. Par la **Compagnie XIX**, avec Claire Simonet (piano) et Aude Husson Patru (chant).



Compagnie XIX

EXPOSITION-DOSSIER

« Le musée enrichit ses collections ! La collection Charles Pierre »

DU 03 OCTOBRE 2020
AU 03 JANVIER 2021

Dans la salle des expositions-dossiers

Le musée consacre désormais une de ses salles à des expositions-dossiers. Plus petites que les expositions classiques, elles seront régulièrement renouvelées, offrant ainsi aux visiteurs des présentations inédites tout au long de l'année.

« Le musée enrichit ses collections ! La collection Charles Pierre » est la première de cette nouvelle série. Elle met en valeur un florilège d'œuvres choisies parmi celles acquises par le musée lors de la vente exceptionnelle de la collection de Charles Pierre (1935-2004), bibliophile et collectionneur d'images populaires des XVIII^e et XIX^e siècles. Très riche et variée, sa collection reflète la diversité des centres imagiers français et même européens.



SS. Caspar - Melchior - Baltasar
Joseph Ottinger, Munich, Taille-douce
rehaussée de papiers colorés, de papiers
métalliques et de tissus collés sur papier vergé,
vers 1780
Coll. Musée de l'Image, Épinal
©Musée de l'Image / Cliché E. Erfani

Lors de cette vente, ce sont près de 313 œuvres qui sont achetées par le musée, avec le précieux concours financier des Amis des Musées et de la BMI d'Épinal.

Parmi les images acquises figure un superbe lot de gravures en taille-douce imprimées chez Joseph Ottinger à la fin du XVIII^e siècle à Munich et Strasbourg, de belles estampes parisiennes du XVIII^e siècle aux coloris vifs, dites « de la rue Saint-Jacques », ainsi que des images populaires éditées au XIX^e siècle chez Wentzel à Wissembourg et Dembour à Metz qui, en leur temps, connurent un immense succès.



Les grandes eaux de Versailles
Das grosse Wasserwerk in Versailles
Wentzel, Wissembourg,
Lithographie coloriée au pochoir, 1860
Coll. Musée de l'Image, Épinal
©Musée de l'Image / Cliché E. Erfani



[Saintetés]
André Basset, dit le Jeune, Paris,
Eau-forte coloriée au pochoir,
Entre 1750 et 1785
Coll. Musée de l'Image, Épinal
©Musée de l'Image / Cliché E. Erfani

ESPACE JEAN-PAUL MARCHAL

À PARTIR DU 17 OCTOBRE 2020

Dans la salle d'exposition permanente

Jean-Paul Marchal (1948-2016) a incarné la continuité de la tradition imagière à Epinal. Fondateur de l'Atelier du Moulin, il y a créé et transmis pendant 30 ans sa passion pour la gravure sur bois, la typographie et la linogravure à de nombreux enfants, artistes débutants ou graveurs confirmés. Il s'est employé à remettre à l'honneur l'imagerie populaire au travers de ses créations (Saint Nicolas, animaux emblématiques, etc.), tout en répondant à des commandes extraordinaires telles que celle faite par le Dalaï Lama pour une série d'images sur la médecine tibétaine.

Le contenu de son atelier est désormais déposé au Musée de l'Image. Il se compose principalement de presses, d'estampes, d'outils divers, et surtout d'une quantité considérable et exemplaire de casses et de caractères typographiques en plomb et en bois. Cet atelier constitue un témoignage précieux d'un savoir-faire ancestral.



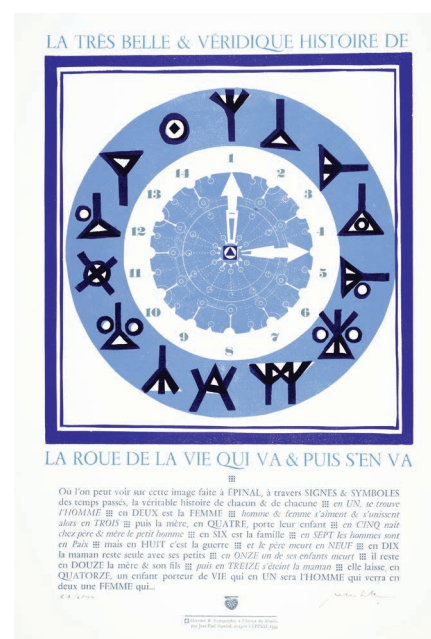
*Caractères typographiques en bois
de l'Atelier du Moulin*

©Ville d'Épinal / Cliché E. Erfani

Dès le 17 octobre, l'exposition permanente du Musée de l'Image lui consacre un espace spécifique où la démarche et les techniques de gravure de Jean-Paul Marchal sont mises en valeur.

Dans le même temps, un atelier typographique sera mis en place pour les enfants et jeunes adolescents, pour une approche créative et artistique de cette discipline, notamment au moment des vacances scolaires

Programme détaillé à venir.
Consultez notre site internet
musedelimage.fr dès début octobre.



Gravure de Jean-Paul Marchal

©Ville d'Épinal / Cliché E. Erfani

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 par d'autres imageries françaises ou étrangères, du XVII^e au XXI^e siècle. Cette collection de plus de 110 000 images est unique en Europe.



Images pour enfants, devinettes, feuilles de saints, images de Napoléon ou 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 ainsi 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, Teun Hocks, Clark et Pougnaud 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 s'est donné 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



SCÉNOGRAPHIE DE L'EXPOSITION

«La Fuite en Égypte», 2017

© Musée de l'image, cliché H. Rouyer



SCÉNOGRAPHIE DE L'EXPOSITION

«Loup ! Qui es-tu ? », 2019

© Musée de l'image, cliché E. Erfani

INFORMATIONS PRATIQUES

COORDONNÉES

MUSÉE DE L'IMAGE
VILLE D'ÉPINAL

42 quai de Dogneville
88000 Épinal
Tél: 03 29 81 48 30
musee.image@epinal.fr

CE QU'IL FAUT SAVOIR AVANT DE VENIR...

EXPOSITIONS, ÉVÉNEMENTS,
CONFÉRENCES, ANIMATIONS
ENFANTS MAIS AUSSI
VISITES VIRTUELLES,
COLLECTIONS EN LIGNE...
SONT SUR LE SITE
INTERNET DU MUSÉE

WWW.MUSEEDELIMAGE.FR

ET SUR NOTRE PAGE
FACEBOOK

[WWW.FACEBOOK.COM/
MUSEEDELIMAGE](http://WWW.FACEBOOK.COM/MUSEEDELIMAGE)

SUIVEZ-NOUS ÉGALEMENT
SUR INSTAGRAM

@MUSEEDELIMAGE

HORAIRES

Du 1er septembre au 30 juin
tous les jours 9h30-12h / 14h-18h
sauf lundi 14h-18h (fermé le
matin), vendredi 9h30-18h, di-
manche et jours fériés (sauf lundi
férié) 10h-12h / 14h-18h

En juillet et août
tous les jours 10h-18h, sauf lundi
14h-18h (fermé le matin)

Fermeture les 25 décembre
et 1^{er} janvier

TARIFS DU MUSÉE DE L'IMAGE

Tarif normal 6€
Tarif réduit 4,50€
Tarif enfant (- 18 ans) 1€

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

Tarifs groupe sur demande.

Paiement par chèque vacance
accepté.

CONTACTS PRESSE

ANNE SAMSON
COMMUNICATIONS

Caroline Remy: 01 40 36 84 32
caroline@annesamson.com

MUSÉE DE L'IMAGE

03 29 81 48 30
musee.image@epinal.fr



VUE EXTÉRIEURE
© Musée de l'Image, cliché H. Rouyer