MODES PRATIQUES
revue d'histoire du vêtement et de la mode

Modes pratiques

3 | 2018
Saisons

« Le triste hiver a fait place au printemps »

L'expression des saisons dans *La Gazette du bon ton* (1912-1925)

Sophie Kurkdjian

Version électronique (Pépinière DeVisu)
URL : https://devisu.inha.fr/modespratiques/389
DOI : 10.54390/modespratiques.389
ISSN : 2491-1453
EISSN : 2119-9655

Publisher
DeVisu

Electronic reference
Sophie Kurkdjian, « « Le triste hiver a fait place au printemps » », *Modes pratiques* [Online], 3 | 2018, Online since 18 September 2023, connection on 09 March 2025. URL : https://devisu.inha.fr/modespratiques/389

La revue *Modes Pratiques* est mise à disposition selon les termes de la licence Creative Commons Attribution - Pas d'utilisation commerciale - Pas de Modification 4.0 International

MODES PRATIQUES
revue d'histoire du vêtement et de la mode

Modes Pratiques

3 | 2018

Saisons.

Le triste hiver a fait place au printemps. L'expression des saisons dans *La Gazette du bon ton*

Sophie Kurkdjian

Version électronique (Pépinière DeVisu)
URL: https://devisu.inha.fr/modespratiques/389
DOI : https://doi.org/10.54390/modespratiques.389
ISSN : 2491-1453

Éditeur
École Duperré Paris

Référence électronique
Sophie Kurkdjian, « Le triste hiver a fait place au printemps », *Modes pratiques* | 2023, mis en ligne le 26 août 2023.

La revue *Modes Pratiques* est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

« Pour les sports d'hiver »,
La Gazette du bon ton, décembre 1912.
© Agence Kharbine-Tapabor.

par **Sophie Kurkdjian**

« Le triste hiver a fait place au printemps »

L'expression des saisons dans *La Gazette du bon ton* (1912-1925)

> « Lisez les pâles Parisiennes. Le printemps retentit comme une fête et voici que les corps libres sortent de leurs prisons d'hiver. Nos modes, vraiment, participent des saisons, elles obéissent aux lois mêmes de la nature.[1] »

La Gazette du bon ton, créée en novembre 1912 par Lucien Vogel, est une revue de mode luxueuse, destinée à l'élite, vendue à 10 francs et diffusée vraisemblablement à 2000 exemplaires. Écrin de la mode parisienne qu'elle considère comme un art, elle doit sa renommée à ses pochoirs expressifs et vivement colorés dont elle confie la réalisation à Georges Lepape, Pierre Brissaud, André Marty, Charles Martin, Roger Boutet de Monvel, Pierre Brissaud, George Barbier. Au-delà du journal de mode, *La Gazette* se veut aussi un manuel du bon goût, reflet des habitudes de consommation, des pratiques de loisirs, ainsi que des codes sociaux de la société aristocratique de la Belle Époque.

L'idée de saison revêt différents statuts et fonctions dans *La Gazette du bon ton* : elle est d'abord utilisée comme argument – commercial pourrait-on dire – justifiant un changement de vêtement (robe d'été, d'hiver, de printemps et d'automne) au même titre que les diverses mondanités de la classe aristocratique justifient l'achat et le port quotidien de différentes robes (robe de théâtre, costume de chasse, robe de dîner, robe d'après-midi, de campagne, de promenade). Dans *La Gazette*, comme depuis toujours dans la presse de mode, les saisons rythment ainsi la mode et les différents numéros du journal de mode. Elles marquent des cycles et des périodes liés aux changement de climat. Dans ce premier cas, la saison, au sens de renouvellement des modes, est utilisée pour légitimer un remplacement de tenue, mais les illustrations de *La Gazette du bon ton* sont loin de proposer des robes véritablement « différentes » et adaptées à la réalité des températures.

Parallèlement, l'idée de saison, qui semble semble se binariser dans *La Gazette du bon ton* avec le développement des sports d'hiver et d'été, est utilisée pour expliquer le port de nouveaux habits spécifiques, adaptés aux activités hivernales et estivales, idée qui sera reprise par les couturiers après la Première Guerre mondiale dans des départements *sportswear*. Ces vêtements ne sont plus

seulement liés aux températures saisonnières, mais aussi et surtout à des activités saisonnières, d'abord réservées à l'élite, puis qui se démocratisent plus tard dans l'après-guerre. Le journal de Vogel présente la particularité d'apparaître à un moment charnière, au moment de l'introduction des sports d'été et d'hiver, mais avant leur démocratisation et le lancement de lignes sport chez les couturiers.

Enfin, au sens de « nature », la saison est aussi convoquée comme élément de contextualisation voire d'esthétisation – le brouillard, l'orage ou le soleil servant d'écrin à la femme, représentée de plus en plus souvent en extérieur, surtout après la Première Guerre mondiale.

Une tenue pour chaque activité de la journée et chaque saison de l'année

Robe de dîner, de visite de promenade, de maison, de ville, d'intérieur, de théâtre, de soirée, les activités « mondaines » sont largement mises en lumière pour expliquer les « différentes » tenues portées par les aristocrates qui, au début du XXe siècle, peuvent se changer jusqu'à six fois par jour, en fonction de leurs activités et leur rôle social.

L'argument des saisons est mis au même niveau que cet argument des mondanités puisque les modes pour les femmes voient se succéder des tenues et accessoires d'été, d'hiver, de printemps et d'automne.

Robes d'hiver ou de printemps, manteaux d'automne ou d'hiver, chapeaux d'été et d'hiver, manchons d'été ou d'hiver… les planches de *La Gazette du bon ton* permettent d'observer l'utilisation « très classique » de ces quatre saisons par les couturiers, reprises par les illustrateurs pour le journal. La saison estivale, notamment, appelle des changement de modes car comme le souligne, non sans ironie, l'auteur Émile Henriot :

> « Voici l'été […] D'abord il y a les malles, qu'il faut remplir avec un soin exact et prévoyant […] Vêtements blancs pour le tennis, costumes pour le golf, smoking pour la soirée, et tout l'attirail que la chose comporte […] y compris le maillot pour le bain […] Car trois mois durant, vous allez être, Madame et Monsieur, quotidiennement passés en revue […] Car vous êtes du monde, Madame (et Monsieur). Le monde a des lois, qu'on ne saurait enfreindre sans péril. Et c'est pour cela que vous allez aux eaux, à la montagne, à la mer – et dans tous ces endroits dûment estampillés par la *fashion* où l'on s'ennuie, certes, mais où les journaux mondains ont des informateurs, où *Vogue* et l'*Illustration des Modes* envoient leurs photographes, et le *Bon Ton* ses dessinateurs.[2]

Cependant, si des tenues dites d'hiver, de printemps, d'été et d'automne permettent de couvrir toutes les saisons, *La Gazette du bon ton* remarque aussi que le qualificatif « d'été », « de printemps »… ne renvoie pas à des vêtements créés spécialement pour la baisse et hausse des températures, mais seulement à une « idée nouvelle » utilisée pour rendre le nouveau vêtement plus novateur. La saison comme argument marketing avant l'heure pour vendre, comme code prescriptif, se dévoile à demi-mot dans l'article « La femme et les saisons »[3]. Observant qu'en plein hiver, pour suivre les modes du moment, les femmes portent des souliers décolletés, de fins corsages et des jupes fendues inadaptés aux températures, et, qu'en été, elles peuvent être amenées à porter des fourrures et velours, l'auteur écrit qu'en adoptant ces vêtements, les femmes ne font que se conformer « à un code qu'elle[s] ne discute[nt] pas,

↖ « On nous regarde. Nouveaux manchons pour l'été », *La Gazette du bon ton*, n°9, juillet 1913. © BnF.
↑ « Au jardin des hespérides. Tailleur de Paquin pour l'automne » *La Gazette du bon ton*, n°11, septembre 1913. © BnF.

mais dont elle[s] souffre[nt] », à des « lois familiales et mondaines » qui les obligent à grelotter. Bravant les variations atmosphériques, l'élégante porte des toilettes qui sont ainsi, selon l'auteur, « un défi aux puissances qui règlent les saisons[4] ».

Les limites de l'argument saisonnier se perçoit d'ailleurs dans les illustrations où les différences entre les robes et les manchons d'hiver et d'été et d'automne sont ténues. On constate par exemple une couvrance du corps similaire, voire plus importante, pour la robe d'été de juin 1913 que pour une robe d'automne de septembre 1913, et des couleurs semblables d'une tenue à l'autre. On note aussi le port de manchons en été comme on en porte pareillement durant l'hiver.

Peu de différences apparaissent entre une robe de saison – dite d'été – et une robe de mondanités – dite de promenade, de matin ou d'après-midi. De même, à l'exception de la couleur, peu de différences apparaissent entre un tailleur « d'automne », un tailleur « d'intérieur » et un tailleur « de promenade ».

Des uniformes de saison pour les activités d'été et d'hiver ?

À la fin du XIXe siècle, au tourisme médical – thermalisme et climatisme – et scientifique nés au XVIIIe siècle succèdent un tourisme estival et un tourisme hivernal fondés principalement sur la pratique de sports d'hiver et loisirs d'été[5]. Les années 1920 consacrent leur essor. Tous deux se démocratisent ensuite dans l'entre-deux-guerres avec l'instauration des congés payés. L'industrie de la mode ne se tient pas l'écart de cette évolution : dans les années 1920 et 1930, les couturiers sont nombreux à lancer des collections de vêtements destinées aux sports estivaux et hivernaux. Jean Patou intègre des vêtements de sport dans ses collections en 1922 et inaugure le « Coin sport » en 1925 ; Jeanne Lanvin inaugure sa ligne « Sport » en 1923 ; Elsa Schiaparelli ouvre la boutique « Pour le sport » rue de la Paix en 1927 ; Hermès se met aux vêtements de sports – tenues de plages et maillots de bains, puis tenues de sports d'hiver et de campagne – sous l'égide de la modéliste Lola Prusac en 1926… Durant les années 1930, le succès du vêtement *sportswear* pour l'hiver, qui se développe

parallèlement aux tenues de tennis (Suzanne Lenglen) et de sports en plein air, correspond à la massification des sports d'hiver, avec l'ouverture de nouvelles stations de ski notamment.

Avant le milieu des années 1920, bien que rares, les pages consacrées aux vêtements de « vacances » – de ski ou de plage – participent de l'esquisse d'une classe de loisirs, une classe aisée qui a le privilège de pouvoir disposer d'assez de moyens financiers et de temps pour se rendre dans des stations thermales l'hiver comme l'été, et on observe que, sous la plume des contributeurs à *La Gazette du bon ton*, le « concept » de saisonnalité est inextricablement lié à celui de « féminité » et de mode féminine, puisque chaque saison commande l'acquisition de nouvelles tenues vestimentaires.

En décembre 1912, pour la première fois, *La Gazette du bon ton* s'intéresse aux sports d'hiver pour les femmes en justifiant leur intérêt par leur esthétisme et leur grande « mode »[6]. Citant les Anglaises et les Allemandes comme exemples qui pratiquent le ski en tenues « appropriées » – « en simple chandail et jupe courte » dans leurs stations à Davos ou Grindelwald, *La Gazette* souligne qu'il est temps pour les Françaises de faire de même, puisqu'elles sont maintenant à leur disposition des stations en Savoie et dans les Vosges. Avec cette nouvelle donne, le journal estime que les Parisiennes peuvent s'adonner aussi aux sports d'hiver, d'autant qu'au même moment « les grands couturiers ont déclaré que les sports d'hiver pouvaient être à la mode[7] ». Il est donc temps de « se ruer vers Chamonix ou le Revard » et « inaugurer des robes nouvelles, des maillots étourdissants et des coiffures adorables[8] », *La Gazette du bon ton* justifie l'intérêt des sports d'hiver pour les femmes par le fait que la mode s'est « entichée » des sport d'hiver : « on s'est demandé ingénument si le ski était un sport pour les femmes. Puisqu'il est prétexte à toilettes, il ne saurait y avoir de doute[9] ». Il est d'ailleurs difficile de savoir si légitimer la pratique ski pour les femmes par l'aspect mode des tenues de ski était sérieux ou pas – le terme « ingénument » peut porter à confusion. L'auteur Georges Casella souligne comment les *sweaters* blancs mettent en valeur la poitrine et la taille des skieuses, les jupes

courtes leurs jambes musclées et leurs fines chevilles, et comment cela concourt à la séduction : « les reins se cambrent pendant la glissade, et les chutes mêmes ont leur charme[10] ». Une vision esthétique émane de l'article, mêlant élégance des tenues et raffinement du paysage hivernal – « sur le sol et dans l'espace, nulle poussière ne vient ternir la blancheur du col souple et les gros gants tricotés […] il se dégage des décors une joie vive, saine, communicatives, et nos Parisiennes, en luge, en bob, en ski, ont l'aspect d'écolières espiègles[11] ». L'auteur justifie son point de vue par l'idée d'esthétisme qui siéra aux femmes adoptant ces tenues, comme elle sied déjà aux femmes sur les plages qui ont adopté des tenues estivales adaptées. Équipées, costumées, gracieuses, alertes, sveltes, les femmes peuvent dès lors courir et glisser sur la poussière blanche. Plus que l'activité sportive, le ski apparaît ainsi, dans les articles et dans les publicités, comme une nouvelle manière d'être « à la mode ».

↖ « Les neiges. Costume pour les sports d'hiver, en "agnella" de Rodier » *La Gazette du bon ton*, n°9, 1920. © BnF.
↖ « Le triste hiver a fait place au printemps. Chapeaux de Marthe Collot. », *La Gazette du bon ton*, n°7, année 1924. © BnF.
↑ « Allons du courage ! Costume pour le bain », *La Gazette du bon ton*, n°8, juin 1913. © BnF.
↑ « La leçon de natation. Costume et chale, pour le bain », *La Gazette du bon ton*, année 1921. © BnF.

Pour les vacances et sports d'été, si leur essor date des années d'entre guerre[12], il est aussi possible d'en voir les prémices dès 1900. Dans son premier article sur le « costume de bain »[13], *La Gazette du bon ton* explique s'intéresser à ce costume pour l'agrément qu'il procure à ceux qui le voient porter. Remerciant avec ironie les « jeunes » femmes de continuer de cultiver l'heure du bain, il souligne que le bain est en vogue après avoir longtemps été méprisé[14].

Mais si le bain de mer est devenu élégant, quels costumes porter pour pratiquer ces bains ? « Grave sujet de réflexion », comme s'amuse à le souligner le journaliste qui critique la forme des costumes de bain actuels trop couvrants et donnant l'image d'une femme qui entre par mégarde toute habillée - avec bas et corset - dans l'eau au lieu d'aller faire ses visites. Plus loin, il conseille des tissus - soie lavable et pongée –, et les formes – sarrau droit avec encolure dégagée et culotte s'arrêtant aux genoux ; blouse de *moujik* boutonnée de côté aux basques amples aux couleurs éclatantes ; costumes de soie noire ou bleu marine pour les plus traditionnalistes.

Il faudra ensuite attendre les lendemains de la Première Guerre mondiale et l'année 1922 pour lire un autre article sur les « Robes de bain » : constant qu'on s'habille pour aller aux bains comme on s'habille pour aller à l'Opéra, l'auteur Nicolas Bonnechose note que le « maillot collant a vécu[15] » et qu'il a laissé désormais place aux tuniques aux longs plis flottants qui permettent de profiter de la plage en toute pudeur avant de se baigner mais aussi de jouer au tennis[16].

La saison comme élément décoratif

L'idée de saison est aussi, et surtout, utilisée, au-delà de l'argument commercial, comme un motif décoratif, dont l'utilisation vise moins le réalisme qu'une certaine poésie. En effet, élément récurrent des illustrations de *La Gazette du bon ton*, la saison sert d'arrière plan et d'élément de contextualisation, et son idée (froid, automne, vent…) est renforcée par l'utilisation de couleurs et d'éléments stylistiques adéquats. Est-ce le rythme saisonnier du renouvellement des modes ou la forte épaisseur évocatrice et sensitive de la succession des saisons qui explique le recours à la saison comme élément décoratif ? S'il est difficile de répondre à cette question, il faut noter que la technique illustrative utilisée par les illustrateurs de *La Gazette du bon ton* – le pochoir – est idéale pour représenter les saisons. En effet, réalisé à l'aide de fines plaques découpées qui permet de reproduire les couleurs exactes du modèle représenté[17], il permettrait, selon l'illustrateur Georges Barbier, des dessins expressifs pouvant tout représenter : l'ombre, la lumière, la chaleur, l'eau salée, l'eau douce, les pierres, les arbres, la pesanteur, le silence, la mort et même le sommeil.[18] Le pochoir est certes une technique manuelle, lente et laborieuse, cependant il permet un travail de très haute précision et autorise les dessinateurs à soigner les couleurs, mais aussi les détails de l'arrière-plan, ou bien des aspects sur lesquels ils veulent mettre l'accent : le mouvement de la bourrasque de vent, la luminosité du soleil, la sensation de froid émanant de la neige. Plusieurs pochoirs en témoignent : en juillet 1920, dans la planche « Gros temps », une tenue de yatching est représentée sur un arrière-plan d'orage, tandis que dans la planche « Voici l'orage », une robe d'après-midi de Paul Poiret est portée en plein vent.

En septembre 1920, les mêmes procédés graphiques sont utilisés pour représenter une « bourrasque » emportant une élégante (mouvement de l'arrière-plan et de la robe) et pour dépeindre la tombée du brouillard sur un arrière-plan gris automnal dans « Brouillard » et l'arrivée de l'automne dans « Le retour des autans ».

Les pochoirs de la saison hivernale jouent quant à eux sur la neige et la sensation de froid qui s'en émane, comme en témoigne le pochoir « Hiver approche » en 1921 où l'élégante se réfugie derrière la vitre qui laisse découvrir la neige à l'extérieur.

La saison trouve plusieurs échos dans *La Gazette du bon ton* : elle est associée tantôt à l'idée de variations de températures, tantôt à celle d'activités sportives ou à celle de motif poétique. Dans les années 1920 et 1930, avec la démocratisation des vêtements de sport, la saison distingue plus nettement les vêtements d'été et les vêtements d'hiver, en les associant à des activités sportives particulières. Les cosmétiques suivent la même tendance avec le développement du bronzage et des activités de gymnastique – la saison estivale et hivernale appelant des soins particuliers. Le soleil va même jusqu'à devenir un argument marketing, utilisée par Helena Rubinstein ou Elizabeth Arden pour promouvoir leurs nouveaux produits. La saisonnalité dans la mode passe alors par les formules « teint d'été », « teint d'hiver », crèmes teintées, crèmes solaires, « crème Côte d'Azur »... ●

← « Bourrasque », *La Gazette du bon ton*, n°7, septembre 1920. © BnF.
↖ « Gros temps. Costume pour le yachting », *La Gazette du bon ton*, n°6, juillet 1920. © BnF.
↑ « Helena Rubinstein a créé une nouvelle sensation pour la plage et les bains de soleil vous apportant la protection absolue contre les dangers de l'été... » Annonce publicitaire *Vogue*, juillet 1936. © Collection particulière.

Notes

1 Claude Roger-Marx, « Le printemps fait fleurir les colerettes », *La Gazette du bon ton*, juin 1913, p.250-252.
2 « Devoirs de vacances », *La Gazette du bon ton*, juin 1921.
3 Nozière, « La Femme et les saisons », *La Gazette du bon ton*, mars 1914, p. 73.
4 *Ibid*. p. 74.
5 Larique, Bertrand. « Les sports d'hiver en France : un développement conflictuel ? Histoire d'une innovation touristique (1890 – 1940) », *Flux*, vol. 63-64, no. 1, 2006, pp. 7-19, p.2
6 « Nouveaux ajustements pour les sports d'hiver », *La Gazette du bon ton*, décembre 1912, p.41-46
7 *Ibid*., p. 41.
8 *Ibid*.
9 *Ibid*., p. 41.
10 *Ibid*. p. 42.
11 *Ibid*. p. 42.
12 Granger, Christophe. « Le corps en vacances. Culture somatique et sentiment de soi, 1930-1975 », *Hypothèses*, vol. 6, no. 1, 2003, pp. 59-68.
13 Jean Silvère, « Les bains de mer », *La Gazette du bon ton*, 1913, p.241
14 La mode des bains de mer se diffuse au début du XIXe siècle, passant au début du XXe siècle de l'action thérapeutique à l'action mondaine de loisirs
15 L'auteur fait sans doute référence là au maillot de bain une pièce, moulant et court, porté pour la première fois par la championne de natation d'origine australienne, Annette Kellerman, en 1905. Dans les années 1920, la maille Jantzen permet la création de vêtements de baignade qui s'adaptent plus facilement au corps
16 « Robes de bain », *La Gazette du bon ton*, n°5, année 1922, p. 149.
17 Le pochoir est une technique employée dès le XVe siècle à Lyon par les fabricants de cartes à jouer. Au XIXe siècle, le pochoir est utilisé pour les journaux, les menus de restaurant et les cartes postales. ls tombent néanmoins en désuétude pendant près de cinquante ans, avant que Jean Saudé ne se les réapproprie à la fin des années 1890, perfectionnant même la technique en substituant aux planches de carton, des plaques de zinc ou de bronze.
18 Georges Barbier, « Pochoirs », *Arts et métiers graphiques*, 1937, p. 162.