

La naissance des grands magasins

Mode, design, jouets, publicité
1852-1925

Communiqué de presse



Les Grands Magasins Dufayel, 1895-1900, Affiche, lithographie © Les Arts Décoratifs

10 avril
— 13 oct 2024

La naissance des grands magasins

Mode, design, jouets, publicité 1852-1925



1.

1. Leonetto Cappiello
(1875-1942) —
Au Louvre.
Jouets et étrennes,
1922
Affiche, lithographie
© Les Arts Décoratifs /
Jean Tholance

Le musée des Arts décoratifs consacre, du 10 avril au 13 octobre 2024, une exposition à la naissance des grands magasins, qui deviennent au milieu du XIX^e siècle les nouveaux temples de la modernité et de la consommation. *Au Bon Marché, Les Grands Magasins du Louvre, Au Printemps, La Samaritaine, et Les Galeries Lafayette* dévoilent leurs facettes à travers l'histoire, la politique et la société, du Second Empire jusqu'à leur consécration lors de l'exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925.

Une grande partie des 700 œuvres allant des affiches aux vêtements, jouets et pièces d'art décoratifs, issues des collections du musée, permettent de comprendre l'évolution du commerce parisien à partir de 1852. Initié par des entrepreneurs audacieux, ce nouveau concept commercial engendre la création d'espaces dédiés à la femme, bouleversant le panorama de la vente et préfigurant l'avènement de la société de consommation. L'émergence de la mode et sa démocratisation, l'invention des soldes, l'enfant en tant que nouvel objet marketing mais aussi le développement de la vente par correspondance, constituent autant de thèmes développés au fil d'un parcours riche en découvertes.

Le Second Empire : une modernité spectaculaire

Dès les années 1850, les grands magasins jettent les bases du commerce moderne et de la société de consommation dans un contexte d'essor économique. Leur naissance est directement liée aux réformes structurelles et à la politique économique volontariste mises en place par Napoléon III afin de moderniser la France.

Les transformations urbaines du Paris d'Hausmann sont immortalisées dans les photographies de Charles Marville, le développement des chemins de fer par de nombreuses affiches touristiques vantant les nouvelles destinations de villégiatures. Les grands magasins profitent de l'ascension de la bourgeoisie qui est leur première clientèle. Dans une société où se mettent en place les prémices d'une culture de masse et la naissance progressive d'une certaine modernité des loisirs, « Faire les magasins » devient, à l'instar du théâtre, du bal, du café, ou du concert, une nouvelle distraction bourgeoise. Ces grands magasins sont désormais le « royaume de la femme » décrit par Émile Zola dans ses carnets préparatoires à l'écriture d'*Au Bonheur des Dames*.

2. Jules Jean Chéret
(1836-1932) —
Aux Buttes Chaumont,
1888
Affiche, lithographie
© Les Arts Décoratifs /
Christophe Dellière

3. Au Bon Marché —
Sac à main et sa boîte,
1910-1919
Taffetas de soie façonné,
imprimé sur chaîne,
métal doré et satin
de soie
© Les Arts Décoratifs /
Christophe Dellière



3.

Le grand magasin : une révolution commerciale

Zola s'inspire directement d'Aristide Boucicaut, fondateur du premier grand magasin parisien, le *Bon Marché*, qu'il inaugure en 1852. Portraturé en 1875 par William Bouguereau, représentant majeur de la peinture académique, Aristide Boucicaut est le modèle de l'entrepreneur du Second Empire. Il jette les bases du commerce moderne avec des innovations commerciales majeures comme la démocratisation de la mode, l'invention des soldes et des expositions de saisons, ou encore l'enfant comme nouvelle cible commerciale et la vente par correspondance.



2.



4.

4. Maurice Dufrène
(1876-1955) —
Coiffeuse de la chambre
à coucher de Monsieur et
Madame Pierre Levasseur,
vers 1921
Bois, bronze et nacre
© Les Arts Décoratifs /
Jean Tholance

5. Anonyme
Robe en deux parties,
1860-1865
Faille de soie et taffetas
© Les Arts Décoratifs /
Jean Tholance

La démocratisation de la mode : la figure de la Parisienne

Le XIX^e, siècle du flâneur baudelairien, est aussi celui de la Parisienne, figure mythifiée et protéiforme, dont l'ombre marque les murs des grands magasins de la capitale. Ces temples séduisent la Parisienne, elle peut toucher, regarder et essayer. Une affiche d'Henri Thiriet destinée à promouvoir une exposition de « blanc » à la Place Clichy montre le rapport tactile à la marchandise exposée. Le modèle économique sur lequel reposent les établissements – notamment la réduction des coûts de revient – rend possible la mise en place de prix défiant toute concurrence. Une grande partie de la population, française et étrangère, accède alors à des biens jusqu'alors réservés aux élites. L'habillement, dont la production se mécanise et se rationalise progressivement, n'échappe pas à ce processus de démocratisation. *Les Grands Magasins du Louvre* se flattent notamment d'exercer une influence sur la mode, arguant ne pas la copier mais de la créer. Certains grands magasins reprennent toutefois des modèles de couturiers et de haute couture telle une robe des Trois Quartiers datée de 1810 qui n'est pas sans évoquer les créations de Paul Poiret.

Invention des soldes et des expositions

Les grands magasins instaurent une saisonnalité par le biais d'expositions aujourd'hui connues sous le nom de soldes. Parmi elles, *le blanc*, *les gants et dentelles* ou encore *les toilettes d'été*. Ces événements permettent de répartir les ventes sur l'ensemble de l'année, réduisant ainsi les périodes creuses. Leurs dates sont transmises aux clients par le biais d'agendas publicitaires offerts. Les affiches réalisées par les grands illustrateurs (Jules Chéret, Jean-Gabriel Domergue et René Péan), jouent un rôle déterminant dans la promotion de ces rendez-vous. La grande variété des accessoires de mode exposés (gants, éventails, chapeaux, plumes, bas cols et cravates) rend compte de la richesse des produits qui sont mis en vente.



5.

6. *La Belle Jardinière* —
Costume de marin,
vers 1910
Lainage et sergé de coton
© Les Arts Décoratifs /
Christophe Dellière

7. Anonyme (France) —
Cheval tricycle,
1880-1900
Fer, bois et cuir
© Les Arts Décoratifs /
Christophe Dellière

L'enfant comme nouvelle cible

L'apparition de rayons destinés aux enfants fait écho à la place grandissante qu'ils prennent dans la famille au XIX^e siècle. Cette évolution socio-psychologique se lit dans la culture matérielle de l'époque : leurs vêtements se différencient progressivement de ceux des adultes et les jouets, comme l'illustre un habit de marin de 1910 de la Belle Jardinière ou celui dit de Highlander (1907) des Trois Quartiers. L'enfant devient rapidement une nouvelle cible, on lui propose des jeux d'optique, de construction et d'imitation mimant les métiers ou les activités de la vie quotidienne à l'image d'une machine à coudre miniature Singer.



6.



7.

La vente par correspondance

Au *Bon Marché*, Aristide Boucicaut met en place la vente par correspondance afin d'écouler une marchandise dont la production ne cesse de croître. Les catalogues de vente, richement illustrés, concourent aussi à élargir la clientèle sur le territoire et à l'étranger. Une affiche de Ferdinand Lunel rend compte de la façon dont étaient acheminées les commandes de la Place Clichy à la banlieue parisienne. Un uniforme des Trois Quartiers illustre l'univers des livreurs. D'abord annuels, ces catalogues tirés en très grand nombre, deviennent rapidement saisonniers, se multipliant avec le développement des rayons – arts ménagers, orfèvrerie, porcelaine, éclairage, tapisserie et décoration, articles de voyages. Ils permettent de suivre l'évolution des modes de vie et des goûts de la bourgeoisie en termes de mode, de décoration, d'art ménager, mais aussi de loisirs.



8.

8. Jean-Gabriel Domergue
(1889-1962) —
Galleries Lafayette.
Emprunt national,
1920
Affiche, lithographie
© Les Arts Décoratifs /
Christophe Dellière

9. Aux Trois Quartiers
Félix —
Robe, 1908-1910
Linon
© Les Arts Décoratifs /
Christophe Dellière

Les ateliers d'art

La création des ateliers d'art dans les grands magasins est un phénomène qui émerge dans l'entre-deux-guerres, avec l'apparition d'une nouvelle génération de créateurs soucieux de se regrouper et de renouveler la place des arts décoratifs. *Le Printemps* fait figure de pionnier en inaugurant, en 1912, l'atelier de création *Primavera*. Spécialisé dans la production de meubles et d'objets d'art en série, cet atelier propose des objets de décoration et du mobilier moderne à des prix abordables. Il recrute de jeunes artistes issus des écoles d'arts appliqués sensibles aux nouvelles tendances esthétiques. En 1921, les *Galleries Lafayette* confient la direction de leur atelier, *La Maîtrise*, à Maurice Dufrene (1876-1955). Le *Bon Marché* initie quant à lui l'atelier *Pomone*, d'abord dirigé par Paul Follot (1877-1941). Enfin, *Les Grands Magasins du Louvre* créent le *Studium-Louvre* en 1923. Étienne Kohlmann (1903-1988) prend la direction artistique du *Studium* en 1927 mais produit des œuvres pour cet atelier avant cette date. Un buffet d'exception présenté dans l'exposition, créé vers 1924, témoigne de cette implication.

L'Exposition internationale des Arts décoratifs et industriels modernes de 1925

L'évènement symbolisant l'apogée de ces ateliers d'art est l'Exposition internationale des Arts décoratifs et industriels modernes de 1925. Chaque grand magasin dispose alors d'un pavillon monumental lui permettant de promouvoir ses plus belles créations en matière de mobilier, céramique, textile, verre et autres objets décoratifs. Des photographies d'Albin Salaün et de François-Antoine Vizzavona rendent compte de la beauté de ces bâtiments, tant à l'extérieur qu'à l'intérieur. Pièces de mode, objets de mobilier, jouets et autres affiches publicitaires réunis au musée des Arts décoratifs racontent l'histoire d'une naissance, celle des grands magasins, mais aussi de toute une époque. Ce nouveau panorama commercial moderne dans le Paris d'Hausmann donne une nouvelle place à la femme en lui offrant des espaces réservés. Dans ces lieux d'un nouveau genre émerge la figure de la Parisienne, mythe de beauté et d'élégance encore très vivace aujourd'hui. Véritable bouillonnement d'inventions et de créativité, l'exposition met en lumière la place fondamentale des grands magasins dans le paysage parisien, de la Belle Époque aux Années folles.



9.

Infos pratiques

— Contacts presse

Isabelle Mendoza
Guillaume Del Rio
+ 33 (0) 1 44 55 58 78
presse@madparis.fr

— Commissaires

→ Commissaire générale
Amélie Gastaut, conservatrice
en chef, collections publicité
et design graphique

→ Commissaires associées

Anne Monier, conservatrice,
collection des jouets
Marie-Pierre Ribère, assistante
de conservation, collection
mode et textile

#Expo_GrandsMagasins

— Les Arts Décoratifs

L'association reconnue d'utilité
publique **Les Arts Décoratifs**
regroupe le musée des Arts
décoratifs, le musée Nissim
de Camondo, l'école Camondo,
les Ateliers du Carrousel
et la bibliothèque.

→ Conseil d'administration
Johannes Huth, président
Cécile Verdier, vice-présidente
Jacques Bungert, vice-président
→ Direction
Sylvie Corréard, directrice générale
Christine Macel, directrice des
musées, directrice générale adjointe

— Musée des Arts décoratifs

107 rue de Rivoli, 75001 Paris
+33 (0) 1 44 55 57 50
Métro : Palais-Royal, Pyramides,
Tuileries

Horaires

→ du mardi au dimanche de 11h à 18h
→ nocturne le jeudi jusqu'à 21h dans
les expositions temporaires

Tarifs

→ entrée plein tarif : 15 €
→ entrée tarif réduit : 10 €
→ gratuit pour les moins de 26 ans

— Musée Nissim de Camondo

63 rue de Monceau, 75008 Paris
+33 (0) 1 53 89 06 40

Horaires

→ du mercredi au dimanche
de 10h à 17h30

Tarifs

→ entrée plein tarif : 13 €
→ entrée tarif réduit : 9 €
→ gratuit pour les moins de 26 ans

— Bibliothèque

111 rue de Rivoli, 75001 Paris
+33 (0) 1 44 55 59 36
Ouvverte le lundi de 13h à 18h
et du mardi au jeudi de 10h à 18h

— Éditions et images

107 rue de Rivoli, 75001 Paris
+33 (0) 1 44 55 57 68

— Service des publics

Activités pour les individuels

Réservation via la billetterie en ligne

Activités pour les groupes

reservation@madparis.fr

+33 (0) 1 44 55 57 66

Conférences et colloques

Réservation via la billetterie en ligne

conference@madparis.fr

+33 (0) 1 44 55 59 26

— École Camondo

266 boulevard Raspail, 75014 Paris
+33 (0) 1 43 35 44 28
Maison de la Créativité
1 Parvis des Écoles, 83000 Toulon
+33 (0) 4 94 22 20 10

— Ateliers du Carrousel

107 rue de Rivoli, 75001 Paris
266 boulevard Raspail, 75014 Paris
63 rue de Monceau, 75008 Paris
+33 (0) 1 44 55 59 02

— Librairie - boutique du musée

105 rue de Rivoli, 75001 Paris
+33 (0) 1 42 60 64 94
Ouverte de 11h à 18h30
Nocturne le jeudi jusqu'à 21 h
Fermée le lundi

— Restaurant Loulou

107 rue de Rivoli, 75001 Paris
ou accès par les jardins
du Carrousel
Ouvert tous les jours de 12h à 14h30
et de 19h à 23h
+33 (0) 1 42 60 41 96

— Restaurant Le Camondo

61 bis rue de Monceau, 75008 Paris
Ouvert du mardi au samedi de midi
à minuit et le dimanche en journée
+33 (0) 1 45 63 40 40

— Internet et réseaux sociaux

madparis.fr
facebook.com/madparis
twitter.com/madparisfr
instagram.com/madparis