

Louise Pasquier

Spécialité Photographie

Promotion 2022

Mémoire de MASTER 2

Le design de mode vu à travers la photographie : l'attention portée au vêtement et au corps habillé

Sous la direction de **Claire Bras**, professeure agrégée d'arts plastiques appliqués à la photographie, ENS Louis-Lumière.

Membres du jury :

Claire BRAS, professeure agrégée d'arts plastiques appliqués à la photographie, ENS Louis-Lumière.

Véronique FIGINI, maître de conférences en histoire de la photographie.

Pascal MARTIN, professeur des universités à l'ENS Louis-Lumière.



Louise Pasquier

Spécialité Photographie

Promotion 2022

Mémoire de MASTER 2

Le design de mode vu à travers la photographie : l'attention portée au vêtement et au corps habillé

Sous la direction de **Claire Bras**, professeure agrégée d'arts plastiques appliqués à la photographie, ENS Louis-Lumière.

Membres du jury :

Claire BRAS, professeure agrégée d'arts plastiques appliqués à la photographie, ENS Louis-Lumière.

Véronique FIGINI, maître de conférences en histoire de la photographie.

Pascal MARTIN, professeur des universités à l'ENS Louis-Lumière.



Remerciements

Je tiens avant tout à remercier Claire Bras d'avoir accepté de diriger mon mémoire. Son accompagnement et ses conseils pertinents sur mon sujet m'ont été d'une aide très précieuse. Je souhaite remercier également Agathe Tomaszewski et Marion Peynet pour leur aide sans relâche concernant ma partie pratique de mémoire, sans qui ces vêtements n'auraient pu voir le jour. C'est sans oublier Morgane Kieffer, que je remercie pour son aide lors des prises de vue en studio, sous la bienveillance de Caroline Sénécal. Ce sont aussi des remerciements pour Java et Gabrielle qui ont assuré la coiffure et le maquillage d'Emmanuel, de Jade et d'Alexandra, que je remercie d'ailleurs tout autant pour leur confiance et leur participation à ce projet. Pour son regard avisé et enrichissant mais aussi son suivi, je tiens à remercier Stéphanie Solinas. Jules Nguyen, pour sa patience et son temps lors de la réalisation de mes tirages, m'a été d'une grande aide. Je remercie aussi mes camarades de classe, qui se reconnaîtront, pour ces trois années passées ensemble, leur soutien et leur bienveillance. Enfin, des remerciements tout particuliers à Pablo, pour ses encouragements en toutes circonstances et ses précieux conseils.

Résumé

Le vêtement est l'objet permettant à la photographie de mode d'exister. Son traitement photographique dépend du regard de celui ou de celle qui le photographie. Le corps habillé du modèle, le vêtement, sa forme, ses matières, jusqu'au regard du photographe lui-même, que ce soit au niveau du point de vue, de la technique photographique ou encore du contexte environnemental, sont autant d'éléments qui forgent une image. L'intérêt est alors d'analyser les images qui mettent en exergue les spécificités du vêtement, tout en questionnant les différents moyens mis en place pour le photographe.

Mots-clés :

Photographie - Mode - Design - Vêtement - Corps habillé - Tenue - Posture

Abstract

The garment is the subject that allows fashion photography to exist. The photographic treatment of the clothing depends on the view of the photographer. The dressed body of the model, the garment, its shape, its materials, and even the photographer's own gaze, either in terms of the point of view, the photographic technique or the environmental context, are all elements that forge an image. The interest is then to analyze the images that highlight the specificities of the garment, while questioning the different means used to photograph it.

Key-words :

Photography - Fashion - Design - Clothing - Dressed body - Outfit - Posture

Sommaire

Remerciements	2
Résumé	3
Abstract	4
Sommaire	4
Introduction	6
Partie 1 : Qu'est-ce qu'un vêtement ?	8
A) La mode	8
B) Du tissu au vêtement	11
C) Usages du vêtement	26
Partie 2 : Présentation du vêtement et construction du corps habillé	32
A) Les besoins : différentes façons de montrer et diffuser l'image de la mode	32
B) Du vêtement à plat au volume	43
C) Quand le corps habillé d'un vêtement se transforme en sculpture	54
Partie 3 : Le regard photographique porté sur le corps habillé	61
A) Point de vue : la lecture d'un vêtement	63
B) Le choix d'une technique	67
C) Contexte photographique : le lieu	72
Conclusion	78
Bibliographie	79
Annexes	85
Présentation de la partie pratique de mémoire	90
Table des illustrations	103
Glossaire	110

Introduction

« La mode est éphémère mais son image demeure, grâce à la photographie. A travers cette image sans cesse mouvante se profilent les goûts et les rêves de chaque époque comme dans un miroir renvoyant à la société une image pailletée d'elle-même. »¹

Cette citation de Nancy Hall-Duncan met en avant plusieurs points : la photographie permet de figer et de garder en image des tendances de la mode passée, tout en enjolivant l'image de la société à une époque donnée. Cependant, elle n'aborde pas le vêtement comme objet. Or, avant d'être un « *miroir de la société* » et une « *image pailletée* », la mode existe en s'intéressant à l'objet particulier qu'est le vêtement : une forme plate qui se change en volume lorsqu'elle est portée par un corps pour l'habiller. Le vêtement vient s'adapter au mouvement de ce corps et forme une architecture malléable, composée de matériaux souples, adaptée à l'anatomie humaine. A l'intérieur de cette « *image pailletée* » et des enjeux de sociétés, de l'imaginaire qui nourrit l'image de la mode, le vêtement est un objet particulier porté par un être humain.

Chaque vêtement étant vecteur d'un univers porté par un designer ou un styliste, se pose alors la question de la retranscription de cet univers en photographie. Quels choix sont opérés par ceux qui permettent la création de ces images ? Le vêtement est-il considéré de la même manière en photographie par tous les photographes de mode ? En révélant les tendances de la mode en donnant à voir des univers qui font rêver, la photographie est partie prenante d'une industrie dont l'objet est avant tout le vêtement. Les possibilités en matière de création dans l'habillement, de ses modes ou encore dans la façon dont il est porté fournissent alors au photographe de mode un champ d'exploration qui justifie son attention.

¹ HALL DUNCAN Nancy, *Histoire de la Photographie de Mode*, Paris, Chêne, 1978, p.1

Le lien entre l'objet - le vêtement - et l'image - la photographie - est alors important à analyser pour répondre à ces questionnements. De plus, le vêtement est en trois dimensions tandis que la photographie est en deux dimensions : elle ne montre alors le vêtement qu'à un instant précis, dans un angle choisi. Et pour cause, le regard de celui ou celle qui photographie la mode est primordial quant aux choix de mise en valeur du vêtement, mais à quel point ? En effet, comment le vêtement, en tant qu'objet plastique, et dans quelle mesure, participe-t-il à un univers ?

Ainsi, à partir de ces différentes pistes, on peut se demander comment l'image, au-delà de l'univers qui se construit, au carrefour du design et de la photographie de mode, peut-elle donner à voir les spécificités du vêtement et du corps habillé ? Il faudra tout d'abord s'intéresser au vêtement, qui sera analysé dans sa totalité, pour en comprendre davantage les enjeux. Ensuite, l'étude des différentes façons de montrer le vêtement pour ce qu'il est, porté ou non, puis à travers la mise en scène du corps habillé qui révèle ses spécificités et son adaptabilité aux mouvements. Enfin, il conviendra d'analyser le regard photographique porté sur le vêtement et la façon dont ce regard forge l'image, aussi bien en termes de point de vue que de technique photographique, mais aussi de contexte environnemental.

Partie 1 : Qu'est-ce qu'un vêtement ?

Prendre en considération les caractéristiques du vêtement et les enjeux qu'il représente est essentiel à la compréhension de son rôle dans la photographie de mode. Effectivement, un vêtement sert à couvrir ou à protéger le corps, mais c'est aussi un support d'apparat ou encore de distinction sociale. Le vêtement est une forme composée de matière souple ou rigide qui est en général adaptée au corps. Les différentes caractéristiques techniques du vêtement produisent des effets esthétiques qui seront ensuite perçus et interprétés en photographie. Comment la mode impacte-t-elle les caractéristiques du vêtement ? Cet impact est-il visible en photographie ?

A) La mode

« La mode n'est pas liée à telle ou telle forme particulièrement du vêtement, elle est plutôt et uniquement un problème de rythme, un problème de cadence dans le temps »²

La mode correspond à un ensemble d'habitudes collectives et passagères relatives à l'habillement³ ou tout autre domaine.⁴ On pourrait qualifier la mode comme l'expression vestimentaire d'un groupe social donné à une période donnée. Par le regard que la société renvoie, les codes qu'elle impose et l'influence qu'elle porte sur les goûts individuels, le phénomène de mode implique le corps social.

« Le contenu d'une photo de mode ne se limite pas aux seuls vêtements mais s'intéresse aussi aux attitudes, aux moeurs des gens qui les portent; c'est un catalogue en

² BARTHES Roland, revue « Echanges », Paris, 1966

³ ROY Marco, « La différence entre mode, style et tendance », in *Tabloid Mode*, 2017. [En ligne], mis en ligne le 22 mai 2017. URL : <https://tabloidmode.media/la-difference-entre-mode-style-et-tendance/>. Consulté le 20 février 2022.

⁴ KAMITSIS Lydia, REMAURY Bruno (sous la direction), *Dictionnaire international de la mode*, Paris, Éditions du Regard, 2005, p.408

miniature de la culture et de la société, un révélateur des aspirations, des goûts et des interdits d'une période donnée. [...] La mode est un symbole visible de tous, qui peut servir à exprimer la personnalité, la condition sociale, les moyens financiers ou les idées de celui qui la porte. »⁵

La mode est un moyen d'affirmer son rang social ou sa personnalité. En effet, la mode est un moyen pour tous.tes, à l'aide du vêtement, de s'affirmer et de s'exprimer. La mode permet de rêver et la photographie de mode vient aider à provoquer ce rêve. De plus, la mode, à l'aide des tendances, permet aussi aux individus de se rassembler, de se ressembler, ou même, en prenant le contrepied de celles-ci, de se démarquer. Il arrive que le terme de tendance soit utilisé comme un synonyme du mot mode, mais, c'est deux termes sont-ils vraiment similaires ?

L'ensemble des orientations reconnues par les discours « experts » pour caractériser ce qui est populaire à un moment de mode donné est considéré comme une tendance. Ces orientations concernent plusieurs domaines différents de la mode comme les matières, les couleurs, les formes mais aussi les pratiques et les conduites d'achats.⁶ En général, la tendance va suggérer au consommateur une direction sans pour autant donner de chemin défini. La tendance, contrairement à la mode, est sujette à des changements imprévus puisque cela reste un phénomène impalpable qui résulte d'un contexte mêlant données sociologiques, économiques et culturelles, qui viennent dépasser la mode elle-même. Les grandes tendances sont considérées pour celles et ceux qui les suivent comme des incontournables, quand au contraire, d'autres sont plutôt passagères : c'est ce qu'on pourrait nommer des *microtrends*, terme qui est utilisé pour qualifier les très courtes tendances lancées par les réseaux sociaux.

En effet, la mode est tiraillée : des tendances contradictoires ne cessent de s'animer. D'un côté l'on promeut la *fast fashion*⁷ et de l'autre la seconde-main

⁵ HALL DUNCAN Nancy, *op. cit.*, p.10

⁶ KAMITSIS Lydia, REMAURY Bruno (sous la direction), *op. cit.*, p.571

⁷ cf. glossaire p.110

devient à la mode avec une envie franche de tout ralentir pour le bien écologique. En effet, les démarches dites « *slow fashion*⁸ » sont en pleine expansion. Une question se pose alors, les tendances sont-elles, aujourd'hui, seulement suivies par les personnes intéressées par la mode et moins par la masse ? Les tendances sont-elles suivies pour l'aspect esthétique du vêtement (se démarquer, s'affirmer), ou bien pour la manière de consommer le vêtement (mode éthique en pleine expansion, mouvement minimaliste) ? Ces deux aspects sont-ils compatibles ?

Depuis les années 1960 les tendances sont anticipées par les bureaux de styles et publiées dans des carnets de tendances à destination des acteurs de l'industrie de la mode⁹. Alors, ces entreprises produisant des vêtements incitent les consommateurs à se perdre dans ces tendances et les laissent interpréter comme bon leur semble leurs vêtements lors de leurs achats. Les photographies de mode s'inspirent alors de ces tendances pour les faire circuler dans les publicités. La mode reflète la société ou les goûts à une période donnée et c'est la photographie de mode qui permettra, plus tard, de garder cette trace, bien que ce ne soit pas l'enjeu au moment où elle est faite. La mode est une formalisation d'une tendance d'une époque qui se cristallise dans le vêtement qui en est le symptôme.

« Banals aussi, le port du pantalon par les femmes et l'emprunt fréquent par ces dernières au vestiaire masculin - l'inverse restant à venir. Banals encore, le port de chaussures et de vêtements "de sport" dans tout autre contexte que le sport, comme l'apparition de certaines pièces ou matières traditionnellement réservées au soir en plein jour, ou d'autres cantonnées au dessous qui prennent provisoirement le dessus. »¹⁰

Comme l'explique cette citation d'Odile Blanc, le vêtement se déplace d'un vestiaire à l'autre au fil du temps. Ces changements ne sont pas anodins puisqu'ils sont toujours corrélés à des évolutions de la société et la conception d'un vêtement est alors amenée à changer. Par exemple, le pantalon fut le symbole significatif de

⁸ cf. glossaire p.110

⁹ ROY Marco, *op. cit.*

¹⁰ BLANC Odile, *Vivre habillé*, Paris, Klincksieck, 2009, p.12

l'émancipation féminine en se glissant progressivement dans le vestiaire féminin alors qu'il n'était au départ porté seulement par les hommes.¹¹

« Les grandes évolutions de la mode sont, de fait, liées aux progrès techniques, à la découverte de nouveaux matériaux... Des premières teintures à l'engouement pour le très futuriste néoprène, histoire des tendances et de l'évolution des pratiques. »¹²

Les tendances sont ainsi liées aux modes de vie et aux progrès techniques. On trouve, en effet, une forme de vêtement adaptée à chaque nouveau besoin et l'on améliore ce vêtement à chaque nouvelle matière inventée. Ces matières appuient ensuite à leur tour la forme du vêtement.

B) Du tissu au vêtement

Chaque vêtement a ses spécificités mais, avant d'être une forme, le vêtement se caractérise par un élément primordial : la matière¹³. C'est la matière qui est à l'origine de la plasticité de la forme d'un vêtement en lui apportant certaines spécificités structurelles, tactiles et visuelles. L'étude de la matière et de ses différentes particularités permet de comprendre l'adaptation de tous ces choix - matière, coupe et forme - à l'usage du vêtement et, donc, de voir comment la photographie de mode peut les prendre en compte et les mettre en évidence dans une mise en scène du corps habillé. La matière vient, par exemple, interagir avec la lumière et permet aussi d'inviter le corps à se mouvoir d'une manière déterminée par cette même matière.

¹¹ MONDALEK Alexandra, « Comment le pantalon a été un outil de pouvoir pour les femmes » in *Huffingtonpost*, 2020, [En ligne], mis en ligne le 3 mars 2020. URL : https://www.huffingtonpost.fr/entry/comment-le-pantalon-a-ete-un-outil-de-pouvoir-pour-les-femmes_fr_5e5d110ec5b6450a30c210d9 Consulté le 25 avril 2022.

¹² MULLER Florence, « Tendances et Innovations », in BACRIE Lydia, *Qu'est-ce qu'une tendance de mode ?*, Fédération Française du Prêt-à-Porter Féminin, Paris, 2012, p.16

¹³ cf. glossaire p.110

La matière la plus communément utilisée pour concevoir un vêtement est le textile. Ce mot renvoie à tout matériau¹⁴ pliable composé de filaments, de fibres ou encore de fils entrelacés. En général, le textile est soit tissé, soit constitué de mailles.¹⁵ Pour reprendre les mots de Elizabeth Kirchberger dans le *Dictionnaire International de la mode*, la matière textile appelée tissage, tissée ou plus communément tissu désigne toute surface textile obtenue par le croisement horizontal et vertical de plusieurs fils : la chaîne et la trame.¹⁶ L'armure¹⁷ et la contexture¹⁸ déterminent, avec la matière, les caractéristiques du tissu. Il existe alors beaucoup de combinaisons possibles, ce qui laisse au tissu en chaîne et trame un large panel de possibilités d'aspects de surface, de solidité, de capacité de déformation mais aussi de graphisme de texture uni ou coloré. En effet, un tissage avec des fils de couleurs différentes produit un motif comme des rayures, des carreaux, du tartan, de l'écossais, du vichy ou encore du pied-de-poule (image ci-dessous).

¹⁴ cf. glossaire p.110

¹⁵ FERRARI Florence, *Guide des textiles*, Paris, Esmod éditions, 2020, p.37

¹⁶ KAMITSIS Lydia, REMAURY Bruno (sous la direction), *op. cit.*, p.571

¹⁷ « L'armure est le résultat du liage du fil de trame avec le fil de chaîne. S'il existe de multiples possibilités, il n'y a que trois armures fondamentales : la toile, le sergé et le satin. » BOUTIN-ARNAUD Marie-Noëlle, TASMADJIAN Sandrine, *Le vêtement*, Paris, Nathan, 2009, p.26. Une illustration ainsi qu'une explication des armures est visible en annexe p.85

¹⁸ « L'appréciation de la contexture sert à qualifier un tissu, au travers de deux paramètres essentiels : la grosseur des fils employés et leur nombre au centimètre en chaîne et trame. » KAMITSIS Lydia, REMAURY Bruno (sous la direction), *op. cit.*, p.147



Fig. 1 - KANE Art, *Photo sans titre*, 1962, in Vogue

Nombreuses sont les possibilités pour le tissage d'une étoffe, bien que le principe soit toujours le même. Une étoffe constituée en chaîne et trame dispose d'une faible élasticité contrairement à de la maille. Cette élasticité est due à la fabrication de la maille : celle-ci n'est dotée que d'un fil unique, tricoté. Contrairement à un tissage, doté de plusieurs fils verticaux et horizontaux, la maille se distingue par un enchaînement de boucles.¹⁹ Le choix entre ces deux grandes familles d'étoffes détermine alors la manière dont se déforme le tissu : l'un est élastique (maille), tandis que l'autre est plus rigide (chaîne et trame) - bien que les coupes et les systèmes de montage permettent de gagner en souplesse, voire en élasticité. Toucher une étoffe et l'appréhender par la matière permet d'envisager les potentialités de sa plasticité et son déploiement sur un corps et dans l'espace.

¹⁹ La maille est soit tricotée à la main ou bien tricotée sur de très grands tricotins. Quant au tissu en chaîne et trame, celui-ci est tissé à l'aide de métiers à tisser.

Les fibres

Le fil est nécessaire à la création de ces deux types de textile. Il y a plusieurs types de fibres qui peuvent être d'origine naturelle (végétale ou animale), artificielle ou synthétique. Celles d'origines animales sont en général composées de fourrure ou de pelage mais il arrive parfois que la fibre vienne d'un cocon. Les textiles d'origine végétale sont composés de fibres provenant de différentes parties d'une grande variété de plantes. Le lin par exemple, est tissé à partir de fibres provenant du liber²⁰ de la plante du lin. Le coton est quant à lui créé grâce à la fleur de coton.

Les fibres naturelles

En raison de son faible coût de production, le coton est la fibre naturelle la plus utilisée dans l'habillement. Cette fibre est blanche, douce et absorbante. Elle est dotée d'une très bonne affinité avec la teinture. Le lin est une fibre naturelle qui est, elle aussi, très utilisée dans l'habillement. Cette fibre ne génère aucun déchet puisqu'elle est biodégradable et recyclable. D'ailleurs, toutes ses parties sont utilisables, il n'y a donc pas de perte. Le lin est autant utilisé pour le linge de maison que pour l'habillement, en raison de son grand pouvoir d'isolation qui lui permet par ailleurs d'être frais l'été et confortable l'hiver. Le seul défaut du lin est sa froissabilité, bien qu'améliorée grâce aux sélections actuelles de la plante. Photographier une matière fortement froissable est en tout cas plus compliqué, puisque chaque changement de pose du modèle marque les plis. Cependant, on peut aussi trouver un intérêt particulier à mettre en lumière sa froissabilité, comme lorsque l'on veut mettre en évidence la façon dont ce tissu garde en mémoire les mouvements répétés, en se concentrant sur les articulations. En ce sens, observer

²⁰ « *Partie d'un arbre entre l'écorce et le bois.* » BOUTIN-ARNAUD Marie-Noëlle, TASMADJIAN Sandrine, *op. cit.*, p.8

les caractéristiques techniques et plastique d'une étoffe est essentiel pour comprendre la manière dont il réagit avec le corps.

Les fibres animales

La fibre animale la plus utilisée est la laine. Cette fibre provient du mouton²¹ et seules les fibres issues de cet animal peuvent être appelées laine. Avec les fibres les plus longues et les plus fines est réalisée la laine peignée. C'est avec cette laine que l'on crée des tissus au toucher sec tel le fil-à-fil, le prince-de-galles ou encore le pied-de-poule. Ces tissus sont souvent utilisés dans la confection des costumes et des tailleurs (terminologie classique qui se décline dans les coupes actuelles sous le nom de vêtements structurés). Avec les fibres les plus grossières et irrégulières on fait ce que l'on nomme la laine cardée, qui forme des tissus doux et moelleux. Cette laine sert à faire du tweed, des draps pour manteaux ou encore du velours. Avec la laine, on peut aussi réaliser du feutre en entremêlant les fibres, ce qui forme un tissu épais et dur, utilisé pour la fabrication de manteaux très chauds. Autre fibre textile d'origine animale : l'angora. Cette matière est issue des poils de lapins Rex. Les poils angora sont utilisés pour les laines à tricoter ou encore pour les tissus imitant la fourrure. En général, l'angora est utilisé avec un mélange de laine. L'angora est une fibre très appréciée pour sa douceur. Similaire à l'angora mais utilisant le poil de la chèvre, on retrouvera aussi le cachemire. Cette fibre est utilisée pour la création de tissus de luxe ou encore de tricot doux et chaud. La soie est une fibre produite par les chenilles des papillons bombyx, vivants sur les mûriers. La soie est la matière utilisée par ces chenilles pour fabriquer leur cocon. La soie est réputée pour son brillant et sa douceur mais elle est aussi très solide et peu élastique, ce qui lui confère un très bon tombé ainsi qu'une grande infroissabilité.

²¹ Bien qu'il soit possible de fabriquer des pelotes de laine avec une fibre synthétique.

Les fibres artificielles

Les fibres artificielles sont d'origine végétale, à base de cellulose. La cellulose est un polymère issu de la pâte à bois, qui est ensuite transformée chimiquement dans le but d'en obtenir une fibre. A partir de ces fibres on peut alors créer l'acétate, qui est l'équivalent artificiel de la soie, ou bien la viscose. La viscose est résistante et facile d'entretien : c'est l'équivalent artificiel du coton, en moins solide. On peut alors imaginer que son rendu photographique est très similaire à celui du coton, ce qui pose la question de la différenciation d'une matière naturelle de sa version artificielle sur une image.

Les fibres synthétiques

Contrairement aux fibres artificielles qui sont créées à partir de matériaux naturels modifiés chimiquement, les fibres synthétiques sont issues d'une composition entièrement chimique. La première fibre synthétique inventée fut le nylon. Le nylon est le terme générique utilisé pour nommer les composés chimiques qui le composent mais aussi le tissu produit par ces composés. Ses fibres sont très fines et brillantes. Le nylon, lorsqu'il est tissé avec un fil plat, est souvent utilisé pour les vêtements de sport, les doublures, la lingerie ou encore les imperméables. Au contraire, lorsqu'il est tissé avec un fil texturé, il est utilisé pour les bas, les collants, les chaussettes, les sous-pulls ou les maillots de bain.

Une des fibres synthétiques les plus utilisées dans la confection de vêtement est le polyester²². En effet, le polyester est une fibre résistante et infroissable. Cependant, cette fibre est hydrophile, ce qui lui confère une très faible tolérance à la teinture et oblige l'utilisation de procédés spéciaux pour la teindre. Cette hydrophilie

²² « Le polyester représente 70% des fibres chimiques employées dans la confection de vêtements. » BOUTIN-ARNAUD Marie-Noëlle, TASMADJIAN Sandrine, *op. cit.*, p.20

empêche aussi une bonne évacuation de la transpiration lorsque le vêtement est porté. Le polyester est utilisé dans de nombreux domaines de l'habillement : les vêtements de sports, les maillots de bains, les costumes ou encore les robes habillées. Il est aussi utilisé en mélange avec des fibres d'origine animale ou bien des fibres naturelles telles que la laine ou le lin, pour conserver les propriétés de ces fibres à faible coût.

L'élasthanne est une matière utilisée pour son l'élasticité et sa force de retour²³. En général, l'élasthanne n'est pas utilisée seule mais plutôt avec d'autres matières. C'est d'ailleurs ce qui permet à un jean d'être élastique, lorsqu'il dispose d'un petit pourcentage d'élasthanne avec le coton. Cette matière est souvent utilisée pour réaliser des maillots de bain ou même des chaussettes. On connaît aussi cette matière sous le nom de Lycra, qui est le nom d'une marque déposée de fibre élasthanne²⁴, très à la mode dans les années 1980 pour son aspect brillant.



Fig. 2 - BOURDIN Guy, *Untitled*, 1986, in Vogue Paris

Cette image de Pierre Bourdin aborde très clairement le rendu du lycra. On y retrouve sa brillance et sa souplesse, mises en valeur par l'éclairage très contrasté d'une plage peu ombragée. De par des zones légèrement plissées, alternant avec

²³ L'effet élastique est réversible.

²⁴ KAMITSIS Lydia, REMAURY Bruno (sous la direction), *op. cit.*, p.378

des parties très tendues, on comprend aussi par cette image que le Lycra est très élastique. La photographie permet ainsi de tenir compte de toutes les caractéristiques d'une matière.

Les matières

Le rendu sensoriel d'une matière, son rendu visuel et en image sont étroitement liés. Pour cette raison, les matières seront ici classifiées par l'impression qu'elles procurent, d'une manière fortement inspirée par la définition du livre *Les mots du textile* de Claude Fauque²⁵. Leur ordre est ainsi le suivant : les tissus chaleureux, les tissus scintillants, les tissus aériens et enfin les tissus du quotidien.

Les tissus chaleureux sont ceux qui, visuellement, inspirent du confort et de la douceur, qualité que l'on retrouve aussi lorsque l'on manipule ces matières. Les draps de laine ou les tweeds - servant à faire des manteaux - se retrouvent dans cette catégorie. Ce n'est d'ailleurs pas étonnant, puisque le terme chaleureux est associé à un vêtement plutôt hivernal. C'est ainsi pour cette même raison que l'on retrouve aussi les mohairs, les angoras, les polaires, les laines tricotées ou encore les velours, puisque ces matières sont chaudes et couvrantes. Visuellement, c'est cet aspect duveteux et texturé que l'on retrouve en image.

Visuellement intéressants mais parfois compliqués à photographier de par leur brillance, les tissus scintillants sont plus rarement utilisés. Ceux-ci sont utilisés pour des vêtements spéciaux ou de soirée. On retrouvera les satins, les tissus constitués de perles tissées et les tissus métallisés, comme des vinyls, ou encore des tissus tel que le lurex.

²⁵ FAUQUE Claude, *Les mots du textile*, Paris, Belin, 2013, pp.198-199



Fig. 3 - MONNIER Jeremie, *New aesthetics*, 2022, in Mixte Magazine

Sur cette image de Jeremie Monnier, on observe un contraste entre deux tissus, l'un est scintillant et l'autre est chaleureux. La différence du rendu visuel des deux tissus, à travers cette photographie, est alors évidente. La lumière est un élément important en photographie pour mettre en valeur une matière et permettre une meilleure visualisation du rendu d'une matière en image, à défaut de la manipuler. Ici, la lumière est particulièrement rasante, à la limite du clair-obscur. Cette lumière permet de mettre en avant la maille du pull jaune, qui se dessine avec la lumière, et aide à rendre en image son aspect duveteux et chaud. La jupe aussi, nous renvoie par sa brillance à une matière confortable et agréable sur la peau. Comme sa brillance est diffuse, il s'agit très certainement d'un satin de soie.

Aussi légers que le satin de soie, mais bien moins opaques, on retrouve les tissus aériens. Ce sont des tissus qui permettent de donner un rendu fluide et souple à un vêtement. En général, ces tissus, comme les mousselines, les tulles, les crêpes ou encore les mousselines de soie, sont plutôt utilisés pour des vêtements occasionnels et d'exception, car ce sont des tissus relativement nobles. Il arrive

cependant que ces tissus soient utilisés pour des vêtements d'été fluides, comme, par exemple, des robes.

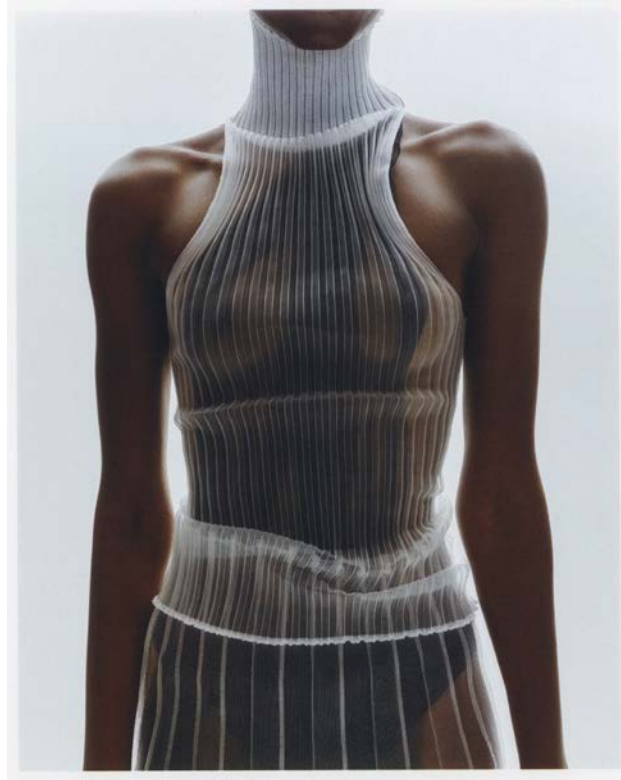


Fig. 4 - THORNFELDT Maria & Louise, *Amalie roege hove*, 2021

Sur cette photographie de Maria et Louise Thornfeldt, la matière est transparente et plissée. Cet éclairage rasant permet alors de soulever délicatement cette transparence, tout en marquant chacun des plis. Comme la couleur de ce qui semble être un léger voile contraste avec la peau du modèle, celui-ci est davantage mis en valeur. On peut imaginer parfaitement de quelle matière il s'agit en visualisant cette image : un organza ou un tulle très fin, légèrement élastique et extensible de par ses plis.

Les tissus du quotidiens sont plutôt classés ensemble en raison de leur utilisation, bien que des points visuels communs puissent les rassembler.. En effet, les tissus utilisés quotidiennement sont visuellement plus simples, contrairement aux catégories précédentes (hormis les chaleureux, qui sont quotidien seulement

une saison par an). Ces tissus permettent de créer les vêtements que l'on connaît tous, puisqu'ils sont utilisés au quotidien par beaucoup. Les toiles et les sergés ou encore le jean (qui est lui même un sergé), les tissus à motifs comme le vichy ou les tissus rayés, les cotonnades imprimées, très souvent utilisées pour fabriquer des chemises, ou les mailles fines, utilisées pour la création de t-shirt ou de sweat-shirt.

Formes de vêtements

La forme d'un vêtement est définie par la matière qui le constitue mais aussi par le corps qui le porte. De nombreuses étoffes peuvent apporter la structure nécessaire à un vêtement mais ce sont les textures de surface et les techniques d'apprêtage de la matière qui transmettent le lien sensoriel entre le design et le consommateur.²⁶ Le touché de la matière est très important pour le consommateur, c'est d'ailleurs la difficulté en photographie de mode de réussir à capter de manière réaliste la texture d'un vêtement. La composition d'une étoffe est importante pour constituer sa structure et déterminer sa coupe car un vêtement en coton ne tombera²⁷ pas de la même manière qu'un vêtement en soie.

²⁶ BAUGH Gail, *Stylisme - Les textiles*, Paris, Vigot, 2014, p.52

²⁷ cf. glossaire p.110

Les coupes structurées

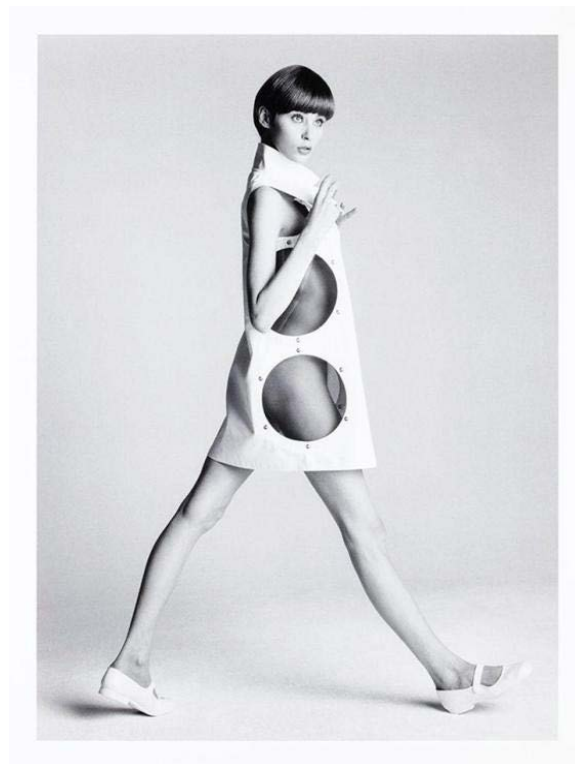


Fig. 5 - KNAPP Peter, *Suzanne Schön pour Courrèges*, 1969-70

Les étoffes apportant de la structure à un vêtement doivent être lourdes et disposer d'un bon drapé. En effet, le drapé est primordial pour que le vêtement se maintienne et ne soit pas déformé à chaque mouvement du corps. Ce sont les tissus tissés qui sont les plus aptes à construire un vêtement qui se tient bien, car ils sont plus craquants et plus raides que les étoffes tricotées qui ont tendance à ne pas tenir en place.²⁸ Sur cette image réalisée par Peter Knapp pour Courrèges, le vêtement est très structuré. Cette robe trapèze²⁹ est assez singulière puisqu'elle est dotée de cercles ajourés sur les côtés, laissant entrevoir le corps de la modèle Suzanne Schön. Cette robe est très structurée puisqu'elle reste en forme, malgré le manque de matière qui pourrait l'en empêcher. Le choix de la matière est très important dans ce type de rendu. Cette robe est très lisible sur cette image, puisque

²⁸ GOURDON Véronique, *op. cit.*, p.53

²⁹« Robe courte et sans col, se caractérisant par sa forme trapézoïdale. » GEORGE Sophie, *Le vêtement de A à Z*, Paris, Editions Falbalas, 2019, p.204

c'est son profil qui est photographié, permettant alors de laisser entrevoir le corps nu de la modèle, mettant en valeur cette découpe circulaire. Tous ces éléments imposent au photographe de prendre le vêtement en photo de profil, pour que les cercles se dessinent parfaitement.

Les coupes fluides



Fig. 6 - GIESBERS Myrthe, *The Year of Yesterday*, août 2020, for JANE by the Grey

Fig. 7 - SCALA Paul, *Actitud Renovada*, mars 2021, in Vogue Mexico

Un designer peut aussi choisir des étoffes plus fluides pour fabriquer des vêtements, c'est ce qu'on appelle la couture flou³⁰, en opposition avec la coupe tailleur. Un vêtement fabriqué dans une étoffe fluide suit les courbes du corps plus facilement puisqu'elles sont très légères, avec un grand drapé, permettant de suivre parfaitement le mouvement du corps et de ses courbes. En image, une étoffe fluide rend différemment d'une étoffe structurée, les lignes étant plus courbes et moins

³⁰ Ou coupe flou, les deux termes s'emploient.

droites.³¹ Sur ces deux images, l'une de Myrthe Giesbers, et l'autre de Actitud Renovada, les vêtements sont faits dans des étoffes fluides. On remarque que le tombé est différent, en comparaison de la robe structurée dans l'image précédente. Pour ces deux images, le tissu est plus vaporeux et suit chaque ligne du corps qu'il rencontre, contrairement à un tissu structuré qui gardera sa forme. On imagine alors facilement le tissu se déplacer délicatement à chaque mouvement du corps.

En dehors des coupes fluides et des coupes structurées, se trouvent des vêtements qui entrent dans les deux catégories en raison de leur composition mixte, provoquant alors un contraste de matière.

L'architecture d'un vêtement, comme cela a déjà été évoqué, dépend des matières employées et du corps qui le porte. Ces rendus peuvent alors impacter une image, puisqu'un vêtement à la coupe fluide sera certainement photographié différemment d'un vêtement à la coupe structurée.

Les types de vêtements

Il existe plusieurs types de vêtements, classés par catégories en fonction de leur utilisation. Chaque matériau et chaque forme est généralement choisi en accord avec cette fonction, bien qu'il soit possible de briser les codes, car tout reste possible en fabrication dans la mode. On pourrait classer les différents types de vêtement dans les catégories suivantes : les tenues de villes (vêtements décontractés, robe, ou encore vêtements de sports), les tenues de soirée (danse, rendez-vous, occasions spéciales ou encore un gala), les vêtements d'extérieur (professionnels, pour les intempéries, pour le sport ou encore pour les grandes occasions) et la lingerie (sous-vêtements, vêtements de nuit ou même les vêtements d'intérieur).³² Ces catégories sont non-exhaustives bien que représentatives du large

³¹ GOURDON Véronique, *op. cit.*, pp.132-133

³² CALDERIN Jay, *La mode : un guide pratique de référence*, Paris, Pyramyd, 2021, p.76

panel de possibilités dans le vêtement et l'habillement. En fonction de la tenue qui est portée par un modèle sur une photographie, le contexte recherché est différent. Ainsi, on imagine que l'image s'adapte au type de vêtement photographié. Aussi, en fonction de la tenue portée, du nombre de pièces vestimentaires qui la compose, le corps est plus ou moins confortable, ce qui influence fortement les poses du/de la modèle et impacte alors l'image.



Fig. 8 & Fig. 9 - HAWKESWORTH Jamie, *The Row S/S 22*, mai 2022

Par exemple, sur ces deux images photographiées par Jamie Hawkesworth, avec la même modèle portant deux tenues différentes, on remarque que les vêtements portés par la modèle influencent sa posture. En effet, la tenue à gauche, fluide et imposante, demande une pose plus complexe pour en déceler les différentes particularités, d'autant plus que la modèle a un sac à tenir dans sa main gauche, complétant alors le *look*³³. La tenue à droite - un costume tailleur composé d'un pantalon et d'une veste - donne, bien que structurée, une impression de confort du fait des mains dans les poches du modèle. La tenue étant moins imposante que celle de gauche, le corps se trouve moins contraint. De plus, porter une tenue complètement assortie, disposant de la même matière pour le haut

³³ Tenue.

comme pour le bas, influence aussi le rapport au vêtement dans l'image. Qu'en est-il lorsque le corps est habillé d'une tenue composée de matières différentes ?

« Les matières de la mode ont toujours aimé changer d'univers. Tout se mélange. C'est le jeu des tendances. La veste en jersey d'aujourd'hui est ce qu'était la veste en denim des années 70 »³⁴

Le choix des matériaux adapté à une coupe de vêtement est souvent influencé par les tendances, mais aussi par l'usage que l'on fait du vêtement. Le fait d'utiliser aujourd'hui du jersey pour une veste, rompt avec la tradition en donnant à des vêtements très structurés un nouveau confort. Ce confort est un supplément d'aisance pour les mouvements du corps, ce qui influencera très certainement l'image, si le photographe en a conscience lorsqu'il propose des poses. Le matériau appuiera alors une forme, tandis que cette forme viendra influencer le mouvement du corps et son confort, donc ses usages.

C) Usages du vêtement

« Le vêtement répond classiquement à deux fonctions (Bruneau, 1983). La première concerne notre animalité : il nous protège des agressions extérieures (climatiques, mécaniques, etc.). La deuxième, « sociologique », permettrait de se conformer à ses semblables ou de s'en distinguer : il servirait les identifications horizontales et verticales ou s'opposerait à elles. »³⁵

Les coupes, les formes, ou encore les matériaux, guident l'habillement de chacun, soit par usage pratique, soit par usage esthétique. Ces deux usages sont parfois liés. Dans la mode durable, dont le but est de moins consommer, l'acheteur

³⁴ GUERIN Louis, interviewé par JOURGEAUD Bénédicte, MANZONI Isabelle, BOUHIER DE L'ECLUSE Sophie, BELS Julien, MATTEI Pascale, « Dossier : les tissus de l'hiver 2022-23 », in *Journal du textile*, n°2514, 7 Septembre 2021, Paris, p.22

³⁵ LEBRUN Caroline, « Fonctions métaphorique et métonymique du vêtement », in *Adolescence* n°3, 2005, p.613

recherche des matières de qualités, des coutures solides et des vêtements bien coupés : ces différents éléments ont alors un impact en photographie.. Cependant, un vêtement peu cher issu de fast fashion, de qualité moindre, aussi bien par sa coupe que sa matière, a aussi pour but d'être vendu. Alors, une question se pose : comment met-on en valeur un vêtement qui n'est pas de bonne qualité ? Mettre le vêtement à son avantage, est-ce réellement mentir ? Tous ces éléments ont nécessairement une incidence sur la façon de photographier le vêtement.

Vêtement quotidien, vêtement d'exception

« Le passage du dessous au dessus, à l'instar du passage du vêtement "technique" au vêtement quotidien, un phénomène régulier dans l'histoire du costume. Les années 1980 ont ainsi vu l'adoption massive par les femmes du caleçon long de maille, sous-vêtement masculin à l'origine. »³⁶

Le vêtement de tous les jours n'est pas le même que le vêtement pour des occasions particulières. En général, les matières sont différentes : le vêtement créé pour être porté tous les jours est cousu dans un matériau confortable et solide - car on use davantage les vêtements quotidiens - avec une coupe qui permet au corps d'être à l'aise. Peut-on dire qu'un vêtement quotidien est affranchi de toute tendance? Le mot quotidien n'est pas péjoratif. Un des exemples les plus évocateurs pour aborder ce vêtement de tous les jours est le t-shirt. Il est souvent en 100% coton, en jersey, avec une encolure ronde et une coupe large ou près du corps, mais confortable. Très porté aujourd'hui, le t-shirt est au départ un sous-vêtement pour homme dans la seconde moitié du XIXe siècle, qui s'impose ensuite auprès des sportifs pour son confort mais aussi grâce à sa personnalisation possible. Comme le t-shirt permet d'y inscrire des inscriptions tels que des slogans ou des images, il devient alors un véritable support publicitaire. En plus d'être un très bon outil de publicité, le t-shirt est aussi un moyen d'expression. Il deviendra un

³⁶ BAILLEUX Nathalie, REMAURY Bruno, *Mode & vêtements*, Paris, Gallimard, 1995, p. 29

modèle vestimentaire universel pour la jeunesse dans les années 1980 grâce, entre autres, aux groupes de rock'n roll et au cinéma.³⁷

Étant donné qu'il est porté au quotidien par un grand nombre de personnes et qu'il se trouve dans le dressing de tous.tes, le t-shirt est un vêtement banal. Mais alors, comment qualifie-t-on un vêtement de « banal » ? Cet extrait du livre *Vivre habillé* de Odile Blanc, permet de mieux comprendre cette notion.

« Banals encore, le port des chaussures et de vêtements "de sport" dans tout autre contexte que le sport, comme l'apparition de certaines pièces ou matières traditionnellement réservées au soir en plein jour, ou d'autres cantonnées au-dessous qui prennent provisoirement le dessus. Un vêtement banal se définit alors non seulement par son caractère extrêmement commun mais par son indifférence à la contextualisation - le fait qu'il puisse être pertinent quel que soit le contexte. [...] La banalisation d'un vêtement ou d'un port vestimentaire en constate l'admission par la société en même temps qu'elle le prive de tout caractère remarquable, condition sin qua non de son efficacité. [...] Poser la question du banal à propos du vêtement, c'est donc rencontrer son contraire et mettre à jour le statut fondamentalement contradictoire des faits vestimentaires. »³⁸

Selon Odile Blanc, le vêtement banal s'oppose intrinsèquement au vêtement exceptionnel qui, lui, n'est pas porté en dehors de son usage défini. Ainsi, avant d'être une question de tendance, un vêtement est qualifié de quotidien ou d'exceptionnel selon l'usage qui en est fait. Ces deux appellations ne visent alors pas la qualité esthétique d'un vêtement mais plutôt toutes les caractéristiques techniques qui vont apporter au vêtement ses critères d'utilisation. La gamme d'un vêtement est un autre élément venant aussi impacter ce caractère de quotidien ou d'exceptionnel.

³⁷ *Ibid.*

³⁸ BLANC Odile, *op. cit.*, p.12

Gammes de vêtements

Dans le domaine de la mode, plusieurs gammes de vêtements sont possibles : le luxe, la haute couture, le prêt-à-porter ou encore le créateur.³⁹ La haute couture étant une appellation existante qu'en France seulement⁴⁰ et le créateur étant un terme de niche, ne seront détaillés, ici, que le luxe et le prêt-à-porter.

Le luxe est un terme désignant aussi bien un produit qu'un concept ou un mode de vie. Le luxe est exceptionnel, il existe pour faire rêver et il est généralement rare. Le luxe se caractérise aussi par sa qualité et le savoir-faire qui permet sa conception. En effet, un vêtement pour une marque de luxe va être très souvent construit dans des matériaux nobles, avec des techniques très précises, propres à chaque maison de luxe. Souvent, le luxe est fait directement aux mensurations de la personne souhaitant porter ce vêtement : c'est ce qu'on appelle le sur-mesure. Le coût d'un vêtement d'une marque de luxe est alors très élevé, car le sur-mesure et ses qualités de fabrication lui procurent un caractère unique.

Au contraire du luxe, le prêt-à-porter est produit à une échelle bien plus importante dans des gammes de prix plus ou moins accessibles au plus grand nombre. Ces vêtements vont être produits en séries, dans des tailles standardisées⁴¹ et à un rythme beaucoup plus rapide que pour le luxe. Le fait d'avoir un vêtement qui n'est pas unique et qui est produit en grande quantité permet alors un coût de vente plus bas. Le prêt-à-porter étant un terme assez large, englobant des marques plus ou moins accessibles, il convient d'en faire une classification détaillée : le bas de gamme, le moyen de gamme, le haut de gamme et le très haut de gamme.

³⁹ « Les différents termes de la mode », in *432 hz-couture*, [En ligne], URL : <https://www.432hz-couture.fr/les-differents-termes-de-la-mode/> Consulté le 13 mars 2022.

⁴⁰ « Haute Couture », in *Fédération de La Haute Couture et de la Mode*, [En ligne], URL : <https://fhcm.paris/fr/haute-couture/>

⁴¹ cf. glossaire p.110

« Sur le présentoir d'un magasin, un cardigan noir est un cardigan noir. Pourtant, le même cardigan noir, ou presque, peut coûter cinquante, cinq cents ou deux mille euros selon la marque. Qu'est-ce qui justifie une telle variation de prix ? Qu'est-ce qui fait que certains consommateurs sont prêts à investir dans des modèles plus chers ? À égalité, ou presque, de qualité, qu'acquièrent-ils de plus ? Ce qu'ils achètent tient en un mot : la griffe, c'est-à-dire une marque qui est avant tout un imaginaire. »⁴²

En général, plus les vêtements montent en gamme, moins ils sont destinés à une utilisation quotidienne, bien qu'il existe des vêtements haut de gamme destinés à cette utilisation pour les personnes ayant les moyens. Cependant, comme on l'observe dans le texte de Giulia Mensitieri, il arrive, parfois, que des vêtements de gammes différentes soient de même qualité. Cela arrive souvent chez les marques de *fast fashion* qui coûtent bien plus cher que les autres. Ce que l'on achète dans ce cas, c'est la griffe, l'univers de la marque. C'est d'ailleurs ce dont parle Frédéric Monneyron dans le podcast *Sociologie de la mode*⁴³, en abordant des marques comme Maje ou Sandro. Il nous indique que ces marques vendent des t-shirts en coton made in China pour 90 euros. Dans cette perspective, c'est alors le prix, permis par la marque, qui fait la valeur de l'objet. Le client achète alors une identité et non pas un vêtement de qualité, puisqu'ici, malgré le prix, cette marque reste une enseigne de *fast fashion*. Dans d'autres cas, l'univers de la marque, ayant une forte influence sur le style du vêtement, on peut dire que la recherche visuelle est aussi dans le prix, bien que la qualité soit similaire à un vêtement à plus bas prix.

Alors, un point est à soulever sur l'aspect photographique : comment sont distingués les vêtements quotidiens et les vêtements exceptionnels en photographie de mode ? En effet, pour des raisons de budget, d'image de marque ou encore de support, tous les vêtements ne sont pas photographiés de la même façon. On peut

⁴² MENSITIERI Giulia, "Le plus beau métier du monde" Dans les coulisses de l'industrie de la mode, Paris, La Découverte, 2018, p.37

⁴³ MONNEYRON Frédéric in DE ROCQUIGNY Tiphaine, « Sociologie de la mode », in *Au fil de l'éco*, épisode 2/4, 2018 [En ligne], mis en ligne le 4 septembre 2018, URL : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/entendez-vous-l-eco/sociologie-de-la-mode-1956295>

alors se questionner sur ce qui différencie un t-shirt Sandro d'un t-shirt H&M et d'un t-shirt Chanel lorsqu'on le prend en photo ? La photographie permet de valoriser strictement la qualité du vêtement ou le supplément imaginaire de la marque, lié à une communication qui vise le haut de gamme, pas tant par la qualité du vêtement que par son prix de vente. Le photographe dispose alors du choix d'entrer ou non dans ce jeu de mystification d'une marque. Comment la photographie de mode doit-elle montrer en image ces spécificités propres à un vêtement particulier ? Quel traitement apporte-t-elle à un vêtement en fonction de sa gamme ?

Partie 2 : Présentation du vêtement et construction du corps habillé

La photographie serait-elle un moyen de mettre le vêtement en situation d'exception ? Doit-elle en rendre compte avec sobriété ou même le montrer tel qu'il apparaîtrait dans la réalité sur un corps quelconque et dans un usage habituel ? Comment le vêtement peut-il guider les mouvements du corps ? Comment restituer ou interpréter les formes, coupes et matières abordées précédemment ? En effet, il existe bien des façons pour représenter en image le vêtement sur un corps habillé. Ces choix répondent à des buts différents qu'il convient d'étudier. Ainsi, analyser la production photographique des marques d'habillement, notamment les images représentant des corps habillés, et la manière dont elles utilisent cette production, peut s'avérer particulièrement instructif.

A) Les besoins : différentes façons de montrer et diffuser l'image de la mode

Il existe plusieurs façons de photographier la mode pour mettre le vêtement en valeur. En effet, avant d'être considérée comme un art, la photographie de mode est avant tout un outil commercial pour des marques. La photographie de mode de type éditorial vient mettre en valeur une ou plusieurs marques, avec un apport créatif conséquent du fait de sa présence dans les magazines : ces images sont faites pour faire rêver ou pour exprimer un univers. Pour ce qui est des photographies de mode publicitaires, pour des campagnes de marque par exemple, celles-ci se voudront aussi créatives, dans un but similaire à la photographie éditoriale, mais avec plus ou moins de contraintes en fonction de sa diffusion. Enfin, toujours du côté de la photographie commerciale, on retrouve toutes les images

dites *lookbook* ou encore de photographie sur cintre ou à plat, dans le but de montrer le vêtement tel qu'il est pour le vendre sur un site internet ou dans un catalogue en ligne (le catalogue papier étant aujourd'hui plutôt obsolète). On retrouvera aussi les photos de type *lookbook* lorsque les différents *looks* composant un défilé sont photographiés, pour communiquer en interne.

L'image de marque par la photographie

Un très bon exemple à analyser pour aborder différentes possibilités de photographier la mode pour la vente en ligne est le site de Zara. De plus, cet exemple permet de constater l'alliance de la direction artistique et de l'image commerciale d'une marque par ses choix photographiques, qui influe grandement sur la manière dont est présenté le vêtement en image. Avant même d'observer le site du géant de la *fast fashion*, appartenant au groupe Inditex, il convient de se tourner du côté des consommatrices. Lorsque l'on effectue une recherche sur Twitter⁴⁴ avec le mot clé « Zara », associé à des mots tels que « photographie », « vêtement » ou encore « mannequin », on tombe sur plusieurs tweets ayant tous la même conclusion : pourquoi ces images ?

⁴⁴ Réseau social.

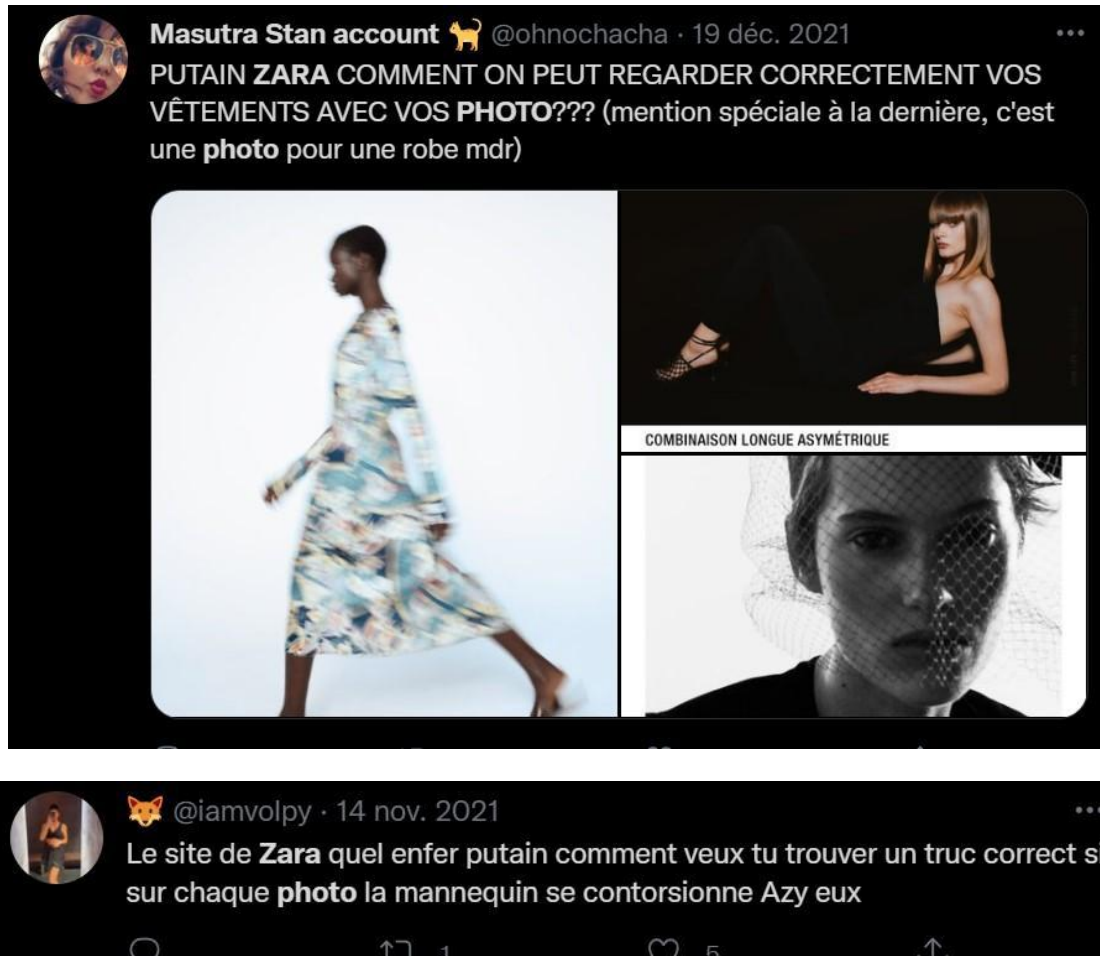


Fig. 10 & Fig. 11 - Screenshot, Twitter, 2021

Les tweets critiquent plusieurs points : soit le cadrage « *Le photographe de zara il prend les photos les yeux fermés c'est pas possible* »⁴⁵, soit la posture du modèle, soit les photographies en elles-mêmes. Si ces images font parler, ce n'est pas anodin : les vêtements ne sont pas montrés de manière conventionnelle. De plus, quand le vêtement est porté de manière plus classique et attendue, la lumière ne permet pas d'observer sa coupe ou sa matière. Plus encore, pour certains articles (dans l'exemple, une robe), l'image que l'on observe en premier sur la page est un portrait, ce qui est assez étonnant lorsque l'on sait que Zara vend des vêtements. Avec ce coup de communication réussi, puisqu'il fait parler sur Twitter, donc de la pub gratuite pour Zara, ces images donnent envie au client de se déplacer directement en magasin. Ici, l'image ne renvoie pas au vêtement réel, mais

⁴⁵ Cf. *screenshots* en annexe pp.86-88

à une ambiance donnée par Zara. C'est cette image qui viendra procurer le rêve chez ses consommateurs et c'est ce dont parle Giulia Mensitieri dans son ouvrage. La marque Zara vend des vêtements, mais elle vend aussi un *lifestyle*⁴⁶, un univers. On peut alors penser qu'en considération de sa notoriété - malgré la prise de conscience chez les consommateurs vis-à-vis de la *fast fashion* - que Zara n'a pas besoin d'images réalistes de ses vêtements pour vendre. De plus, avec ce choix d'image, Zara se donne un aspect haut de gamme alors que ce n'est pas le cas. La photographie de mode permet-elle de faire illusion quant à la qualité des vêtements qu'elle illustre ? C'est ce qu'aborde Frédéric Monneyron dans le podcast sur la sociologie de la mode⁴⁷. Celui-ci confie qu'un vêtement de la marque Zara, avec cette image presque luxueuse, qui semble bien coupé de loin, avec une bonne qualité, est en réalité, quand on regarde de plus près, de moins bonne facture. Alors, on pourra se dire que ces images servent le vêtement : il est impossible d'en deviner la qualité, relativement médiocre, d'un vêtement Zara.

Depuis peu, les marques comme Zara, mais aussi H&M ou Stradivarius, empruntent les codes du luxe pour mettre en valeur leurs produits :

« “En communiquant sur les savoir-faire, en développant des matières plus qualitatives et des modèles intemporels en quantités limitées, ces enseignes empruntent les codes du luxe. Elles amorcent leur montée en gamme, cherchant à modifier la façon dont on les perçoit”, souligne Gachoucha Kretz, professeure associée de marketing à HEC Paris. »⁴⁸

On apprend alors dans cet article du Monde, que Zara a développé en 2021 une gamme nommée « Zara Atelier », avec des vêtements dont les prix sont trois fois plus élevés que ceux pratiqués habituellement par l'enseigne. Pour

⁴⁶Mode de vie.

⁴⁷ MONNEYRON Frédéric in DE ROCQUIGNY Tiphaine, *op. cit.*

⁴⁸ ABRIAT Sophie, « La fast fashion se pare des atours du luxe », in *Le Monde*, 2021. [En ligne], mis en ligne le 25 décembre 2021. URL :

https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/12/25/la-fast-fashion-se-pare-des-atours-du-luxe_6107275_4500055.html. Consulté le 20 avril 2022.

photographier ces vêtements bien différents de ceux produits habituellement, la marque a travaillé avec Paolo Roversi, photographe de mode emblématique, ayant à la base l'habitude de travailler pour de grandes maisons de luxe ou des magazines prestigieux.



Fig. 12 - ROVERSI Paolo pour Zara Atelier, 2021

L'utilisation de ces codes du luxe pour une marque de prêt -à -porter, renforce alors cette interrogation quant à la mise en valeur du vêtement et de ce que la photographie amène à montrer au consommateur.

Lifestyle

Il y a d'autres marques qui jouent sur le *lifestyle* ou leur univers pour leur image de marque. Dans le cas de Jil Sander, l'univers de la marque est dominant, puisqu'elle ne prend pas forcément les vêtements qu'elle produit pour communiquer sur internet. Lorsque l'on observe les screenshots issus du compte Instagram de la marque, *@jilsander*, l'on se rend compte d'une chose : cette marque vend des

vêtements, mais ce n'est pas le sujet principal du compte. En effet, l'on observe des images d'ambiance et des portraits, agencés aux images de *looks* et de défilés. On comprend alors qu'il n'est pas nécessaire de montrer des vêtements à chaque instant pour en vendre, d'autant plus sur Instagram. Le vêtement est vecteur d'un univers et ces images sont mises en valeurs car mises aux côtés d'images dites d'ambiances. Avoir un univers permet au consommateur de rêver et cette direction artistique permet de vendre un univers, l'univers est quant à lui étroitement lié à la griffe.

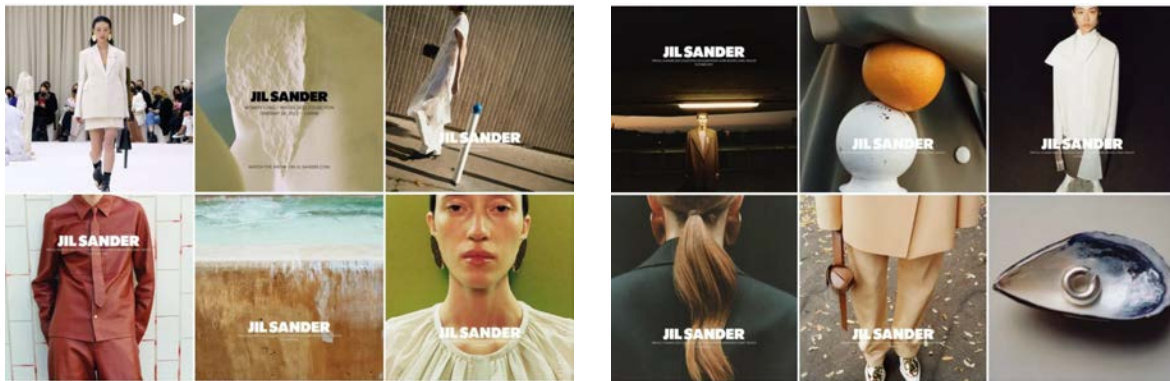


Fig. 13 - Screenshot du compte Instagram de Jil Sander @jilsande

Besoins en rapport avec les médias

« Les magazines fabriquent et diffusent les imaginaires et les rêves dont la mode a besoin afin de vendre ses produits. [...] Ces imaginaires sont soigneusement construits et véhiculés selon différentes stratégies communicationnelles et commerciales : défilés, campagnes publicitaires, reportages de mode, look des célébrités. Ces diverses opérations commerciales sont rendues visibles grâce aux magazines. »⁴⁹

Ce texte, extrait du livre *« Le plus beau métier du monde » Dans les coulisses de l'industrie de la mode* de Giulia Mensitieri, aborde un point essentiel qui forge la photographie de mode : le rêve. En effet, toutes les images de mode ont-elles

⁴⁹ MENSITIERI Giulia, op. cit., p.37

besoin de nous faire rêver ? Si l'on achète un vêtement par simple besoin et non par envie, aura-t-on besoin de rêver en image ?

Dans ce texte, l'auteur aborde un point tout aussi important : le fait que ce rêve, cet imaginaire, soit construit à partir de différentes stratégies communicationnelles. On comprendra alors que chaque image, chaque intention, est souvent à l'origine de choix commerciaux. Enfin, elle indique que ces diverses opérations commerciales sont rendues visibles grâce aux magazines. Ce livre date de 2018, mais les recherches sociologiques de Giulia Mensitieri datent d'il y a plus longtemps. Alors, lorsque l'on voit la constante évolution des réseaux sociaux, l'on comprend pourquoi ceux-ci ne sont pas cités en vu des dates. Les magazines de mode sont aujourd'hui toujours présents, pour un public bien plus restreint qu'il y a quelques années, mais les réseaux sociaux sont devenus la nouvelle vitrine.

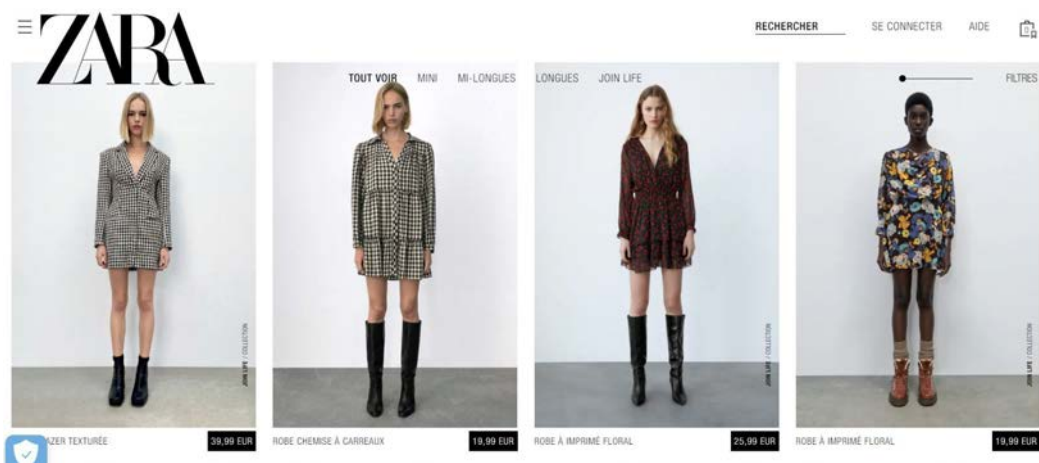
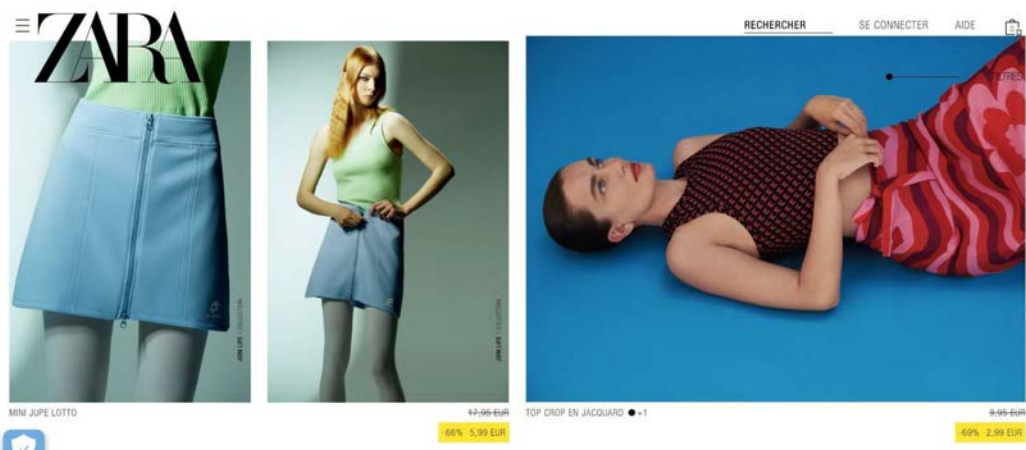
La place des réseaux sociaux est alors aujourd'hui très importante dans la création d'images photographiques. Du fait de son aspect instantané et éphémère, les marques ont besoin d'images plus fréquemment, et plus rapidement pour communiquer plus vite. De plus, des réseaux comme Instagram permettent à l'aide d'un feed⁵⁰ de montrer en plus des vêtements, l'univers d'une marque : c'est le cas pour la marque Jil Sander, évoquée précédemment, mais beaucoup d'autres marques jouent sur ce tableau. Instagram permet une certaine liberté car elle permet de s'affranchir des codes d'un site internet destiné à la vente ou d'un magazine, ici, on exploite le côté instantané et proche du client pour mieux s'adresser à lui. Aujourd'hui, les réseaux sociaux, comme Instagram et Twitter, mais aussi plus récemment Tiktok⁵¹, sont essentiels dans la communication des marques de mode. C'est un outil non négligeable, d'autant plus que l'achat de vêtement en ligne est en pleine expansion, surtout après des événements comme la pandémie du covid-19 et les différents confinements ayant fait fermer les magasins.

⁵⁰ cf glossaire p.110

⁵¹Le compte Tiktok de Dior compte plus de 1,9 millions d'abonné.es ; [En ligne]
<https://www.tiktok.com/@dior>

L'exemple du e-commerce

En plus d'être un très bon exemple en matière de gestion d'image de marque par rapport à la manière dont le vêtement est présenté sur ses photographies, Zara est aussi un bon exemple pour aborder la photographie de mode pour le e-commerce, car elle dispose des types principaux d'images utilisés pour ces sites.



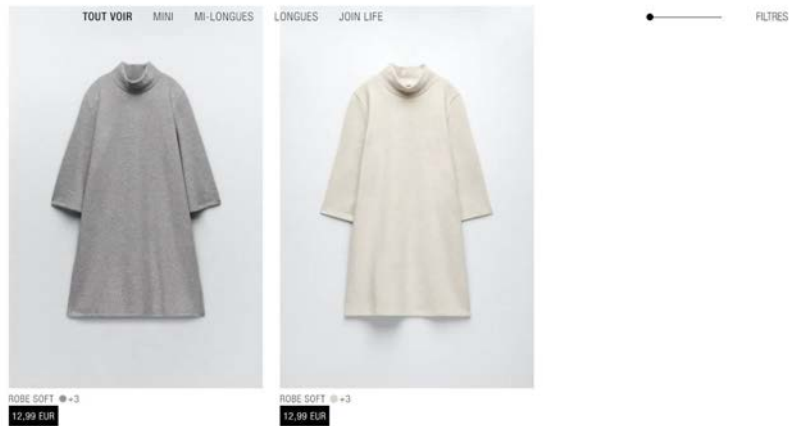


Fig. 14, 15 & 16 - Screenshots du site Zara.com, 2 février 2022

Sur ces screenshot du site de la marque Zara, on pourra noter trois types de photographie différentes : des photographies avec une direction artistique donnée et visible, des images sur fond blanc avec un modèle portant le vêtement dans une pose statique et, enfin, des photographies à plat sur fond blanc, sans corps qui le porte. On peut remarquer que le choix de ces images sur le site de Zara n'est pas anodin. Les vêtements les plus originaux ou colorés, « qui rendent bien en photo », sont ceux sur lequel on met l'accent. Ils sont photographiés avec une direction artistique plus complexe en comparaison des autres (quand on observe la lumière par exemple) et sont présents en haut de page du site internet, donc mis en avant. Au contraire, les vêtements un peu plus banals sont photographiés de manière plus simple, sans artifices, aussi bien pour le décor que pour la lumière. Enfin, les vêtements basiques, aux coupes simples et sans motifs sont photographiés à plat, sur un fond blanc et non portés. On se doute que ces pièces sont si quotidiennes qu'il n'y a pas besoin de corps pour se projeter dans celles-ci. De plus, ces vêtements ayant une image moins forte, on peut penser qu'il est moins important et moins intéressant de les mettre en avant. Une pièce basique reste une pièce quotidienne et c'est plus compliqué de créer du rêve ou un imaginaire autour d'une pièce généralement achetée pour son utilité ou encore sa fonctionnalité. Là où l'on photographie les vêtements exceptionnels de manière plus complexe, on utilise une prise de vue fonctionnelle pour un vêtement fonctionnel. C'est le choix qu'à fait la

marque Uniqlo pour les images présentes sur son site. Uniqlo est une marque de *fast fashion* japonaise qui met l'accent sur des pièces basiques de qualité.

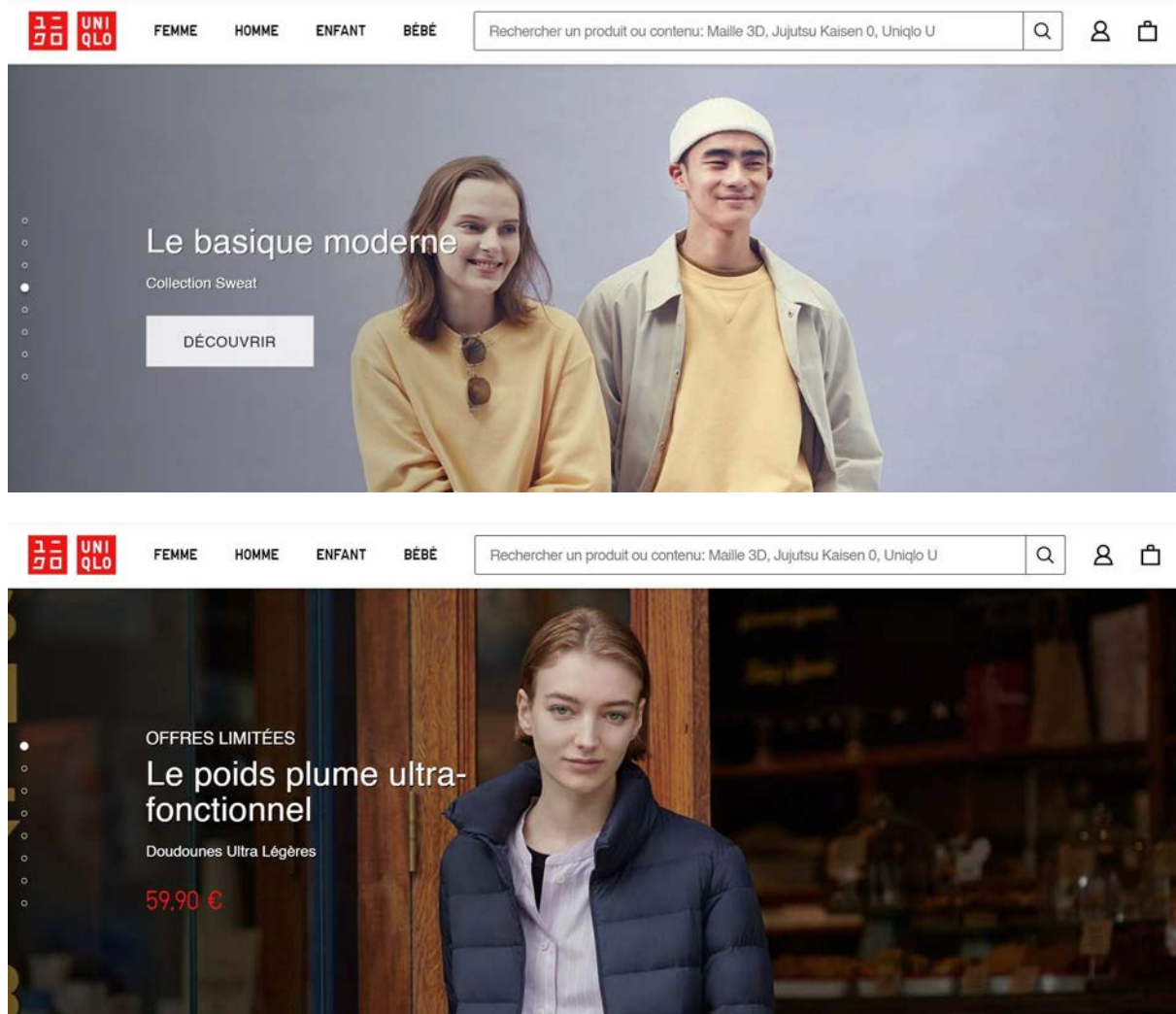


Fig. 17 & 18 - Screenshots du site Uniqlo.com, 18 février 2022

En observant ces *screenshots* de site web d'Uniqlo on peut remarquer un point important : le texte apposé sur les images. En effet, ceux-ci insistent sur le côté « *basique* » mais « *moderne* » de leur vêtement ou encore sur l'aspect « *ultra-fonctionnel* » de leurs « *Doudounes Ultra Légères* ». Les mots sont efficaces : on comprend directement ce que nous vend ce site. Aussi, les images parlent déjà d'elles-mêmes. Contrairement à d'autres marques, comme Zara ou Jil Sander, évoquées précédemment, les photographies d'Uniqlo sont plus simples, si ce n'est

banales. En effet, on observe sur ces images une absence de décor ou alors un décor minimaliste quand il y en a un. Ce sont souvent des photographies sur fond blanc, en studio, avec une lumière relativement classique. Les poses des modèles sont souvent statiques, on pourrait même dire conventionnelles. Les modèles sont photographiés à des distances différentes, en général de plein pied ou au niveau du buste. Les détails des vêtements, comme le col, les manches ou même les ourlets sont photographiés à plat.



Fig. 19 - Screenshot du site Uniqlo.com, 18 février 2022

On comprendra alors que l'image de cette marque n'a pas pour but de faire rêver le consommateur. Une personne ira sans doute se tourner vers cette marque pour acheter une pièce basique, ce qui n'a pas besoin de lui procurer quelque rêverie puisque c'est un achat dit utile ou fonctionnel. On peut alors en déduire qu'un vêtement fonctionnel et quotidien, comme un t-shirt par exemple, a besoin de prises de vues fonctionnelles. La cible est certainement différente, moins « *fashion* », peut-être même moins jeune par rapport au consommateur visé par une marque comme Zara. On pourrait imaginer que cette cible n'a pas besoin de la photographie pour rêver et imaginer son vêtement ? Le contexte non présent dans l'image est alors interprété par le consommateur, plus mature dans la projection de son vêtement. Au contraire, peut-être que le fait que ce type de marque soit moins « *mode* », permet une altération du contexte : le consommateur exécute un achat dit utile, et non d'apparat, alors, la photographie elle aussi, va à l'essentiel. C'est un

achat nécessaire et non d'exception. La photographie de mode vient alors s'adapter à cette image de vêtement utile et à l'univers d'une marque, même si celui-ci est plus minimaliste qu'un autre, car celle-ci souhaite aller à l'essentiel. Montrer ces caractéristiques utiles peut alors faire rêver le consommateur ciblé par cette série photographique.

B) Du vêtement à plat au volume



Fig. 20 - Chemise The Kooples photographiée en « à plat piqué » par Lumiproduct

Le terme « à plat » désigne dans la photographie commerciale, une photographie d'un vêtement sans corps, à plat, généralement photographiée en studio, sur un fond blanc, avec une lumière assez douce et uniforme. Ces images sont majoritairement utilisées par les marques de prêt-à-porter, car cette technique de production est rapide et peu coûteuse. Il existe une deuxième méthode pour photographier le vêtement à plat : la méthode du vêtement piqué. Celle-ci est plus coûteuse car elle demande plus de temps. Le textile est piqué sur un support pour ensuite être photographié verticalement. La structure du vêtement est alors soulignée à l'aide d'épingles, permettant un meilleur tombé, plus maîtrisé, que pour

la photographie à plat classique.⁵² Ici, le vêtement est peu expressif, car il n'est pas interprété et il est montré dans sa plus grande simplicité, tel quel, sans artifices ni corps.

L'interprétation du vêtement à plat : une forme plastique singulière

Parfois, certains vêtements sont photographiés à plat de manière plus singulière que les photographies à plat habituelles. Comment se démarque-t-on d'une photographie à plat classique, pour donner au vêtement une interprétation ?



Fig. 21 & 22 - VEASEY Nick, *Evening dress of silk taffeta*, 1953-1954, for Cristóbal Balenciaga

Ces deux images, réalisées par Nick Veasey, sont des photographies de la même robe, designée par Cristobal Balenciaga. Ce sont deux images photographiées à plat, mais il y a une différence entre les deux : l'une d'elle est photographiée de manière conventionnelle et l'autre en rayons X. Ici, la technique

⁵² « Le packshot à plat ou piqué » in *Temple*, [En ligne], URL : <https://temple.paris/packshot-a-plat-pique/> Consulté le 26 avril 2022.

influence fortement l'univers du photographe, car Nick Veasey ne réalise que des images produites avec des rayons X. D'ailleurs, il n'est pas photographe de mode, bien qu'il ait photographié des vêtements. Ce procédé est très intéressant pour photographier le vêtement à plat, puisque l'on décèle, en transparence, toute la complexité de la fabrication de cette robe. On y voit toute l'armature permettant d'obtenir ce volume, ainsi que tous les détails qui sont peu visibles sur la première image, afin de la voir toute en entier, étant donné que la robe est monochrome et photographiée de loin. Grâce à cette technique, il est possible d'entrer au cœur du vêtement et d'y voir ses détails sans même les photographier en gros plan, comme, par exemple, pour les images à plat sur le site d'Uniqlo. L'univers de Nick Veasey, ou plutôt sa technique photographique, vient alors rencontrer l'univers de Balenciaga, avec une photographie atypique de cette robe, permettant d'en déceler tous ses détails, questionnant alors ce que l'on voit ou ce que l'on ne voit pas en image lorsque l'on photographie un vêtement. Qu'en est-il lorsque le vêtement perd son horizontalité et n'est plus réellement à plat ?



Fig. 23 - CARMUEGA Rodrigo, *Sira Puga*, janvier 2022



Fig. 24 - SCOTTI Leonardo, *Untitled*, Undated

Ces deux images, la première ayant été créée pour une marque de foulards italienne, Sira Puga, tandis que l'autre a été produite par Leonardo Scotti, sont intéressantes en raison de l'utilisation d'un support à niveaux pour des prises de vue de vêtements à plat. Ces deux images sont des images de mode mais elles ne contiennent pas de corps. Le foulard aurait pu être porté sur un cou, mais le choix a été de le poser sur des marches et il en est de même pour la robe. Ces photographies sont très proches de certaines images de natures mortes, d'ailleurs, la démarche de Leonardo Scotti est claire, puisqu'il dit dans une interview à propos de son travail : « *Life still needs to teach me a lot of things* »⁵³. Les lignes présentes sur le motif du foulard sont courbées alors que les lignes des marches sont droites, ce qui procure un contraste, d'autant plus que ce foulard est carré. La robe quant à elle, au contraire du carré de soie, est de forme plutôt courbe, mais sa texture côtelée et son motif sont linéaires. La robe est placée de manière à ce que les lignes de ses motifs soient perpendiculaires aux marches alors que pour le foulard, ce principe est appliqué à sa forme carré. Ces deux vêtements sont posés sans aucun plis ni volume - comme s'ils venaient d'être repassés - car ce qui apporte du volume, c'est le support, laissant alors oublier cet aspect « à plat » du vêtement. Ce décor très simple met alors en valeur parfaitement ces vêtements, créant par ses contrastes de lignes et de matières des images impactantes et graphiques qui, à leur tour, mettent en valeur la texture et le graphisme de la matière de ces deux vêtements. On peut alors comprendre que le support influence la perception d'un vêtement disposé à plat.

⁵³ IRVIN Rebecca, « Leonardo Scotti's fashion photography is "explorative, colourful, ironic, dense, imaginative" », in *It's Nice That*, [En ligne], mis en ligne le 23 mai 2019. URL : <https://www.itsnicethat.com/articles/leonardo-scotti-fashion-photography-230519>. Consulté le 12 avril.



Fig. 25 - BORTHWICK Mark, *Maison Martin Margiela*, 2000

Fig. 26 - MARKN, *Balance*, décembre 2021, for Re-Edition Magazine

Mark Borthwick, de par la manière dont il met en scène le vêtement, dispose d'un corpus d'images intéressant à analyser. En effet, même lorsque le vêtement est porté par un corps, la manière dont il est porté est déplacée. Ici, sur cette image, réalisée pour la marque Margiela, le vêtement est simplement posé sur le corps, gardant une certaine verticalité, proche de celle d'un vêtement à plat. Cette façon de placer le vêtement rend alors difficile la compréhension de sa forme. L'image à droite, réalisée pour un éditorial pour Re-Edition Magazine par Markn, reprend le même procédé. En effet, le vêtement est à plat mais très peu lisible, ce qui est déroutant puisque photographier à plat est censé être synonyme de lisibilité. Sur ces images, on insiste plutôt sur la lisibilité de la matière du vêtement plutôt que sur sa forme, bien que l'on puisse deviner la forme de ces vêtements grâce à leur matière. Alors, détourner le vêtement au point d'en oublier sa forme permet tout de même de le comprendre même si il n'est pas présenté comme l'on s'y attendrait.



Fig. 27 - BORTHWICK Mark, *Maison Martin Margiela*, 2000, in book '2000-1'

Sur cette image de Mark Borthwick, toujours pour Martin Margiela, on retrouve le vêtement là où l'on ne l'attend pas : il n'est ni à plat, ni sur un corps. Le fait qu'il soit enfilé sur le dossier de ces chaises, gardant tout de même une certaine verticalité, provoque un sentiment d'étonnement. Cette façon de présenter ces t-shirts permet de montrer le rendu des t-shirts et de mettre en avant leur coupe. Un t-shirt étant un vêtement dit « basique », on s'attend à le voir dans des conditions plutôt classiques. Ici, il est détourné de sa mise en valeur habituelle, pour apparaître enfilé sur une chaise, dont la structure géométrique rappelle celle d'un corps évoqué sommairement mais absent. On comprend que l'absence de sensualité sur ces images rend la présence du t-shirt efficace, sans artifices, se rapprochant, au final, au plus près de la simplicité d'un t-shirt.

Le corps « porte-manteau »

Un corps non influencé par le vêtement, dans une pose très statique, debout et vertical, pourrait être appelé corps porte-manteau, car il agit presque de la même manière peu importe le vêtement. Les poses sont très impersonnelles, et presque

déshumanisées, à la manière des chaises dans les images précédentes. Qu'apporte un corps dit « porte-manteau » dans la démonstration des caractéristiques du vêtement, en comparaison d'un vêtement à plat, lui aussi inscrit dans une certaine verticalité ?



Fig. 28 - GUERRERO Carlotta, *Concept*, 2016, for Paloma Wool

*« The collaborative series titled 'Concept' is produced for Coveral Magazine as an art project experimenting with clothing. Using the collection 'The Goya Pieces' of fashion brand Paloma Wool, the project is about getting dressed, and about space and ideas that are created around the fact of getting dressed. »*⁵⁴

Ces deux images, issues de la série de Carlotta Guerrero pour Paloma Wool, montrent un vêtement porté par une modèle. La modèle est dans une pose très statique, et elle porte deux tenues sur ses bras, comme de grandes manches. En faisant porter sur les bras de la modèle des tenues identiques à celle qu'elle porte de manière classique sur son corps - sans doute dans le but de montrer les différents coloris possibles - l'image laisse penser que le corps est vu tel un porte-manteau. D'ailleurs, c'est ce qu'indique la photographe dans sa citation qui

⁵⁴ PRESS Sarah, « 'Concept' by Carlota Guerrero », in *Ignant*, [En ligne], mis en ligne le 11 novembre 2016, URL : <https://www.ignant.com/2016/11/11/concept-by-carlota-guerrero/>. Consulté en mai 2022.

questionne l'espace et le fait d'être habillé. Ici, le vêtement est détourné de la manière dont on le porte réellement, si bien que dans l'image de droite, on ne devine plus la forme ni du haut ni de la jupe, puisque ceux-ci retombent contre les bras qui sont près du corps. Au contraire, la forme est parfaitement lisible lorsque la modèle à les bras relevés. Cette notion de corps porte-manteau montre le corps tel un support utile à la mise en valeur du vêtement, de manière presque déshumanisée, de la même manière que la série des t-shirts sur les chaises de Mark Borthwick. Il apparaît ici comme un simple outil.



Fig. 29 - BORTHWICK Mark, "Size 74 Collection", 2000, in Purple magazine

Ces deux photographies de Mark Borthwick reprennent cette idée de corps « porte-manteau » évoquée précédemment. Le corps agit comme support pour présenter le vêtement en volume, sans pour autant lui faire prendre la pose. Tout comme sur l'image de Carlotta Guerrero, la modèle tend les bras, permettant ici de déployer le vêtement pour le montrer dans sa totalité, de manière tendue. En effet, en étant *oversized*⁵⁵, la forme du vêtement serait difficilement lisible si la modèle n'effectuait pas cette pose. Alors, cela invite à se questionner sur l'usage d'un vêtement adapté ou non à la taille du modèle, et sur l'influence que cela peut porter sur son attitude.

⁵⁵ Large, grand.



Fig. 30 - PAVAROTTI Rafael, *It's A Trip*, décembre 2021, in *British Vogue*

Ces deux images, issues d'un éditorial pour *British Vogue*, sont une autre façon de montrer le corps dit « porte-manteau ». Le corps apparaît en second plan face au vêtement qui, lui, est démesuré par rapport au corps qui le porte - comme pour l'image précédente -, lui donnant un air presque sculptural. La mise en scène vise ici à créer un effet d'illusion et de trompe-l'œil par la disproportion des vêtements, qui sont pourtant à taille réelle. En effet, quand on observe de plus près l'image de gauche, on comprend que le manteau tombe parfaitement sur les épaules du modèle qui est en dessous, la déstructuration s'effectuant dans le fait de rembourrer les bras disproportionnés de celui-ci pour qu'ils se maintiennent tout seuls, contrairement à l'image précédente de Mark Borthwick, où le modèle devait changer sa pose pour aider le vêtement à tenir en place. Ici, le vêtement est *oversize*, mais il est adapté au corps qui le porte. Au contraire, le vêtement porté sur l'image de droite n'est pas adapté au corps. Pourtant, l'effet trompe-l'œil est aussi existant. En effet, ce qui pourrait sembler être une robe est en fait un plaid en crochet, disproportionné par rapport au corps, formant alors un volume perturbant et sculptural.



Fig. 31 - PENN Irving, *Collection featuring Balloon Coat*, 1987, for Issey Miyake

Cette photographie d'un imperméable d'Issey Miyake⁵⁶ réalisée par Irving Penn dans les années 1980 est le fruit d'une rencontre d'univers entre le photographe et le design et montre un vêtement d'exception, isolé sur un fond blanc. En effet, le vêtement sur cette image est montré comme on ne le verrait pas tous les jours. Ce qui semble être un imperméable ample et confortable est gonflé comme un parachute, jouant ainsi avec les volumes que cela crée pour former ce qui pourrait ressembler à une sculpture avec le corps comme support, toujours dans l'idée du « porte-manteau ». La matière est mise en valeur par l'éclairage utilisé, très doux, qui la fait briller. Quant à lui, le travail du modélisme est mis en avant par ce fond blanc, car celui-ci permet de lire davantage la ligne de cet imperméable. On se rend alors compte que le travail de la ligne est relativement important quand on souhaite mettre en avant les détails spécifiques au vêtement.

⁵⁶ « Issey Miyake a créé sa marque éponyme de prêt-à-porter en 1971, après avoir travaillé pour Givenchy. [...] Il s'inscrit dans une démarche contraire des principes traditionnels de construction des vêtements occidentaux [...] fondés sur une coupe en forme s'adaptant à la tridimensionnalité du corps. » KAMITSIS Lydia, REMAURY Bruno (sous la direction), *op. cit.*, p.289



Fig. 32 - BORTHWICK Mark, Hermès by Martin Margiela, 1998, in *Harper's Bazaar*

Sur cette autre image de Mark Borthwick, toujours pour Martin Margiela, le vêtement est porté de manière conventionnelle. La pose des deux modèles est simple, on ne voit d'ailleurs même pas leur visage, ce qui laisse penser qu'ici, le corps est utilisé de la même manière que les images précédentes, comme un porte-manteau. Pourtant, même si la pose est simple et le vêtement porté de manière attendue, l'image témoigne d'un réel impact du designer sur la photographie. En effet, ce croquis de la veste portée, dessinée en superposition des images, vient mettre en évidence l'essence de la forme conçue par le designer. La photographie est ici le témoin d'une juxtaposition entre l'univers d'un photographe et du designer. Le vêtement, mis-en-scène par un.e photographe, est-il le vecteur de l'univers d'un.e styliste ?

On peut dire qu'une photographie est la lecture d'un vêtement au travers de l'œil d'un photographe et des choix du directeur artistique - quand le photographe ne l'est pas lui-même. Si l'on s'émancipe de la simple image du modèle statique sur fond blanc des sites de e-commerce, une série photographique créative est alors une interprétation possible du vêtement. Mais alors, quel est vraiment l'impact de l'univers du photographe sur le vêtement ? Par exemple, dans cette collaboration, l'univers n'est pas un décor fantasmé. La création d'image est focalisée sur le

vêtement comme objet et son interprétation est un jeu autour de celui-ci, à côté d'un corps qui est présent mais évoqué simplement. On comprend alors que le corps et le vêtement sont émancipateurs de la création artistique et de sa mise en scène. L'ensemble d'images étudiées laisse à voir des photographies descriptives de corps immobiles et verticaux, montrant ainsi le vêtement de manière compréhensible, aussi bien en volume que à plat.

C) Quand le corps habillé d'un vêtement se transforme en sculpture

« It's about the way that the body's positioned, and how that alters our reading of the clothes. »⁵⁷

Shonagh Marshall, commissaire de l'exposition « Posturing : Photographing the Body in Fashion » ayant eu lieu à Londres en 2017, évoque le changement qu'elle a pu observer durant ces dernières années, particulièrement à partir des années 2010. D'après elle, la photographie de mode s'est détachée de l'hypersexualisation du corps féminin, très en vogue des années 1990 à 2000, pour aller vers une nouvelle esthétique plus abstraite si ce n'est minimaliste. L'image sexualisée devient alors plus spontanée, le ton est plus joueur, ironique, surréaliste ou extraordinaire. La manière dont on perçoit le vêtement est alors affectée. Le corps n'est plus considéré comme un porte-manteau mais devient un véritable terrain d'exploitation esthétique. Le regard des photographes est neuf et se détache des photographies de mode formatées, pour laisser plus de place à l'expression du mannequin qui devient acteur à part entière de la création de l'image.⁵⁸

⁵⁷ MARSCHALL Shonagh, in, PARRA Pablo, « Posturing : The new movement », in *Gadriana*, [En ligne], mis en ligne le 4 mars 2019. URL : <https://gadriana.com/posturing-new-movement/>. Consulté le 7 mars 2022.

⁵⁸ BURLET Fleur, « Comment la jeune génération de la photo réinvente le rapport au corps dans la mode », in *Les Inrockuptibles*, [En ligne], mis en ligne le 2 novembre 2017 à 13h07, mis à jour le 16

Le vêtement étant à la base conçu pour un corps, il semble logique de le mettre en scène sur celui-ci. Le vêtement, avec ses différentes coupes et matières, influence la manière dont se comporte le corps. Influence-t-il les poses empruntées par les modèles sur les photos de mode ? Guide-t-il le corps autant qu'il le guide lorsqu'il est porté en dehors des images ?



Fig. 33 - OVINI Boris, *Marine Serre*, octobre 2019, in ODDA Magazine

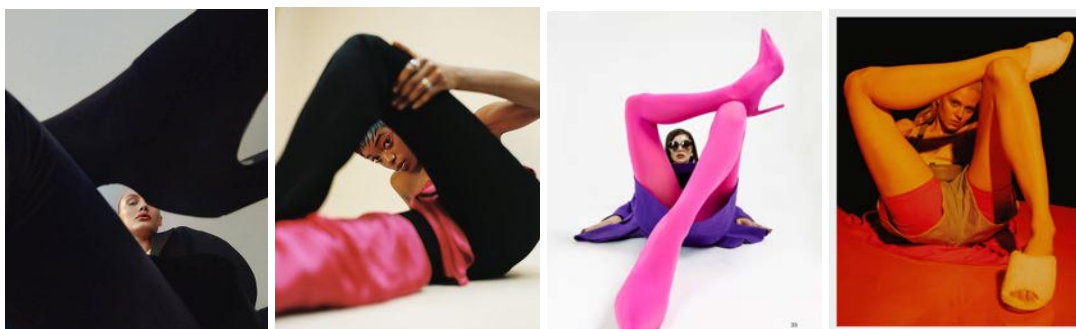
Si le corps est guidé par le vêtement lui-même lors de la prise de vue, il n'est peut-être pas guidé de la même manière qu'il le serait dans la vie « de tous les jours ». En effet, on peut observer, grâce à l'analyse de cette image de Boris Ovini, réalisée pour un éditorial de Odda Magazine, avec la marque Marine Serre, que parfois, le vêtement guide la posture du corps, mais pas comme on l'aurait attendu - à la différence du corps « porte-manteau ». Au premier abord, quand on parle d'un vêtement qui guide la posture du corps, on pense à la matière ou à la coupe qui viendrait brider ou non le corps, ou lui laisser la possibilité d'être tout en souplesse ou non. Pourtant, une autre variable vient entrer en jeu dans le cas de cette image : le motif. Ici, le motif vient guider le corps en image, ce qui est déroutant, puisque le motif, dans la vie « de tous les jours », ne vient pas influencer la manière dont le corps se comporte. Sur cette image, dans un but d'esthétisme et de visibilité du motif, le corps se contorsionne, il s'adapte et se tord pour proposer la lisibilité de ce

mars 2021 à 5h40. URL :

<https://www.lesinrocks.com/actu/comment-la-jeune-generation-de-laphoto-reinvente-le-rapport-au-corps-dans-la-mode-137645-02-11-2017/>. Consulté le 7 février 2021.

motif tartan tout à plat, tendu par le tombé du tissu. La souplesse du collant laisse le corps se contorsionner sans difficulté, aidé par le bas de la robe qui reste relativement évasé. La géométrie du motif orthogonal propose alors une géométrisation de la pose, invitant le corps à prendre une pose qui évoque un carré.

On pourra alors comprendre que la matière est vecteur d'un mouvement ou d'une pose : si le corps est contraint par une matière non-élastique, il n'agit pas de la même manière qu'un vêtement en jersey ou même qu'un tissu fluide comme du voile. Comment une forme de vêtement peut-elle alors inspirer une pose à un corps qui ne soit pas un simple porte-manteau⁵⁹ ? Les poses peuvent-elles ne pas être guidées par le vêtement mais tout de même servir sa mise en valeur ?



(dans l'ordre d'apparition) Fig. 34, 35, 36, 37 - 38, 39, 40, 41 - 42, 43, 44, 45 - voir p.105

⁵⁹ cf. les images du paragraphes précédent sur les basiques

Sur chacune de ces images, qui ont été rassemblées à partir de décembre 2021, en les trouvant par hasard - indiquant qu'il doit en exister bien plus - la pose du modèle est à quelques détails près la même. En considération des tenues portées, relativement variées, on peut juger que cette pose n'est pas utilisée pour mettre en valeur le vêtement lui-même mais plutôt par convention. Une image, celle de Julien Vallon (fig. 35), est sans doute plus singulière, puisque la pose, bien que peu originale, en considération du corpus, permet, en dégageant la main du modèle, de mettre en avant la montre. En effet, cette image fait partie d'une campagne pour le bijoutier et, en l'occurrence, fabricant de montres, Cartier. Alors, on comprend que parfois, par convention ou même mimétisme, les poses peuvent être pensées et réalisées sans se baser sur le vêtement lui-même. Cela est aisé à comprendre : la pose, même si le vêtement n'est pas bien représenté, reste flatteuse. En effet, parfois le corps peut servir de support au vêtement sans s'intéresser à celui-ci. La pose apporte alors une plus value esthétique ou vient perturber par sa singularité, bien que relative en considération du corpus présenté.



Fig. 46 - WENZEL Isabelle, *Position 7* from the series "Positions," 2014

Fig. 47 - WENZEL Isabelle, *It reminds me of the wind*, 2020, Fine art print on 230g matt paper

« Loin des restrictions imposées par les interactions avec les sujets, des frustrations liées aux différences séparant les personnes, elle fait de sa propre silhouette son outil principal de travail. Un outil dont elle ne cesse d'exploiter les ressources. "Je suis assez narcissiquement obsédée par mon propre corps, s'amuse-t-elle. Les seuls modèles avec qui j'ai envie de travailler sont les danseurs contemporains : nous parlons la même langue." »⁶⁰

On pourra retrouver ces différents aspects dans les images de Isabelle Wenzel, une photographe qui se proclame *movement designer* sur son compte Instagram⁶¹. Elle n'est pas photographe de mode mais plutôt photographe performeuse, puisque celle-ci réalise des autoportraits dans des postures très contorsionnées, qui supposent une grande souplesse du corps et de fait une grande adaptabilité du vêtement. Ses poses donnent au corps un aspect sculptural, s'approchant presque de la nature morte à taille humaine. Même si ces images ne sont au départ pas des images de mode, elles restent pertinentes puisque ce sont des corps habillés. De plus, à la suite de ses différents travaux sur le corps, Isabelle Wenzel a pu travailler pour des images de mode éditoriales en tant que performeuse corporelle. Ces images sont donc très intéressantes à prendre en compte dans la mise en valeur du vêtement en imagerie de mode, car il y a un aspect très « mode » sur ces images, de par leur plasticité. C'est d'ailleurs sa silhouette, qu'elle contorsionne, qui vient apporter à ses images cet aspect plastique. En effet, ces images sont intéressantes du point de vue de la posture : même si le vêtement n'impose pas une posture au corps, c'est le corps qui impose une forme au vêtement. Sur ces photographies, le corps n'étant pas guidé par le vêtement, le corps est transformé, libéré de sa verticalité et de ses limites gestuelles fonctionnelles pour devenir une sculpture, une forme, avant même d'effectuer le choix de la tenue qu'il portera. Le stylisme vient appuyer cette forme, ce qui donne la force de cette image : le corps et le vêtement ne font qu'un pour créer une forme visuellement graphique, étonnante et pertinente. Alors, même si le corps n'est pas

⁶⁰ TSATSAS Lou, « Isabelle Wenzel : cyber féminisme et dualité des corps », in *Fisheye*, [En ligne], mis en ligne en mars 2022. URL : <https://www.fisheyemagazine.fr/decouvertes/images/isabelle-wenzel-cyber-feminisme-et-dualite-des-corps/>. Consulté en mars 2022

⁶¹ @isabelle.w.e.n.z.e.l

guidé par le vêtement, il n'en reste pas moins que le vêtement est mis en valeur. C'est l'inverse qui se produit d'ailleurs : le vêtement se trouve guidé et contraint à son tour par le corps. On comprend alors, grâce à ces poses, que la matière du vêtement à gauche est constituée d'une maille en jersey très élastique et confortable, qui suit parfaitement le mouvement, statique, du corps. Le corps habillé prend un aspect sculptural tout en donnant à voir un vêtement qui permet de prendre des poses acrobatiques.



Fig. 48 - WURM Erwin, *Untitled (Palmer's)*, 1997, C-print, 94x74cm

Fig. 49 - WURM Erwin, *Bag of Tricks*, décembre 2019, in American Vogue

Dans le travail d'Erwin Wurm, on retrouve, comme chez Isabelle Wenzel, cet aspect plastique et sculptural. Le vêtement - dans les deux cas en maille extensible - vient stimuler l'expression corporelle tout en étant lui-même contraint par le corps, puisqu'il apparaît ici comme déformé. Ici, on retrouve un corps contorsionné, en tension avec le vêtement, à l'origine d'expérimentations formelles apportant un aspect très créatif qui casse les codes des postures habituelles et questionne la fonctionnalité du vêtement. Le corps est alors reconfiguré par ce jeu de poses acrobatiques. Il est redessiné, recomposé et libéré de sa disposition structurelle

habituelle, sans que cette dernière soit oubliée, puisque dans ces deux images les pieds sont au sol.



Fig. 50 - VALLON Julien, *Laetitia Casta*, 2022, in ELLE

Dans cette image de Laetitia Casta, photographiée par Julien Vallon, le corps n'est pas contraint par le vêtement, au contraire, il semble libéré de ses mouvements. En adéquation avec cette combinaison en maille côtelée, la pose semble confortable et souple. D'ailleurs, cette souplesse est accentuée par l'objectif grand angle utilisé par le photographe, déformant davantage le corps par rapport à la réalité. On peut alors se questionner sur l'importance du regard du photographe, venant appuyer une caractéristique du vêtement à l'aide du choix de la technique employée - ici, l'objectif grand angle.

Partie 3 : Le regard photographique porté sur le corps habillé

« *Composition, dessin, sens de l'espace, volumes, lumières, contrastes, flou, nuances, clair-obscur, inspiration, audace, provocation, technique, conscience, intégrité, n'est-ce pas là la même guirlande de mots qui auréole l'univers d'un artiste ? Grâce à la Photographie, le visage éternel de la Mode poursuit ses inépuisables mutations.* »⁶²

Le vêtement guide le corps photographié mais il vient aussi guider l'image. La mode et le vêtement sont des occasions données à la créativité du photographe, qui décide alors d'une direction à prendre pour ses images.



Fig. 51 - ROUSTEAU Paul, *Le monde d'Hermès*, 2020, for Hermès FW20

Fig. 52 - ROUSTEAU Paul, *Le monde d'Hermès*, 2020, for Hermès FW20

Dans l'image de gauche (fig. 51), réalisée par Paul Rousteau pour un éditorial du site d'Hermès en 2018, le vêtement donne la ligne directrice de l'image. Cette photographie propose une lecture du vêtement à la manière d'une figurine de

⁶² SAINT LAURENT Yves, in HALL DUNCAN Nancy, *op. cit.*, p.6

mode. Cette image présente un corps souple mais élancé, avec des proportions inhabituelles, éloignées de la réalité, surtout lorsque l'on compare avec l'image de droite, portant exactement la même tenue, dans le même décor. Ces proportions nous rappellent de manière directe celles des figurines de mode. Il est vrai que ces dessins réalisés avant la création d'un vêtement ont souvent un corps très élancé, avec un petit buste et des jambes longilignes. Cette image est un jeu avec le corps qui est ici présent comme support pour le vêtement afin de pousser sa mise en valeur à l'extrême. Cette silhouette est constituée d'une jupe fourreau beige, d'une chemise blanche près du corps et de cuissardes à talon blanches. Les proportions du corps sont modifiées à la prise de vue par le photographe avec un grand angle pour renforcer cette impression d'élancement et ainsi mettre en valeur la tenue. La jupe en est l'un des éléments central. Elle est davantage mise en valeur car c'est une des pièces qui prend le plus de place, en considération de la modification de la silhouette à la prise de vue. C'est la vision du photographe - qui a certainement été choisi pour sa « patte » - qui vient analyser le vêtement de sorte à obtenir ce rendu visuel. Tous ces éléments sont à l'origine de choix, impactés par le regard photographique de celui qui les fait. Comment le photographe peut-il apporter un point de vue spécifique sur le corps habillé en portant une attention précise au vêtement ?

A) Point de vue : la lecture d'un vêtement

« Mais on peut toutefois soupçonner que, au moins indirectement, le photographe est imprégné par le vêtement. Non seulement tel tissu, tel pli, tel motif peuvent fort bien décider d'un angle de prise de vue ou d'un jeu avec la lumière, mais les vêtements en eux-mêmes et dans leur ensemble peuvent très bien déterminer également un style photographique. »⁶³

Le point de vue en photographie est très important, puisque c'est ce qui définit le cadrage. Analyser le cadrage de plusieurs images permet de mieux comprendre comment, à l'aide de celui-ci, le photographe donne à voir les spécificités d'un vêtement. En plus du cadrage, la mise au point, qui répond aux mêmes interrogations, doit être analysée. En effet, le point de vue d'un ou d'une photographie est guidé par le viseur de son appareil photographique, pour le cadrage comme pour la mise au point.



Fig. 53 - VAN RIJ Sarah, *Pigalle Paris FW18*, 2018

Fig. 54 - VAN RIJ Sarah, *Omega watches SS19*, 2019, for The Last Magazine

Fig. 55 - VAN RIJ Sarah, *Accessories series*, septembre 2020, for Vogue Netherlands

⁶³ MONNEYRON Frédéric, *La photographie de mode : Un art souverain*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010, p.81

Ces images, photographiées par Sarah Van Rij, sont toutes prises d'un point de vue large. Malgré ce point de vue, le cadrage est tout de même serré puisqu'il n'y a presque pas de zones « vides » pour respirer dans l'image. Chacune de ces photographies montrent un détail particulier du vêtement photographié, sans avoir besoin d'un cadrage en gros plan pour le mettre en avant. C'est le regard de la photographe qui permet alors cette mise en valeur du détail dans ce jeu de composition. En effet, c'est la composition qui invite l'œil à se perdre sur les détails des vêtements photographiés. Par exemple, sur l'image la plus à gauche, l'élément flou au premier plan - un feu tricolore - vient indiquer au regard où se poser sur le vêtement. Les détails multicolores de la veste, comme les boutons, le col, ou le détail des manches, sont davantage lisibles, malgré leur positionnement au second plan. Pour la dernière photographie, le cadrage met l'accent sur la texture très souple et duveteuse de la matière du vêtement placé au premier plan, mais aussi de l'aspect très structuré de celui qui est placé juste à sa gauche. De plus, le volume du vêtement au premier plan vient, de par sa forme, guider le regard, pour indiquer à celui-ci de se poser sur le vêtement placé au second plan. On notera aussi qu'à chaque fois le corps est anonymisé car l'on ne voit pas la tête des modèles, ce qui renvoie alors à l'idée de corps « porte-manteau » évoquée précédemment. Cette mise en valeur du vêtement, et plus particulièrement de ces détails, ne peuvent qu'exister sous le prisme du regard de la photographe.



Fig. 56 - CHEMETOV Marianne, *Untitled*, 1989, in ELLE, 1er novembre 1989

Fig. 57 - KNAPP Peter, *Publicité pour Jaeger*, février 1967, Londres

Contrairement aux images précédentes montrant le détail à l'aide de cadrage larges, ces images de Peter Knapp et de Marianne Chemetov sont des gros plans qui nous laissent eux aussi entrevoir le détail d'un vêtement. Malgré les gros plans, ces photographies nous donnent assez d'informations pour pouvoir s'imaginer les vêtements, bien qu'ils ne soient pas cadrés en plan large mais en plan serré. De plus, ces gros plans permettent d'observer correctement les détails de ces vêtements, aussi bien pour les boutons dorés de la robe à gauche que pour l'encolure de ce que l'on pourrait imaginer être un t-shirt en maille, très à la mode dans les années 1970. L'image à droite ajoute aussi dans ce zoom un autre marqueur temporel, qui est aussi un détail vestimentaire de la tenue : des lunettes à la forme très large et courbes aux verres teintés, typiques des années 1970.

Un autre point est important dans ces deux photographies : la mise au point. En effet, sur les deux images, celle-ci est effectuée sur un point stratégique du détail. Sur la première photographie, la mise au point est faite sur la rangée de boutons, cadrée à l'extrémité gauche, emportant alors le regard dans cette

direction. Sur la deuxième, la mise au point est effectuée sur le détail du col, laissant alors entrevoir parfaitement le détail de l'encolure, ainsi que la texture de ce qui semble être un t-shirt en maille finement côtelée. La mise au point est ainsi un élément important, ayant un impact sur la lecture d'une image et du vêtement qui est photographié, permettant alors de guider le regard du spectateur dans l'image. En effet, si des éléments importants ont été mis en avant par la mise au point, c'est que le photographe lui-même a été guidé par ces détails lorsqu'il a composé l'image, avant même de penser au spectateur.



Fig. 58 & 59 - IRVINE Douglas, *Miu Miu Pre-Fall Campaign 2020*, 2020

Ces photographies, issues de la campagne de Miu Miu Pré-Automne 2020, jouent toutes les deux sur le principe de flou et de net dans la mise au point pour mettre l'accent sur des détails du vêtement. En effet, sur l'image de gauche, un seul élément est net : le col de la robe. Ce choix du photographe de faire la mise au point sur ce col froncé, rappelant un col jabot, n'est pas anodin puisque c'est l'élément qui semble définir cette robe. Le même stratagème est utilisé pour la seconde image, puisque l'encolure de la robe, brodée de perles, est elle aussi, nette. De plus, de manière plus visible sur cette image, des éléments flous sont présents au premier plan - rappelant ceux présents sur les images de Sarah Van Rij - permettant à l'œil de se focaliser sur l'encolure en V de la robe verte. Les différents détails flous de ces images viennent apporter un contexte onirique aux images, renforçant

l'ambiance de celles-ci. On pourra alors questionner l'impact de la mise au point sur la perception d'un univers vestimentaire, aidant alors la mise en évidence de certains détails relatifs au vêtement lui-même.

B) Le choix d'une technique

On peut comprendre que la technique n'est pas en reste dans le développement du regard du photographe. Entre technique favorite d'un photographe ou expérimentation par différents usages, la technique peut-elle permettre de mettre en avant les points principaux qui composent un vêtement ? En effet, un photographe créatif sans technique pourra plus difficilement arriver à ses choix créatifs. La technique, ou plutôt l'outil photographique, permet de traduire la vision d'un photographe et vient nourrir son regard. Une question se pose alors, la technique permet-elle de garder une façon de regarder le vêtement ou une « patte » constante ? Le choix d'une optique particulière ou bien d'une lumière peut entrer en jeu dans la mise en valeur par la photographie d'une spécificité propre à l'habillement.





Fig. 60, 61, 62 & 63 - WALKER Tim, *A Meeting Of Minds*, John Galliano Maison Margiela
Artisanal Looks S/S 2017, 2017, for i-D Magazine

Cette série de photographies pour la Maison Martin Margiela, réalisée par Tim Walker, montre l'importance de la technique photographique sur le plan créatif pour aider dans la mise en avant des spécificités du vêtement. En effet, ces images ont dû être prises à l'aide de poses longues, puisque l'on aperçoit des zones floues, indiquant le déplacement du modèle d'une pose à une autre. Ce procédé photographique permet alors aux modèles d'apparaître plusieurs fois sur les images, sans l'aide d'un photomontage, pour pouvoir observer le vêtement sous un nombre maximum d'angles. En effet, le procédé consistant à photographier en 2D, alors que le vêtement, lui, est en 3D, permet de pouvoir observer sa coupe en entier sur une seule image. Alors, on peut déceler toutes ses spécificités, comme sa coupe, ou encore les différents détails des tenues - comme les broderies ou les matières utilisées - bien que les images ne soient pas nettes. Alors, ce procédé technique, lié à la créativité du photographe, apportée par son regard, permet de mettre en avant les différentes caractéristiques du vêtement, les déformations engendrées par les flous de bougé et le grand angle utilisé, sans que tout cela ne gêne en rien la visibilité de ces caractéristiques. D'ailleurs, l'utilisation d'un grand

angle et le décor imposant du studio, très récurrents dans les images de Tim Walker, résultent de la réflexion de ce dernier. L'univers du vêtement est, quant à lui, exprimé par l'utilisation de la pose longue et le choix des couleurs du décor.



Fig. 64 & 65 - KNAPP Peter, *Ulla Danielsen pour Emanuel Ungaro*, 1970, Paris

Sur l'image de gauche, photographiée par Peter Knapp, la forme de ce manteau est particulièrement mise en avant à l'aide du grand-angle. Le manteau semble disproportionné par rapport au modèle. De plus, ce point de vue apporté par le grand angle permet de montrer l'aspect très rigide de ce manteau et, donc, d'insister sur la spécificité technique de sa matière, lui donnant alors cette coupe. La forme de la poche est également mise en avant, du fait du positionnement du manteau face à l'objectif. Il en est de même pour le pantalon patte d'éléphant à droite, dont la forme est accentuée par l'objectif grand-angle utilisé, en plus de l'angle de vue en légère contre-plongée. En plus de ce choix d'optique insistant sur la jambe évasée du pantalon, la lumière est importante. En effet, celle-ci n'éclaire presque pas le pantalon - contrairement au fond du studio qui est, lui, très éclairé - ne laissant pas deviner sa matière, mais soulignant alors parfaitement sa coupe, car ses contours deviennent très lisibles.



Fig. 66 & 67 - ROGERS Ned, POLANCO Andy, *Daria Strokous*, for Puss Puss Magazine

La lumière est primordiale dans une image, car c'est elle qui permet de déceler ou non certains éléments. Comme sur la photographie du pantalon patte d'éléphant de Peter Knapp, la lumière est très contrastée. Ce choix d'éclairage donne au vêtement une impression d'aplat et non de volume, dessinant alors parfaitement les contours des silhouettes, d'autant plus que le fond est uni, dans une teinte plus claire, permettant de renforcer cette impression. Quelques zones discrètes du vêtement restent cependant visibles, la lumière permettant de les modeler subtilement. Sur l'image de gauche, la lumière vient souligner la matière brillante du pantalon, laissant entendre qu'il est en cuir ou même en jean enduit, du fait des plis dans l'intérieur de la jambe gauche. Sur la photographie de droite, le détail mis en avant par le modelé de la lumière est situé sous la jupe. En effet, l'ombre produite par la jupe elle-même permet de dessiner plusieurs détails strillés, faisant alors comprendre que la robe est fabriquée dans une matière côtelée, ce qui ne serait pas visible si l'on se focalisait uniquement sur l'aplat blanc de la robe. De plus, le fond uni permet de faire ressortir davantage ces détails de matières ou encore de coupe, complétant ainsi la lumière utilisée.



Fig. 68 - POZOGA Maciek, *Untitled*, décembre 2021, in Vogue France & Italia

Au contraire de l'image précédente, cette image photographiée par Maciek Pozoga insiste énormément sur le motif du vêtement, plutôt que sur sa forme. Ici, les volumes du vêtement ne sont ni détachés par le fond, ni par la lumière. En effet, sur cette image il a été choisi d'utiliser un miroir déformant pour former le fond. Le reflet créé par ce miroir permet au motif textile de se refléter, créant ainsi un arrière-plan accordé à celui-ci. L'environnement apparaît alors comme une extension du motif, donnant alors un effet que l'on pourrait nommer caméléon. Ce principe permet de mettre l'accent sur le motif de cette tenue tout en imposant un contexte, rendant difficile la lecture de cette image, en accord avec ce motif abstrait, faisant presque oublier la coupe du vêtement, devenue à peine visible. Le vêtement devient alors lui-même le décor de l'image, aussi nommé contexte ou lieu. Pas besoin de décor puisque le vêtement vient le créer à l'aide de ce que l'on pourrait appeler son aura.

C) Contexte photographique : le lieu

« [Le corps apparaît toujours] dans un contexte ou, si l'on préfère, dans un décor. Ce contexte qui, avec le vêtement et le mannequin, est le troisième élément constitutif de l'image de mode est devenu, aujourd'hui, l'élément décisif, si tant est qu'il ne l'ait toujours été. Plutôt qu'extension naturelle du mannequin, il décide en effet bien souvent de son choix, en alignant, par exemple, un type physique sur un cadre géographique, ou, au contraire, pour créer un effet, en l'y opposant avec force. [...] Le contexte est non seulement l'élément à travers lequel se trouve mis en scène un imaginaire, mais aussi l'élément grâce auquel se trouve défini le style propre du photographe. [...] La liberté dans le choix du contexte dont jouit le photographe de mode semble aujourd'hui illimitée. Intérieur ou extérieur, cadre urbain, montagne ou mer, paysage quotidien ou exotique, espaces abstraits ou espaces virtuels créés par des manipulations techniques, tout est possible. Ce ne fut pas toujours le cas. »⁶⁴

La direction artistique est importante pour diriger correctement un *shooting* photo destiné à la mode. Elle permet de dégager un univers, souvent en fonction du vêtement photographié, même si parfois ce contexte peut aussi servir de définition du regard d'un photographe, dans le cas où c'est lui-même qui crée la direction artistique de la prise de vue. Mais alors, en ce qui concerne les photographies dotées d'un contexte visible, quelle est la part du photographe et du designer dans celui-ci ? Comment est définie la limite entre ces deux univers, permettant de capter au mieux l'aura du vêtement ? Ce que l'on peut nommer "aura du vêtement" est ce qui émane de celui-ci et se propage dans l'environnement. Comment le vêtement va-t-il servir de vecteur vers une interprétation de l'environnement ? Le vêtement étant vecteur d'un univers, le contexte sera le témoin de son interprétation par le photographe ou le directeur artistique. En effet, dans un travail de commande, le photographe sera parfois dépendant de ce que souhaite le client, en général une agence de pub ou un directeur artistique. Pour correspondre à ce qu'il souhaite, il faudra suivre le *moodboard* donné par l'équipe.⁶⁵

⁶⁴ MONNEYRON Frédéric, *op. cit.*, p.134

⁶⁵ *Ibid.* p.137

Lorsque le contexte est en accord avec la tenue des personnages

En studio



Fig. 69 - PAVAROTTI Rafael, *It's A Trip*, décembre 2021, in *British Vogue*

Ce manteau très coloré, designé par Charles De Vilmorin, résonne visuellement avec le décor qui a été choisi pour cette image, réalisée pour un éditorial de *British Vogue*. Ici, le fond strié nous rappelle à la fois les couleurs du manteau - bien que celles du manteau soient plus vives - mais aussi le matelassage linéaire de celui-ci. Ce fond, comme pour la photographie précédente, donne alors cet effet caméléon, impactant l'image par ce jeu de couleur et de graphisme. On peut dire que le contexte - le lieu - est en accord avec le contexte vestimentaire, puisqu'il vient appuyer celui-ci, de par son graphisme et ses formes. La lumière, quant à elle, vient éclairer parfaitement le manteau et le fond, laissant alors à douter sur le fait que le fond soit ou non un photomontage. Quelques ombres, présentes

dans l'image, laissent présager qu'elle a bien été photographiée en studio, avec un fond très certainement peint à la main.

En effet, la photographie en studio laisse un large choix de possibilités pour l'arrière-plan. Il est aussi bien possible d'utiliser un fond blanc ou coloré uni que de faire appel à un.e *set-designer*⁶⁶ pour disposer d'un décor monté de toutes pièces, comme pour l'image photographiée par Tim Walker ci-dessous, à gauche.



Fig. 70 - WALKER Tim, *Japonais*, 2016, Stella Tennant in Dior Haute Couture, Archival pigment print
Fig. 71 - VAIL David, *High Drama*, septembre 2021, in Grazia UK

Photographier en studio permet au photographe de façonner son éclairage comme il l'entend, sans être impacté par une lumière qui n'est pas de son ressort. Effectivement, lorsque l'on photographie un personnage dans un lieu en extérieur, la lumière peut aussi être façonnée, mais en tenant compte de la lumière naturelle déjà présente dans le lieu.

⁶⁶ Le set designer est la personne chargée de créer un décor lors d'une prise de vue.

En extérieur

Décider d'effectuer une série de photographies pour la mode dans un lieu extérieur permet de disposer d'un lieu déjà existant. Parfois, la direction artistique d'un *shooting* photographique décide de mettre les personnages dans un lieu qui n'est pas un studio. Cette possibilité laisse le choix entre deux types de décors : un décor intérieur ou un lieu extérieur.⁶⁷ La décision du lieu pour une image ou une série d'images s'effectue alors en fonction de ce que l'on souhaite symboliser ou appuyer avec le contexte photographique.



Fig. 72, 73 & 74 - SHEA Daniel, *Campaign The North Face x Gucci*, 2020

⁶⁷ MONNEYRON Frédéric, *op. cit.*, p.137

Cette série d'images, photographiée par Daniel Shea, met en scène la collaboration effectuée entre Gucci et The North Face. La collection créée par ces deux marques propose des vêtements de luxe rappelant l'imaginaire du camping et de la randonnée. Les images, en accord avec le thème, mettent alors en scène un groupe de personnes en randonnée, tantôt lisant une carte, tantôt autour d'un pique-nique en pleine nature. Cette série reste très fortement inspirée de l'univers luxe et mode de Gucci, mais relate tout de même l'aspect pratique et utile des vêtements The North Face, ce qui forme alors un contexte photographique et un choix de lieu très proche des deux marques ayant collaboré ensemble pour cette collection. Ici, le contexte est lié à la fonction du vêtement, là où l'image précédente montre l'utilisation d'un contexte lié au graphisme de celui-ci.

Le lieu en rupture avec la tenue des personnages



Fig. 75 - Screenshot du site Vivienne Westwood, 9 février 2022

Ces photographies issues du site internet de la marque Vivienne Westwood semblent placer les personnages dans un contexte qui est en désaccord avec les vêtements photographiés, en considération de la gamme de prix de ces vêtements luxueux. Quoi de plus étonnant que de voir en image une tenue composée d'une

robe corset avec des bijoux en abondance, portée devant ce qui semble être la remorque d'un véhicule, dans une rue plutôt peu esthétique ? On perçoit ici resurgir la référence à la culture punk de la créatrice Vivienne Westwood, lui permettant alors une transgression des codes. L'intention est de créer un contraste visuel qui suscite une réaction forte. La mise en situation ne cherche pas l'évidence ni la cohérence entre la tenue et l'environnement mais à brusquer en jouant sur le décalage assumé entre les personnages et le décor. Ainsi, ces observations concernant la tenue des personnages et le lieu où ils se trouvent questionnent et permettent de faire le lien avec l'univers de la créatrice mais aussi au passage à mettre en évidence les spécificités particulières de ces vêtements qui ne passent pas inaperçus. Que le contexte soit corrélé avec le vêtement ou non, il n'en reste pas moins que ces images mettent en avant les différentes spécificités de ce dernier.

Le contexte pour photographier un vêtement est alors très important et c'est ce qui fera la force d'une image. Pour construire ces images, le photographe viendra apporter sa vision tout en tâchant de bien cerner celle de la marque photographiée. On peut dire que la photographie de mode est le témoin du point de rencontre entre le point de vue, le choix artistique et technique du photographe, qui vient finalement s'adapter à l'univers d'une marque. Le regard du photographe vient, lui, apposer sa patte, ou ce que l'on pourrait nommer un « traitement photographique », en complément de l'aura préexistante du vêtement, permettant alors d'en déceler toutes ses caractéristiques ou celles qui sont les plus importantes à ses yeux. On se rend tout de même compte qu'au final, ce qui scelle l'univers d'une image, c'est le vêtement.

Conclusion

L'attention portée au vêtement et au corps habillé dans la photographie de mode est le fait de plusieurs facteurs variables d'interprétations, d'appréciations techniques et esthétiques qui cohabitent ensemble. En effet, les spécificités du vêtement, allant du petit détail jusqu'à sa coupe, en passant par sa matière, le tout permettant de constituer une forme, expliquent les nombreuses possibilités quant à sa mise en valeur photographique.

L'image donne à voir les spécificités du vêtement à l'aide de différents principes mais c'est en premier lieu le corps habillé qui, de par sa plasticité, met en scène ce vêtement. Effectivement, le corps est mobile, lui permettant alors de se mouvoir en fonction de la spécificité du vêtement à mettre en avant : parfois contorsionné tel une sculpture ou parfois de manière plus utilitaire, le corps, par le vêtement, devient déshumanisé comme un porte-manteau. Le vêtement montré sans le corps est aussi utilisé de bien des façons pour mettre en avant les éléments qui le constituent : présenté à plat de manière habituelle - propres aux images du e-commerce - ou bien à plat de manière singulière, permettant alors de déceler à plusieurs niveaux sa forme ou encore le rendu de sa matière.

Le regard du photographe sur ces éléments singuliers, propres à chaque vêtement, vient appuyer la posture du corps habillé ou encore du vêtement à plat. D'ailleurs, le regard d'un.e photographe découle de son interprétation - ou de sa non-interprétation - du vêtement et de ses rendus visuels, aussi bien pour les coupes que pour la matière. Cette interprétation vient impacter l'image et s'exprime par son cadrage, le choix de sa lumière ou même la décision sur la zone de mise au point de celle-ci. Ces choix, résultant d'une interprétation esthétique du vêtement, sont alors changeants en fonction du vêtement photographié mais aussi en fonction de celui ou de celle qui photographie ce vêtement.

L'appréciation technique n'est pas en reste dans la conception d'une image. Cette appréciation technique résulte de l'interprétation du vêtement - comme pour le choix du cadrage et de la mise au point - bien que le choix d'un procédé technique puisse être aussi influencé par la patte du photographe. En effet, la technique photographique est parfois un tremplin à la création, pouvant s'appliquer à plusieurs vêtements différents sans pour autant omettre, dans l'image, leurs caractéristiques. Ce point montre le fait qu'il n'y a pas besoin d'apprécier le vêtement mais simplement de s'intéresser *a minima* à celui-ci car, le cas échéant, c'est une belle image mais sans lien propre avec le vêtement et ses caractéristiques. On appliquerait alors ce procédé technique à tous les vêtements sans prendre en compte leurs spécificités.

En effet, le fait de réaliser une image pertinente vis-à-vis du vêtement, en faisant écho à l'objet spécifique qu'il incarne mais aussi à la manière dont il est porté, au-delà de tout ce qui se cristallise sur lui et autour de lui, amène à penser et exprime que cette rencontre entre, d'une part, la photographie et, d'autre part, la mode, le vêtement ou encore le corps habillé, s'effectue au travers de la construction d'un univers au carrefour des pratiques en matière de design de mode et de photographie.

Bibliographie

PHOTOGRAPHIE

Ouvrage :

- BROUET Claude, CHEVAL François, HOAREAU Audrey, LE BRUN Annie, *Dancing in the Street - Peter Knapp et la mode*, Paris, Editions du Chêne, 304p
- JORIF Sylvia, *Elle, 75 ans de photos de mode*, Paris, Gründ, 2020, 240p
- LECALLIER Sylvie, *Vogue Paris - 100 Years*, Paris, Thames & Hudson, 2021, 303p
- MONNEYRON Frédéric, *La photographie de mode : Un art souverain*, Paris, Presses Universitaires de France, 2010, 224p
- HALL DUNCAN Nancy, *Histoire de la Photographie de Mode*, Paris, Chêne, 1978, 240p

Articles :

- BURLET Fleur, « Comment la jeune génération de la photo réinvente le rapport au corps dans la mode », in *Les Inrockuptibles*, [En ligne], mis en ligne le 2 novembre 2017 à 13h07, mis à jour le 16 mars 2021 à 5h40. URL : <https://www.lesinrocks.com/actu/comment-la-jeune-generation-de-laphoto-reinvent-e-le-rapport-au-corps-dans-la-mode-137645-02-11-2017/> Consulté le 7 février 2021.
- DONDERO Maria Giulia, « Les aventures du corps et de l'identité dans la photographie de mode », in *Actes sémiotiques*, [En ligne], mis en ligne le 28 janvier 2014, URL : <https://www.unilim.fr/actes-semiotiques/4979>. Consulté en février 2021.

- IRVIN Rebecca, « Leonardo Scotti's fashion photography is “explorative, colourful, ironic, dense, imaginative” », in *It's Nice That*, [En ligne], mis en ligne le 23 mai 2019. URL : <https://www.itsnicethat.com/articles/leonardo-scotti-fashion-photography-230519>. Consulté le 12 avril.
- MARSCHALL Shonagh, in, PARRA Pablo, « Posturing : The new movement », in *Gadriana*, [En ligne], mis en ligne le 4 mars 2019. URL : <https://gadriana.com/posturing-new-movement/>. Consulté le 7 mars 2022.
- PRESS Sarah, « 'Concept' by Carlota Guerrero », in *Ignant*, [En ligne], mis en ligne le 11 novembre 2016, URL : <https://www.ignant.com/2016/11/11/concept-by-carlota-guerrero/>. Consulté en mai 2022.
- TSATSAS Lou, « Isabelle Wenzel : cyber féminisme et dualité des corps », in *Fisheye*, [En ligne], mis en ligne en mars 2022. URL : <https://www.fisheyemagazine.fr/decouvertes/images/isabelle-wenzel-cyber-feminisme-et-dualite-des-corps/>. Consulté en mars 2022

Ressource en ligne :

- MODELS.COM, [En ligne], URL : <https://models.com/>
- « Le packshot à plat ou piqué » in *Temple*, [En ligne], URL : <https://temple.paris/packshot-a-plat-pique/>. Consulté le 26 avril 2022.
- Uniqlo, [En ligne], URL : <https://www.uniqlo.com/fr/fr/home>
- Vivienne Westwood, [En ligne], URL : <https://www.viviennewestwood.com/fr/>
- Zara, [En ligne], URL : <https://www.zara.com/fr/>

MODE, VÊTEMENT, TEXTILE

Encyclopédies / Dictionnaires :

- FAUQUE Claude, *Les mots du textile*, Belin, Paris, 2013, 224p
- GEORGE Sophie, *Le vêtement de A à Z*, Paris, Editions Falbalas, 2019, 495p
- KAMITSIS Lydia, REMAURY Bruno (sous la direction), *Dictionnaire international de la mode*, Paris, Éditions du Regard, 2005, 623p

Ouvrages :

- BAILLEUX Nathalie, REMAURY Bruno, *Mode & vêtements*, Paris, Gallimard, 1995, 144p
- BAUGH Gail, *Stylisme - Les textiles*, Paris, Vigot, 2014
- BLANC Odile, *Vivre habillé*, Paris, Klincksieck, 50 Questions, 2009, 184p
- BOUTIN-ARNAUD Marie-Noëlle, TASMADJIAN Sandrine, *Le vêtement*, Paris, Nathan, 2009, 159p
- CALDERIN Jay, *La mode : un guide pratique de références*, Paris, Pyramyd, 2021, 279p
- FERRARI Florence, *Guide des textiles*, Paris, Esmod éditions, 2020, 155p
- MENSITIERI Giulia, *“Le plus beau métier du monde” Dans les coulisses de l'industrie de la mode*, La Découverte, Paris, 2018, 276p
- MULLER Florence, « Tendances et Innovations », in BACRIE Lydia, *Qu'est-ce qu'une tendance de mode ?*, Paris, Fédération Française du Prêt-à-Porter Féminin, 2012, pp.16-27
- SIMMENAUER Benjamin, HAMMEN Emilie, *Les grands textes de la mode*, Paris, Institut français de la mode, Editions du Regards, Collection Essentiels en poche, 2017, 290p

Articles :

- ABRIAT Sophie, « La fast fashion se pare des atours du luxe », in *Le Monde*, 2021. [En ligne], mis en ligne le 25 décembre 2021. URL : https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/12/25/la-fast-fashion-se-pare-des-atours-du-luxe_6107275_4500055.html. Consulté le 20 avril 2022.
- GUERIN Louis, interviewé par JOURGEAUD Bénédicte, MANZONI Isabelle, BOUHIER DE L'ECLUSE Sophie, BELS Julien, MATTEI Pascale, « Dossier : les tissus de l'hiver 2022-23 », in *Journal du textile*, n°2514, 7 Septembre 2021, Paris, pp. 22-23
- LEBRUN Caroline, « Fonctions métaphorique et métonymique du vêtement », in *Adolescence* n°3, 2005, p.613-626
- MONDALEK Alexandra, « Comment le pantalon a été un outil de pouvoir pour les femmes » in *Huffingtonpost*, 2020, [En ligne], mis en ligne le 3 mars 2020. URL : https://www.huffingtonpost.fr/entry/comment-le-pantalon-a-ete-un-outil-de-pouvoir-pour-les-femmes_fr_5e5d110ec5b6450a30c210d9. Consulté le 25 avril 2022.
- ROY Marco, « La différence entre mode, style et tendance » , in *Tabloid Mode*, 2017. [En ligne], mis en ligne le 22 mai 2017. URL : <https://tabloidemode.media/la-difference-entre-mode-style-et-tendance/>. Consulté le 13 mars 2022.

Ressource en ligne :

- « Haute Couture », in *Fédération de La Haute Couture et de la Mode*, [En ligne], URL : <https://fhcm.paris/fr/haute-couture/>
- « Les différents termes de la mode », in *432 hz-couture*, [En ligne], URL : <https://www.432hz-couture.fr/les-differents-termes-de-la-mode/> Consulté le 13 mars 2022.

Podcast :

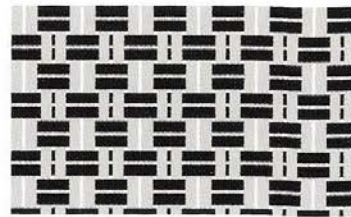
- MONNEYRON Frédéric in DE ROCQUIGNY Tiphaine, « Sociologie de la mode », in *Au fil de l'éco*, épisode 2/4, 2018 [En ligne], mis en ligne le 4 septembre 2018, URL : <https://www.radiofrance.fr/franceculture/podcasts/entendez-vous-l-eco/sociologie-de-la-mode-1956295>

Annexes



Toile

Simple motif composé de fils de chaîne et de trame de la même taille, qui s'entrecroisent dans un motif alterné. Les tissus qui emploient cette armure sont le coton, la percale, le voile, la mousseline de soie, l'organza, mais également le taffetas.



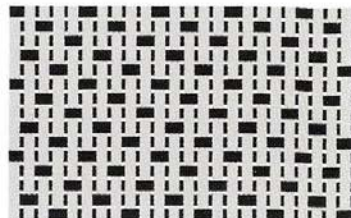
Natté

Variante de la toile. Cette armure emploie généralement des fils de deux couleurs, fils qui s'entrecroisent dans un motif alterné rappelant la vannerie ou le damier. Les tissus qui l'emploient sont principalement l'oxford et la bure.



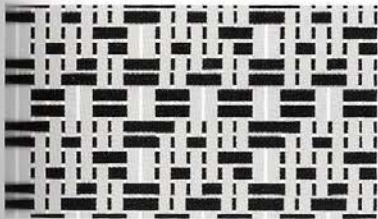
Sergé

Les fils de trame passent sur un ou plusieurs fils de chaîne, puis sur deux (ou plusieurs). Chaque passage change légèrement ; ce décalage crée des colonnes de mailles diagonales parallèles sur le tissu fini. Les tissus employant cette armure sont principalement la gabardine, le tweed, le sergé et le denim.



Satin

Au moins quatre fils de trame flottent au-dessus d'un fil de chaîne (l'inverse est aussi possible) pour créer une apparence brillante. Les tissus concernés par cette armure sont le satin et la satinette.



Jacquard

Un métier spécial contrôle le levage des fils de chaîne, ce qui permet d'obtenir des détails plus raffinés et un dessin plus complexe. Les tissus qui emploient cette armure fréquemment sont le brocart et le damassé. Pour les brocarts, on introduit une couche supplémentaire de fils de trame décoratifs, afin de produire une surface brodée en relief.



Poil bouclé et velours coupé

Les fils de chaîne sont surélevés, ce qui donne naissance à des boucles laissées telles quelles (tissu-éponge). Les boucles ainsi réalisées dans l'armure sont tondues pour obtenir des poils coupés. Les tissus les plus communs employant cette armure sont le velours et le velours côtelé.

Fig. 76 - Guide des armures⁶⁸

⁶⁸ CALDERIN Jay, *La mode : un guide pratique de références*, Paris, Pyramyd, 2021, p.121



Fig. 77 - Screenshot, Twitter, 2022



Fig. 78 - Screenshot, Twitter, 2021



Fig. 79 - Screenshot, Twitter, 2021

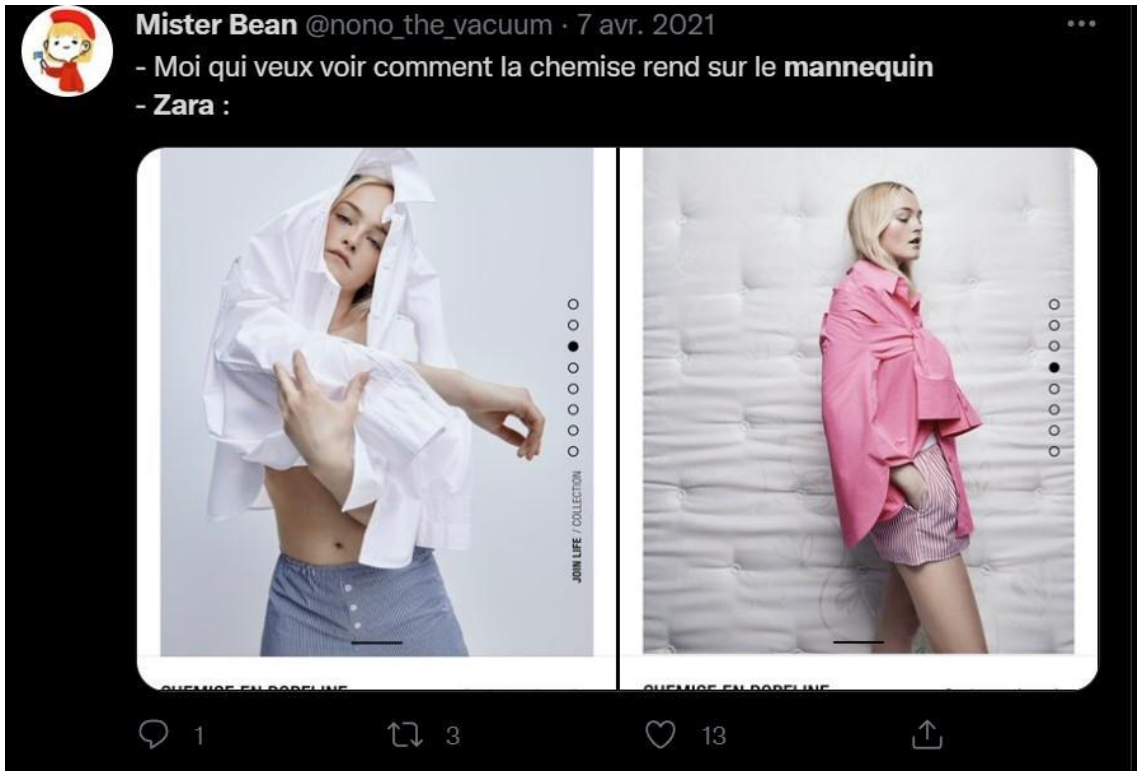


Fig. 80 - Screenshot, Twitter, 2021



Fig. 81 - Screenshot, Twitter, 2020



Fig. 82 - Screenshot, Twitter, 2020



Fig. 83 - Screenshot, Twitter, 2020



Fig. 84 - Screenshot, Twitter, 2020

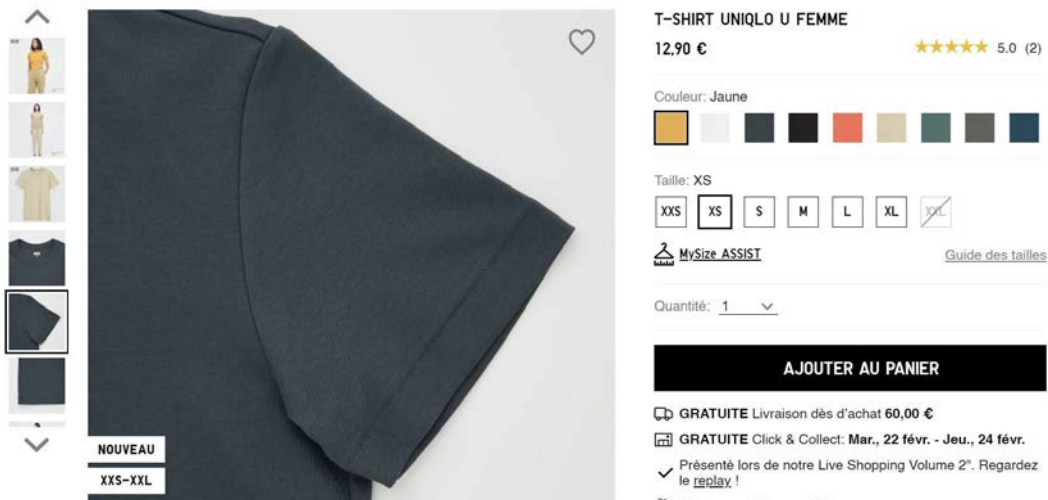


Fig. 85 - Screenshot du site Uniqlo.com, 18 février 2022



Fig. 86 - Screenshot du site Uniqlo.com, 18 février 2022

Présentation de la partie pratique de mémoire

Questionnant le point de rencontre entre l'univers du vêtement et du photographe, je trouvais pertinent de me glisser dans la peau de ces deux acteurs principaux d'une photographie de mode, d'autant plus que mes études passées furent réalisées dans le design de mode. C'est ainsi, avec l'aide d'anciennes camarades de classe, Agathe Tomaszewski et Marion Peynet, que des tenues furent créées spécialement pour cette occasion.

Le vêtement

Après avoir étudié les différentes possibilités pour constituer des vêtements cohérents avec le propos de mon mémoire, le choix s'est porté sur la création d'une collection capsule de trois tenues, incluant pour chacune un haut et un bas. Un des principes importants souhaité lors de la phase préparatoire d'élaboration des tenues fut le fait de devoir créer des vêtements influencent la pose effectuée par le ou la modèle, soit par contrainte, soit par usage ludique, afin d'avoir un corps impliqué lorsqu'il pose. De plus, ces vêtements devaient pouvoir s'adapter - à quelques centimètres près - à des corps morphologiquement différents, homme ou femme. Ne souhaitant pas impacter visuellement les coupes ou les détails, les matières devaient être unies et sans motifs et toute la collection monochrome. Par souci d'unicité, le choix a été porté sur une collection totalement écrue.

L'image

Souhaitant mettre en avant plusieurs principes photographiques analysés dans ce mémoire, j'ai voulu réaliser trois séries photographiques différentes à partir de ces mêmes vêtements, afin de permettre une comparaison. Premièrement, il était nécessaire, afin d'appuyer mon raisonnement, de montrer les mêmes vêtements sur des modèles différents, dans le but d'étudier l'impact du vêtement sur le corps, sur les mouvements et les poses de celui ou de celle qui le porte. Ensuite, il était important de montrer le vêtement à plat, de manière singulière, pour le questionner davantage. Enfin, les vêtements étant évolutifs, réaliser des images narratives, de type « mode d'emploi » semblait évident. Pour pouvoir tenir compte de tous ces aspects évoqués, j'ai décidé de réaliser des photographies type *lookbook*, pour témoigner du vêtement lorsqu'aucun paramètre ne l'influence, si ce n'est les volumes de celui ou de celle qui le porte. Toutes les photographies des tenues portées ont été prises en studio sur fond blanc, avec un éclairage permettant de noter les différents volumes du vêtement, pour éviter d'avoir un contexte qui prendrais le pas sur ce que je souhaite mettre en avant dans ce projet. Pour ces mêmes raisons, le choix du maquillage et de la coiffure a été de se limiter à un rendu simple et naturel. Le but était de mettre en place une méthode comparative sur l'impact du corps sur le vêtement et sur l'image, quand il est photographié avec les mêmes intentions et les mêmes réglages techniques.

Le processus pour réaliser ces images fut le même pour chacune des tenues et chacun des modèles. D'abord, chaque vêtement a été porté deux fois, permettant alors d'inviter trois modèles à poser avec, ce qui constitue six séries d'images. Lors de la prise de vue, avant de commencer réellement la séance, j'ai effectué des images type *lookbook* de chacun des côtés du modèle pour pouvoir témoigner du vêtement avant que celui ou celle qui pose ait de l'influence sur celui-ci. Ensuite, j'ai demandé au modèle de jouer avec le vêtement, en lui indiquant comment celui-ci était constitué et en lui expliquant les différents systèmes qui lui

étaient propres pour pouvoir réaliser des images comparatives d'un modèle à l'autre. Pendant le *shooting*, des images du passage d'une forme à une autre d'une tenue ont été réalisées, dans le but de créer des « modes d'emploi » des tenues, inspirés par la chronophotographie.



Fig. 87 & 88 - PASQUIER Louise, Jade portant la tenue 1, 2022



Fig. 89 & 90 - PASQUIER Louise, Emmanuel portant la tenue 1, 2022



Fig. 91 & 93 - PASQUIER Louise, Jade portant la tenue 2, 2022



Fig. 94 & 95 - PASQUIER Louise, Alexandra portant la tenue 2, 2022



Fig. 96 & 97 - PASQUIER Louise, Emmanuel portant la tenue 3, 2022



Fig. 98 & 99 - PASQUIER Louise, Alexandra portant la tenue 3, 2022



Fig. 100 & 101 - PASQUIER Louise, *lookbooks tenue 2*, 2022



Fig. 102 & 103 - PASQUIER Louise, *lookbooks tenue 3*, 2022

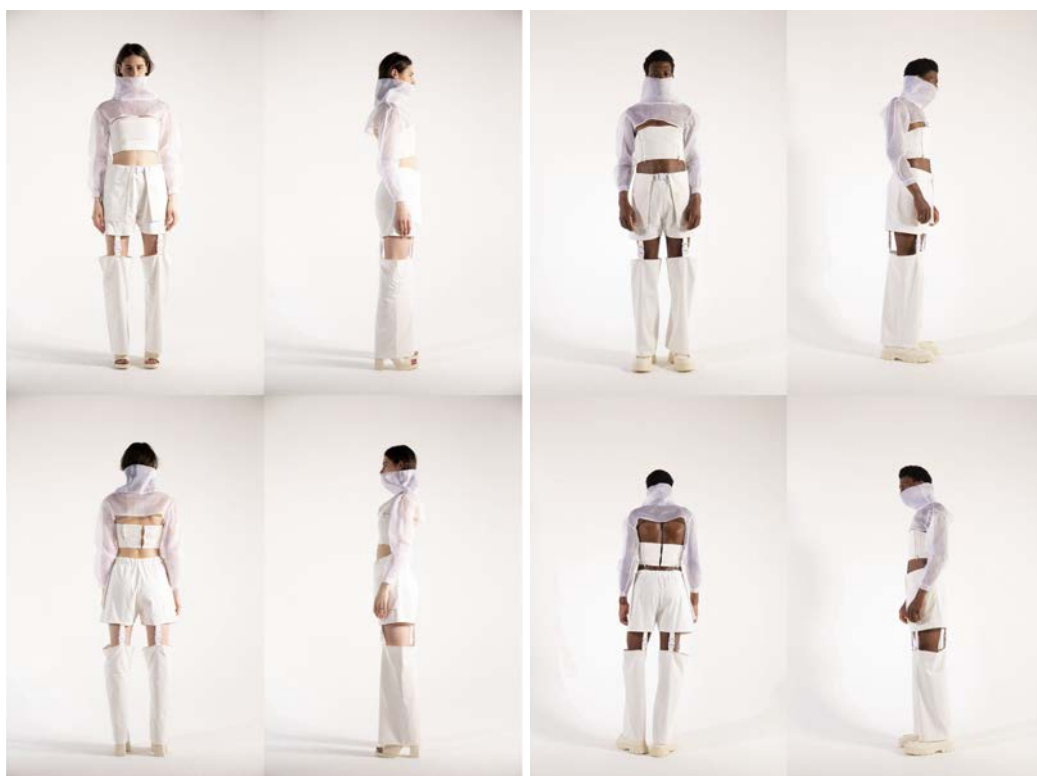


Fig. 104 & 105 - PASQUIER Louise, *lookbooks tenue 2*, 2022



Fig. 106 - PASQUIER Louise, *mode d'emploi tenue 1*, Jade, 2022



Fig. 107 - PASQUIER Louise, *mode d'emploi tenue 1*, Emmanuel, 2022



Fig. 108 - PASQUIER Louise, *mode d'emploi tenue 2*, Jade, 2022



Fig. 109 - PASQUIER Louise, *mode d'emploi tenue 2*, Alexandra, 2022



Fig. 110 - PASQUIER Louise, *mode d'emploi tenue 3*, Alexandra, 2022



Fig. 111 - PASQUIER Louise, *mode d'emploi tenue 3*, Emmanuel, 2022

Pour concevoir les photographies à plat, j'ai souhaité utiliser une technique que j'aime expérimenter : le scan. J'ai souhaité scanner chaque vêtement constituant la collection, afin d'obtenir une image par vêtement, donnant alors une série de six images. Le scanner me permettait alors de mettre en avant la matière et les différents détails propres à chaque pièce vestimentaire, là où la série précédente mettait en avant un vêtement dans sa globalité mais, surtout, porté par un corps. La petite profondeur de champ du scanner m'a alors permis de montrer les détails principaux et la matière de manière nette tout en ayant des zones de flou importantes pour dynamiser l'image. Le but n'était pas de rendre compte du vêtement à plat dans sa globalité mais d'expérimenter avec ce principe, afin d'obtenir une image plutôt plasticienne que « mode », en oubliant les codes conventionnels du vêtement à plat.



Fig. 112 & 113 - PASQUIER Louise, scans tenue 1, 2022



Fig. 114 & 115 - PASQUIER Louise, scans tenue 2, 2022



Fig. 116 & 117 - PASQUIER Louise, scans tenue 3, 2022

La retranscription

La scénographie se veut lisible dans deux sens de lectures possibles : un sens pour les photographies à plat et un sens pour les photographies des corps habillés.

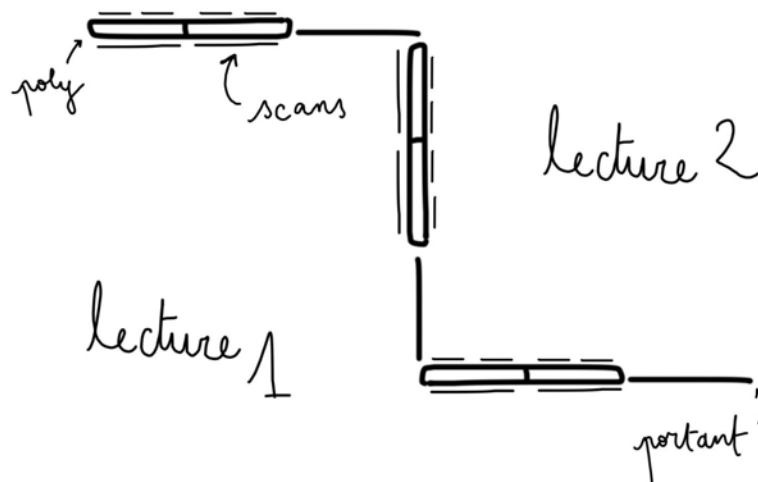


Fig. 118 - PASQUIER Louise, schéma de scénographie, 2022

Premièrement, apparaissent aux côtés des vêtements les images scannées, dans un format de 60 cm par 90 cm pour chacune des six images. Chaque image est fixée sur un panneau en polystyrène, habituellement utilisé en studio pour bloquer ou renvoyer la lumière. Entre chaque panneau, se trouve un portant, disposant chaque tenue avec les images qui lui sont proches. Ensuite, de l'autre côté des panneaux, se trouvent les images des corps habillés. Chaque photographie d'un modèle posant avec une tenue est placée sur un panneau, à côté du deuxième modèle portant la tenue et du portant associé à la tenue. Les vêtements étant tendus sur la face du portant, on peut alors les observer aussi bien de face que de dos, les rendant visibles quel que soit le sens de lecture. (image inspi)

Table des illustrations

fig. 1 - KANE Art, <i>Photo sans titre</i> , 1962, in Vogue. Source : LECALLIER Sylvie, <i>Vogue Paris - 100 Years</i> , Paris, Thames & Hudson, 2021, 303p.....	13
fig. 2 - BOURDIN Guy, <i>Untitled</i> , 1986, in Vogue Paris. Source : 1STDIBS [URL : https://www.1stdibs.com/art/photography/color-photography/guy-bourdin-vogue-paris-november-1986/id-a_3828541/].....	17
fig. 3 - MONNIER Jeremie, <i>New aesthetics</i> , 2022, in Mixte Magazine. Source : Mixte Magazine [URL : https://www.mixtemagazine.com/article/serie-mode-we-fade-to-grey-jeremie-monnier-commitment/].....	19
fig. 4 - THORNFELDT Maria & Louise, <i>Amalie roege hove</i> , 2021. Source : Lundlund [URL : https://lundlund.com/photographers/louise-maria-thornfeldt/gallery/amalie-roege-hove-15132/].....	20
fig. 5 - KNAPP Peter, <i>Suzanne Schön pour Courrèges</i> , 1969-70. Source : Emuseum [URL : https://www.emuseum.ch/objects/193210/suzanne-schonborn-pour-courreges].....	22
fig. 6 - GIESBERS Myrthe, <i>The Year of Yesterday</i> , août 2020, for JANE by the Grey. Source : JANE by the Grey [URL : https://www.janebythegreyattic.com/].....	23
fig. 7 - SCALA Paul, <i>Actitud Renovada</i> , mars 2021, in Vogue Mexico. Source : Models [URL : https://models.com/work/vogue-mexico-actitud-renovada/1468899].....	23
fig. 8 & 9 - HAWKESWORTH Jamie, <i>The Row S/S 22</i> , mai 2022. Source : Models [URL : https://models.com/work/the-row-the-row-ss22/1698998].....	25
fig. 10 - Screenshot, Twitter, 2021. Source : Twitter [URL : https://twitter.com/ohnochacha/status/1472620255109341194].....	34
fig. 11 - Screenshot, Twitter, 2021. Source : Twitter [URL : Tweet supprimé].....	34
fig. 12 - ROVERSI Paolo pour Zara Atelier, 2021. Source : Le Monde [URL : https://www.lemonde.fr/m-le-mag/article/2021/12/25/la-fast-fashion-se-pare-des-atours-du-luxe_6107275_4500055.html].....	36

fig. 13 - Screenshot du compte Instagram de Jil Sander, 2022. Source : Instagram @jilsande [URL : https://www.instagram.com/jilsander/]	37
fig. 14, 15 & 16 - Screenshot du site Zara.com, 2 février 2022. Source : Zara [URL : https://www.zara.com/fr/]	39
fig. 17 & 18 - Screenshot du site Uniqlo.com, 18 février 2022. Source : Uniqlo [URL : https://www.uniqlo.com/fr/fr/home]	41
fig. 19 - Screenshot du site Uniqlo.com, 18 février 2022. Source : Uniqlo [URL : https://www.uniqlo.com/fr/fr/home]	42
fig. 20 - Chemise The Kooples photographiée en « à plat piqué », non daté. Source : Lumiproduct [URL : https://lumiproduct.com/chemise-the-kooples-photographiee-en-a-plat-pique/]	43
fig. 21 & 22 - VEASEY Nick, <i>Evening dress of silk taffeta</i> , 1953-1954, for Cristóbal Balenciaga. Source : Design is Fine [URL : https://www.design-is-fine.org/post/623519875647864832/crist%C3%B3bal-balenciaga-evening-dress-of-silk]	44
fig. 23 - CARMUEGA Rodrigo, <i>Sira Puga</i> , janvier 2022. Source : Models [URL : https://models.com/work/various-campaigns-sira-puga]	45
fig. 24 - SCOTTI Leonardo, <i>Untitled</i> , Undated. Source : ItsNiceThat [URL : https://www.itsnicethat.com/articles/leonardo-scotti-fashion-photography-230519]	45
fig. 25 - BORTHWICK Mark, <i>Maison Martin Margiela</i> , 2000. Source : SHOWstudio [URL : https://www.showstudio.com/projects/tumblr-takeover-sarah-shikama/day-7]	47
fig. 26 - MARKN, <i>Balance</i> , décembre 2021, for Re-Edition Magazine. Source : Models [URL : https://models.com/work/re-edition-magazine-balance/1620564]	47
fig. 27 - BORTHWICK Mark, <i>Maison Martin Margiela</i> , 2000, in book '2000-1'. Source : A. G. Nauta couture [URL : https://agnautacouture.com/2015/01/04/mark-borthwicks-seemingly-effortless-images-for-maison-martin-margiela/]	48
fig. 28 - GUERRERO Carlotta, <i>Concept</i> , 2016, for Paloma Wool. Source : Ignant [URL : https://www.ignant.com/2016/11/11/concept-by-carlota-guerrero/]	49

fig. 29 - BORTHWICK Mark, “*Size 74 Collection*”, 2000, in Purple magazine. Source : A. G. Nauta couture [URL : <https://agnautacouture.com/2015/01/04/mark-borthwicks-seemingly-effortless-images-for-maison-martin-margiela/>].....50

fig. 30 - PAVAROTTI Rafael, *It’s A Trip*, décembre 2021, in British Vogue. Source : Art+commerce [URL : <https://www.artandcommerce.com/artists/photographers/-Rafael-Pavarotti/British-Vogue/It-s-A-Trip%3Cbr%3EBritish-Vogue%3Cbr%3EDecember-21>].....51

fig. 31 - PENN Irving, *Collection featuring Balloon Coat*, 1987, for Issey Miyake. Source : Archive-pdf [URL : <https://archive-pdf.tumblr.com/post/658721996862078976/issey-miyake-poster-for-ss1987-collection>].....52

fig. 32 - BORTHWICK Mark, *Hermès by Martin Margiela*, 1998, in Harper’s Bazaar. Source : A. G. Nauta couture [URL : <https://agnautacouture.com/2015/01/04/mark-borthwicks-seemingly-effortless-images-for-maison-martin-margiela/>].....53

fig. 33 - OVINI Boris, *Marine Serre*, octobre 2019, in ODDA Magazine. Source : Models [URL : <https://models.com/work/odda-magazine-marine-serre-profile/1220697>].....55

fig. 34 - VALLON Julien, *La Tulipe*, 2022. Source : Instagram @julien_vallon [URL : https://www.instagram.com/p/Cbrnv4SN1o_/].....56

fig. 35 - SUNGUP Adil, *Attrape-rêve*, 2021, for Contributor Magazine. Source : Contributor Magazine [URL : <https://contributormagazine.com/fashion-story-attrape-reve/>].....56

fig. 36 - SANG Icepong, *Stereo*, 2022, for Contributor Magazine. Source : Models [URL : <https://models.com/work/contributor-magazine-in-stereo-by-icepong-sang/1632547>].....56

fig. 37 - CHANG An-hao, *Untitled*, 2020. Source : An-hao Chang [URL : <https://anhao-chang.com/2020/10/25/pt0npo6xg86u28mj5qwjjqbzp7ru2d>].....56

fig. 38 & 39 - HAHN Jeff, *Ancuta Sarca SS22 Campaign*, 2021. Source : Models [URL : <https://models.com/work/various-campaigns-ancuta-sarca-ss22/1591633>].....56

fig. 40 - SWALES Greg, Sarah Snyder, septembre 2020, for Nylon China. Source : Models [URL : https://models.com/work/nylon-china-sarah-snyder]	56
fig. 41 - OVINI Boris, Birgit Kos, 2020, for Exhibition mag. Source : Instagram @boris_ovini [URL : https://www.instagram.com/p/B-Kgn05IORK/]	56
fig. 42 - CAPOZZI Brianna, <i>The Art of Looking Sideways</i> , avril 2019, for Vogue Italia https://www.fashionotography.com/kris-grikaite-by-brianna-capozzi-for-vogue-italia-april-2019/	56
fig. 43 - BELEIU Dan, <i>Freak Like Me</i> , 2018, in Wonderland Magazine. Source : Models [URL : https://models.com/work/wonderland-magazine-freak-like-me/933253]	56
fig. 44 - <i>Unknown source</i>	56
fig. 45 - BUYUKKALKAN Can, <i>Luxury Athletic</i> , mai 2022, in Vogue Turkey. Source : Models : https://models.com/work/vogue-turkey-luxury-athletic/1706746]	56
fig. 46 - WENZEL Isabelle, <i>Position 7</i> from the series "Positions," 2014. Source : Musée Magazine [URL : https://museemagazine.com/culture/2016/7/26/woman-crush-wednesday-an-interview-with-isabelle-wenzelle]	57
fig. 47 - WENZEL Isabelle, <i>It reminds me of the wind</i> , 2020, Fine art print on 230g matt paper, mounted on aluminum. Source : Gallery Viewer [URL : https://galleryviewer.com/fr/oeuvres-d-art/15963/it-reminds-me-of-the-wind]	57
fig. 48 - WURM Erwin, <i>Untitled (Palms)</i> , 1997, C-print, 94x74cm. Source : The Art Newspaper [URL : https://www.artnewspaper.fr/interview/erwin-wurm-tout-peut-devenir-une-oeuvre-d-art]	59
fig. 49 - WURM Erwin, <i>Bag of Tricks</i> , décembre 2019, in American Vogue. Source : Models [URL : https://models.com/work/american-vogue-bag-of-tricks/1237494]	59
fig. 50 - VALLON Julien, <i>Laetitia Casta</i> , 2022, in ELLE. Source : Models [URL : https://models.com/work/various-editorials-laetitia-casta]	60
fig. 51 - ROUSTEAU Paul, <i>Le monde d'Hermès</i> , 2020, for Hermès FW20. Source : Paul Rousteau [https://www.paulrousteau.com/fashion/le-monde-d-hermes#paul-s-selection-6]	61

fig. 52 - ROUSTEAU Paul, <i>Le monde d'Hermès</i> , 2020, for Hermès FW20. Source : Paul Rousteau [https://www.paulrousteau.com/fashion/le-monde-d-hermes#paul-s-selection-6].....	61
fig. 53 - VAN RIJ Sarah, <i>Pigalle Paris FW18</i> , 2018. Source : Sarah Van Rij [URL : https://www.sarahvanrij.com/pigalleparis].....	63
fig. 54 - VAN RIJ Sarah, <i>Omega watches SS19, 2019</i> , for The Last Magazine. Source : Sarah Van Rij [URL : https://www.sarahvanrij.com/thelastmagazine].....	63
fig. 55 - VAN RIJ Sarah, <i>Accessories series</i> , septembre 2020, for Vogue Netherlands. Source : Sarah Van Rij [URL : https://www.sarahvanrij.com/voguenl].	63
fig. 56 - CHEMETOV Marianne, <i>Untitled</i> , 1989, in ELLE, 1er novembre 1989. Source : JORIF Sylvia, <i>Elle, 75 ans de photos de mode</i> , Paris, Gründ, 2020, p. 160.....	65
fig. 57 - KNAPP Peter, <i>Publicité pour Jaeger</i> , février 1967, Londres. Source : BROUET Claude, CHEVAL François, HOAREAU Audrey, LE BRUN Annie, <i>Dancing in the Street - Peter Knapp et la mode</i> , Paris, Editions du Chêne, p. 73.....	65
fig. 58 - IRVINE Douglas, <i>Miu Miu Pre-Fall Campaign 2020</i> , 2020. Source : Fashion Gone Rogue. [URL : https://www.fashiongonerogue.com/miu-miu-pre-fall-2020-campaign/].....	66
fig. 59 - IRVINE Douglas, <i>Miu Miu Pre-Fall Campaign 2020</i> , 2020. Source : Fashion Gone Rogue. [URL : https://www.fashiongonerogue.com/miu-miu-pre-fall-2020-campaign/].....	66
fig. 60, 61, 62 & 63 - WALKER Tim, <i>A Meeting Of Minds</i> , John Galliano Maison Margiela Artisanal Looks S/S 2017, 2017, for i-D Magazine. Source : i-D [URL : https://i-d.vice.com/en_uk/article/kzw85n/a-meeting-of-minds-john-galliano-tim-walker-and-grace-coddington].....	67-68
fig. 64 & 65 - KNAPP Peter, <i>Ulla Danielsen pour Emanuel Ungaro</i> , 1970, Paris. Source : BROUET Claude, CHEVAL François, HOAREAU Audrey, LE BRUN Annie, <i>Dancing in the Street - Peter Knapp et la mode</i> , Paris, Editions du Chêne, p.102.....	69
fig. 66 & 67 - ROGERS Ned, POLANCO Andy, <i>Daria Strokous</i> , for Puss Puss Magazine. Source : Models [URL : https://models.com/work/puss-puss-magazine]	

<u>-daria-strokous-photographed-by-ned-rogers--andy-polanco/1591701]</u>	70
fig. 68 - POZOGA Maciek, <i>Untitled</i> , décembre 2021, in Vogue France & Italia. Source : Instagram @maciekpozoga [URL : https://www.instagram.com/p/CXA68iWt1W-/].	71
fig. 69 - PAVAROTTI Rafael, <i>It's A Trip</i> , décembre 2021, in British Vogue. Source : Art+commerce [URL : https://www.artandcommerce.com/artists/photographers/-Rafael-Pavarotti/British-Vogue/It-s-A-Trip%3Cbr%3EBritish-Vogue%3Cbr%3EDecember-21].	73
fig. 70 - WALKER Tim, <i>Japonais</i> , 2016, Stella Tennant in Dior Haute Couture, Archival pigment print. Source : Artsy [URL : https://www.artsy.net/artwork/tim-walker-stella-tenant-in-dior-haute-couture-dress-japonais-london-2016].	74
fig. 71 - VAIL David, <i>High Drama</i> , septembre 2021, in Grazia UK. Source : Models [URL : https://models.com/work/grazia-uk-high-drama].	74
fig. 72, 73 & 74 - SHEA Daniel, <i>Campaign The North Face x Gucci</i> , 2020. Source : Vogue France [URL : https://www.vogue.fr/vogue-hommes/article/gucci-x-the-north-face-collaboration].	75
fig. 75 - Screenshot du site Vivienne Westwood, 9 février 2022. Source : Vivienne Westwood [URL : https://www.viviennewestwood.com/fr/].	76
fig. 76 - Guide des armures. Source : CALDERIN Jay, <i>La mode : un guide pratique de références</i> , Paris, Pyramyd, 2021, p.121.	85
fig. 77 - Screenshot, Twitter, 2022. Source : Twitter [URL : https://twitter.com/lysnji/status/1486326236813135872].	86
fig. 78 - Screenshot, Twitter, 2021. Source : Twitter [URL : https://twitter.com/MayumiPavy/status/1424674572020891650].	86
fig. 79 - Screenshot, Twitter, 2021. Source : Twitter [URL : https://twitter.com/Chocolat Lou/status/1376830481732399105].	86
fig. 80 - Screenshot, Twitter, 2021. Source : Twitter [URL : https://twitter.com/nono_the_vacuum/status/1379912248102096896].	87
fig. 81 - Screenshot, Twitter, 2020. Source : Twitter [URL : Tweet supprimé].	87

fig. 82 - Screenshot, Twitter, 2020. Source : Twitter [URL : https://twitter.com/onizukaaaaaaa/status/1334842541485797378]	82
fig. 83 - Screenshot, Twitter, 2020. Source : Twitter [URL : https://twitter.com/TransformedGirl/status/1248825512308477952]	82
fig. 84 - Screenshot, Twitter, 2020. Source : Twitter [URL : https://twitter.com/angeliemrc/status/1331222494829826048]	82
fig. 85 - Screenshot du site Uniqlo.com, 18 février 2022. Source : Uniqlo [URL : https://www.uniqlo.com/fr/fr/home]	89
fig. 86 - Screenshot du site Uniqlo.com, 18 février 2022. Source : Uniqlo [URL : https://www.uniqlo.com/fr/fr/home]	89
fig. 87 & 88 - PASQUIER Louise, Jade portant la tenue 1, 2022	92
fig. 89 & 90 - PASQUIER Louise, Emmanuel portant la tenue 1, 2022	92
fig. 91 & 93 - PASQUIER Louise, Jade portant la tenue 2, 2022	93
fig. 94 & 95 - PASQUIER Louise, Alexandra portant la tenue 2, 2022	93
fig. 96 & 97 - PASQUIER Louise, Emmanuel portant la tenue 3, 2022	94
fig. 98 & 99 - PASQUIER Louise, Alexandra portant la tenue 3, 2022	94
fig. 100 & 101 - PASQUIER Louise, <i>lookbooks</i> tenue 2, 2022	95
fig. 102 & 103 - PASQUIER Louise, <i>lookbooks</i> tenue 3, 2022	95
fig. 104 & 105 - PASQUIER Louise, <i>lookbooks</i> tenue 2, 2022	96
fig. 106 - PASQUIER Louise, <i>mode d'emploi</i> tenue 1, Jade, 2022	96
fig. 107 - PASQUIER Louise, <i>mode d'emploi</i> tenue 1, Emmanuel, 2022	97
fig. 108 - PASQUIER Louise, <i>mode d'emploi</i> tenue 2, Jade, 2022	97
fig. 109 - PASQUIER Louise, <i>mode d'emploi</i> tenue 2, Alexandra, 2022	98
fig. 110 - PASQUIER Louise, <i>mode d'emploi</i> tenue 3, Alexandra, 2022	98
fig. 111 - PASQUIER Louise, <i>mode d'emploi</i> tenue 3, Emmanuel, 2022	99
fig. 112 & 113 - PASQUIER Louise, <i>scans</i> tenue 1, 2022	100
fig. 114 & 115 - PASQUIER Louise, <i>scans</i> tenue 2, 2022	100
fig. 116 & 117 - PASQUIER Louise, <i>scans</i> tenue 3, 2022	101
fig. 118 - PASQUIER Louise, schéma de scénographie, 2022	101

Glossaire

Fast fashion : La *fast fashion* désigne une tendance très répandue dans l'industrie de la mode reposant sur un renouvellement extrêmement rapide des collections.⁶⁹

Feed : Le *feed* Instagram permet de partager du contenu et d'interagir avec les autres. Lorsque l'on ouvre Instagram, les photos et les vidéos susceptibles de nous plaire apparaissent en haut du *feed*.⁷⁰

Matériau : Le matériau est la matière constitutive d'un objet (ici le vêtement). Le mot matériau désigne une matière servant à la fabrication de quelque chose.⁷¹

Matière : Le mot matière s'emploie pour parler d'une substance et de tout produit destiné à être transformé par l'activité technique.⁷²

Slow fashion : Le principe de *slow fashion* vise à contrer un modèle de production de masse, en mettant en avant la qualité des produits, la transparence de la chaîne de valeur, la diversité et la responsabilité de ses acteurs, et le plaisir. La *slow fashion* est une vision responsable, durable et transparente de la mode.⁷³

Tombé : La façon qu'un vêtement a de pendre d'une manière souple et harmonieuse.⁷⁴

⁶⁹ Oxfam France, [En ligne], URL : <https://www.oxfamfrance.org/agir-oxfam/fast-fashion-et-slow-fashion-impacts-definitions/>. Consulté

⁷⁰ Instagram, [En ligne], URL : <https://help.instagram.com/1986234648360433>

⁷¹ BTB [En ligne], URL : https://www.btb.termiumplus.gc.ca/tpv2guides/guides/clefsfp/index-fra.html?lang=fra&lettr=indx_cat_log_m&page=94dvhoPuBynQ.html

⁷² Cnrtl [En ligne], URL : [https://www.cnrtl.fr/lexicographie/textile#:~:text=%E2%88%92%20Mati%C3%A8re%20\(premi%C3%A8re\)%20textile.,tissu%20apr%C3%A8s%20une%20pr%C3%A9paration%20sp%C3%A9ciale](https://www.cnrtl.fr/lexicographie/textile#:~:text=%E2%88%92%20Mati%C3%A8re%20(premi%C3%A8re)%20textile.,tissu%20apr%C3%A8s%20une%20pr%C3%A9paration%20sp%C3%A9ciale)

⁷³ *ibid.*

⁷⁴ Larousse [En ligne], URL : <https://www.larousse.fr/dictionnaires/francais/tomb%C3%A9/78339#:~:text=Le%20tomb%C3%A9%20d'un%20tissu%2C%20d'un%20v%C3%AAtement%2C,une%20mani%C3%A8re%20souple%20et%20harmonieuse>

Table des matières

Remerciements	2
Résumé	3
Abstract	4
Sommaire	4
Introduction	6
Partie 1 : Qu'est-ce qu'un vêtement ?	8
A) La mode	8
B) Du tissu au vêtement	11
Les fibres naturelles	14
Les fibres animales	15
Les fibres artificielles	16
Les fibres synthétiques	16
Les matières	18
Formes de vêtements	21
Les coupes structurées	22
Les coupes fluides	23
Les types de vêtements	24
C) Usages du vêtement	26
Vêtement quotidien, vêtement d'exception	27
Gammes de vêtements	29
Partie 2 : Présentation du vêtement et construction du corps habillé	32
A) Les besoins : différentes façons de montrer et diffuser l'image de la mode	32
L'image de marque par la photographie	33

<i>Lifestyle</i>	36
Besoins en rapport avec les médias	37
L'exemple du e-commerce	39
B) Du vêtement à plat au volume	43
L'interprétation du vêtement à plat : une forme plastique singulière	44
Le corps « porte-manteau »	48
C) Quand le corps habillé d'un vêtement se transforme en sculpture	54
Partie 3 : Le regard photographique porté sur le corps habillé	61
A) Point de vue : la lecture d'un vêtement	63
B) Le choix d'une technique	67
C) Contexte photographique : le lieu	72
Lorsque le contexte est en accord avec la tenue des personnages	73
En studio	73
En extérieur	75
Le lieu en rupture avec la tenue des personnages	76
Conclusion	78
Bibliographie	79
Annexes	85
Présentation de la partie pratique de mémoire	90
Table des illustrations	103
Glossaire	110