

Les Rencontres des Arts Décoratifs

Arts décoratifs, modes et commerce : présenter, vendre et promouvoir

—
Jeudi 25 avril 2024



Les relations entre les arts, les métiers et l'industrie suscitent aujourd'hui un très grand intérêt. Cours, séminaires et conférences se multiplient, nous incitant à approfondir les connaissances et à débattre autour de questions méthodologiques, théoriques, patrimoniales et techniques.

Les Rencontres des Arts Décoratifs entendent contribuer à la structuration de ce champ relativement récent de l'histoire de l'art en donnant une visibilité à la jeune recherche.

L'université, les écoles d'art et d'architecture ainsi que les institutions patrimoniales publiques et privées sont appelées à nourrir ces échanges. Étudiantes et étudiants titulaires d'un Master 1 ou d'un Master 2 (soutenu depuis moins de deux ans), doctorants et jeunes docteurs font découvrir à un large public des collections et des fonds inédits, des créations encore ignorées, des techniques oubliées, des courants esthétiques méconnus. Les analyses et les discussions sont introduites et animées par des spécialistes reconnus pour l'acuité de leur regard et la singularité de leur approche. Chaque rencontre peut être suivie par des visites d'exposition, de fonds d'archives ou de collections. Le lieu qui nous accueille – le Musée des Arts Décoratifs de Paris – est hautement emblématique : conçu au milieu du XIX^e siècle pour instruire artistes, artisans et ouvriers d'art, diffuser les savoirs et promouvoir la création contemporaine, il est le cadre le plus approprié pour mettre en lumière les dimensions multiples du « faire » qui, encore aujourd'hui, vivifient la production des objets. Réunis à l'occasion de ce rendez-vous annuel, jeunes chercheurs, enseignants, professionnels et amateurs sont incités à mener ensemble une réflexion historique, critique et prospective, sur les chemins croisés de la conception des formes, de la fabrication des choses et de l'aménagement des espaces de vie.

Comité scientifique

Jérémie Cerman, professeur, Université d'Artois, UR 4027 –
Centre de Recherche et d'Études Histoire et Sociétés (CREHS)

Rossella Froissart, directrice d'études, École Pratique des Hautes Études,
EA 4116 - Savoirs et pratiques du Moyen Âge à l'époque contemporaine (Saprat)

Bénédicte Gady, conservatrice du patrimoine, Musée des Arts Décoratifs

Sébastien Quéquet, attaché de conservation, Musée des Arts Décoratifs

Estelle Thibault, professeure, École nationale supérieure d'architecture Paris-Belleville,
IPRAUS/UMR AUSSER 3329

Céline Trautmann-Waller, directrice d'études, École Pratique des Hautes Études

**Cadre de la troisième Rencontre
(25 avril 2024) :**
**« La naissance des grands magasins.
Mode, design, jouet, publicité.
1852-1925 »**
**(exposition du 10 avril
au 13 octobre 2024)**

Illustration présentant la production des ateliers La Maîtrise, dans *Aux Galeries Lafayette. Maison vendant le meilleur marché de tout Paris. Tapis. Rideaux. Ameublements. Ménage. Mardi 11 septembre et jours suivants* — s. l., s. n., s. d. [1923], n. p. Paris, bibliothèque du musée des Arts décoratifs

L'exposition « La naissance des grands magasins. Mode, design, jouet, publicité.1852-1925 » s'intéresse aux grandes enseignes – Le Bon Marché, Les Magasins du Louvre, Le Printemps, La Samaritaine – dans le contexte historique, politique et social, du Second Empire à leur consécration lors de l'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925. À partir des collections de publicité, de mode, de jouet et d'objets d'art et usuels conservées au musée des Arts décoratifs, elle permettra de découvrir comment, à partir de 1852, se développe à Paris un nouveau concept de commerce.



La troisième Rencontre des arts décoratifs saisit l'occasion de cet événement pour élargir la perspective : ouverts aux approches d'histoire de l'art, d'histoire, de sociologie, d'études visuelles et de culture matérielle, nous souhaitons explorer les liens entre le commerce et les productions artistiques associées aux usages de la vie quotidienne – ameublement, céramique, bijoux, textiles...

La perspective est nationale ou transnationale, visant, si possible, à cerner les dynamiques d'échange. La période concernée s'étend du XVIII^e siècle, qui voit les débuts de la « révolution » de la consommation, à aujourd'hui, afin de saisir quelques points saillants du phénomène. Dans ce temps long, on pourra observer l'émergence de la notion de commerce des « biens du luxe » à la veille de l'industrialisation, les mutations qui mènent à l'essor des grands magasins et des galeries-boutiques, jusqu'aux mécanismes qui régissent la diffusion des arts décoratifs depuis l'entre-deux-guerres, dans ses modalités matérielles (foires et expositions) et immatérielles (presse, publicité et plus récemment commerce en ligne).

Davantage que par le marché de l'art – qui concerne un segment plutôt restreint de la population identifié avec « l'amateur » ou le « collectionneur » - notre attention sera retenue par les modalités de circulation des biens de « luxe » ou de « demi-luxe », et par les dynamiques de promotion, de vente et de réception de l'objet.

Le champ entier des arts décoratifs est concerné, de l'objet domestique de facture modeste – de fabrication sérielle et mécanisée – à l'objet d'art n'ayant d'autre fonction que celle d'« orner » l'intérieur ou la personne, œuvre unique à visée clairement esthétique.



Jack Roberts —
Illustration présentant
la production des
ateliers La Maîtrise,
dans *Aux Galeries
Lafayette. Maison
vendant le meilleur
marché de tout Paris.
Tapis. Rideaux.
Ameublements. Ménage.*
*Mardi 11 septembre
et jours suivants*
s. l., s. n., s. d. [1923],
n. p.
Paris, bibliothèque
du musée des Arts
décoratifs

Quelques pistes de réflexion
nous paraissent prometteuses,
sans exclure d'autres thématiques
qui pourront émerger :

→ les lieux du commerce des arts
décoratifs : typologies, implantation dans
la ville, lien avec les lieux de production

→ les salons et les expositions, et leurs
rapports à la vente des objets

→ les stands, les boutiques
et leur aménagement

→ les catégories du commerce : le petit
commerce, le magasin de nouveautés,
la boutique de l'antiquaire, le commerce
de gros et de détail, le trôleur...

→ la vente par correspondance

→ les supports de promotion
et de commercialisation
(catalogues, revues, affiches, objets
publicitaires divers)

→ le liens entre commerce des arts
décoratifs, presse et critique

→ les clientèles : émergence,
diversification, massification
et phénomènes de « distinction »

→ la circulation commerciale des objets
extra-européens

Les propositions d'intervention d'environ
2500-5000 signes (espaces compris),
ainsi qu'une bio-bibliographie sont
à envoyer avant le 13 novembre 2023
au comité d'organisation :

Jérémy Cerman, professeur, Université
d'Artois : jeremie.cerman@gmail.com

Rossella Froissart, directrice d'études,
École Pratique des Hautes Études :
rossella.froissart@ephe.psl.eu

Amélie Gastaut, conservatrice en chef,
musée des Arts décoratifs :
amelie.gastaut@madparis.fr

Sébastien Quéquet, attaché
de conservation, musée des Arts
décoratifs :
sebastien.quequet@madparis.fr