



HAL
open science

Éditer, exposer : nouvelles médiations artistiques à Paris dans l'entre-deux-guerres

Marie Perennes

► **To cite this version:**

Marie Perennes. Éditer, exposer : nouvelles médiations artistiques à Paris dans l'entre-deux-guerres. Histoire. 2014. dumas-01071653

HAL Id: dumas-01071653

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01071653v1>

Submitted on 6 Oct 2014

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne

UFR d'Histoire 09

Master Histoire des sociétés occidentales contemporaines

Centre d'histoire sociale du XX^{ème} siècle

EDITER, EXPOSER

Nouvelles médiations artistiques à Paris dans l'entre-deux-guerres



Mémoire de Master 2 recherche

Présenté par M^{lle} Marie Perennes sous la direction de Mme Julie Verlaine

2013 / 2014

Université Paris 1 – Panthéon Sorbonne

UFR d'Histoire 09

Histoire des sociétés occidentales contemporaines

Centre d'histoire sociale du XX^{ème} siècle

EDITER, EXPOSER

Nouvelles médiations artistiques à Paris dans l'entre-deux-guerres

Mémoire de Master 2 recherche

Présenté par M^{lle} Marie Perennes sous la direction de Mme Julie Verlaine

2013 / 2014

REMERCIEMENTS

Je tiens à marquer ma reconnaissance à Mme Julie Verlaine pour le soutien apporté aux recherches menées lors de ces deux années de Master, pour ses remarques et conseils avisés qui ont permis à cette étude de voir le jour. Que soit également remercié M. Jean-Yves Mollier dont le séminaire à l'Université de Saint-Quentin-en-Yvelines m'a dirigé vers de nouvelles et fertiles perspectives de recherches. Mes remerciements vont aussi à Mme Pascale Goetschel et à M. Pascal Ory pour l'ouverture qu'ils m'ont apportés vers l'histoire culturelle et de nouvelles traditions historiographiques et enfin à Mme Béatrice Joyeux-Prunel pour sa sympathie et son intérêt envers mes recherches.

Les deux institutions que sont l'Institut Mémoire de l'Édition Contemporaine et la Bibliothèque Kandinsky peuvent également être remerciés ici pour leur accueil agréable et leur aide lors de mes recherches.

Mes pensées vont également à Marie Duplessis et Nolyne Cerda pour leur soutien amical quotidien ainsi qu'à Stéphane et Corinne, Florine et Jules Perennes pour leur appui serein et rassurant tout au long de ces deux années.

Que soient finalement remerciés Léa Saint Raymond et Ugo Pais pour leurs relectures patientes et nos échanges fructueux.

ABRÉVIATIONS ET SIGLES

BK : Bibliothèque Kandinsky, Musée national d'art moderne, Centre Pompidou

BNF : Bibliothèque Nationale de France

CVG : Cartons Verts Galeries avant 1970 (INHA)

IMEC : Institut Mémoire de l'Édition Contemporaine

INHA : Institut National d'Histoire de l'Art

MNAM : Musée national d'art moderne, Centre Pompidou

Les œuvres d'art ne se livrent pas d'elles-mêmes

Pierre Rosenberg

INTRODUCTION

Première partie

Une nouvelle médiation ?

Chapitre 1. Le marché de l'art parisien dans l'entre-deux-guerres

Chapitre 2. Quels marchands pour cette nouvelle médiation ?

Chapitre 3. Une hétérogénéité de galeries

Deuxième partie

Les éditions : espaces publicitaires, instruments de médiation et de diffusion ou discours de légitimation ?

Chapitre 4. L'intérêt de l'imprimé

Chapitre 5. Des éditions composites : les livres illustrés

Chapitre 6. Des publications hétérogènes : mi-bulletins, mi-revues

Troisième partie

Intégration et évolution des galeries d'édition au sein d'un marché de l'art parisien et international troublé et concurrencé

Chapitre 7. Quelle efficacité des galeries d'édition ?

Chapitre 8. Centres parisiens, circulations et réseaux artistiques internationaux

CONCLUSION

INTRODUCTION

« Un carrefour de livres et de tableaux »¹

La formule employée par *Les Nouvelles Littéraires* désigne la galerie des Quatre-Chemins, comme un lieu de rencontre entre deux médiums artistiques. Cette association ne semble pas toujours évidente lorsque l'on évoque aujourd'hui l'activité de marchand de tableaux. Cependant, les photographies des grands noms du marché de l'art au début du XX^{ème} siècle – tels Ambroise Vollard ou Daniel-Henri Kahnweiler – qui nous présentent les marchands au travail mettent certes l'accent sur le rapport avec l'œuvre d'art (le tableau, la sculpture)² mais sans oublier la place occupée par l'imprimé. Pour preuve, les photographies présentées en couverture de cette étude³, qui proposent Daniel-Henri Kahnweiler souriant à la lecture d'une de ses publications, assis à son bureau se détachant devant un Picasso. Ambroise Vollard, quant à lui, jette un œil à l'objectif tandis qu'il s'apprête à feuilleter l'un de ses catalogues, derrière lui un enchevêtrement de livres emballés, cadres, cartons à dessins et toiles enroulées forme son propre « atelier ». Si ces personnages sont connus comme de grands marchands (le pionnier de l'activité de marchand d'art moderne en ce qui concerne Ambroise Vollard et le découvreur des peintres cubistes pour Daniel-Henri Kahnweiler) ils le sont beaucoup moins en tant qu'éditeurs. Cette iconographie nouvelle du marchand d'art est symptomatique de l'entre-deux-guerres, le support imprimé devient plus digne d'intérêt et est utilisé de manière novatrice et renouvelée sur le marché de l'art parisien. C'est ainsi la place et le rôle de l'imprimé pour les galeries et marchands de tableaux à Paris dans l'entre-deux-guerres qui occupera notre étude.

Il nous semble important de revenir avant toute analyse sur deux points de contextualisation essentiels pour saisir dans sa globalité le sujet qui nous occupe. De fait, l'émergence du système marchand depuis le XIX^{ème} siècle connaît son apogée dans l'entre-deux-guerres ce qui nous permet d'expliquer l'apparition de formes nouvelles et expérimentales d'intermédiation.

1 Extrait d'un article concernant l'exposition Max Jacob à la galerie (22 avril-5 mai 1927) des Quatre-Chemins dans *Les Nouvelles Littéraires*, Paris, 7 mai 1927.

2 *Le portrait d'Ambroise Vollard* par Renoir, réalisé en 1908 et conservé à l'Institut Courtauld de Londres, est à cet égard significatif. De fait Renoir a choisi de représenter le marchand observant une statuette, vraisemblablement d'Aristide Maillol.

3 À droite, photographie de Daniel-Henri Kahnweiler par le photographe Gjon Mili pour le magazine américain *LIFE*, sans date. À gauche, photographie d'Ambroise Vollard par la photographe Thérèse Bonney datant de 1932.

La vogue du marché de la bibliophilie entre 1919 et 1939 prend sa source dans les recherches artistiques de la seconde moitié du XIX^{ème} siècle.

Un mode de fonctionnement et un goût pour l'illustré en germe depuis le XIX^{ème} siècle.

Du système académique à l'émergence des marchands de tableaux

Traditionnellement, on distingue depuis le Moyen Âge trois types d'organisations : la Corporation, l'Académie, le système du marché dans lequel nous nous inscrivons encore aujourd'hui. A partir du XIX^{ème} siècle, le marché trouve un élan extraordinaire, la fonction de marchand de tableaux commence à apparaître en tant que telle même si à ses débuts il ne s'agit pas encore d'un commerce spécifique mais d'une activité annexe⁴. L'invention et l'essor de la lithographie permet d'éditer des gravures bon marché et en raison du caractère désormais multiple et reproductible de ces œuvres, la diffusion du travail des artistes est considérablement favorisée. En 1850 on compte 67 marchands en France selon Marie-Claire Marsan⁵. L'Académie tient à ce moment là en main la formation des peintres et assure leur consécration. Elle contrôle les commandes et achats officiels et le système du Salon est prépondérant dans le marché. Raymonde Moulin⁶ date la transformation du marché de l'époque impressionniste puisque des peintres novateurs vont se heurter à la structure rigide de l'Académie. Un circuit nouveau se juxtapose alors à l'appareil officiel : il s'agit des groupes « anti-Salons » qui organisent des expositions particulières, des nouveaux Salons (l'État abandonne en 1881 le contrôle du Salon) et qui suscitent ainsi un nouveau type de marchand. On peut ainsi affirmer que l'apparition des marchands modernes naît de deux nécessités conjointes : le fait que les artistes soient de plus en plus nombreux et l'élargissement du public et des amateurs d'art. L'intermédiaire, le marchand de tableaux, entre l'offre et la demande grandissantes devient alors rapidement indispensable, les artistes ressentant la nécessité de trouver de nouveaux moyens de montrer leur travail hors du cadre contraignant du Salon. Par ailleurs, le groupe de recherche Artl@s⁷, insiste sur la diversification des lieux d'exposition à partir de 1910-1914, les galeries représenteraient alors les deux tiers des créations de lieux d'exposition mais de nou-

4 Prenons l'exemple des marchands d'objets de luxe : les Maisons Susses ou Giroux.

5 Marie-Claire Marsan, *La galerie d'art*, Paris, Filigranes Éditions, 2011, p. 16.

6 Raymonde Moulin, *Le marché de la peinture en France*, Paris, Éditions de Minuit, 1967.

7 Félicie de Maupeou et Léa Saint-Raymond, « Cartographie des lieux d'exposition à Paris, de 1850 à nos jours », Bulletin des *Chantiers d'Artl@s*, 1^{er} numéro, septembre 2012.

veaux cercles, journaux, librairies ou salles louées pour l'occasion joueraient un rôle novateur très important. Loin d'une hégémonie des galeries d'art pures on remarque alors le poids non négligeable des lieux alternatifs d'exposition parmi lesquels les galeries d'édition étudiées.

La tendance du livre illustré à la fin du XIX^{ème} siècle

Au XIX^{ème} le livre d'illustrateur domine la vogue du livre de bibliophilie, ce sont des livres *a priori* déjà écrits qui font l'objet d'illustration par des illustrateurs professionnels lesquels sont soumis aux exigences de l'éditeur, de l'écrivain, etc. A la fin du XIX^{ème} siècle et au tout début du XX^{ème} siècle, apparaît le livre de peintre, c'est-à-dire un livre dans lequel l'illustration du peintre, à la différence de l'illustration habituelle, ne se soumet pas au texte mais l'accompagne plutôt. Le livre de peintre faisait triompher l'image dans le livre, lui restituant une place de choix. Le terme d'illustration de peintre est néanmoins assez nébuleux dans le sens où de nombreux peintres ont illustré des livres avant la fin du XIX^{ème} siècle, on retient ainsi de l'expression « livre de peintre » l'acception suivante : un livre illustré par de grands peintres, qui connut une rapide évolution au cours de l'entre-deux-guerres, qui privilégie le grand format, la qualité et la quantité de ses illustrations et la beauté du papier (ce sont donc des éditions de « luxe »). Dans son ouvrage *Peinture et poésie, le dialogue par le livre*, Yves Peyré, historien du livre de peintre qualifie les ouvrages que nous venons d'évoquer de livre de « dialogue »⁸, qui poussent très loin l'adéquation entre peinture et poésie. On attribue généralement cette évolution du livre d'illustrateur au livre de peintre au poète Stéphane Mallarmé qui dans son ouvrage *Un coup de dés jamais n'abolira le hasard*, promeut une révolution typographique. Mallarmé inaugurerait dans ce poème, qui fut mis en page par lui-même en 1897 mais qui ne parut qu'après sa mort en 1914, une tentative d'écriture typographiée qui souhaitait rendre visible (et non plus seulement lisible) la lettre et le mot. Le poète jouait sur les pleins et les vides, sur les blancs et les noirs, sur les différents types de caractères, supprimait la ponctuation afin de rechercher de nouveaux rythmes visuels.

Notons en 1913, l'apparition du premier livre « simultané », il s'agit d'une conception à peu près similaire au livre de peintre à savoir un livre qui présente en même temps un caractère artistique au niveau de sa composition typographique et de son iconographie. En effet, *La prose du transsibérien et de la petite Jeanne de France*, de Blaise Cendrars et Sonia Delaunay⁹ est

8 Yves Peyré, *Peinture et poésie, le dialogue par le livre*, Paris, Gallimard, 2001.

9 Blaise Cendrars et Sonia Delaunay, *La prose du transsibérien et de la petite Jeanne de France*, Paris, Les Hommes Nouveaux, 1913.

un ouvrage dont la maquette a été réalisée par le peintre. L'art de la typographie rentre ainsi ici dans le champ pictural. Pour les dadaïstes et les surréalistes le livre devint, notamment dans l'entre-deux-guerres, le théâtre de cette incessante confrontation et collaboration entre peintres et poètes. Le fait que le livre ait toujours été au centre des préoccupations des mouvements d'avant-garde, nous confirme que celui-ci, à la jonction de la peinture et de la poésie, a été tout au long du XX^{ème} siècle un moyen d'expression artistique majeur.

Une nouvelle conception de la collaboration entre un artiste-peintre et un homme de lettres apparaît donc à l'heure du tournant entre le XIX^{ème} siècle et le XX^{ème} siècle. De fait, se développe l'idée d'un livre dont l'illustration du peintre, à la différence de l'illustration habituelle, ne se soumet pas au texte mais l'accompagne plutôt. Cet engouement pour le livre illustré se poursuit et s'amplifie au cours de la première moitié du XX^{ème} siècle. D'importants éditeurs, marchands de tableaux ou sociétés de bibliophiles publièrent des livres. A cette époque, émergea en France une toute nouvelle école de la bibliophilie qui repensa le livre à l'aune d'une collaboration étroite avec les peintres. Ambroise Vollard qui est le premier marchand à éditer des livres dès les années 1890. Il signale d'ailleurs dans ses mémoires en évoquant son activité d'édition de livres que « si les amateurs demeuraient indifférents, les peintres, eux, s'intéressaient de plus en plus à cette autre façon de s'exprimer »¹⁰. Cet exemple montrerait que les actions éditoriales commencent déjà au début du XX^{ème} à dépasser largement les prérogatives d'un marchand qui ne ferait qu'exposer des œuvres.

Les galeries qui ont édité des revues et des livres dans l'entre-deux-guerres sont ainsi directement héritières du développement du marché de l'art qui depuis la fin du XIX^{ème} siècle accorde une place prédominante au marchand dans la transmission des valeurs artistiques ainsi que de la vogue du livre illustré à la Belle Époque annonçant les collaborations fructueuses entre peintres et poètes dans l'entre-deux-guerres.

Les galeries et leurs éditions à Paris dans l'entre-deux-guerres

Les marchands d'art ont ainsi sans aucun doute joué un rôle croissant dans la promotion des courants artistiques à partir du milieu du XIX^{ème} siècle en remplaçant peu à peu le système académique. Ces intermédiaires de premier plan sur la scène artistique ont suscité plusieurs

10 Ambroise Vollard, *Souvenirs d'un marchand de tableaux*, Paris, Éditions Albin Michel, 1937, p. 278.

études, aucune cependant ne semble s'intéresser à la médiation culturelle engagée par les galeries dans l'entre-deux-guerres au moyen de l'édition.

La définition première que nous avons élaboré de l'objet étudié proposait un modèle hybride réunissant deux commerces à l'origine distincts : il s'agissait de lieux où l'on publiait et vendait des livres et où l'on exposait et commercialisait des œuvres d'art. La première année de recherche fut notamment orientée par le dépouillement du fonds de la librairie-galerie des Quatre-Chemins¹¹ qui comportait de nombreuses correspondances entre le directeur de la galerie, Wladimir Walter, et différents artistes, ainsi que des *press-books* des expositions et des éditions entre 1925 et 1929. De fait, les cartons d'invitation à des expositions aux Quatre-Chemins indiquaient de manière systématique « Galerie et Éditions d'Art », ce qui nous a amené à conclure à l'hybridité parfaite de ce modèle. Néanmoins après la consultation d'archives complémentaires cette année il nous semble finalement difficile d'établir une typologie et un corpus défini de « librairies-galeries ». Les frontières de ce commerce sont en effet trop fluctuantes et leur recensement nous a paru manquer de scientificité : des maisons d'éditions mais également des librairies indépendantes pouvaient correspondre aux délimitations (certes volontairement poreuses) que nous avons fixé mais sans que l'on puisse dire pour autant qu'elles avaient véritablement eu une activité d'exposition. Il est alors apparu comme impossible de les dénombrer toutes, car les études concernant le marché de l'art et le marché de l'édition pendant l'entre-deux-guerres – qui auraient pu faciliter notre recensement – sont peu nombreuses. Ainsi on ne pouvait s'attaquer en Master 2 à un travail de dépouillement certes passionnant mais conséquent qui pourrait faire l'objet d'une étude plus approfondie. Le modèle « parfait » des librairies-galeries tel que nous l'avons défini n'avait donc finalement que peu d'occurrences réelles, puisque trop peu de commerces accordaient aux deux activités (l'édition et l'exposition) une part égale de leur intérêt et de leur financement. La trop grande ambivalence et l'imprécision qui entouraient le modèle des librairies-galeries – et qui formaient au départ tout l'enjeu et tout l'intérêt de la problématisation du sujet – est devenu un frein à nos recherches : certaines librairies ou maisons d'éditions avaient certes exposé dans leurs locaux mais il est difficile d'être certain que cela n'était pas dû à l'initiative d'un marchand qui loua leurs cimaises. Faire reposer l'élaboration d'un nouvel acteur du monde de l'art et du livre sur des intuitions n'est pas satisfaisant pour l'historien. Nous avons donc décidé de considérer les librairies-galeries comme un « idéal-type »¹², comme une « utopie » devant aider la réflexion

11 cote WAL C1 8277, Fonds Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

12 Max Weber, *Essais sur la théorie de la science*, Paris, Pocket, 1992, p. 173.

et servir de support de comparaison tandis que nous nous focaliserons au cours de cette recherche sur les galeries et leurs éditions.

En effet l'ambition nouvelle de notre étude est de se concentrer sur la ligne éditoriale des galeries – qui débordent ainsi de leurs prérogatives usuelles – et sa dynamique¹³. Prendre comme point d'ancrage et objet d'analyse les galeries fut un choix dicté par le fait que, si les marchands d'art sont généralement les acteurs qui amorcent ce processus d'hybridation de la médiation artistique, ce sont les galeries qui sont le véritable lieu de la jonction entre l'exposition et l'édition. Par ailleurs, certaines galeries, parmi lesquelles la galerie surréaliste¹⁴ notamment, développent et conservent cette double activité au delà de leur attachement à un marchand en particulier. Dans cette perspective il nous est plus cohérent de justifier, de délimiter notre corpus de manière scientifique et de focaliser nos recherches sur des publications précises. Les galeries seront ainsi considérées comme des acteurs dynamiques, témoins d'un rapprochement entre les marchés de l'art et du livre au sein de l'activité desquelles le support imprimé occupe une place privilégiée. Par soucis de clarté et de concision, les galeries faisant partie de notre corpus (c'est-à-dire celles qui font preuve d'une activité éditoriale quelle qu'elle soit) seront évoquées sous la dénomination de « galeries d'édition » au cours de cette étude. Le choix de ce néologisme tient au fait que les galeries étudiées, lieux de rencontres entre les artistes et le public, connaissent une spécialisation non seulement dans le domaine artistique mais également le domaine éditorial. Il nous semblait alors plus précis de les différencier des galeries « traditionnelles » par l'utilisation d'un terme permettant mettre en valeur la réunion des deux commerces que sont les galeries d'art et les maisons d'édition qui s'effectue dans leurs locaux.

Le cadre spatio-temporel de cette étude est celui de la capitale française pendant l'entre-deux-guerres. Le marché hexagonal est en effet encore peu développé et les galeries parisiennes éditant des livres nous paraissaient composer un microcosme autonome interagissant avec les marchés internationaux, américains et allemands notamment. Plusieurs éléments conjoncturels font ainsi de Paris un lieu unifié par sa culture et par son économie dans les années 1920. Si jusqu'en 1926 les finances publiques sont en crise, la période d'après guerre est marquée par une spectaculaire expansion économique. De fait, bien qu'elles subissent les ef-

13 Il s'agit ainsi de comprendre quels choix et décisions furent pris par les galeries d'édition afin d'assurer une cohérence, une cohésion globale des textes définissant ainsi l'identité des publications. De plus, par « dynamique », on entend à la fois l'évolution de la ligne éditoriale et de façon polysémique l'activité publicitaire entreprise par les galeries afin de diffuser leurs publications.

14 La galerie surréaliste ouvre ses portes le 26 mars 1926 à minuit au 16 rue Jacques Callot dans les anciens locaux de la revue communisante *Clarté*. Jusqu'en 1928 la galerie et les éditions cohabitent.

fets de la crise de reconversion de l'économie de guerre en économie de paix, le revenu national brut progresse de 5% par an entre 1922 et 1929. La conjoncture économique favorable permet donc la création de nouvelles galeries. Ces conditions promettaient en effet des bénéfices importants aux galeries qui s'occupaient de l'avant-garde. Le dynamisme de cette période permet alors à la capitale française de rester un centre des avant-gardes et un grand marché d'art sur le plan international.

Une histoire sociale et culturelle des intermédiaires de l'art et du livre

Mémoire d'histoire culturelle¹⁵, on s'intéressera par définition dans cette étude aux imaginaires sociaux mais aussi aux pratiques sociales. Le sujet s'inscrit ainsi dans un domaine de recherches hétérogène qui empreinte à l'histoire des sensibilités, à l'histoire de l'art, à la sociologie (nous l'évoquerons dans un second temps) ou encore à l'histoire des représentations et des idées. Cela nous renvoie donc à un grand nombre d'enjeux très divers concernant à la fois les œuvres, les artistes, le marché de l'art, le marché de l'édition, la médiation, les critiques et l'étude des publics.

Histoire de l'art, iconologie et médiologie

Si les historiens de l'art ont déjà mis en lumière la façon dont les œuvres d'art, à cette période, étaient produites, par l'intermédiaire d'études centrées sur les artistes et leur travaux ; la manière de donner à voir cet art « en train de se faire » est, quand à elle, beaucoup plus négligée. Citons à titre d'exemple *L'Histoire du Surréalisme* – mouvement littéraire et artistique fondamentale pour notre période – de Maurice Nadeau¹⁶ qui fait toujours référence malgré son ancienneté désormais. Nous tenions également à mentionner ici les disciplines que sont l'iconologie et la médiologie dont les méthodes nous ont permis d'aborder d'une manière nouvelle notre sujet de recherche. Fondée par Aby Warburg, l'iconologie (ou science des images) est associée à l'histoire, à l'histoire de l'art, à l'esthétique et à la communication. Cette discipline

15 Domaine de recherche défini dans les années 1950 et 1960, l'histoire culturelle entend poursuivre les recherches d'histoire des sensibilités et des mentalités de l'École des Annales notamment. Nous souhaitons inscrire cette recherche dans un des projets en développement de l'histoire culturelle : le domaine de la médiation.

16 Maurice Nadeau, *L'Histoire du Surréalisme*, Paris, Seuil, 1945 (rééd 1970).

tente en effet de replacer les œuvres étudiées dans une perspective sociale et historique, on s'interroge alors sur ses conditions de production, sur le message qu'elles étaient susceptibles de véhiculer pour leurs contemporains ainsi que sur la façon dont elles étaient transmises au public. Le moyen de cette intermédiation influant sans aucun doute, d'une certaine manière, sur le sens et le message de ces images, les galeries d'édition porteraient alors en-elles l'édification de valeurs visuelles. D'ailleurs, plus récemment William John Thomas Mitchell, professeur d'histoire de l'art et de littérature à l'Université de Chicago et initiateur des *visual studies*, a proposé une nouvelle conception de l'iconologie comme l'étude de l'image à travers les médias¹⁷. Il ne s'agit plus dès lors d'analyser uniquement la construction sociale des images (telle que la définissait traditionnellement Aby Warburg et ses principaux disciples) mais bien plus la construction visuelle du champ social par le biais de divers acteurs.

La médiologie, quant à elle, prend ses racines dans l'ouvrage *Le Pouvoir intellectuel en France*¹⁸ de Régis Debray et fut plus profondément développé dans le *Cours de médiologie générale*¹⁹ du même auteur en 1991. A distinguer de la sociologie des médias, la médiologie étudie les transmissions culturelles, c'est en cela que cette discipline fut utile à nos réflexions sur l'intérêt de l'imprimé pour les galeries et marchands de tableaux. En effet, cette méthode d'analyse tente de comprendre comment une rupture dans les méthodes de transmission peut susciter une mutation dans les mentalités et le comportement. Il s'agit de percevoir le transfert dans la durée d'un mode de connaissance. Il s'agirait pour nous de mettre au jour les corrélations qui unissent des courants artistiques et une forme d'organisation collective (les galeries) à un système technique de communication (l'imprimé).

Deux figures centrales des recherches sur le marché de l'art : Raymonde Moulin et Malcolm Gee (pour l'entre-deux-guerres)

Les études portant sur l'histoire du marché de l'art sont relativement récentes, le travail de la sociologue Raymonde Moulin notamment, est pionnier dans ce domaine²⁰. Sa thèse sur *Le Marché de la peinture en France* publiée en 1967 s'applique à étudier l'œuvre d'art principalement sous la forme d'une marchandise, mêlant appréciation esthétique et appréciation économique à l'analyse de la position de l'artiste comme également soumis à la loi du marché. Elle examine dans *Le Marché de la peinture* les rapports entre les artistes, une poignée de direc-

17 W. J. T. Mitchell, *Iconologie. Image, Texte, Idéologie*, Paris, Les Prairies Ordinaires, 2010.

18 Régis Debray, *Le Pouvoir intellectuel en France*, Paris, Ramsay, 1979.

19 Régis Debray, *Cours de médiologie générale*, Paris, Gallimard, 1991 (rééd. 2001).

20 Raymonde Moulin, *Le Marché de la peinture en France*, Paris, Éditions de Minuit, rééd. 1989 (1967).

teurs de galeries, les riches collectionneurs, les conservateurs et elle montre que les marchands d'art sont d'influents intermédiaires qui se chargent, non seulement de commercialiser les œuvres de certains artistes, mais aussi d'assurer leur promotion.

Malcolm Gee, quant à lui, est le seul à avoir publié une recherche d'histoire²¹ qui tente de retracer (de manière historique donc) les lieux et les acteurs du marché de l'art pendant la période qui nous occupe (l'entre-deux-guerres est, de fait, une époque « oubliée » dans les recherches sur le marché de l'art au début du XX^{ème} siècle). Il faut en effet noter que la majeure partie des études privilégie l'approche des galeries sur le mode monographique. Cela ne permet de donner qu'une vision du marché de l'art centrée sur un parcours individuel, par ailleurs ces études sont souvent commandées en guise d'hommages (sous la forme d'une exposition ou d'une publication) et donc d'un parti pris très hagiographique qui ne s'attache qu'aux particularités de la galerie ou du marchand. Notre étude entend au contraire poursuivre les recherches de Raymonde Moulin et Malcolm Gee dans une perspective socio-historique. L'objet de notre recherche est un petit groupe d'acteurs dont il s'agit de reconstituer les trajectoires, les réseaux et actions afin de faire apparaître des comportements qui aient une portée explicative plus vaste au sein de la promotion artistique en général dans l'entre-deux-guerres. Nous insisterons notamment, à l'instar de l'importante recherche de thèse de Julie Verlaine²², sur le rôle social que jouent les marchands-éditeurs en faisant de la galerie un espace de sociabilité réunissant un ensemble hétérogène d'individu : artistes, professionnels de l'art ou de l'édition, amateurs. Nous nous attacherons donc dans cette étude à l'observation d'un acteur particulier du marché de l'art parisien entre 1919 et 1939 : les galeries qui ont eu une activité éditoriale, pour tenter de comprendre la manière dont fonctionnent ces institutions et d'élucider, si cela est possible, les motifs et réflexions guidant leurs actions. En prenant comme objet d'analyse les galeries d'art, nous souhaitons nous inscrire dans une histoire sociale et culturelle des intermédiaires artistiques telle que l'a développée Julie Verlaine.

Histoire de l'édition, du livre et de la lecture

Nous entendons également diriger notre recherche dans la continuité de cette discipline récente qu'est l'histoire culturelle de l'édition, éclaircie par Henri-Jean Martin et Roger Char-

21 Malcolm Gee, *Dealers, critics and collectors of modern painting : Aspects of the Parisian Art Market between 1910 and 1930*, Garland Publishing, New-York & London, 1981.

22 Julie Verlaine, *Les galeries d'art contemporain à Paris. Une histoire culturelle du marché de l'art, 1944-1970*, Paris, Publication de la Sorbonne, 2012.

tier²³ et surtout développée par Jean-Yves Mollier qui fonde en 1987 le premier enseignement spécifique d'histoire du livre et de l'édition. Cette nouvelle histoire prend le contre pied de l'hagiographie et de l'investigation littéraire afin de s'intéresser aux liens entre le livre et la société, au statut social de l'éditeur ou encore au contexte socio-économique des productions éditoriales. Ces différents travaux sont autant de pistes de travail qu'il convient d'exploiter lors de notre recherche. De fait nous n'avons trouvé aucun ouvrage traitant à la fois de l'activité éditoriale et de l'exposition dans les galeries, excepté *Les Revues d'art à Paris* de Yves Chevrefils-Desbiolles qui évoque de façon subsidiaire les liens qui pouvaient exister entre les revues d'art moderne et les galeries d'art contemporain, notamment ceux noués par certaines d'entre elles possédant le même directeur ou propriétaire. Nous tenterons d'effacer ou tout du moins de brouiller les frontières entre ces deux courants historiographiques de l'histoire culturelle et de la sociologie que sont l'histoire du marché de l'art et l'histoire de l'édition. Cela afin de proposer un troisième modèle d'intermédiation artistique : une galerie qui outrepassse ses fonctions usuelles en publiant des livres d'artistes ou d'art ainsi que des revues ou bulletins. Nous voulons mettre en lumière la visibilité publicitaire de la galerie et la promotion engagée d'un courant artistique permis par le support imprimé chez les marchands d'art.

Ainsi, notre étude proposera essentiellement un développement portant sur les imprimés, livres ou revues, publiés par les galeries pendant l'entre-deux-guerres. De fait, Pierre Wat évoque la revue comme un « objet d'histoire de l'art totale »²⁴, soit comme un objet d'étude à un carrefour disciplinaire entre l'histoire littéraire, l'histoire des débats sur l'art, l'histoire de l'édition ou encore l'histoire des formes visuelles. En étudiant un ensemble de textes ou illustrations hétérogènes, il faut se faire historien des idées mais aussi des formes et s'intéresser aux système de réseaux et de groupes sans négliger le rôle des individus. Rosella Froissart Pezone²⁵ souligne par ailleurs la triple appréhension possible d'une revue d'art qui peut être étudiée soit en tant qu'élément constitutif d'une stratégie collective ou bien individuelle, soit comme le laboratoire de nouvelles formes esthétiques, soit enfin comme le lieu de construction ou de manifestation de réseaux de sociabilités diverses.

23 Roger Chartier et Henri-Jean Martin (dir.), *Histoire de l'édition française*, Paris, Le Cercle de la Librairie, 1982-1986, 4 vol.

24 Pierre Wat « Préface » dans Rosella Froissart Pezone et Yves Chevrefils Desbiolles (dir.), *Les revues d'art. Formes, stratégies et réseaux au XXème siècle*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 2011.

25 Rosella Froissart Pezone « Introduction » dans Rosella Froissart Pezone et Yves Chevrefils Desbiolles (dir.), *Les revues d'art. Formes, stratégies et réseaux au XXème siècle*, Presses Universitaires de Rennes, Rennes, 2011.

« L'art à l'épreuve de ses médiations »²⁶

Outre l'histoire sociale et culturelle du marché de l'art, nous souhaitons nous inscrire dans une dynamique de recherche sociologique concernant la formation des valeurs artistiques. En effet, l'œuvre d'art est, avant même de constituer un produit marchand, une création. L'imbrication entre cette forme originale et le produit économique qu'elle revêt sur les marchés artistiques est essentielle pour notre recherche. L'artiste après avoir réalisé une œuvre, doit la diffuser par l'intermédiaire d'un mécanisme de distribution qui l'intègre dans l'économie de la société. Selon Bernard Rouget et Dominique Sagot-Duvauroux²⁷, l'œuvre d'art demeure, au stade de la création artistique, une non-marchandise dont la qualité n'est pas définie, appelée le « produit-atelier »²⁸. Ainsi pour ces auteurs, ce produit n'est pas considéré comme une marchandise au moment de sa divulgation et il y a une part d'incertitude quant à la fixation de son prix marchand. La demande porte, non pas sur ce produit directement mais, sur un produit transformé intégrant la notoriété de l'œuvre. Cette situation favorise l'intervention d'acteurs telles que les galeries qui vont donner à l'œuvre la notoriété recherchée aussi bien pour les artistes que pour les « consommateurs d'art ». Les marchands ont ainsi un rôle décisif dans la formation de la valeur sur le marché de la peinture contemporaine en cela qu'ils ont « une bonne connaissance du monde de l'art et de son histoire et que leur capacité à déterminer la qualité future de l'œuvre est socialement reconnue »²⁹, comme le souligne Julie Verlaine. Cependant cette médiation n'est efficace que si elle est relayée par un ensemble beaucoup plus vaste d'acteurs qui garantissent la reconnaissance sociale de l'œuvre. Les publications des galeries composant notre corpus permettent ainsi à la fois d'aboutir à une forme de convergence des jugements esthétiques et également de varier les mécanismes de diffusions. Les galeries étudiées se différencient en cela des galeries « traditionnelles » qui n'offrent comme processus de valorisation principale que l'organisation d'exposition.

Nathalie Heinich souligne le fait que les professionnels (du conservateur de musée au marchand d'art en passant par les critiques, les commissaires d'exposition, les photographes, les enseignants, etc) sont ceux qui contribuent à faire sortir les œuvres des ateliers, à les exposer, les commenter, les évaluer, ce sont des médiateurs sans lesquels l'œuvre d'art n'aurait pas toute sa puissance sur le marché. Elle met de plus en exergue le fait que les marchands en particu-

26 Natalie Heinich, « L'art à l'épreuve de ses médiations » in *Médium*, Paris, 2009/2, n°19, pp. 21-35.

27 Bernard Rouget et Dominique Sagot-Duvauroux, *Economie des arts plastiques. Une analyse de la médiation culturelle*, Paris, L'Harmattan, 1996.

28 Bernard Rouget et Dominique Sagot-Duvauroux, *Ibid*, p. 32.

29 Julie Verlaine, *Les galeries d'art contemporain à Paris*, op. cit. p. 12.

lier exercent une double fonction puisqu'ils « paient » l'artiste en « valeur monétaire » mais également en « confiance esthétique »³⁰. Enfin, ces acteurs, médiateurs, se connaissent les uns les autres mais sont des inconnus aux yeux des amateurs : « on croit spontanément que l'art, c'est une relation duelle entre le tableau et son spectateur. Or non : il s'agit d'une "relation à trois", un "triple jeu" entre d'un côté, les œuvres ; de l'autre, leurs "regardeurs" ; et entre les deux, leurs intermédiaires, sans lesquels pas grand-chose n'aurait lieu »³¹. Cela justifie pleinement notre volonté de mettre en lumière ces intermédiaires particuliers du marché de l'art, exposant des œuvres et publiant des livres dont le modèle connaîtra une grande postérité après 1945.

Sources et méthodes

Pour mener à bien cette recherche, nous nous appuyons sur l'étude de fonds d'archives au sens strict – principalement conservés à la Bibliothèque Kandinsky du Musée national d'Art Moderne ou à l'Institut national d'Histoire de l'Art – mais également sur de nombreuses sources imprimées : les productions éditoriales des galeries (cartons d'invitations, bulletins et revues périodiques, livres illustrés) et la presse spécialisée. Enfin dans le but de combler les lacunes notamment en ce qui concerne les dates d'ouvertures des galeries, nous avons également consulté, dans la mesure du possible, le Registre du commerce de la Seine des Archives de Paris.

Les dépouillements systématiques ou ponctuels de la *Gazette des Beaux-Arts*³², de *l'Art vivant*³³ ainsi que des *Nouvelles littéraires*³⁴ nous ont permis d'établir une liste, non exhaustive, des livres illustrés publiés par des marchands de tableaux. De fait, ces trois périodiques contiennent des bibliographies ou des réclames de publications, leur consultation avait pour but de recenser les livres dont le nom de l'éditeur faisait référence à une galerie : la mention des Éditions de l'Effort Moderne évoque par exemple la galerie de Léonce Rosenberg du même nom. Parfois le format, le nombre de pages, le nombre de planches et le prix sont si-

30 Nathalie Heinich, *La sociologie de l'art*, Paris, Éditions La Découverte, 2001 (rééd 2004), p. 71.

31 Nathalie Heinich, *L'art à l'épreuve de ses médiations*, *op. cit.* p. 25.

32 La *Gazette des Beaux-Arts* est une revue d'art mensuelle fondée en 1859 par Édouard Houssaye. Elle a l'avantage de couvrir toute la période de 1919 à 1939 même si elle subit quelques difficultés dans les années 1930.

33 *L'Art vivant* est une revue artistique bimensuelle publiée à partir de 1924 et dirigée par la librairie Larousse. Florent Fels en fut rédacteur en chef.

34 *Les Nouvelles littéraires* sont un journal littéraire et artistique publié de 1922 à 1940 et dirigée par la librairie Larousse. Maurice Martin du Gard en fut rédacteur en chef de 1922 à 1936.

gnalés, ce qui nous permet de rendre compte de la qualité, du luxe ou non, du livre. Quant aux bulletins et revues publiés par les galeries : nous avons pu les dénombrer notamment grâce à l'ouvrage de Yves Chevrefils-Desbiolles³⁵ qui fournit en annexe une liste des revues dans l'entre-deux-guerres. Ce premier recensement fut complété grâce à l'interface en ligne *Gallica* de la Bibliothèque Nationale de France qui permet d'effectuer des recherches par éditeur et recense un grand nombre de périodiques.

Le corpus final de vingt huit galeries ayant publié des revues ou des livres pendant l'entre-deux-guerres de tableaux-éditeurs nous amène d'ores et déjà à conclure à une grande hétérogénéité du modèle.

Figure 1 : Tableau de synthèse des galeries composant le corpus³⁶

*Avertissement : les « ? » signalent les informations incertaines, les * indiquent les galeries d'édition qui commencèrent par être des maisons d'éditions (tandis que les autres furent soit des galeries soit se dotèrent des deux activités, d'édition et d'exposition, de façon simultanée), et les ° désignent les déménagements (les multiples adresses figurant dans le corpus détaillé en annexe de cette étude).*

35 Yves Chevrefils Desbiolles, *Les Revues d'art à Paris de 1905 à 1940*, Paris, Ent'revues, 1993.

36 Pour plus de précisions voir le corpus complet des marchands de tableaux-éditeurs en annexe de cette présentation. Cf. Annexe I.

	Galerie	Marchand(s)	Dates d'ouverture	Adresse	Revue	Livres illustrés	Reproductions	Art exposé
1	Bernheim-Jeune	Gaston, Joseph et Emile Bernheim	1866 -	83 faubourg Saint Honoré, 8ème	Bulletin de la vie artistique	Oui	Non	grands modernes, avant-garde
2	Au Sans Pareil *	René Hilsum	1919 - 1934	37 avenue Kléber, 16è	Littérature	Oui	Oui (collection d'Éditions Originales Illustrées)	Dada, surréalisme
3	Braun & Cie *	Clément Braun	1857 -	18 rue Louis le Grand, 2ème ?	Non	Oui	Oui	reproductions photographiques
4	Devambe	Georges Weill	1907 - 1926	43 boulevard Malesherbes, 8ème	Non	Oui	Non	tradition française
5	Galerie Bonaparte	Léonard Emmanuel Van Leer	1921 - 1934	12 rue Bonaparte, 6ème	Non	Oui	Non	école de Paris
6	Galerie Cahiers d'Art *	Christian Zervos	1934 - 1939	14 rue du Dragon, 6ème	Cahiers d'art, Rue du Dragon	Oui	Non	arts premiers, Picasso, école de Paris
7	Galerie d'Art Montparnasse	Jean Charron	1926 - 1930	241 boulevard Raspail, 14ème	Paris-Montparnasse	Non	Non	école de Paris
8	Galerie De Goupil *	NA	1846 - 1920	15 rue de la Ville-l'Evêque, 8ème	Non	Oui	Oui	tradition française
9	Galerie de l'Effort Moderne	Léonce Rosenberg	1924 - 1941	19 rue de la Baume, 8ème	Bulletin de l'Effort moderne	Oui	Non	cubisme
10	Galerie de l'Etoile	?	?	?	Gazette des Amateurs	Non	Non	?
11	Galerie de la Gazette des Beaux-Arts *	NA	1935 (apparition dans CVG)	140 faubourg Saint-Honoré, 8ème	La Gazette des Beaux-Arts	Oui	Non	école de Paris ?
12	Galerie de la NRF *	NA	1931 (apparition dans CVG)	NA	Non	Oui	Non	arts premiers
13	Galerie des Editions Albert Morand *	NA	1919 - 1922 (dates extrêmes)	30-62 rue de Fleurus, 6ème	Non	Oui	Non	tradition française, gravures
14	Galerie des Editions G Crès & Cie *	NA	1919 - 1920 (dates extrêmes)	21-23 rue Hautefeuille, 6ème	Non	Oui	Oui	tradition française
15	Galerie des Feuilletts d'art *	Lucien Vogel	1919 - 1922	11 rue Saint-Florentin, 8ème	Les Feuilletts d'Art	Non	Non	littérature, école de Paris
16	Galerie des Quatre-Chemins	Walter Wladimir	1925 - 1939	18 rue Godot de Mauroy, 9ème	Formes, revue internationale des arts plastiques	Oui	Oui	école de Paris, réalistes
17	Galerie du Cygne	NA		137 boulevard Saint-Germain, 6ème		?	Non	tradition française
18	Galerie Jeanne Bucher	Jeanne Bucher	1925 - 1946	3 rue du Cherche-Midi, 5ème	Non	Oui	Non	école de Paris, cubisme, surréalisme
19	Galerie la Renaissance	Marie-Paule Pomaret	1927 - 1935 ?	11 rue royale, 8ème	La Renaissance de l'art français	Non	Non	tradition française
20	Galerie Paul Guillaume	Paul Guillaume	1914 - 1934	58 rue de la Boétie, 8ème	Les Arts à Paris	Non	Non	art nègre, école de Paris
21	Galerie Sagot Le-Garrec	Maurice Le-Garrec	1881 - 1967	39 bis rue Châteaudun, 9ème	L'Amateur d'Estampes	Oui	Oui	gravures
22	Galerie Simon	Daniel-Henri Kahnweiler	1920 - 1939	29 bis rue Astorg, 8ème	Non	Oui	Non	école de Paris, cubisme, surréalisme
23	Galerie Surréaliste *	sa	1926 - 1928	16 rue Jacques Callot, 6ème	Non	Oui	Non	surréalisme
24	Galerie Vavin-Raspail	Alfred Daber et Max Berger	1924 - 1970 (fermée en 34 et 35)	28 rue Vavin, 6ème	Les Arts Plastiques	Oui	Non	école de Paris
25	Galerie Volland	Ambroise Volland	1893 - 1939	rue Laffitte, 9ème 28 rue Martignac, 7ème	Non	G	Non	grands modernes
26	Galerie Weill	Berthe Weill	1901 - 1939 (avant boutique)	46 rue Laffitte, 9ème	Bulletin de la galerie Berthe Weill, Le Boudoir	Non	Non	école de Paris, cubisme, surréalisme
27	La Cible	Jacques Povolozsky	1917 - 1932	13 rue Bonaparte, 6ème	Les Cahiers idéalistes, La Vie des Lettres et des Arts, la Gazette des Sept Arts, la Revue de l'Époque	Oui	Non	école de Paris, cubisme, surréalisme
28	Le Portique	Marcelle Berr de Turique	1925 - ?	99 boulevard Raspail, 6ème	Non	Oui	Non	école de Paris, cubisme, surréalisme

Notre corpus regroupe ainsi des noms de marchands aussi différents que ceux d'Ambroise Vollard, Berthe Weill, Christian Zervos ou encore Pierre Loeb. Se côtoient donc les marchands les plus célèbres – ceux dont le nom est passé à la postérité et que l'on retient aujourd'hui comme de « grands marchands » – et des marchands plus modestes dont il est parfois difficile de retracer le parcours, personnel et professionnel, par manque d'archives et d'informations. Il n'est d'ailleurs pas à exclure que ce corpus ne soit pas exhaustif, de fait les archives de certaines galeries ont sans doute été détruites entre 1939 et 1945. Julie Verlaine note d'ailleurs dans sa thèse que « Les galeries dont les propriétaires ne sont pas directement menacés par les lois raciales sont soit fermées, soit discrètes pendant les premiers mois de la Seconde Guerre mondiale, ceux de la débâcle et de l'exode »³⁷. À l'inverse des marchands et galeries formant des micro-structures quasiment inconnues, Julie Verlaine a bien montré dans son ouvrage fondateur sur les galeries d'art contemporain après la Libération que la « légende rose »³⁸ des pères fondateurs, des marchands modèles (tels que Paul Durand-Ruel, Georges Petit ou encore Ambroise Vollard) est en cours d'élaboration dans l'entre-deux-guerres.

Les galeries qui composent notre corpus regroupent ainsi des marchands d'une importance inégale sur le marché de l'art et proposant des modèles de galeries très hétérogènes, d'un point de vue fonctionnel, administratif, social, économique et artistique. On remarque ainsi que le seul véritable point commun entre tous ces marchands est le fait de consacrer une part importante du financement de leur activité professionnelle à l'édition. Néanmoins il paraît cohérent d'affirmer que l'hétérogénéité des marchands a donné lieu à une pluralité et à une hétérogénéité tout aussi forte de leurs éditions. Nos problématiques de recherche nous ont amené à déterminer un corpus un peu plus restreint au sein même du corpus général de trois galeries connaisseables³⁹, c'est-à-dire pour lesquelles l'étude menée pourra être plus approfondie en terme de compréhension du fonctionnement interne de la galerie notamment car nous possédons pour ces trois galeries des fonds d'archives plus complets.

Questionnements : D'une intermédiation à une médiation artistique ?

Plusieurs approches se croisent dans cette étude, elles ont toutes en commun de s'interroger sur la place de ces structures mêlant les activités de galeries et de maisons d'éditions sur le

37 Julie Verlaine, *Les galeries d'art contemporain à Paris*, op. cit. p. 24.

38 Julie Verlaine, op. cit. pp. 43-44.

39 Il s'agit de la galerie des Quatre-Chemins, de la galerie de l'Effort Moderne ainsi que de la galerie Cahiers d'art pour lesquelles nous possédons des fonds d'archives.

marché de l'art ainsi qu'au sein d'une vie culturelle enthousiaste et d'une émulation artistique et intellectuelle riche dans les années folles puis au cours des années 1930, marquées cependant par la crise économique mondiale de 1929.

Il s'agit tout d'abord de faire le portrait, refusant toute hagiographie, d'un acteur de la vie artistique et culturelle parisienne en relevant les caractéristiques communes aux galeries d'édition et en soulignant leurs différences pour tenter de cerner leurs modes de fonctionnement et leurs objectifs tant économiques qu'artistiques. Cette question de la description la plus fidèle et objective des établissements étudiés permettra de mettre en lumière la rupture mais aussi les évolutions du modèle en regard des galeries plus anciennes ou simplement plus « traditionnelles ». En marquant par là les apports novateurs et les abandons des usages conventionnels de nos « galeries d'édition », il convient de donner à cette étude un caractère critique permettant de constater l'émergence d'un nouvel acteur sur le monde de l'art en ce qu'il a de bénéfique et de désavantageux pour la fonction traditionnelle de marchand de tableaux. Ce constat amène tout naturellement à s'interroger à la fois sur la nature et sur les fonctions assurées par ce nouvel acteur. De fait, se pose la question de l'intermédiation ou de la médiation promise par ce modèle. Si les intermédiaires mettent en contact une personne avec une autre ou plusieurs entre elles, le rôle du médiateur n'est pas seulement de mettre en relation deux individus, il intervient aussi dans le transfert d'un savoir ou d'une connaissance. Ces différents champs d'intervention semblent nécessiter chez le médiateur certaines compétences (en terme de communication, de pédagogie, de diplomatie, etc). Ainsi l'intermédiaire semble adopter une position que l'on peut penser plutôt « passive » à l'égard des deux personnes qu'il met en relation (dans le cas de notre étude, l'artiste et le collectionneur) et purement économique : son rôle de messenger non spécialisé, de passeur d'une création artistique est récompensé d'une certaine somme d'argent (un salaire en somme). Tandis que le médiateur apparaît comme plus autonome, il occuperait une place à part entière dans cette triangulation artistique. De fait, il ne se contente pas de transférer la toile de l'atelier de l'artiste au cabinet du collectionneur, le médiateur est spécialisé et on s'accorde pour lui attribuer des compétences de définition de la valeur artistique d'une œuvre, de transmission du message qui est le sien, ceci dans le but de rendre compréhensible au public, averti ou amateur, l'œuvre présentée. Il s'agit donc de s'interroger sur le degré d'intermédiation ou de médiation assumé par les galeries d'édition de notre corpus.

La polyvalence de l'acteur étudié semble par ailleurs nourrir ce débat entre médiation et intermédiation. En effet, les galeries d'édition sont caractérisées par une hybridité, plus ou

moins parfaite, de leurs fonctions. La composition d'éléments de différentes natures est d'ailleurs revendiquée par les marchands de tableaux et les programmes des galeries :

« Les Éditions Bonaparte publieront des livres, exposeront des tableaux, organiseront des conférences privées. Mais leur objet n'est pas de grouper au hasard des livres, des toiles, des sculptures et de les présenter au public dans un but strictement commercial. Leur ambition est plus haute. »⁴⁰

Le programme des Éditions Bonaparte⁴¹, rédigé par Waldemar George, un important critique d'art et auteur de nombreuses monographies d'artistes du premier XX^{ème} siècle, laisse songeur. Quelle « haute ambition » incita, pendant l'entre-deux-guerres, des institutions à se doter de trois fonctions artistiques : l'édition, l'exposition, la vente de livres ? L'activité éditoriale distingue les galeries d'édition sur un marché de l'art en forte expansion à cette époque, les publications permettant la production d'un discours artistique (qu'il soit d'ordre publicitaire ou critique). Ainsi l'hybridité qui caractérise les modèles étudiés tend à faire penser que de nouveaux médiateurs artistiques se font jour à Paris dans l'entre-deux-guerres puisqu'il ne s'agit plus d'intermédiaires atones ou indifférents (nuançons néanmoins cette passivité, les galeries traditionnelles élaborent tout de même, en exposant un tableau, une valeur artistique) mais bien d'acteurs qui construisent des valeurs et de la légitimation artistiques non seulement par l'accrochage des cimaises mais surtout par le biais de l'imprimé, qui permet une diffusion à un public plus large que les seuls visiteurs avertis des galeries.

Depuis le XIX^{ème} siècle l'emprise du marchand d'art dans la création contemporaine n'a cessé de croître et son rôle d'intermédiaire entre l'artiste et son temps est devenu primordial. L'évolution et le dépassement du modèle de la galerie traditionnelle semble se faire véritablement jour dans l'entre-deux-guerres grâce aux nouveaux acteurs étudiés lors cette recherche. Dans cette perspective, il est donc intéressant de se pencher sur les galeries d'édition qui créent un pont entre l'édition et l'exposition et propose en cela une nouvelle médiation dont l'enjeu est de construire les bases idéologiques d'un nouveau mode de diffusion de l'art contemporain. Les modèles de commerce artistique hybride proposés par les marchands d'art-éditeurs permettront de mettre en lumière un rapprochement idéologique, économique, mais aussi géographique entre le marché de l'art et le marché de l'édition et du livre pendant l'entre-deux-guerres.

40 Programme des Éditions Bonaparte par Waldemar George, *GAL 172, Pochette Galerie Bonaparte*, Cartons Verts Galerie jusqu'à 1970, INHA.

41 La galerie d'édition Bonaparte est située au 12 rue Bonaparte dans le 6^{ème} arrondissement parisien. Elle est dirigée par le néerlandais Léonard Emmanuel Van Leer et semble avoir ouvert ses portes en 1921.

Afin de répondre aux différents questionnements que pose notre sujet de recherche, nous proposons de brosser tout d'abord un portrait du marché de l'art et des acteurs étudiés. Le marché de l'art parisien dans l'entre-deux-guerres présente une conjoncture favorable au développement d'un nouvel acteur du monde de l'art (nous tenterons de rendre compte à la fois du contexte économique avantageux et de l'émulation artistique et intellectuelle de la capitale française). Cette émergence de galeries d'édition donne lieu à une hétérogénéité de marchands de tableaux et de modèles de galeries qu'il conviendra de définir.

L'importance accordée à l'édition qui constitue toute la problématisation et tout l'enjeu du sujet trouvera ensuite une place privilégiée dans notre étude. L'imprimé est-il utilisé comme un espace publicitaire, comme un instrument de diffusion ou comme un prétexte au discours de légitimation artistique ? Autant d'interrogations qui permettront d'aborder à la fois les catalogues d'exposition, les livres illustrés et les revues publiés par les galeries d'édition, témoignant de l'intérêt croissant pour l'imprimé qui se place au centre des préoccupations de l'avant-garde dans l'entre-deux-guerres.

Enfin, les galeries d'édition devront être étudiées en regard du marché de l'art parisien et international. De fait, leur intégration, leur évolution, leur portée expressive doivent être pensées dans une perspective d'échanges, de transferts et de flux (artistiques et économiques), renouvelés par l'utilisation de l'imprimé, au sein du réseau du marché de l'art, constitué d'une pluralité d'acteurs.

PARTIE I

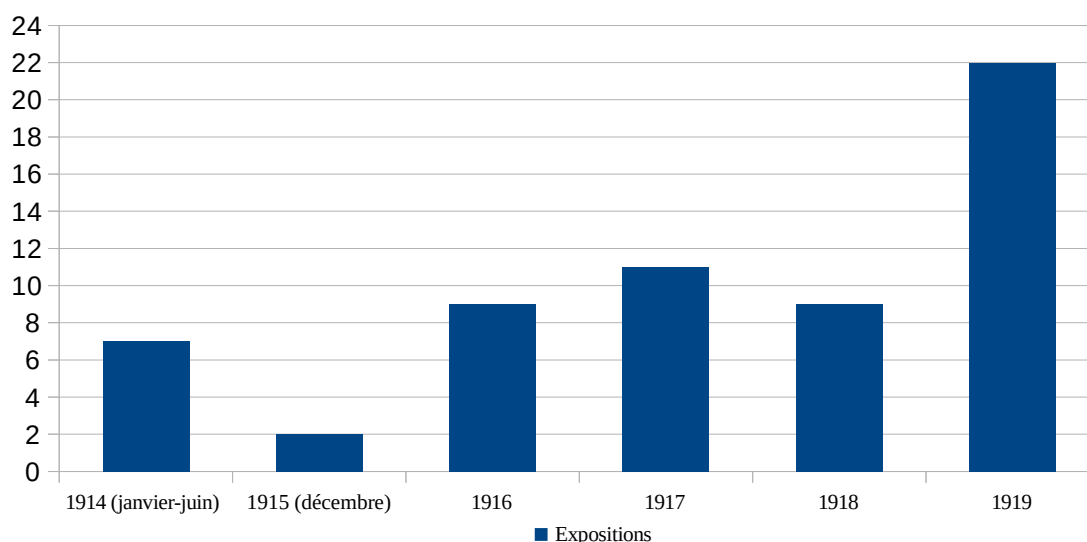
UNE NOUVELLE MÉDIATION ?

CHAPITRE I

Le marché de l'art parisien dans l'entre-deux-guerres

Lorsque, le 11 novembre 1918, est proclamée l'armistice, le marché de l'art a déjà retrouvé une partie de son dynamisme depuis l'année précédente et les renouvellements plus profonds – concernant les galeries ou le monde de l'art en général – opéreront de manière plus progressives au cours de 1919. De fait, l'organisation d'expositions est ralentie pendant la Première Guerre mondiale mais ces dernières ne sont pas inexistantes. Si Malcolm Gee⁴² ne note pas d'expositions entre le mois de juin 1914 et le mois de décembre 1915, elles reprennent ensuite au cours de 1916 de façon plus ou moins chaotique et l'historien en dénombre 27 jusqu'à la fin du conflit en novembre 1918⁴³, à un rythme d'environ une par mois en prenant en compte la relâche estivale. Parmi elles, on note par exemple une exposition d'André Derain chez Paul Guillaume du 15 au 21 octobre 1916 ou encore un accrochage Modigliani à la galerie Berthe Weill du 3 au 30 décembre 1917.

Figure 2 : Expositions réalisées à Paris pendant la Première Guerre mondiale



42 Malcolm Gee, *Dealers, critics and collectors of modern painting : Aspects of the Parisian Art Market between 1910 and 1930*, Garland Publishing, New-York & Londres, 1981, pp. 239-252.

43 Soit 2 en 1915 ; 9 en 1916 ; 11 en 1917 ; 5 en 1918 (jusqu'en novembre, soit 9 sur toute l'année).

On remarque ainsi qu'après un an et demi d'un marché de l'art atone, les affaires reprennent progressivement. On observe que déjà au cours de l'année 1916, Léonce Rosenberg signe plusieurs contrats d'exclusivité avec des artistes qui ne prendront effet qu'à dater de la conclusion définitive de la paix⁴⁴. La formation de nouvelles relations pendant cette période de conflit porte en gestation la volonté de dynamisme voire même de renouvellement et de re-configuration du marché de l'art parisien qui prendra son plein essor dans les années 1920 et dont les galeries d'édition vont être des acteurs de premier plan.

Plusieurs éléments font alors de Paris un lieu unifié par sa culture et son économie dans les années 1920, expliquant ainsi l'expansion du marché de l'art de la capitale et l'émulation artistique et intellectuelle qui s'y développe.

A° Le dynamisme de l'après-guerre

« Après la guerre, l'élan pour la peinture ne devait pas fléchir. Tout le monde continua de plus belle à acheter et à vendre des tableaux. [...] Le long de certaines rues, chaque boutique était une vitrine de marchand de tableaux⁴⁵. Et je ne parle pas des trafiquants en chambre. »⁴⁶

A l'instar d'Ambroise Vollard, le monde de l'art – marchands, artistes, critiques – s'accorde pour reconnaître, au sortir de la Première Guerre mondiale, que la vitalité économique des années 1920 favorisa le dynamisme du marché de l'art parisien et l'apparition de galeries aux structures et activités novatrices, telles celles qui nous intéressent pour cette étude.

« *Les galeries poussaient comme des champignons* »⁴⁷

Le dynamisme du marché parisien d'art contemporain, au début du XX^{ème} siècle était universellement reconnu. A tel point qu'en 1931, Grete Ring, directrice de la galerie Paul Cassirer de Berlin tentait de comprendre pourquoi les jeunes artistes français se vendaient mieux que

44 Prenons comme exemples les contrats d'exclusivités signés avec Jean Metzinger le 15 juin 1916 (archives de la Bibliothèque Kandinsky, fonds Rosenberg, B.17, METZINGER 10422.721), avec Henri Laurens le 20 avril 1916 (archives de la Bibliothèque Kandinsky, fonds Rosenberg, B.5) ou encore avec Auguste Herbin le 18 avril 1916 (archives de la Bibliothèque Kandinsky, fonds Rosenberg, B.7, HERBIN 10422.310).

45 Ambroise Vollard évoque sans doute ici les rues Laffitte ou La Boétie, sur la rive droite, qui accueillait alors un grand nombre de galeries.

46 Ambroise Vollard, *Souvenir d'un marchand de tableaux*, op. cit. p. 342.

47 Ambroise Vollard, *Souvenir d'un marchand de tableaux*, op. cit. p. 342.

leurs homologues allemands⁴⁸, il s'agissait pour elle des conditions particulières dans lesquelles le « jeu » entre artistes, marchands, critiques et collectionneurs se manifestait à Paris. Le rôle de l'argent y était accepté par tous et une « hiérarchie de marchands et d'amateurs [...] assurait le bon fonctionnement des mécanismes de sélection et de promotion de jeunes inconnus »⁴⁹. Ce système parisien favorisait alors l'art moderne et les instances de sa diffusion, si bien qu'on dénombre plus de 200 galeries en 1930 contre environ 130 en 1911⁵⁰ soit une expansion particulièrement rapide (environ 18 % en vingt ans) notamment entre 1919 et 1922 et 1925 et 1930. Cet accroissement du nombre de galeries est souvent évoquée par la presse contemporaine, André Salmon observe ainsi en 1920 : « chaque jour [...] nous voyons surgir un nouveau marchand de tableaux »⁵¹. L'essor du marché de l'art parisien s'amorça ainsi dès le début des années 1920 (malgré la crise économique de 1921) jusqu'à connaître un vrai « boom » autour de 1926 aidé par la chute vertigineuse du franc (qui rendait bon marché les œuvres d'art achetées à Paris par les amateurs internationaux munis de monnaies fortes)⁵². Ce faible coût de la vie par rapport aux États-Unis incita de nombreux américains (parfois désargentés) à immigrer à Paris au tournant du siècle, le franc ne cessa de se dévaluer par rapport au dollar et les fortunes américains dilapidées sur le marché parisien fortifièrent l'économie jusqu'au krach boursier de 1929. A cette demande croissante répondait une production artistique dynamique : « c'est bien l'âge d'or de la peinture »⁵³ commente alors Tériade à propos du quatrième Salon des Tuileries⁵⁴, et Louis Vauxcelles de noter en 1924 : « Vingt-cinq expositions par semaine... Que deviennent tous ces tableaux ? »⁵⁵ puis en 1926 : « Il est à présumer que la profession de marchand de tableaux est assez lucrative puisqu'on nous annonce l'ouverture d'une demi-douzaine de galeries, sur l'une et sur l'autre rive »⁵⁶. Ces conditions, économiques et artistiques, favorables promettaient alors d'importants bénéfices aux galeries qui s'occuperaient de l'avant-garde.

48 Grete Ring, « Der junge Kunstler und sein Handler in Paris und Berlin » dans *Kunst und Künstler*, XXIX, 1930-1931, pp. 178-179.

49 Malcolm Gee, « le réseau économique » dans *L'école de Paris, 1904-1929. La part de l'Autre*. Paris, Musée national d'Art Moderne, 2000, p.127.

50 Nous reprenons ici le nombre total de marchands d'art répertoriés dans l'*Annuaire de la curiosité, des Beaux-Arts et de la Bibliophilie*.

51 Lettre du 22 juillet 1916, cité dans Juan Gris, *Correspondances avec Léonce Rosenberg 1915-1927*, textes présentés, établis et annotés par Christian Derouet, *Les Cahiers du Musée national d'art moderne*, Hors série / Archives, 1999, pp. 33-34.

52 La multiplication des prix atteints à l'Hôtel Drouot nous semble à cet égard significative, les prix des toiles de Modigliani par exemple furent multipliés par 20.

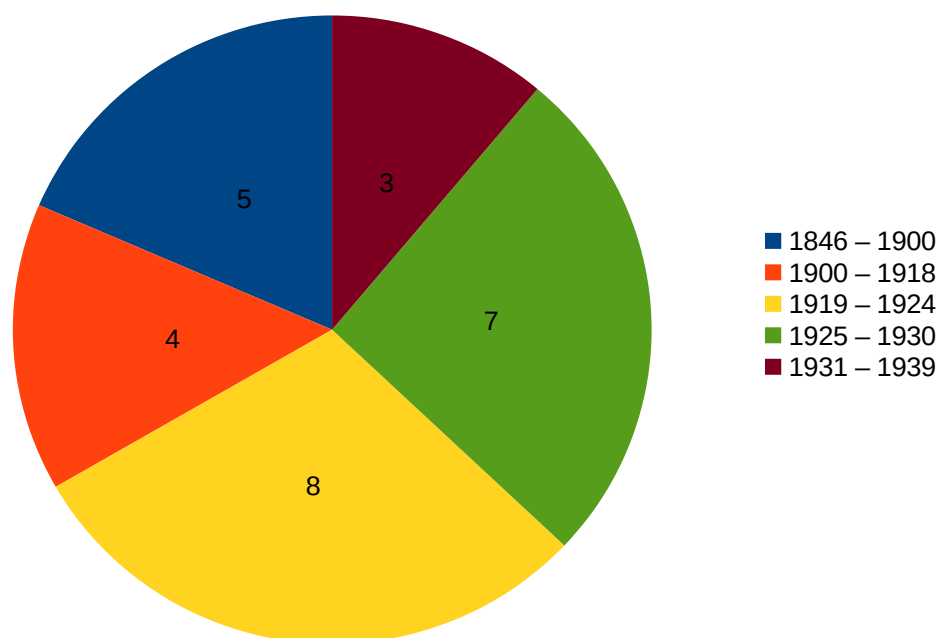
53 *Cahiers d'art*, n°5 juin 1926, pp. 109-112.

54 On constate en effet toujours la présence importante de Salons, les lieux de rassemblement et de confrontation gardant leur attrait pour beaucoup d'artistes (notamment pour ceux qui n'avaient pas trouvé de soutien financier solide) malgré la prise d'ampleur des galeries.

55 Louis Vauxcelles, *Le Carnet de la Semaine*, 9 mars 1924.

56 Louis Vauxcelles, *Le Carnet de la Semaine*, 24 janvier 1926.

Figure 3 : Les créations de galeries d'édition entre 1846 et 1939



En effet, on remarque par ailleurs (cf. figure 3) qu'au sein de notre corpus de vingt-sept galeries étudiées, quinze furent créées au cours de la première décennie qui nous intéresse, les années 1920, dont huit entre 1919 et 1924 (la première période d'expansion économique) et sept entre 1925 et 1930 (le second « boom » du marché de l'art parisien). Certes on notera également que huit galeries voient le jour entre le milieu du XIX^{ème} siècle et la Belle Époque⁵⁷ (soit une période beaucoup plus étendue), mais les années vingt restent un tournant et un moyen d'impulsion pour les galeries. Ainsi la galerie Berthe Weill (fondée en 1901) déménage en 1919 (au 46 rue Laffitte, dans l'ancienne galerie Clovis Sagot) et inaugure dans le même temps sa librairie artistique. De la même manière la galerie Bernheim-Jeune (ouverte en 1863) fonde sa revue, *le Bulletin de la vie artistique* en décembre 1919 et change de locaux en 1924⁵⁸. Enfin on observe également que les autres galeries fondées entre 1850 et 1918 connaissent presque toutes (à l'exception de la galerie Vollard qui fait figure à la fois de pré-

57 La plus ancienne galerie de notre corpus, la maison Braun & Cie, fut créée en 1857.

58 Elle déménage du 25 boulevard de la Madeleine au 83 faubourg Saint-Honoré.

curseur, d'exception et de modèle au sein de notre corpus) un changement, une évolution dans leur structure dans l'immédiat après-guerre ou au début des années 1920 : *Les Arts à Paris*, organe de la galerie Paul Guillaume, sont créés en 1918 ; Jacques Povolowsky débute dans le milieu éditorial au sortir de la Première Guerre mondiale ; la galerie Sagot Le-Garrec publie son premier numéro de *L'Amateur d'Estampes* en 1921, etc. Ainsi, si plusieurs galeries de notre corpus sont créées dans la seconde moitié du XIX^{ème} siècle ou le premier quart du XX^{ème} siècle, il n'en demeure pas moins, excepté le cas de la galerie Vollard, que c'est dans l'entre-deux-guerres qu'elles se dotent quasiment toutes d'une double activité d'édition et d'exposition.

La courbe économique permet ainsi d'expliquer en grande partie la création de nouvelles galeries dans les années 1920. En étudiant de manière plus détaillée l'émergence des galeries d'édition, on note qu'elles sont fondées de manière espacée entre 1857 et le début du XX^{ème} siècle, à raison d'une tous les dix voire vingt ans. Ce rythme s'accélère à partir de la Première Guerre mondiale (fondation d'une galerie d'édition tous les deux ans environ) avec un pic de création de galeries entre 1924 et 1926 (7 sont créées pendant ces trois années). Cette courte période est un moment de dynamisme très fort des galeries qui exposent et éditent de façon importante : la galerie des Quatre-Chemins, par exemple, ouvre ses portes au public en 1925 et semble perdurer jusque dans les années 1950⁵⁹. La période de plus intense activité se trouve cependant entre 1925 et 1929, on y recense alors soixante-dix expositions⁶⁰ et 25 livres édités⁶¹ (sans compter la revue *Formes* qui paraît de 1929 à 1934). Le marché de l'édition connaît d'ailleurs également une envolée en 1924. Le nombre des éditions de luxe ainsi que des livres illustrés augmentent de façon importante après la première Guerre Mondiale et surtout à partir de 1924⁶² : la production passant selon Mahé, de 470 titres en 1923 à 1128 en 1928. Il semble donc essentiel pour les galeries de joindre aux recherches plastiques fécondes de l'entre-deux-guerres, le rayon des livres indispensable à l'avant-garde, afin de se poser en tant que pôle culturel de la capitale. De façon plus générale, on notera que si sur les quinze revues étudiées, la parution de seulement trois d'entre elles débuta entre 1924 et 1927, sur les deux cent soixante-six livres édités (entre 1919 et 1939) par les galeries du corpus, soixante-treize furent publiés entre 1924 et 1927 (soit la période de forte création de galeries d'édition). Cette riche

59 Elle était alors tenue par les sœurs Gabrilovitch et est évoquée par Heinz Berggruen (*J'étais mon meilleur client. Souvenir d'un marchand d'art*, Paris, L'Arche, 1997, p. 77).

60 Cf. Annexe II.2 Les expositions.

61 Cf. Annexe II.3 Les éditions. Figure 2. Les livres.

62 Cf. Courbe statistique de l'édition du luxe publiée en France de 1900 à 1928 d'après la bibliographie de Raymond Mahé, H.-J. Martin et R. Chartier (dir.), *Histoire de l'édition française, le livre concurrencé* (volume 4), Paris, Fayard, 1991, p. 414.

phase d'épanouissement et de prise d'ampleur de galeries innovantes d'un point de vue administratif témoigne à la fois de la pertinence d'une vision évolutive des galeries d'édition au prisme de la conjoncture économique et à la fois d'une volonté concomitante de dynamisme de la part des galeries qui tentent de s'affranchir de la rigidité du modèle hérité du XIX^{ème} siècle (en proposant des activités d'exposition et d'édition), au même titre que les artistes anti-académiques à cette période.

L'art moderne, un investissement ?

Il faut également noter que, outre cette dynamique économique, le marché de l'art contemporain parisien était un marché spéculatif où il fallait investir pour espérer tirer profit d'une production artistique. La spéculation autour des œuvres d'art, conjoncturelle aux années de conflit, fut suivie au début des années 1920 d'un gonflement de l'offre lors du séquestre et de la liquidation des collections des ressortissants de nationalité allemande. Environ mille cinq cents tableaux sont dispersés sur le marché après les ventes Wilhelm Uhde et Daniel-Henri Kahnweiler à l'Hôtel Drouot entre 1921 et 1923⁶³, conduisant à une certaine instabilité des prix mais permettant également la relative promotion de l'art vivant, chacun spéculant sur la hausse de la cote d'un artiste.

« Ces ventes donnèrent lieu à des reventes, à des échanges, à des gains, à des révisions, à un enthousiasme, à des controverses, à des violences, à toute une vie nouvelle du marché de la peinture moderne. [...] Mais ce qui fit l'importance capitale de ces ventes de séquestres de guerre, c'est que leur liquidation partage brutalement l'avant-guerre et l'après-guerre. Elle classe les peintres dont les œuvres composèrent ces ventes en peintres arrivés »⁶⁴

Ces propos du collectionneur André Level illustre bien le fait que l'art vivant est devenu un investissement après-guerre et que le renouvellement imposé par la Première Guerre mondiale est moins de l'ordre d'une rupture avec l'art et les galeries d'avant-guerre que d'un regain de dynamisme à l'égard des jeunes créations. Ainsi la vente de l'art moderne est une activité qui intéresse aussi bien les marchands d'art (Kahnweiler, qui voit ses biens confisqués, ouvre une nouvelle galerie, la galerie Simon, rue Astorg dès 1920 sous le nom de son nouvel associé), que les professionnels du négoce.

63 Raymonde Moulin, *Le marché de la peinture en France*, Paris, Éditions de Minuit, 1967, p. 37.

64 André Level, *Souvenirs d'un collectionneur*, Paris, Alain C. Mazod, 1959, pp. 71-72.

Ces règles spéculatives furent par ailleurs comprises par les artistes, et le marchand, allié parfois même « ami » de ses artistes savait gérer ce rapport délicat qui était généralement régie par un contrat ou au moins une simple entente entre les deux parties (stipulant notamment les conditions financières, la quantité et la durée). La tendance générale pour la structure monopolistique (c'est-à-dire le contrat d'exclusivité conclu entre le marchand et l'artiste qui est notamment mis en place par Daniel-Henri Kahnweiler, ce dernier veut alors par ce biais s'assurer, au début du XX^{ème} siècle, l'exclusivité et le droit de première vue sur ses peintres cubistes, Braque et Picasso) facilite les « jeux d'entrepreneurs »⁶⁵. Assuré de la production de l'artiste, le marchand peut prendre plus de risques sur le marché.

Une nouvelle génération de marchands naît donc au sortir de la Première Guerre mondiale, ces marchands entreprenants qui constituent notre corpus apportent leur soutien à la création moderne et contemporaine : Jeanne Bucher transforme par exemple sa bibliothèque étrangère en galerie d'avant-garde en 1925 et y expose des artistes cubistes, Léger, Lurçat, Lipchitz, etc. Les tableaux étaient achetés puis revendus quelques mois plus tard avec de substantiels bénéfices. Cette rapidité intrinsèque à la découverte d'artistes d'avant-garde entretient l'émulation artistique du marché parisien. De la même façon, la bibliophilie fut considérée comme une valeur-refuge et subit une forte spéculation dans l'entre-deux-guerres. Certains éditeurs tirèrent leur épingle du jeu en visant des publics restreints mais aisés : c'est ainsi la politique choisie par des maisons d'éditions telles que les Éditions du Sagittaire, La Sirène mais également par des galeries d'édition comme par exemple Au Sans Pareil ou encore les Éditions Surréalistes faisant partie de notre corpus. L'avènement de nouvelles médiations artistiques regroupant expositions et éditions est donc à étudier au prisme de la conjoncture économique spéculative entre 1919 et 1939, la réunion des deux activités permettant de répondre plus rapidement et plus efficacement aux productions d'avant-garde et assuraient ainsi un bénéfice plus important à ces galeries d'édition.

B° Les années folles : l'émulation artistique et intellectuelle parisienne

Raymonde Moulin note un fait social nouveau dans l'euphorie de l'après guerre⁶⁶ : l'évolution du comportement de la haute société parisienne face à l'avant-garde artistique, les valeurs scandaleuses devinrent des valeurs mondaines et l'art vivant suscitait l'enthousiasme.

65 Raymonde Moulin, *Le Marché de la peinture en France, op. cit.*, p. 34.

66 Raymonde Moulin, *Le Marché de la peinture en France, op. cit.*, p. 36.

C'est ainsi ici l'occasion de faire un point sur les tendances artistiques d'avant-garde prégnantes⁶⁷ en regard des mouvements exposés par les galeries ou présents dans les ouvrages publiés. En effet, le pic de création de galeries entre 1924 et 1926 ne peut s'expliquer uniquement par la croissance économique, il s'agit également d'un moment d'émulation artistique. De fait, entre 1919 et 1939, s'étend une période historique qui semble, dans le champ de la création artistique, dominée par l'épanouissement à la fois des abstractions (De Stijl, le constructivisme, Abstraction-Création, Cercle et Carré, etc), de la vague dadaïste puis l'imagerie surréaliste⁶⁸ et enfin par la permanence du post-cubisme ou encore des réalismes⁶⁹ (regroupant les genres artistiques fidèles à l'observation de la réalité, les thèmes les plus abordés étant les portraits, les paysages, les natures mortes, ou encore les scènes de genre). On peut également noter la présence dans l'entre-deux-guerres de l'École de Paris. Cette appellation générique est problématique car elle ne renvoie pas à un groupe d'artistes opérant des recherches plastiques similaires (leurs caractéristiques esthétiques et formelles allant du cubisme à une certaine expressionnisme). L'expression employée par André Warnod dans un article de la revue littéraire *Comœdia* en 1925 désigne les artistes étrangers réunis dans la capitale française, attirés par la vitalité intellectuelle et culturelle de la capitale ainsi que par son atmosphère de liberté. De manière générale, les galeries étudiées exposent plutôt l'avant-garde artistique que ce soit l'art subversif Dada ou surréaliste (chez Au Sans Pareil, Jeanne Bucher ou encore à la galerie La Cible ou la galerie Surréaliste). Mais il s'agit de ne pas faire de généralités conduisant à l'hagiographie, car on remarque également que certaines galeries, sans être particulièrement réactionnaires ou opposées aux courants artistiques contemporains, exposent dans les années 1920 essentiellement des artistes qui sont à un moment de reconnaissance de leur art (et donc qui ne sont pas spécialement novateurs ou controversés sur le marché). Ainsi par exemple, si la galerie des Quatre-Chemins expose des dessins Surréalistes en 1935, elle organise également des accrochages d'artistes « en vogue » à cette époque, à l'instar de Georges Rouault ou de Grommaire.

De la même façon, les ouvrages publiés reflètent ces choix esthétiques : *Allo ! Paris !* publié en octobre 1926, est ainsi le fruit d'une collaboration entre Joseph Delteil (né en 1894, ce dernier écrit son premier roman en 1922, il a travaillé avec Marie Laurencin et Sonia Delau-

67 On remarquera que seuls les premiers abstraits, Kupka, Mondrian, Malévitch, etc ne sont pas, ou très peu, représentés dans les galeries d'édition étudiées.

68 On remarquera d'ailleurs que les années 1924, 1925 correspondent à l'affirmation du mouvement surréaliste.

69 Souvent délaissés par l'historiographie, l'exposition qui s'est tenue au Centre Pompidou en 1980 (les Réalismes 1919-1939, entre révolution et réaction) tentait de redonner ses lettres de noblesse aux courants réalistes ainsi que la place qui lui revient au sein de la création artistique dans l'entre-deux-guerres. Cf. Jean Clair (dir.), *Les Réalismes, 1919-1939*, Paris, Éditions du Centre Pompidou, 1980.

nay notamment et fut récompensé pour son livre *Jeanne D'Arc* en 1925) et Robert Delaunay (né en 1885, il commence à peindre dès 1904-1905 et élabore la plupart de ses théories artistiques, parmi lesquels l'orphisme, surtout dans l'avant-guerre aux alentours de 1912-1914), deux artistes à un moment de reconnaissance certaine de leurs œuvres. Dans tous les cas, la prodigalité artistique qui caractérise l'entre-deux-guerres a sans aucun doute contribué à l'émergence de galeries d'art pour soutenir les courants émergents. Le nombre d'expositions en forte augmentation, comme cela est souligné par les historiens du marché de l'art ou les critiques contemporains, se vérifie dans le corpus composé pour notre étude⁷⁰.

Les années 1920 sont ainsi véritablement une période de triomphe du marchand comme figure centrale du marché de l'art au détriment des salons, on remarque d'ailleurs que tous les mouvements artistiques contemporains sont représentés dans les galeries d'édition formant le corpus de notre étude (l'avant-garde subversive avec le surréalisme, l'école de Paris, le cubisme et le primitivisme hérité du premier quart du XX^{ème} siècle, ou encore la peinture de tradition française). De plus, les galeries sont le lieu par excellence de la création artistique, de naissance d'une sociabilité et d'une communauté artistique.

C° Le moment d'une conciliation et d'un rapprochement des milieux littéraires et artistiques

De nouvelles sociabilités

L'étude de lieux commerciaux à la frontière entre le marché de l'art et celui du livre nous permet de constater que l'entre-deux-guerres est le moment de formation d'une communauté d'artistes s'affranchissant du cloisonnement des disciplines artistiques et de la création individuelle dans des ateliers. En effet, les galeries d'édition sont un lieu de rencontre entre les peintres, les écrivains et hommes de lettres, cette collaboration prend tout d'abord forme à travers les ouvrages publiés par les galeries : parmi ces derniers beaucoup sont, de fait, des livres dits « d'artistes », c'est-à-dire des livres dont les illustrations et le texte sont pensés conjointement de la part des deux « auteurs ». L'emblématique ouvrage, *Les Mains Libres*, publié pour la première fois aux éditions Jeanne Bucher en 1937 est un exemple parfait de cette construction d'un livre à deux, à partir de rencontres entre dessins et poèmes écrits. Dans la quête surréaliste en générale, la collaboration fondée sur la loi de l'inattendu joue un rôle moteur.

70 Cf. tableau de synthèse des expositions, annexe II. 2.

L'écriture à plusieurs, particulièrement lorsque l'un propose du voir et l'autre du dire, est tentée comme exploration des relations possibles entre les individus. Le dessin n'est ici plus un instrument banal de l'écriture mais il préexiste à l'écrit et constitue la matière d'un genre littéraire nouveau. Ce moment de collaboration (initiée donc, grâce au mouvement surréaliste et aux galeries qui permettent à cette esthétique de se mettre en place) constitue un préalable officielle à l'élaboration de communauté d'artistes comme moteur de la création artistique dans l'entre-deux-guerres. En effet, suite à cette réunion voulue par les marchands, s'élabore une sociabilité de groupe, qui permet une nouvelle émulation artistique et étend les capacités de diffusion de la galerie⁷¹. Le modèle économique et commercial des galeries d'édition qui se met en place dans l'entre-deux-guerres semble ainsi influencer sur la création artistique et vice et versa. Ceci permet de redessiner à cette période le paysage artistique et la carte des marchés de l'art parisien. De fait, les regroupements des œuvres de peintres et d'écrivains dans un seul lieu semble correspondre à un rapprochement des marchés de l'art et du livre dans les années 1920.

Quelle implantation dans l'espace parisien ?

Les principales études portant sur l'affermissement du système marchand au début du XX^{ème} siècle établissent une typologie des marchands en fonction de leur localisation géographique, l'idée que le lieu où les galeries s'installent correspond au modèle selon lequel elles se développent est prégnante. Ainsi Malcolm Gee et Raymonde Moulin, nos deux références historiographiques concernant le marché de l'art, s'accordent sur le fait qu'au XIX^{ème} siècle le quartier associé à l'art se trouve être le quartier des affaires de Paris, situés entre la Madeleine, la Trinité et la rue du Faubourg Montmartre. Les marchands d'art « consacré » y côtoyaient ceux de l'avant-garde. Au tournant du XX^{ème} siècle un nouveau quartier de lieux d'exposition voit le jour, celui du VIII^{ème} arrondissement (dont l'épicentre est la rue La Boétie et la rue du Faubourg Saint-Honoré). Le prestige de ce quartier d'art perdure dans l'entre-deux-guerres mais une géographie plus spécifique des marchands d'art d'avant-garde se structure entre la rive gauche et la rive droite, au profit de Montparnasse et du triangle de la rue de Seine, la rue Jacob et la rue Bonaparte. Ainsi si la rue de la Boétie est connue comme la rue des grandes galeries au début de la décennie on note une forte implantation des petites galeries d'art autour de la rue de la Seine, 13 y seraient installées en 1930 selon Malcolm Gee⁷². Parmi les galeries

71 Ces questions de transferts et flux artistique seront développées de façon plus approfondies dans le Chapitre III de notre étude.

72 D'après Malcolm Gee., *op. cit.* p. 38. Citant André Fage.

étudiées, quatorze se trouvent rive droite et onze rive gauche⁷³ (trois galeries n'ont pu être localisées précisément) mais cette disproportion disparaît lorsque l'on s'intéresse aux chiffres par arrondissement puisque neuf sont situées dans le VIII^{ème} et neuf également dans le VI^{ème}, les autres galeries de notre corpus se trouvant dans les quartiers limitrophes de ces deux arrondissements (rue Godot de Mauroy dans le IX^{ème} pour la galerie des Quatre-Chemins par exemple) : le marché de l'art se diffusant ainsi de manière plus clairsemée dans les IV^{ème} et XIV^{ème} arrondissements pour la rive gauche et se quittant peu à peu le IX^{ème} arrondissement pour se concentrer dans le VIII^{ème} rive droite. La localisation des galeries correspondrait alors à l'opposition topographique du marché de l'art constatée à cette période entre la rive droite à la rive gauche.

Cependant, notons que la distribution géographique correspondrait selon Malcolm Gee à l'évolution des considérations sur la peinture produite : plus elle est connue, mieux elle est évalué économiquement, et plus elle est vendue loin de ses lieux de production. Le schéma évolutif idéal serait le suivant : les petites galeries débutent à Montparnasse, découvrent de jeunes artistes à qui elles achètent des toiles à un prix relativement bas. Lorsque l'artiste est devenu plus reconnu il obtient un contrat avec une grande galerie située rive droite. La « petite » galerie profite également de ce succès, les bénéfices réalisés lui permettant de se rapprocher des magnats de la rue la Boétie par exemple. Raymonde Moulin compare d'ailleurs le marchand de la rive gauche à un « romantique », plus attiré par la peinture que le commerce et qui fait de sa galerie une sorte de club de fréquentation où se rencontrent quotidiennement les artistes de même tendance pour discuter de leurs recherches plastiques respectives. Mais faute de moyens financiers ou de sens des affaires ces marchands peinent à défendre commercialement les artistes qu'ils exposent. D'autre part, Christian Derouet dans l'ouvrage qu'il dirigea en 1994 sur la galerie Jeanne Bucher définit la spécificité des petites galeries de la rive gauche de manière plutôt architecturale : « Qu'elles soient rue de Seine ou rue des Beaux-Arts ou rue du Cherche-midi, elles donnaient toutes l'impression d'installations précaires, du moins provisoires, et ne supportaient guère la comparaison avec les institutions aux moquettes épaisses bien électrifiées avec parfois un éclairage zénithal qui sentaient le musée, établies sur la rive droite »⁷⁴. La comparaison avec le musée est révélatrice : c'est un véritable signe de consécration pour un artiste que d'être exposé rive droite. Cependant si les grandes galeries supportent

73 Cf. Annexe III, figure 1, implantation des galeries d'édition dans l'espace parisien entre 1919 et 1939.

74 Christian Derouet et alii (dir.), Jeanne Bucher, une galerie d'avant-garde 1925-1946, Genève, Éditions Skira, 1994, p. 30.

à un moment les jeunes artistes prometteurs elles n'en gardent pas moins pour la majorité un fond d'art du XIX^{ème} siècle par sécurité : ce sont avant tout des marchands de « peinture à la mode »⁷⁵. Ce schéma classique proposant une polarisation avec des marchands de la rive gauche spécialisés dans la prospection de nouveaux talents et des marchands de la rive droite se cantonnant à la peinture reconnue, nous semble quelque peu simplificateur et obsolète. De fait, si certaines galeries d'édition situées rive droite peuvent être considérées dans des galeries consacrées, à l'instar de Bernheim-Jeune ouverte depuis 1863 ou de la galerie Vollard située dans l'emblématique rue Laffitte, il n'en demeure pas moins d'autres galeries de la rive droite présentent un programme artistique et des expositions plus avant-gardistes et novatrices. C'est le cas de la galerie Au Sans Pareil, filiale de la maison d'édition créée en 1919 et située au 37 avenue Kléber dans le XVI^{ème} arrondissement, qui expose l'art dadaïste assez subversif au début des années 1920 puis les artistes surréalistes. De la même façon la célèbre et controversée marchande d'art Berthe Weill avec son franc-parler, assez légendaire dans le milieu de la critique artistique des années 1920, tient boutique au 46 rue Laffitte, rue mythique des grands marchands de la fin du XIX^{ème} siècle et y expose le post-cubisme, mais également le surréalisme et des artistes étrangers de l'école de Paris. Ce mythe « Rive droite / Rive gauche » qui continue de structurer la pensée historique de Paris fut déjà mis à mal par Julie Verlaine⁷⁶.

En effet, ce schéma de polarisation trop nette entre les marchands de la rive droite et ceux de la rive gauche reviendrait à exclure le fait que des amateurs et « découvreurs » de peintures peuvent avoir le sens des affaires et réaliser une synthèse de ces deux grands modèles de marchands. Or les marchands-éditeurs étudiés semblent tous parvenir à assumer pleinement la responsabilité de l'intégration de l'artiste dans le circuit économique, de la promotion publique de l'art en train de se faire. De fait, si la bipolarisation du marché de l'art se met effectivement en place dans l'entre-deux-guerres, on notera que le cas des Quatre-Chemins s'oppose de manière exemplaire au schéma idéal. Avec 20 000 fr.⁷⁷ de capital de départ, la galerie n'appartient pas au réseau des grandes galeries de la rive droite, elle s'installe cependant dans le 9^{ème} arrondissement, de façon sans doute à se rapprocher des magnats qui « font » véritablement l'art à cette époque, se trouver au cœur du marché traditionnel de l'art étant très certainement source de légitimité et valeur artistique⁷⁸. De plus, chaque ne définit pas précisément et

75 Raymonde Moulin, *Le marché de la peinture en France*, op. cit. p. 144.

76 Julie Verlaine, *Les galeries d'art contemporain à Paris*, op. cit.

77 Registre du Commerce de la Seine, fichiers des enseignes, côte Quatre-Chemins, D33U3 1093.

78 De la même façon, la marchande d'art Berthe Weill n'appartient pas à ce milieu des « huiles » et s'installe cependant au 46 rue Laffitte, il faut donc se méfier de ces généralités spatiales qui ne s'avèrent pas systématiquement applicables.

strictement un modèle (sous entendu une forme administrative et un plan au sol) puisque par exemple Jeanne Bucher qui ouvre une librairie-galerie rue du Cherche-midi dans le V^{ème} arrondissement en 1925, loua régulièrement sur la rive droite de vastes locaux pour montrer les sculptures de Jacques Lipchitz (à la Renaissance, rue royale) ou encore Campigli (chez Marie Cuttoli, avec qui elle s'associera par la suite, rue Vignon). Le cloisonnement des galeries de part et d'autre d'un axe formé par la Seine serait donc relativement impertinent dans la définition de typologies des galeries d'édition étudiées.

Il nous a semblé intéressant d'aborder en outre une hypothèse proposée par Béatrice Joyeux-Prunel dans son dernier ouvrage. L'historienne se propose de relire l'histoire des avant-gardes européennes des années 1920 et 1930 dans une perspective socioculturelle et géopolitique et évoque le fait que le remaniement géographique évoqué précédemment correspondrait à un rapprochement du commerce de l'art et du commerce de livre après la première Guerre Mondiale. Pour Béatrice Joyeux-Prunel, cela serait caractéristique de la crise de 1921-1923 : « Dans ces temps difficiles les éditeurs et petits libraires se lancent, souvent dans les arrières-boutiques dans l'exposition de peinture ou dans l'édition bibliophilique illustrée par de jeunes artistes »⁷⁹. La question de la rentabilité effective de l'alliance des activités d'édition et d'exposition sera expliquée et critiquée par la suite mais l'important est ici que dans cette perspective, les galeries d'édition présentant un commerce double pourraient illustrer de manière caractéristique ce rapprochement du marché pictural et littéraire.

La cartographie plus précise réalisée des galeries d'édition parisiennes nous montre une répartition à peu près équilibrée des galeries entre deux noyaux comme nous l'avons vu précédemment : On trouve tout d'abord une première concentration dans les VII^{ème} et IX^{ème} arrondissements, les galeries situées parfois à seulement une rue d'intervalle voire dans la même rue, forment une diagonale allant de l'église St-Philippe-du-Roule à la rue Laffitte à l'est en passant par l'église Saint-Augustin au nord et la Madeleine légèrement au sud⁸⁰ (seule la galerie Au Sans Pareil dans le XVI^{ème} arrondissement se détache de ce regroupement rive droite). Quant aux galeries situées rive gauche, elles se répartissent en une ligne droite orientée du nord au sud, de la rue Bonaparte au boulevard Raspail, occupant un espace plus large que les galeries rive droite. Seule la galerie des Éditions Crès & Cie se trouvant rue Hautefeuille s'approche de la rue Saint-Jacques et du quartier de la Sorbonne, traditionnellement associé au

79 Béatrice Joyeux-Prunel, *Géopolitique des avant-gardes. Une histoire transnationale, 1848-1968 (3 tomes)*, Paris, Gallimard, collection Folio Histoire (à paraître), p. 99.

80 Cf. Annexe III. Figure 3. Schéma de l'implantation des galeries d'édition rive droite.

marché littéraire, au lieu de rencontres des écrivains. Notons ici qu'en se déplaçant vers les V^{ème} et VI^{ème} arrondissements les galeries d'édition ne se rapprochent pas des librairies en général mais d'un type particulier de librairie⁸¹ : de fait, Martin et Chartier constatent qu'à Paris, dans le quartier de l'Université et des grandes écoles on trouve surtout des « librairies techniques » (entendons sans doute par là des librairies spécialisées), tandis que les librairies religieuses sont plutôt concentrées du côté de l'église Saint-Sulpice et que les librairies « classiques » sont quand à elles réparties de manière beaucoup plus diffuse dans la capitale. Ainsi les galeries semblent se rapprocher d'un modèle particulier de librairies qui ne sont pas grand public et paraissent, comme elles, s'attacher à la vente et valorisation d'une catégorie artistique particulière. Par ailleurs, il est intéressant de noter que plusieurs galeries issues de maisons d'éditions sont situées sur la rive droite (la galerie De Goupil, la galerie Sagot Le-Garrec, la galerie Braun & Cie par exemple) comme si se rapprocher du cœur traditionnel du marché de l'art asseyait leur légitimité au sein de ce milieu, annexe à leur activité originelle. Les autres galeries de la rive gauche sont quant à elles plus majoritairement situées sur un axe menant à « cette Babel de Montparnasse »⁸² selon le bon mot d'Ambroise Vollard qui constate l'explosion de ce quartier après guerre. De fait, comme nous le montre l'étude de cet espace en particulier, les galeries s'implantent entre les quartiers de Saint Germain des Prés, de l'Odéon, une portion de celui de Notre-Dame-des-Champs et les lieux de vie de Montparnasse : la Galerie Vavin-Raspail tenue par Alfred Daber et Max Berger au 28 rue Vavin ou encore la bien nommée Galerie d'art Montparnasse située au 241 boulevard Raspail ne se trouvent qu'à deux pas des mythiques brasseries Le Select, La Coupole, La Rotonde, Le Dôme ou la Closerie des Lilas(respectivement positionnées au 99, 102, 105, 108 et 171 boulevard du Montparnasse)⁸³. Le carrefour Vavin semble donc marquée la limite au sud de la concentration de galeries d'édition sur la rive gauche. Ces localisations spatiales nous montrent effectivement, non pas une dépréciation des quartiers du Faubourg du Roule et de la Madeleine au dehors (car de nombreuses galeries concernées comme nous l'avons vu y tiennent boutiques depuis la fin du XIX^{ème} ou s'y installent) mais un intérêt nouveau pour ces quartiers sud, dont les coûts de vie et de logements sont inférieurs. D'ailleurs on remarque que s'il est inexacte de conclure par des généralités à une richesse des galeries du VIII^{ème} arrondissement et un état précaire des petites galeries de la rive gauche, il n'en demeure pas moins que ces dernières ont une durée de vie moyenne plus réduite : 64 ans pour la rive droite (avec des galeries centenaires telles que la galerie Bernheim-Jeune ou la maison Braun & Cie) contre 12 années et demi pour les gale-

81 Henri-Jean Martin et Roger Chartier (dir.), *Histoire de l'édition française*, op. cit. p. 107.

82 Ambroise Vollard, *Souvenirs d'un marchand de tableaux*, op. cit. p. 345.

83 Cf. Annexe III. Figure 2. Schéma de l'implantation des galeries d'édition rive gauche.

ries rive gauche (dont certaines n'ouvrent qu'un an ou deux à l'instar de la Galerie des Éditions Albert Morancé ou la Galerie Surréaliste).

Enfin, si l'on regarde désormais les cartes évolutives réalisées entre 1919 et 1929⁸⁴ on remarque que ce basculement d'une rive à l'autre prend toute son importance à la fin des années 1920 puis qu'entre 1925 et 1932 le nombre de galeries du VI^{ème} arrondissement égal voire dépasse celui des galeries du VIII^{ème} montrant que le contexte économique favorable à cette période a favorisé l'installation de galeries plus modestes financièrement sur la rive gauche parmi lesquelles les galeries d'édition étudiées. Mais cette tendance bascule de nouveau de l'autre côté de la Seine avec la crise économique (qui touche véritablement le marché français à partir de 1931-1932) que les galeries aux revenus modérés ne peuvent affronter, malgré leur double activité d'édition et d'exposition. Nous n'en sommes donc qu'aux prémices, à la préfiguration de cette réorganisation spatiale du marché de l'art parisien qui prendra une plus grande ampleur après la Seconde Guerre mondiale.

Ainsi, sans une parfaite exactitude topographique des marchés de l'art et du livre on constate tout de même un rapprochement spatial des deux dans l'entre-deux-guerres avec une concentration nouvelle dans le VI^{ème} arrondissement. Cette hypothèse est renforcée par la constatation de prérogatives et un impact sur la création artistique qui deviennent similaires à cette époque. Nous souhaitons notamment continuer une comparaison évoquée par Pierre Assouline entre les méthodes de travail et les liens avec les artistes des éditeurs et des marchands d'art. Assouline compare en effet les relations entre Léonce Rosenberg et Daniel-Henri Kahnweiler aux rapports qui opposent au même moment les « deux frères de l'édition »⁸⁵ : Gaston Gallimard et Bernard Grasset, il ajoute que « seule la nature du commerce change ». Il compare donc deux relations de compétition. On peut cependant souligner le fait que – même si les productions de Gallimard et Grasset ne se rapportent en aucune façon aux livres d'art publiés par la galerie Simon de Kahnweiler – les deux fonctions semblent se mêler et révèlent des enjeux similaires : un choix entre la précipitation et un pari sur la durée en ce qui concerne l'achat d'œuvres (picturales, littéraires) qui n'ont pas les faveurs du public notamment ; ou encore le choix pour imposer le peintre, entre attendre que l'avis supposé du public change ou promouvoir les œuvres à grands coups de propagande et de publicité. Cette comparaison éclairante appuierait la logique d'un rapprochement des deux marchés dans un but à la

84 Cf. Annexe III. Figure 4. Evolution du nombre de galerie d'éditions par arrondissement entre 1919 et 1939.

85 Pierre Assouline., *L'homme de l'art : D.-H. Kahnweiler 1884-1979*, Paris, Gallimard, 1988, pp. 312 – 313.

fois esthétique et économique (la double activité permettant une démultiplication des moyens de visibilité de la galerie et des chances de plaire au plus grand nombre).

CHAPITRE II

Quels marchands pour cette nouvelle médiation ?

Les marchands d'art-éditeurs étudiés constituent certes un microcosme au sein des marchands d'art en tant qu'ils se différencient de ces derniers par l'adoption d'une double activité au sein de leurs galeries. Cependant, ces galeries dites d'édition ne sont pas un modèle homogène et il est difficile de dresser précisément un unique portrait de marchand. Poursuivant la recherche d'un idéal-type, inspiré de Max Weber, nous allons néanmoins tenter de présenter ici quelques pistes prosopographiques et quelques itinéraires biographiques mettant en avant les points communs et les dissemblances entre les différents marchands étudiés dans le but de réaliser une histoire sociale et collective des marchands et de définir les spécificités du marchand-éditeur face au marchand d'art « traditionnel ».

Ce groupe compte quelques grandes figures mais majoritairement des marchands anonymes. La première différence fondamentale à noter est donc probablement le passage à la postérité de ces marchands qui varie du tout au tout. En effet le corpus regroupe des noms aussi différents que ceux d'Ambroise Vollard, Berthe Weill, Christian Zervos ou encore Pierre Loeb. Se côtoient donc les galeristes les plus célèbres – ceux dont le nom que l'on retient aujourd'hui comme de « grands marchands » – et des marchands plus modestes dont il est parfois difficile de retracer le parcours, personnel et professionnel, par manque d'archives et d'informations. L'application *Ngram Viewer* proposé par Google⁸⁶ nous a permis de noter la fréquence de l'apparition des noms de ces marchands dans le répertoire de livres numérisés par Google entre 1919 et 1939, mais aussi après 1939, les résultats nous semblent significatifs⁸⁷ : en ce qui concerne le nom de Jeanne Bucher, par exemple, on dénombre plus d'occurrences à partir des années 1930 c'est-à-dire à partir du moment où sa galerie, bien installée, publie des livres en plus grand nombre. De la même manière on remarque que la fréquence d'apparition

86 *Ngram Viewer* est une application linguiste qui permet d'observer l'occurrence d'un mot, d'un nom à travers le temps. L'outil repose sur la base de données textuelles de Google Livres (environ vingt millions de livres). Concernant l'application voir Jean-Baptiste Michel et alii, « Quantitative Analysis of Culture Using Millions of Digitized Books », *Science magazine*, décembre 2010. Il s'agit dans le cadre de notre étude de relier la fréquence de l'apparition d'un nom de marchand de notre corpus à sa popularité dans l'entre-deux-guerres et également à sa postérité.

87 Voir les résultats de l'application *ngram* en annexe de cette étude. Cf. Annexe VI.

de ce nom connaît un pic dans les années 1990, au moment où ont lieu l'exposition Jeanne Bucher au musée de Strasbourg et la publication de la monographie de la galerie par Christian Derouet⁸⁸. Le même constat peut être fait pour Ambroise Vollard qui connaît une grande célébrité dès les années 1920, tandis que le nom de Jacques Povolozsky – directeur de la galerie La Cible et éditeur d'art – ne trouve aucune occurrence (aussi bien entre 1919 et 1939 qu'après), ce qui montre bien le mystère et l'ignorance scientifique qui entoure encore ce marchand. Cet outil lancé par Google est encore en cours d'expérimentation et il ne nous fournit pas le corpus à partir duquel la recherche est lancée, néanmoins nous pouvons considérer les chiffres et graphiques révélés par lui comme un moyen d'évaluer l'importance et l'influence des marchands (ceux dont le nom apparaît le plus fréquemment seraient les plus connus et donc ceux dont l'opinion et les actions seraient les plus suivies).

A° Qui devient marchand et comment le devient-on ?

Cette analyse socio-culturelle des marchands-éditeurs s'appuiera essentiellement sur l'étude de 24 marchands, certains n'ont en effet pu approfondis faute de connaissances et de sources, notamment les dirigeants des galeries de la NRF, des Éditions Crès & Cie, des Éditions Albert Morancé, de la Gazette des Beaux-Arts et de la galerie Braun & Cie. Ces dernières galeries semblent former un ensemble à part qu'il était essentiel de faire figurer dans le corpus général en tant qu'elles réunissent les activités d'éditions et d'exposition. On peut alors se demander s'il s'agit de filiales des maisons d'édition avec à leurs têtes des rédacteurs, des critiques d'art ou plus simplement des intendants mandatés, ou encore si ces galeries sont pleinement intégrées au capital commercial et à la ligne éditoriale des éditions. Cela sera étudié en suite de notre étude.

⁸⁸ Christian Derouet et alii, *Jeanne Bucher : une galerie d'avant-garde, 1925-1946, de Max Ernst à de Staël*, Strasbourg, Éditions Albert Skira, 1994.

Figure 6 : Tableau de synthèse des marchands d'art-éditeurs dans l'entre-deux-guerres

(° signifie que l'âge donné est approximatif)

Nom	Prénom	Sexe	Nationalité	Année de naissance	Année de mort	Galerie	Date d'ouverture	Âge à l'ouverture ou à la reprise de la gal
BERGER	Max	Homme	suisse	NA	NA	Galerie Vavin-Raspail	1924	NA
BERNHEIM	Joseph	Homme	française	1870	1941	Bernheim-Jeune	1863	20°
BERNHEIM	Gaston	Homme	française	1872	1953	Bernheim-Jeune	1863	20°
BERNHEIM	Emile	Homme	française	NA	NA	Bernheim-Jeune	1863	NA
B E R R TURIQUE	D E Marcelle	Femme	française	1894	1991	Le portique	1925	31
BRAUN	Clément	Homme	française	NA	NA	Braun & Cie	1857	NA
BUCHER	Jeanne	Femme	française	1872	1946	Galerie Bucher	1925	53
CHARRON	Jean	Homme	française	NA	NA	Galerie d'art Montparnasse	1926	NA
DABER	Alfred	Homme	française	1902	NA	Galerie Vavin-Raspail	1924	22
GUILLAUME	Paul	Homme	française	1891	1934	Galerie Paul Guillaume	1914	23
HILSUM	René	Homme	française	1895	1990	Au Sans Pareil	1919	24
KAHNWEILER	Daniel-Henry	Homme	allemande	1884	1979	Galerie Simon*	1920	36
LE GARREC	Maurice	Homme	française	1880	NA	Galerie Sagot Le-Garrec	1881	35°
POMARET	Marie-Paule	Femme	française	NA	NA	Galerie La Renaissance	1927	NA
POVOLOZSKY	Jacques	Homme	russe	1881	1945	La Cible	1917	36
ROSENBERG	Léonce	Homme	française	1879	1947	Galerie de l'Effort Moderne	1924	45
VAN LEER	Léonard Emmanuel	Homme	hollandais	1867	NA	Galerie Bonaparte	1921	54
VOGEL	Lucien	Homme	française	1886	1954	Les Feuilletts d'art	1919	33
VOLLARD	Ambroise	Homme	française	1866	1939	Galerie Vollard	1893	27
WEIL	Georges	Homme	française	NA	NA	Galerie Devambez	1907	NA
WEILL	Berthe	Femme	française	1865	1951	Galerie Weill	1901	36
WLADIMIR	Walter	Homme	russe	1893	NA	Les Quatre-Cheminés	1925	32
ZERVOS	Christian	Homme	grecque	1889	1970	Cahiers d'art	1934	45
ZERVOS	Yvonne	Femme	française	1905	1970	Cahiers d'art	1934	29

Une origine bourgeoise ?

S'il existe une grande diversité des profils des marchands de tableaux dans l'entre-deux-guerres, il semblerait que l'on trouve une certaine homogénéité dans leurs origines sociales.

Un peu plus de 60 % des marchands sont en effet issus des classes moyennes, de la bourgeoisie ou de la petite bourgeoisie. Ces familles sont particulièrement actives dans les domaines de la banque (la famille de Daniel-Henry Kahnweiler a fait fortune en Allemagne dans la finance⁸⁹), du droit (le père d'Ambroise Vollard tenait par exemple une étude de notaire sur l'île de la Réunion), du commerce (Van Leer provenait d'une famille installée dans le négoce du coton) notamment. Cette origine bourgeoise a favorisé chez les marchands de tableaux-éditeurs qui nous intéresse l'acquisition d'un capital à la fois économique mais également culturel : si Kahnweiler reprocha souvent à son père son « manque de goût »⁹⁰, il fut très proche de son grand-oncle maternel, Joseph Goldscheider⁹¹, qui l'initie au théâtre, à la poésie, à la musique, à l'art et l'incite à visiter les grands musées européens. D'ailleurs, beaucoup de marchands sont issus tout particulièrement d'une famille déjà intégrée aux mondes de l'art ou de l'édition : Hermann Vogel (le père de Lucien Vogel, directeur de la revue et de la galerie des Feuilles d'art) est un illustrateur et caricaturiste au journal *Le Rire et l'Assiette au beurre* ; Joseph, Gaston et Emile Bernheim sont les arrière petits fils et petits fils de Aaron et Joseph Bernheim qui s'installent comme marchands de couleurs à Besançon au XVIII^{ème} siècle, leur père Alexandre commença une collection de tableaux en se liant notamment avec Courbet et s'installa comme marchand à Paris en 1863 ; Léonce Rosenberg est le frère du marchand contemporain Paul et le fils d'Alexandre Rosenberg, marchand d'antiquités établi en 1878 puis marchand des impressionnistes et post-impressionnistes à partir des années 1890.

Cet héritage direct se substitue à des études théoriques pour favoriser un apprentissage pratique. De fait, beaucoup de marchands racontent leur enfance dans la galerie où ils apprennent à la fois l'administration d'un commerce, la gestion de relations avec les artistes et sans aucun doute le « goût », le « flair » des nouveautés artistiques. Alexandre Rosenberg transmis par exemple à ses fils cette passion et leur permit d'effectuer un périple de Paris à New-York en passant par Londres, Berlin ou Vienne, pour acquérir une expérience et des contacts. Forts de cet apprentissage, les descendants de marchands de tableaux rentrent généralement dans la profession assez jeunes : une vingtaine d'années pour les frères Bernheim et une petite trentaine d'années pour Léonce Rosenberg (dont la Galerie de l'Effort Moderne n'ouvre qu'en 1924 mais qui commence à collectionner les œuvres cubistes dès 1910-1911). Malgré l'avantage pécunier non négligeable pour ouvrir une galerie, l'origine bourgeoise de certains mar-

89 Le jeune homme est d'ailleurs placé dès l'âge de 17 ans dans une grande banque de Francfort grâce à des relations familiales. Cf. Pierre Assouline, *Daniel-Henri Kahnweiler, l'homme de l'art*, Paris, Éditions Balland, 1988.

90 Pierre Assouline, *op. cit.* p. 22.

91 Daniel-Henri Kahnweiler, *Mes galeries et ses peintres. Entretiens avec Francis Crémieux*, Paris, Gallimard, 1961, p. 27.

chands a parfois pu être un frein, certains désobéissants par là aux obligations familiales. Ainsi Van Leer passe plusieurs années dans l'entreprise familiale de coton⁹² avec d'ouvrir sa galerie rue de Seine en 1921 à l'âge de 54 ans. Daniel-Henri Kahnweiler travaille dans une banque francfortoise en 1901-1902 et s'il est envoyé à Paris c'est uniquement dans le but de « parfaire son métier de financier »⁹³, il effectue d'ailleurs entre 1902 et 1906 un voyage entre Paris et Londres, refuse un poste de responsable de la filiale familiale à Johannesburg et parvient à se fixer définitivement à Paris en 1907 et à convaincre sa famille de le laisser ouvrir une galerie d'art dans laquelle il doit faire ses preuves :

« Voilà ce que nous avons décidé. Tu vas aller à Paris. Tu vas ouvrir une galerie puisque c'est ce que tu veux faire. Nous te donnons mille livres, l'équivalent de vingt-cinq mille francs-or. Et un an. Si après un an, cette galerie a pris pied, c'est-à-dire si tu peux la faire durer, vivre toi-même et ta femme, tu pourras continuer. Sinon tu reviendras dans notre métier »⁹⁴

Pour Ambroise Vollard le parcours jusqu'à la profession de marchand de tableaux ne fut pas non plus de tout repos et il se heurta également aux griefs et préjugés familiaux. Après deux années de droit à Montpellier, il débarque à Paris où il finit son doctorat sans grand enthousiasme et commence par hasard à collectionner dans les années 1890. Lorsqu'il ouvre boutique rue Laffite en 1893, il ne connaît de l'art que ce que lui a appris la fréquentation des ventes aux enchères à l'Hôtel Drouot et s'en remet aux conseils avisées de quelques peintres comme Pissarro⁹⁵. Dans ces familles aisées, devenir marchand est ainsi perçu tout d'abord comme, au choix, un emploi insignifiant et non sérieux, ou bien un simple passe-temps (c'est le cas pour Marcelle Berr de Turique issu d'une famille de la bourgeoisie moyenne à qui un parent propose un emploi dans une librairie d'art).

Pour certains, dont l'origine sociale est relativement modeste et très éloignée du monde de l'art, l'intérêt soudain pour le commerce de tableaux peut être imputé au plus pur des hasards ou à une rencontre soudaine. Ainsi Paul Guillaume né en 1891 n'était en aucun cas prédestiné à la profession de marchand de tableaux, d'extraction très modeste, il ne reçoit pas d'éducation poussée et est obligé de travailler très jeune (il est ainsi employé dans un garage automobile). Sa découverte du monde de l'art est souvent attribuée à l'installation de sa famille à quelques

92 Malcolm Gee, *op. cit.* Chapitre 3 Les Marchands / Introduction.

93 Pierre Assouline, *op. cit.* p. 31.

94 Daniel-Henri Kahnweiler, *op. cit.* p. 41.

95 Les mythiques qualités des marchands, le goût, l'intuition, le sens de la peinture, sont ainsi des aptitudes acquises sur le terrain bien plus que sur les bancs de l'école

pas de Montmartre où il peut fréquenter la bohème du bateau-lavoir et à la découverte (réelle ou supposée, elle est en tout cas relatée par plusieurs sources) de sculptures africaines dans une cargaison de caoutchouc qu'il expose dans la vitrine du garage. Ces prémices d'exposition lui auraient permis de rencontrer Guillaume Apollinaire et par là de se familiariser véritablement avec les arts dits primitifs qui seront le fer de lance de la galerie Paul Guillaume ouverte en 1914 et de sa revue, *Les Arts à Paris*, lancée en 1918. Cet exemple de « self made man »⁹⁶ contraste avec les itinéraires étudiés précédemment et présentant les héritiers de grandes dynasties du commerce d'art moderne.

Ces récits biographiques mettent donc en avant soit la destinée de certains marchands soit le don inné d'autres personnalités qui se révèlent sur le terrain alors même qu'ils n'ont aucune formation préalable.

Un milieu cosmopolite ?

L'origine nationale des marchands étudiés est également intéressante dans un monde de l'art parisien alors très cosmopolite dans l'entre-deux-guerres. Cinq marchands sont en effet étrangers, sans pour autant qu'il soit possible de conclure à une origine géographique commune puisque Kahnweiler est allemand, Wladimir et Povolozsky sont russes, Van Leer est hollandais et Zervos est grec. Les Français sont donc largement majoritaires au sein de cette profession qu'ils aient une formation ou une expérience initiale de marchand ou d'éditeur. Cependant parmi ces Français on peut noter une forte proportion de marchands originaires de l'est français : l'Alsace (pour Jeanne Bucher, Berthe Weill, Lucien Vogel, etc), la Franche Comté (pour les frères Bernheim), près de 25 %. Cette proximité géographique avec l'Allemagne peut être expliquée par les liens souvent forts tissés avec les marchands de tableaux berlinois⁹⁷ (Berlin était en effet, dans l'entre-deux-guerres, le deuxième centre de l'avant-garde artistique européenne après Paris, et les partenariats, avec Stieglitz, Manfreid, etc, sont nombreux⁹⁸). Ce cosmopolitisme que l'on trouve chez les marchands-éditeurs étudiés reflète finalement la composition générale d'un milieu de l'art en effervescence à cette période. En effet si le nombre global de travailleurs étrangers est relativement peu nombreux en France alors, les

96 On pourrait ici également évoquer le parcours de Jeanne Bucher ou de Christian Zervos (qui seront étudiés plus avant par la suite), tout deux fraîchement débarqués à Paris et que rien (ni études, ni expérience) ne prédestinait à être marchand de tableaux et éditeur.

97 De la même façon, on notera la judéité de plusieurs marchands (cinq sur vingt-quatre) qui nous semble importante sans toutefois être significative.

98 Ce mécanisme et cette idée de réseau européen de galeries d'édition seront étudiés en troisième partie de cette étude.

artistes étrangers se pressent aux portes de Paris, capitale mondiale de l'art. On peut ainsi comprendre cette présence non négligeable de russes ou d'allemands notamment, dans la profession. L'Allemagne et les pays de l'est sont de fait très bien représentés dans l'Ecole de Paris et l'on peut imaginer que suite à leur départ certains marchands les ont suivi, cherchant de meilleurs débouchés au sein de cette plaque tournante de l'art qu'est Paris entre 1919 et 1939.

D'ailleurs si l'intégration de ces marchands étrangers au système économique parisien ne fait aucun doute, on remarque un certain conservatisme culturel, au sens où les expositions organisées et les livres publiés par ces mêmes marchands font très souvent référence à leur nationalité originelle. Van Leer à la galerie Bonaparte publie ainsi en 1929, *L'Art russe moderne*, préfacé par André Salmon, qui accompagne à la même période une exposition collective. De la même manière, la revue *Cahiers d'art* s'affirme en tant que défenseur des hautes époques archaïques en même temps que de l'art contemporain dans les années 1920. Zervos alterne alors des articles consacrés à l'art contemporain et d'autres qui abordent des cultures primitives, sans distinction (les arts sassanides, sumériens, coptes, islamiques, chinois, etc, y sont par exemple évoqués). Un tournant est opéré dans les années 1930 lorsque l'éditeur commence à privilégier les arts archaïques grecs, issus donc de son pays d'origine. En effet, en 1933 Zervos participe au IV^{ème} Congrès international d'architecture moderne animé par Le Corbusier et consacré à la « ville fonctionnelle ». Le CIAM prévoyait de se rendre à Moscou mais les Soviétiques tardent à accorder des visas. Zervos suggère alors aux congressistes de s'embarquer à Marseille pour Athènes (son frère travaille pour la compagnie Neptos des croisières en Grèce). L'éditeur prolonge ensuite ce qui est son premier retour en Grèce de plusieurs mois et réunit le matériel d'un numéro des *Cahiers* transformé en album archéologique, où il affirme une conception pré-classique de l'Hellade. Enfin, notons également les nombreuses expositions de jeunes artistes russes à la galerie des Quatre-Chemins tenue par Walter Wladimir : Hélène Akhvlediani en mars 1926, Doboujinski en octobre 1926, ou encore Galdky en mars 1929. Cet intérêt presque « nationaliste » des marchands d'art et éditeurs étrangers pour le fond culturel et artistique de leur pays fait du marché de l'art parisien un milieu très cosmopolite et proposant un choix artistique non cloisonné aux frontières étatiques mais varié et européen.

Questions de génération

A ces diversités sociales, culturelles et nationales se rajoute une nouvelle dissemblance entre les marchands, cette fois-ci d'ordre générationnel. On constate environ deux générations de marchands actifs dans l'entre-deux-guerres. La première est née dans les années 1860-1870 et a donc une quarantaine d'années dans l'entre-deux-guerres. Pour ces derniers, il ne s'agit, la plupart du temps, pas de leur première galerie ou alors celles-ci sont fondées depuis déjà une ou deux décennies. Il peut également parfois être question de marchands certes nouvellement arrivés sur le marché de l'art mais qui font partie du monde artistique parisien depuis déjà quelques années en tant que collectionneurs notamment. Daniel-Henri Kahnweiler ouvre une première galerie à son nom, rue Vignon, dès 1907. Vollard, les frères Bernheim, Berthe Weill, Maurice Le-Garrec, par exemple, tiennent boutique depuis déjà une vingtaine d'année lorsqu'arrive l'entre-deux-guerres⁹⁹. Léonce Rosenberg quant à lui collectionne des œuvres cubistes après avoir vu les toiles de Braque et Picasso chez Kahnweiler dès les prémices du mouvement en 1907-1908, même s'il n'ouvre sa propre boutique qu'en osant concurrencer son frère en 1924¹⁰⁰. Cette génération de marchands expose des œuvres d'art contemporain mais aussi essentiellement l'avant-garde du début du siècle et un fond conséquent de peinture dite « consacrée ». Ainsi la galerie Bernheim-Jeune expose donc ainsi des artistes de la fin du XIXème siècle dont la renommée n'est plus à faire tels que Cézanne, Berthe Morisot, Raoul Dufy, Bonnard, Eugène Boudin mais également Vlaminck ou Modigliani qui sont des artistes d'avant-garde dans les années 1900 et 1910 essentiellement. Ainsi lorsque la galerie réalise la première exposition parisienne des futuristes le 5 février 1912, celle-ci fait scandale et signe le début du rayonnement international de la peinture futuriste¹⁰¹, mais lorsqu'une nouvelle exposition des futuristes italiens est organisée en 1935¹⁰², cet art est déjà « convenu » au sens où il ne fait plus véritablement débat et où la galerie se s'engage pas dans la défense d'un art controversé en présentant cette exposition. On peut faire le même constat pour les artistes cubistes montrés à la galerie de l'Effort Rosenberg : exposer Braque et Picasso en 1907 était parfaitement novateur pour la galerie Kahnweiler, cependant les propositions d'expositions de Léonce Rosenberg sont désormais dans les années 1920 plus de l'ordre de la reconnaissance du cubisme comme participant de la construction de l'histoire de l'art et des évolutions artistiques du début du XXème que de la monstration d'un art avant-gardiste. Les vraies avant-

99 Exception faite de certains marchands en pleine « reconversion professionnelle » qui sont nés dans les années 1880 mais qui ouvrent pour la première fois une galerie dans les années 1920 : Povolowsky, Van Leer, Bucher.

100 Paul Rosenberg est installé dès 1911 au 21 rue de la Boétie.

101 L'exposition est ensuite présentée à Londres, à Berlin et à Bruxelles notamment.

102 Cf. Annexe II.2 Les expositions.

gardes des années 1920 à cette période ne sont en revanche que très peu représentées dans les galeries des marchands de cette première génération : on ne retrouve ainsi pas une seule fois les œuvres des artistes surréalistes (Breton, Ernst, Tanguy, etc) montrées dans leurs locaux.

Une seconde génération de marchands est née dans les années 1890, beaucoup plus jeunes ces nouveaux professionnels de l'art semblent dotés d'un fort enthousiasme post Première Guerre mondiale. La galerie est pour eux le moyen de participer à l'élan d'après guerre, au renouveau artistique. Cet engouement a conduit les jeunes galeries à proposer des œuvres surréalistes ou de l'école de Paris, c'est-à-dire d'artistes de la même génération pour beaucoup. Francis Picabia et Max Ernst sont ainsi nés respectivement en 1889 et 1891, soit peu avant Hilsum (né en 1895), directeur de la galerie Au Sans Pareil où sont présentées leurs œuvres en 1920. André Vigneau et Roland Oudot formant le noyau dur du « groupe du Portique » sont également tous deux de la même génération – celle née dans les années 1890 – que la gérante, Marcelle Berr de Turique.

Une autre différence d'ordre formelle est à noter entre les deux générations. Si l'entre-deux-guerres est comme le suggère notre étude un moment décisif pour le marché de l'art parisien qui propose de nouvelles médiations artistiques, on remarque que la plus jeune génération fonde des galeries qui se dotent tout de suite de la double fonction d'édition et d'exposition. Les Quatre-Chemins, par exemple, sont situés au 18, rue Godot de Mauroy dans le 9^{ème} arrondissement et furent ouverts de façon intermittente entre 1925 et 1937 puis après la Seconde Guerre mondiale. L'établissement mentionne dans la catégorie « objet du commerce » du Registre du Commerce de la Seine¹⁰³ les activités « éditions, librairie » et non pas « galerie ». L'acte de société est daté du 20 juin 1925 dans le Registre du Commerce. On remarque cependant que l'exposition inaugurale (qui présente des œuvres gravées, toiles et aquarelles de Marie Laurencin¹⁰⁴) eut lieu du 27 mai au 9 juin 1925¹⁰⁵ soit avant la mention de la maison d'édition dans le Registre du Commerce. Par ailleurs, le journal *Paris-Midi* daté du 1^{er} juin 1925 signale :

« Les éditions des Quatre-Chemins viennent d'inaugurer leur galerie d'art et salle d'exposition au 18 rue Godot de Mauroy »

103 Registre du Commerce de la Seine, fichiers des enseignes, côte D33U3 1093.

104 Cf. Annexe II.2 Les expositions

105 *Press-Book 1 – les expositions de 1925 à 1926*, fonds Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

Ce qui semble suggérer, même si nous n'en avons trouvé aucune trace, que les éditions existaient précédemment. De la même manière, le journal *Soir* évoque les Quatre-Chemins dans sa rubrique « la vie artistique » le 26 juin 1925 :

« Les Quatre-Chemins sont une jeune maison d'édition qui publie peu de livres, mais de qualité [...] c'est elle qui a édité les deux magnifiques ouvrages sur *Les Fâcheux* et *Les Biches* créés en 1924 aux Ballets Russes ».

Ainsi, il semblerait que cette galerie d'édition oscille dès le début entre l'activité de maison d'édition à plein temps¹⁰⁶ et celle de galerie, la lettre « publicitaire » présentant la librairie d'art et salle d'exposition, datée de 1925 et reproduite en annexe¹⁰⁷, accrédite également cette théorie). Tandis que les marchands de la génération précédente, excepté Ambroise Vollard – pionnier du modèle étudié, ce dernier se lance très vite dans des activités d'éditeur d'art – se consacrent pratiquement tous dans un premier temps à leurs galeries avant de créer une revue ou de publier des livres dans les années 1920. Berthe Weill ouvre ainsi sa librairie artistique et son *Bulletin* paraît à partir de 1923, mais elle s'est auparavant consacrée pendant 20 ans à l'unique organisation d'expositions. L'effet générationnel nous permet donc de définir au sein des marchands de tableaux-éditeurs deux manières différentes de diriger et développer sa galerie d'art, aussi bien en terme de médiations artistiques qu'au niveau des œuvres exposées.

Marchandes de tableaux

Sur l'ensemble de notre corpus de marchands « connaissables », on note que cinq sont des femmes, soit environ un cinquième du corpus. Une proportion somme tout assez faible, mais qui fait tout de même de la fonction de marchand de tableaux une profession relativement féminisée au sein des mondes du travail et en particulier du monde de l'art français puisqu'il existe peu de femmes artistes et très peu de femmes critiques. Cette proportion assez significative semble alors préfigurer la situation après la Seconde Guerre mondiale, moment où Julie Verlaine note une forte féminisation de la profession avec vingt-huit femmes pour soixante-douze hommes sur un échantillon de cent directeurs de galeries d'art contemporain, soit un peu plus du quart. Les femmes de l'entre-deux-guerres sont donc pionnières dans l'appropriation

106 De fait, dans le Registre du Commerce, il est fait mention d'une maison d'édition Quatre-Chemins qui est fondée le 29 avril 1924, et située au 6, rue de Calais (le nom du propriétaire n'est cependant pas précisé). L'établissement semble donc avoir déménagé au 18, rue Godot de Mauroy dans le but d'agrandir son espace commercial afin d'ouvrir une salle d'exposition et une librairie en plus de son activité éditoriale.

107 Cf. Annexe IV. Texte 5.

tion d'une profession autrefois exclusivement masculine. Par ailleurs, on note que pour la plupart il s'agit d'un emploi correspondant ce que l'on pourrait appeler une « seconde vie » dans la mesure où nombre de ces femmes ont déjà rempli pendant plusieurs années le rôle d'épouse et de mère, figure plus traditionnelle de la femme au foyer à cette époque. Jeanne Bucher apparaît ainsi comme une figure exemplaire de ce modèle. Née en Alsace en 1912, elle consacre une première partie de sa vie à être épouse, mère et occupe un emploi d'infirmière pendant la Première Guerre mondiale, elle traduit également des livres de l'allemand et remplit parfois le rôle d'aide bibliothécaire. Après son divorce et son émancipation, elle se rend à Paris en 1920 où elle fréquente tout d'abord les frères Bernheim, propriétaires de la galerie du même nom et éditeurs du *Bulletin de la vie artistique* et de livres d'art, l'architecte-décorateur Pierre Chareau et son épouse Dollie, qui vont l'aider à installer sa première boutique, ainsi que les artistes Jacques Lipchitz et Georges Hugnet entre autres auxquels elle sera toujours très attachée. Elle ouvre donc une bibliothèque étrangère dans un petit local jouxtant le magasin de Pierre Chareau au 3 rue du Cherche-midi dans le V^{ème} arrondissement en 1925, elle a alors 53 ans. Elle agrandit par la suite son espace en se transportant dans la boutique voisine (elle reprend la librairie « Au Sacre du Printemps ») vers 1929. Les troubles économiques qui agitent le marché mondial au tournant des années 1930 eurent raison de son commerce quelques années mais la galerie ne cessa pas complètement ses activités, Jeanne Bucher participant encore activement à l'organisation d'expositions notamment chez Marie Cuttoli, rue Vignon. Elle s'associa ensuite avec cette dernière pour fonder en 1935 la galerie Bucher-Myrbor – située au 9 ter, à l'extrémité ouest, du boulevard du Montparnasse – qui ne ferma qu'à la date de son décès en 1946 à l'âge de 74 ans. La sortie d'une vie essentiellement domestique pour une vie active caractérise particulièrement bien les marchandes de tableaux, soumises plus que les hommes aux diktats de genre et aux normes sociales de cette époque. Elles arrivent donc à cette profession par des voies « détournées », Jeanne Bucher suite à son divorce, Marcelle Berr de Turique de part un emploi de bibliothécaire, Yvonne Zervos et Marie-Paule Pomaret grâce à leurs époux et enfin Berthe Weill qui un peu à part dans ce schéma semble la seule à avoir reçu spécifiquement une formation de commerce d'art.

Issue d'une famille relativement aisée, Marcelle Berr de Turique tombe malade à dix-sept ans et vit pendant une dizaine d'années dans une ville balnéaire près de la Manche dans l'actuel Pas-de-Calais¹⁰⁸. Revenue à Paris au début des années 1920, le décès de son père la contraint à gagner sa vie et en 1922, un « parent »¹⁰⁹, mécène, lui proposa de s'occuper d'une bibliothèque de prêt de livres d'art au 99 boulevard Raspail. Une éducation artistique et musi-

108 Marcelle Berr de Turique, *Je les ai connus : Chagall, Dufy, Valadon...*, Paris, l'Harmattan, 2003 (rééd.).

cale, de part son rang social notamment et grâce à son cousin, « Marcel » collectionneur de peinture contemporaine, lui était acquise mais toujours est-il que ces précédentes fonctions de sténo-dactylo et de secrétaire privée ne la prédestinaient d'aucune sorte à occuper une fonction de responsable d'une boutique quelle quelle soit :

« Je ne connaissais rien. Ni au commerce en général (je savais seulement qu'il ne valait mieux ne pas faire faillite) ni à la librairie en particulier. »

Pourtant, très vite Marcelle adjoint à sa bibliothèque une librairie, organise des conférences sur la peinture, la sculpture, etc et monte des expositions au Portique. Elle écrit d'ailleurs dans sa biographie que son manque de formation confrontée à sa position confortable lui valurent quelques reproches envieux et narre quelques anecdotes risibles et déboires financiers causés par sa faible expérience. Aux débuts de la galerie, par exemple, un visiteur se présenta recherchant un livre complètement épuisé, se targuant de ne pas être une librairie ordinaire Marcelle lui affirma pouvoir se procurer le-dit ouvrage dans les 48h. Après avoir écumé les bouquinistes parisiens, elle finit par le trouver à un prix exorbitant dans le stock d'une librairie rive droite dont le marchand lui assura qu'il s'agissait du dernier exemplaire :

« J'emportai donc celui là et, quand le client fit son entrée deux jours plus tard, le lui tendis triomphalement.

- Comment ! Déjà sorti ? S'exclama-t-il.

- Vous dites ?

- Mais oui ! Je viens d'apprendre que Van-Oest le réimprime. Alors vous pensez bien que je ne vais pas payer celui-ci trois fois plus cher que le prix de la nouvelle édition ! Je préfère attendre.

J'accusai le coup. Ce monsieur, lui, savait, et moi pas. Cruelle humiliation ! »

Cette aventure pourrait presque nous mener à conclure à l'inefficacité d'un directeur ou d'une directrice de galerie sans aucune formation. Loin s'improviser le métier de marchand de tableaux requiert des connaissances en terme d'économie et de gestion que n'ont pas forcément les amateurs d'art et les passionnés tels que Marcelle Berr de Turique. Mais cet exemple nous montre également que cet enseignement ne peut être considéré comme une fin en soi en cela que le métier de marchand de tableaux ne se résume pas à jongler avec des chiffres mais

109 Marcelle Berr de Turique, *Je les ai connus : Chagall, Dufy, Valadon...*, Paris, l'Harmattan, 2003 (rééd.), p. 25.

demande un intérêt très vif et une sensibilité pour l'art sous peine d'être uniquement un gestionnaire. Nous retombons ici sur les typologies établis par Malcolm Gee¹¹⁰ qui entend par marchand modèle, une synthèse du marchand businessman et du marchand romantique à savoir que ce dernier devait avoir de bonnes connaissances des transactions financières mais devait également être capable de comprendre et d'apprécier la nouvelle peinture rapidement et correctement afin de convertir cet intérêt en publicité culturelle (sous une forme verbale ou écrite). Cette réunion entre l'intérêt financier et la conviction esthétique fait un marchand « complet ».

Cette définition pourrait ainsi peut être plus convenir à Berthe Weill qui est la seule directrice de galerie, et aussi certainement la première de l'histoire du marchands de tableaux parisiens, à avoir reçu une formation spécifiquement commerciale et artistique. De fait, née en 1865 dans une famille parisienne modeste elle fut placée en apprentissage chez l'antiquaire de renom, Salvator Mayer, au début des années 1880. Biographe de Berthe Weill, Marianne le Morvan¹¹¹, souligne le fait que ce « placement » est tout à fait inhabituelle pour une jeune fille à cette époque (sa sœur Adrienne étant par exemple placée dans un atelier de couture). Suite au décès de l'antiquaire, Berthe Weill s'associa à son frère, Marcellin, pour se lancer dans le commerce d'œuvres et de livres anciens. Mais rapidement en désaccord sur la gestion de leur commerce ils décidèrent de se séparer et Berthe Weill ouvrit sa première galerie en 1901 au 25 rue Victor Massé dans le IX^{ème} arrondissement¹¹². Exception qui confirme la règle, Berthe Weill a tout de suite consacré son emploi du temps au commerce d'art, ne s'est jamais mariée et n'a jamais eu d'enfants. Cette célibataire endurcie, voua sa vie à défendre les peintres contemporains, notamment étrangers à l'instar du hollandais Van Dongen, du mexicain Diego Rivera, ou du chilien Ortiz de Zarath, etc par le biais d'expositions mais également grâce à son bulletin et à l'ouverture d'une librairie artistique dans la galerie en 1919. Ses contemporains la décrivent comme « fière et bourrue »¹¹³ et son caractère « sauvage » - qui transparait tout à fait dans son autobiographie au titre d'ailleurs très évocateur : *Pan ! Dans l'oeil !*¹¹⁴ Montrant la volonté de faire mouche, de percuter, de montrer aux visiteurs à quel véritable art il faut porter de l'intérêt parmi la profusion des courants artistiques – ne facilita sans doute pas les relations commerciales. Notons par ailleurs que cet apprentissage chez un antiquaire qui est le propre

110 Malcolm Gee, *Dealers, critics and collectors of modern painting : Aspects of the Parisian Art Market between 1910 and 1930*, Garland Publishing, New-York & London, 1981.

111 Marianne Le Morvan, *Berthe Weill, la petite galeriste des grands artistes*, Paris, L'Harmattan, 2011.

112 Elle déménagea ensuite au 50 rue Taitbout en 1917 puis au 46 rue Laffitte en 1920.

113 Marianne Le Morvan, *Berthe Weill, la petite galeriste des grands artistes*, Paris, L'Harmattan, 2011.

114 Berthe Weill, *Pan ! Dans l'oeil ou trente ans dans les coulisses de la peinture contemporaine : 1900-1930*, Dijon, L'Echelle de Jacob, 2009 (rééd).

de Berthe Weill ne semble pas finalement être significatif d'une réussite économique fulgurante, en effet, ne faisant pas parti du cercle spéculatif de l'Hôtel Drouot, la marchande vécut toujours chichement et sa biographe soutient même qu'elle dut quitter sa galerie en 1939 suite à d'importants retards de paiement dans son loyer¹¹⁵.

Enfin signalons tout de même le cas des femmes de marchands qui finirent par prendre une place de choix au sein de l'administration de la galerie de leurs époux. Nous possédons peu d'informations concernant Marie-Paule Pomaret, née sans doute au début des années 1870, elle est issue d'une famille bourgeoise elle épousa en première noce Henry Lapauze, premier directeur du Palais des Beaux-arts de la ville de Paris et fondateur de deux revues, *La Renaissance politique, littéraire, économique et artistique* en 1913 et *La Renaissance de l'art français et des industries de luxe* en 1918. En 1925, date de son décès, Marie-Paule reprit la direction de la revue et lui adjoint une galerie d'art, *La Renaissance*, en 1927. Sa sensibilité artistique et son sens de l'administration d'une revue et d'une boutique lui fut alors apprise de son premier mariage, elle épouse en effet ensuite Charles Pomaret, futur ministre du travail (cette position lui permettant de se consacrer à sa galerie et aux artistes comme un « loisir » pourrait-on dire, ou en tout cas, sans le soucis d'avoir à subvenir à ses besoins). S'il s'agit ici d'une situation proche de celle de Jeanne Bucher en cela que Marie-Paule Pomaret fonde sa galerie, partenaire de la revue, après une première vie d'épouse essentiellement, le profil d'Yvonne Zervos est tout différent. En effet, elle fait partie d'un couple qui a fondé une galerie dans une relation de complémentarité et d'égalité avec son partenaire masculin (même si comme le souligne très bien Julie Verlaine, « la tendance de l'époque privilégie le prénom et le nom du mari »¹¹⁶, Christian Zervos). Née en 1905 dans une famille bourgeoise, Yvonne Marion rencontre Christian Zervos en 1929 et ils se marièrent en 1932. Dès cette année là, Yvonne organisa dans les locaux de *Cahiers d'art* (au 14 rue du Dragon dans le VI^{ème} arrondissement) revue fondée par son époux en 1926, quelques œuvres de Mondrian. La galerie ne démarra officiellement par un aménagement du rez-de-chaussée et de l'entresol du siège de la maison d'édition qu'en 1934. Pour accompagner cette nouvelle activité, Christian Zervos publiera de mars 1933 à mars 1934, *14 rue du Dragon*, en référence à l'adresse des locaux, qui relate les activités et expositions de la galerie. Ce couple mène alors de front et en forte collaboration une revue et une galerie, chacun s'occupant d'une des deux activités. D'ailleurs, dès les débuts de la galerie Yvonne a une grande autonomie sur la galerie, ce qui est sans doute dû à l'apport financier de sa famille. Le fonds d'archives Cahiers d'art conservé à la Bibliothèque Kandins-

115 Marianne Le Morvan, *Berthe Weill, la petite galeriste des grands artistes*, Paris, L'Harmattan, 2011, p. 150.

116 Julie Verlaine, *op. cit.*, p. 193.

ky nous apprend effectivement qu'un nouvel acte de société est signé le 8 avril 1935 entre Christian Zervos et Robert Marion (le frère d'Yvonne):

« La société a pour objet l'édition de périodiques d'art et toutes publications analogues, ainsi que toutes opérations s'y rapportant directement ou indirectement, ou pouvant en faciliter l'extension ou le développement¹¹⁷. »

« Le capital social est fixé, à la somme de FRANCS QUARANTE MILLE (Frs. 40 000) fournie comme suit :

1. Monsieur ZERVOS apporte : le fonds d'édition par exploité 14 rue du Dragon à Paris, avec les éléments incorporels et corporels qui le composent, notamment le bail des lieux où son fonds est exploité, résultat d'un acte s.s.p. en date à Paris du 3 janvier 1929, enregistré à Paris, 6ème huissier le 5 janvier 1929, folio 8, case 13, aux droits de Frs 252.87, la clientèle, l'achalandage, le matériel et les marchandises, le tout évalué d'un commun accord entre les associés à VINGT MILLE FRANCS (Frs 20.000) à raison de :

Pour éléments corporels du fonds : 2.000 frs

Pour le matériel et l'installation : 7.000 frs

Pour les marchandises : 11.000 frs

Soit 20.000 frs

2. Monsieur R. MARION apporte en espèce la somme de VINGT MILLE FRANCS (frs 20.000) versée intégralement à la caisse de la Société : 20.000 frs.

Total du capital de la société : 40.000 frs. »

Division du capital en 400 parts de 100 frs chacune : 200 pour Monsieur ZERVOS et 200 pour Monsieur MARION. »¹¹⁸

117 Le contrat désigne ici sans aucun doute la galerie d'art des éditions.

118 Fonds Cahiers d'art, carton n°1 « Documents administratifs », Statut de la Société Cahiers d'art, Bibliothèque Kandinsky.

Il est également prévu dans ce contrat que Monsieur Marion se retire de l'affaire en 1941 et que Cahiers d'Art soit ainsi entièrement repris par Christian Zervos. Cette association financière fut obligatoire pour Zervos qui ne pouvait plus subvenir aux besoins de la galerie et a sans doute incité Yvonne, forte de cette contribution économique au sein de leur couple, à se conduire en véritable maître d'œuvre à la galerie. D'ailleurs, elle s'éloigne peu à peu de la revue malgré le soutien de son mari et ouvrit sa propre galerie 12 rue Bonaparte en 1939, toujours en association avec son frère qui constitue un apport de capital comme nous le montre l'acte création de la galerie daté du 24 mars 1939 :

« Il a été constitué une Société à Responsabilités Limitées par Madame Yvonne MARION, épouse de Christian ZERVOS, et Monsieur Robert MARION, société ayant pour objet la vente de meubles, l'architecture et l'installation en général.

Le siège social est fixé à Paris, 12 rue Bonaparte. La raison sociale est "M.A.I" (Meuble Architecture Installation).

Le capital social est de 50 000 francs divisés en 100 parts de 500 francs chacune, et attribuées comme suit :

- à Mme Zervos, 50 parts de 500 francs chacune, représentant un apport en espèce
- à Mr Marion, 50 parts de 500 francs chacune, représentant un apport en espèce.

Par le même acte Mme Zervos est nommée gérante »¹¹⁹.

Cette prise d'autonomie s'accompagna d'un éloignement du programme artistique de la revue. Elle fut ainsi un moment tentée par l'architecture d'intérieur et le design et fréquentait d'ailleurs Marcel Breuer et Alvar Aalto, tous deux architectes et designers, l'un américain, l'autre finlandais. Mais elle resta tout même au service des objectifs de son mari et de la revue en présentant jusqu'en 1970¹²⁰ de façon plus ou moins régulière, les artistes défendus par la revue parmi lesquels Chagall, Léger ou encore Picasso.

119 Fonds Cahiers d'art, carton n°7 « Galerie MAI », Acte de cession des parts de la galerie MAI, Bibliothèque Kandinsky.

120 La galerie ferma néanmoins au même moment que les Éditions *Cahiers d'art* vers mai-juin 1940 au moment de la fin de la drôle de guerre et de l'armistice avec le III^{ème} Reich. Les Zervos se réfugient alors à la ferme de la Goulotte sur la commune de Vézelay achetée en 1937. La parution de la revue reprend en 1945 ; en 1947 la galerie des *Cahiers d'art* organise de nouveau des expositions, mais la galerie MAI qui rouvre en 1946 est finalement dirigée par Marcel Michaud (un écrivain et galeriste lyonnais) jusqu'en 1957.

Être une marchande de tableaux dans un milieu encore essentiellement masculin demandait alors une force supplémentaire, sans doute pour être véritablement prise au sérieux et ne pas manquer de crédibilité sur le marché, épaulées par un soutien financier, un mari, un mentor, ces femmes réussirent à se faire un nom au sein du très fermé marché de l'art à cette époque. Pionnières et novatrices s'il en est – Berthe Weill est par exemple l'une des premières à présenter des artistes masculins et féminins côte à côte¹²¹ ou à organiser des expositions exclusivement féminines¹²², Marcelle Berr de Turique quant à elle est la première à monter une exposition entièrement consacrée à la photographie, celle d'André Vigneau en 1929 au Portique, et Yvonne Zervos est pionnière en matière d'exposition de meubles de designer lorsqu'elle montre en 1935 les meubles en bois d'Alvar Aalto dans la galerie des Cahiers d'art – il n'en demeure pas moins que le fonctionnement des galeries de ces marchandes de tableaux ne semble pas modifié outre mesure par rapport aux galeries tenues par des marchands. Les chiffres et les archives ne nous montrent pas de différence majeure dans le rapport aux artistes, le choix des scénographies ou la gestion des galeries. Ces femmes imposèrent donc, tout comme chaque marchand, leur personnalité à leurs activités tout en tentant de s'insérer de manière durable et crédible au sein du marché de l'art parisien.

Si l'on ne peut que conclure à la pluralité des modèles de marchands de tableaux existant dans l'entre-deux-guerres, ces différentes études biographiques nous permettent tout de même d'aboutir à quelques typologies définissant plusieurs conceptions du métier, entre l'héritier d'une dynastie de marchands et le self made man, entre une profession régie par des conceptions économiques et une vocation sociale et esthétique¹²³, les différences sont donc parfois ténues.

121 Telle que l'exposition Suzanne Valadon et Maurice Utrillo en mai 1922. Cf. Annexe II.2 Les expositions.

122 Telles que les expositions Hermine David du 26 février au 11 mars 1923, l'exposition des peintures de Jeanne Rosoy du 27 février au 8 mars 1925 ou encore l'exposition Berthe Martinié de juin 1925. Cf. Annexe II.2 Les expositions.

123 Certaines galeries fermeront par exemple uniquement à la mort de leurs directeurs (Paul Guillaume, Ambroise Vollard, Jeanne Bucher, etc) malgré les difficultés financières, d'autres ne franchiront pas la crise économique préférant peut-être la rentabilité à la médiation artistique à perte (la galerie d'art Montparnasse dirigée par Jean Charron ou la galerie Au Sans Pareil gérée par René Hilsun).

B° Le marchand-éditeur, un marchand moderne ?

Des marchands spécialisés

L'origine sociale, culturelle et les perspectives envisagées par les marchands aboutissent à des relations particulières et spécifiques avec les artistes, relations auxquelles nous allons nous intéresser ici. Certains marchands, notamment les magnats de la rue de la Boétie et de la rue Laffitte, présentent un art pour le moins éclectique, oscillant entre les grands peintres du XIX^{ème}, les avant-gardes du début du XX^{ème} et quelques peintres contemporains de tradition française afin de satisfaire à la demande du plus grand nombre d'amateurs. C'est le cas notamment des frères Bernheim, de la galerie Devambez, de Berthe Weill, etc. Mais la plupart des marchands sont tout de même particulièrement spécialisés dans un domaine, cela est dû à leur origine familiale, à leur première approche de l'art ou parfois à leur appartenance personnelle à un mouvement artistique. Le goût de l'estampe chez Maurice Le-Garrec provient ainsi certainement de son beau-père, Edmond Sagot qui ouvre une librairie artistique en 1881 et va rapidement faire évoluer ses activités vers le commerce d'estampes et de gravures. Tandis que l'on peut expliquer également de cette manière l'attrait de Zervos pour les arts grecs anciens ou encore l'engouement de Léonce Rosenberg pour les cubistes, aussi bien dans leurs expositions que dans leurs publications (catalogues, revues, bulletins, livres d'art). Par ailleurs, le cas particulièrement exemplaire de la galerie surréaliste montre bien à quel point la spécialisation et le degré d'attachement d'une galerie à la défense d'un courant artistique peut être fort.

Fondée en 1926, la galerie Surréaliste¹²⁴ ouvre dans les anciens locaux de *Clarté* au 16 rue Jacques Callot dans le VI^{ème} arrondissement, inaugurée par l'exposition *tableaux de Man Ray et Objets des Îles*. Pendant deux années (jusqu'à 1928), les éditions émanent directement de la galerie et onze ouvrages ou objets sont édités¹²⁵. Le registre du commerce de la Seine est en effet très ambigu quant au statut et à l'activité de la boutique :

« Date : 09/04/1926

Raison sociale : FOURRIER Galerie surréaliste

Gérant : Marcel Edouard FOURRIER né le 11/081995 à Batna (Algérie française)

124 La galerie Surréaliste est à bien différencier des Éditions Surréalistes, label sous lequel près de soixante ouvrages furent publiés entre 1926 et 1968. Cf. Georges Sebbag, *Les éditions Surréalistes, 1926-1968*, Paris, Éditions de l'IMEC, 1993.

125 Cf. Annexe II.3 Figure 2.

Activité de la société : Éditions

Adresse ; 16, rue Jacques Callot, 6ème

Date de début de la société : 01/04/1926

Cessation de la société : 23/03/1928 »¹²⁶

Le commerce de la peinture, la vente d'objets surréalistes et l'édition de livres manifestes sont donc liés dans ces locaux du VI^{ème} arrondissement avec pour seule finalité de servir le mouvement surréaliste. En effet, la dimension collective qui régit les éditions suppose également un apport actif du groupe surréaliste à la galerie qui présente les œuvres de Masson, Tanguy, Chirico, Man Ray, Rose Sélavy, Picabia, Miro, etc. On remarque souvent des expositions réunissant la communauté surréaliste dans son ensemble et non pas uniquement un artiste individuel, c'est le cas notamment pour l'exposition inaugurale qui mêle les tableaux de Man Ray aux objets océaniens et primitifs collectés par les Surréalistes. Si la galerie est entièrement vouée aux arts plastiques, les éditions sont le lieu de tout les possibles (des boules de neige sont par exemple éditées). Elles entérinent les expositions de la galerie, intrinsèquement transitoire et s'inscrivent dans un autre temporalité, les deux activités se complétant ainsi parfaitement, comme l'affirme Georges Sebbag dans son étude sur ce commerce : « La vocation de la Galerie est d'exposer et de vendre des œuvres uniques, celle des Éditions de susciter et commercialiser des multiples [...] La Galerie investit un espace, invente un lieu, les Éditions brusquent le temps et confectionnent des durées »¹²⁷. Cette spécialisation de la Galerie, dont André Breton s'occupe personnellement, permet une nouvelle médiation artistique en cela que les éditions fournissent des informations sur les expositions et sur les artistes de la galerie et qu'elles justifient la position de la galerie à l'égard des problèmes et des débats sur l'art de l'époque. La pertinence de se doter de cette double activité semble ainsi d'autant plus justifiée d'un point de vue « idéologique » que la galerie œuvre fortement à la défense d'un mouvement artistique en particulier.

126 Registre du Commerce de la Seine, n°353.616. Notons que Marcel Fourier est l'ancien chef de file de la revue *Clarté* qui apporte son soutien au parti communiste et se rapproche du mouvement surréaliste en 1925.

127 Georges Sebbag, *op. cit.* p. 169.

Des marchands « engagés »

« L'engagement » des marchands en termes artistiques, culturels et politique se traduit de différentes façon. Ainsi, par exemple, choisir Marc Chagall pour inaugurer la galerie *MAI* est pour Yvonne Zervos un moyen de paraître « audacieuse » en choisissant un artiste juif (même s'il était loin d'être un inconnu dans le milieu artistique parisien) et en même temps il s'agissait de s'inscrire dans la lignée de *Cahiers d'art* qui souhaitait à la fois consacrer l'influence du cubisme sur l'art du XX^{ème} siècle (Marc Chagall, bien que n'appartenant à aucun mouvement, a plusieurs fois utilisé la fragmentation cubiste de l'objet dans ses toiles) et qui s'est beaucoup intéressé au surréalisme dans les années 1930 (courant auquel on a souvent par la suite rattaché Chagall). En effet, il convient de souligner que Marc Chagall était issu d'une famille juive. En 1937, il est naturalisé français pour fuir l'antisémitisme de l'Europe centrale. Il est arrêté à la fin du printemps 1941 alors qu'il se trouve à Paris et doit son salut au journaliste américain Varian Fry qui lui permet de rejoindre les États-Unis. Ainsi, le fait d'organiser une exposition Chagall – et pas des moindres puisque le *Cri de Paris* daté du 4 février 1940 l'évoque comme l'« une des plus considérables expositions de ce peintre, et même de l'époque » – dans ce contexte de début de la seconde Guerre Mondiale et de relents d'antisémitisme doit être signalé. D'ailleurs, l'œuvre *La crucifixion blanche*, peinte en 1938 et exposée à la galerie *MAI* s'inspire directement d'événements historiques réels (la destruction de la synagogue de Munich, la nuit de cristal, la déportation des juifs de Pologne). Le choix de Marc Chagall, qui est alors un artiste relativement « connu » du paysage artistique parisien, pour l'exposition inaugurale de la galerie *MAI* semble être un signe d'avant-gardisme ou de « résistance » au contexte ambiant, de la part d'Yvonne Zervos. D'autre part, notons que si à première vue le choix de Chagall pour l'exposition inaugurale de la galerie nous semblait quelque peu avant-gardiste, il s'inscrit cependant dans la continuité des choix artistiques de la revue *Cahiers d'art* et de la galerie du même nom (tenue depuis 1934 par Christian et Yvonne Zervos). De fait, Chagall était très présent dans la revue des Zervos, au même titre que Picasso, Léger ou Lurçat¹²⁸, et les galeries *Cahiers d'art* et *MAI* possédaient dans leurs collections permanentes des œuvres de l'artiste.

Paul Guillaume appartient également à cette nouvelle génération de marchands dont les activités sont étroitement liés à la création des artistes qu'ils exposent. Selon Michel Hoog, les

128 Le numéro 5 des *Cahiers d'art* datant de 1929 est d'ailleurs consacré en grande partie au fauvisme, à Lurçat et à Chagall.

trois aspects majeurs de l'activité de Paul Guillaume seraient : la prise en considération (en compagnie de Guillaume Apollinaire) de l'art africain et océanien jusque là considérés comme de simples curiosités ethnographiques ; une politique de diffusion de l'art français (notamment aux Etats-Unis par l'intermédiaire du docteur Barnes mais également en Europe grâce à sa revue *Les Arts à Paris*) ; la prospection de « nouveaux talents »¹²⁹. La volonté d'être un passeur, un découvreur, un médiateur se ressent alors chez Paul Guillaume et l'association entre le critique et écrivain (Apollinaire) et le marchand est dans ce contexte emblématique. En effet, le premier contribue à lancer à la fois les artistes et la galerie par ses chroniques tandis que le second, soutenu ainsi, prend les risques financiers sur la durée, parie sur l'avenir en défendant ses artistes (parmi lesquels on trouve Modigliani, De Chirico, Soutine notamment). Réunir les deux médiums de promotion de cet art fut alors un acte logique de la part de Paul Guillaume qui créa en 1918 *Les Arts à Paris*, organe de promotion de l'avant-garde autant qu'outil d'auto-publicité qui tente de modifier les critères de jugement de ses contemporains. La revue publie par exemple nombre d'articles sur les arts nègres, que ce soient des études – tel que l'article « la danse pure »¹³⁰ qui présente certaines recherches "archéologiques" de Paul Guillaume mettant en valeur le rôle que joue la danse en Afrique noire – ou bien des présentations d'œuvres – la revue affirme ainsi souvent que « on sait que la Galerie Paul Guillaume possède la collection la plus importante, la plus riche, la plus belle des statues nègres de toutes sortes »¹³¹ et montre des statuettes provenant de tribus d'Afrique et d'Océanie. D'ailleurs, si cette revue constitua le fil conducteur de l'exposition consacrée à Paul Guillaume au Musée de l'Orangerie du 14 septembre 1993 au 3 janvier 1994 c'est parce que, davantage que la galerie, elle représente la plus forte empreinte laissée par le marchand au monde de l'art. Ainsi, plus qu'un galeriste ou qu'un agent artistique, Paul Guillaume est un médiateur engagé et actif de l'art vivant. Toujours dans un but publicitaire et afin d'attirer l'attention sur ses « poulains » il organise de plus des vernissages grandioses, des soirées mémorables tels que ses « bals nègres »¹³², et met en place des conférences sur l'art et la littérature. A lieu par exemple le 13 novembre 1917, à la galerie Paul Guillaume une soirée musique et poésie au cours de laquelle Apollinaire parle de « l'art tactile » entre deux accompagnements musicaux d'Eric Satie et Georges Auric.

129 Michel Hoog et Colette Giraudon (dir.), *Les Arts à Paris chez Paul Guillaume, 1918-1935*, Paris, Éditions de la Réunion des musées nationaux, 1993, p. 9.

130 « La Danse Pure », in *Les Arts à Paris*, n°2, 15 juillet 1918.

131 « Actualité », in *Les Arts à Paris*, n°1, 15 mars 1918.

132 Le théâtre des Champs Elysées a accueilli en 1919 une « Fête Nègre » organisé par Paul Guillaume pour médiatiser la première exposition publique d'« art nègre et océanien » de sa galerie.

C'est dans cette perspective de mise en œuvre de nouvelles médiations, complémentaires à la galerie, que doivent être interprétés les bulletins et revues qui furent fondés dans l'entre-deux-guerres. Le marchand moderne au XX^{ème} siècle n'est pas un simple intermédiaire qui présente les artistes mais un critique engagé dans les débats et la création artistique contemporaine. Les marchands et éditeurs, à la différence des marchands « traditionnels » poussent ce soutien aux artistes plus loin par l'intermédiaire de leurs publications qui expriment leur volonté de participer à l'intégration de l'art « en train de se faire » dans l'histoire de l'art.

CHAPITRE III

Une hétérogénéité de galeries

Après l'étude sociologique et individuelle des marchands de tableaux-éditeurs, il nous semblait pertinent de poursuivre notre analyse avec la description des galeries en tant que lieu et des composantes essentielles qui définissent leur identité. Nous étudierons ainsi tour à tour l'articulation des activités et espaces d'exposition et d'édition, le fonctionnement économique qui régit ces lieux et l'enjeu de la réunion artistique qui s'y joue. Ces considérations ont pour but de se demander ce qui différencie les galeries d'édition des galeries traditionnelles et quelles sont les différentes typologies qu'il est possible de déterminer parmi l'hétérogénéité des galeries qui composent notre corpus.

A° Des lieux hybrides : articuler la double activité et administrer l'espace

Galeries de maisons d'édition et maisons d'édition de galerie

Les galeries issues directement de maisons d'édition reconnus (la NRF, Albert Morancé, Crès & Cie, etc) sont pour la plupart très peu documentées et n'apparaissent pas dans les monographies concernant ces maisons d'éditions néanmoins elles ont une adresse systématiquement identique à ces dernières (le 30 rue de Fleurus pour les Éditions et la galerie Albert Morancé, le 140 faubourg Saint-Honoré pour la Gazette des Beaux-arts, etc), les deux activités ne sont donc pas séparées et les expositions semblent fortement attachées – ne serait ce que par le nom des galeries – à la maison d'édition. On peut ainsi exclure l'idée que l'adjonction de l'activité d'exposition est considérée par ces maisons d'éditions d'art comme annexe ou comme un moyen purement économique d'élargissement de la clientèle puisqu'une recherche d'union esthétique, de réflexion sur l'association des deux médiums ne semblent avoir lieu sous l'égide de l'éditeur qui se fait marchand d'art. La seule trace que nous conservons de ces galeries se trouve dans la série des Cartons Verts de l'INHA qui fait mention d'une « Exposition des Aquafortistes de la Maison des Maîtres Graveurs Contemporains » à la galerie des Éditions Albert Morancé en 1922 ou encore d'une « Exposition des Artistes ayant participé à la Société

des Artistes Indépendants de 1884 à 1904 » à la galerie des Éditions Crès & Cie en 1919¹³³. Ces maigres indices ne permettent pas une analyse suffisamment scientifique hormis la constatation du soutien aux mêmes courants artistiques que ceux présents dans les livres et revues publiées. Par exemple, la Gazette des Beaux-arts fondée en 1859 se donne dans l'entre-deux-guerres la stature d'une véritable revue savante, à la fois canal de diffusion de l'art français et instance de contrôle de celle-ci. Lors d'une exposition sur les peintres, sculpteurs et graveurs du « Temps Présent »¹³⁴ qui eu lieu du 3 au 25 mars 1936, sont ainsi présents (parmi un nombre total de 79 peintres) les pionniers du cubisme, Georges Braque et Picasso, les « cubistes » ou post-cubistes à l'instar de Jacques Villon, André Lhote, et certains peintres parfois dits « de tradition française » héritiers du post-impressionnisme notamment tels qu'Albert Marquet, Charles Malfray et Charles Walch mais également quelques peintres, parmi les plus célèbres, de la nouvelle Ecole de Paris ou du surréalisme : Zadkine, Valentine Prax, Giacometti ou encore Yves Tanguy. Notons néanmoins qu'en 1936 les avant-gardes des années 1920 sont relativement consacrées en tant que personne ne renie plus leur participation à la création artistique contemporaine et que la majeure partie des artistes exposés reste d'une génération, née dans les années 1880, issue des écoles des Beaux-arts ou des Académies. La galerie, tout comme la gazette, des Beaux-arts, comme son nom l'indique, ne présente alors, de façon cohérente entre les deux médiums, qu'une facette choisie du marché de l'art et de la création artistique de l'entre-deux-guerres. Par ailleurs, concernant l'administration de l'espace au sein de la boutique, nous ne conservons aucune information mais l'on peut supposer qu'une part belle est faite au lieu d'exposition qui peut accueillir jusqu'à presque 80 peintres, dans les mêmes locaux que la maison d'édition. La Gazette a également la particularité de couvrir toute la période 1919-1939 malgré quelques difficultés dans les années 1930, on peut ainsi supposer que les expositions, dont la seule trace que nous ayons datent d'entre 1935 et 1938, s'étendent sur toute cette période. Si l'on a peu de documents attestant de l'activité de ces galeries issues directement de maisons d'éditions d'art d'une grande importance sur le marché du livre, les informations que nous possédons révèlent cependant un schéma organisationnel et administratif qui semble finalement très proche des exemples quelque peu plus renseignés des galeries des Cahiers d'art, Surréaliste, Au Sans Pareil qu'il nous est alors permis d'étudier.

Kristos Zervos est né à Argostoli, dans l'île de Céphalonie, en Grèce, en 1889. Il aurait passé son enfance et sa jeunesse à Alexandrie puis à Marseille avant d'arriver à Paris en 1907. Il

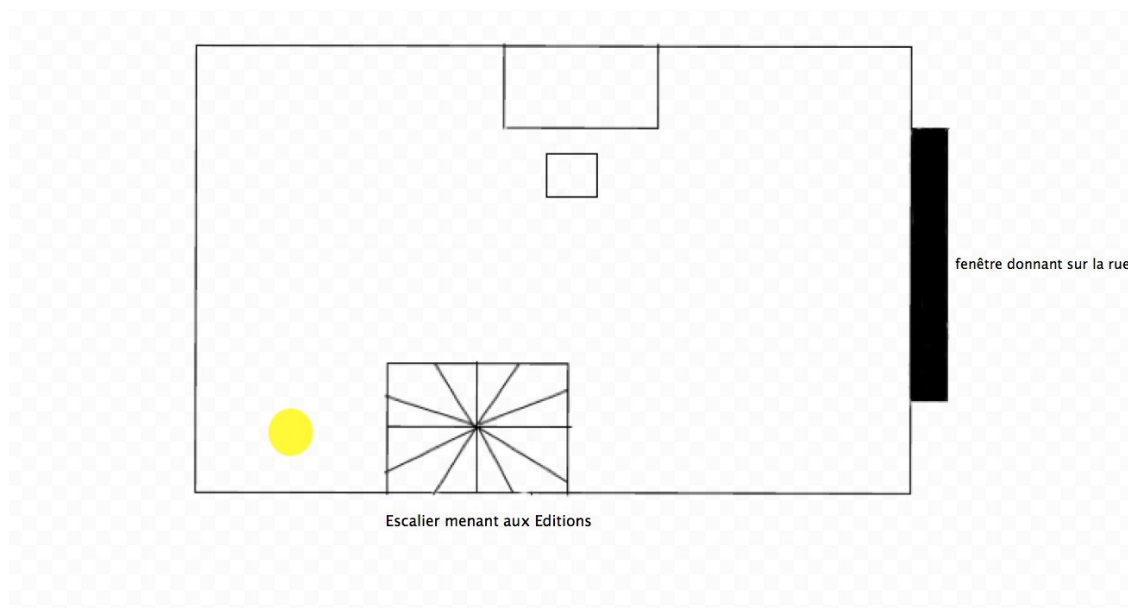
133 Cf. Annexe II.2

134 Cf. Annexe II.2

soutient une thèse de philosophie en 1918 et fait quelques études d'histoire de l'art par la suite. En 1923, Jean Badovici l'introduit aux Éditions Albert Morancé où il assiste la direction de la maison pour un nouveau périodique, *L'Art d'aujourd'hui* et dirige un semestriel, *Les Arts de la maison*. Il est alors tout à fait permis de supposer qu'il tire de cette expérience, l'idée, l'envie et les convictions esthétiques d'allier à son activité éditoriale l'organisation d'expositions, dans le but de diffuser à un plus grand nombre mais également de soutenir visuellement, d'une manière d'autant plus convaincante, une pensée et un discours artistique. En 1926, il crée *Cahiers d'art*, une revue qu'il assura quasiment seul, de la conception à la fabrication, de la rédaction à l'impression pendant près de 30 ans. En 1934, l'activité des Éditions *Cahiers d'art* s'agrandit avec l'ouverture d'une galerie au 14, rue du dragon dans le 6^{ème} arrondissement (l'adresse est une nouvelle fois identique à celle des Éditions). La revue des *Cahiers d'art* s'est attachée dans l'entre-deux-guerres à consacrer l'influence du cubisme sur l'art du XX^{ème} siècle mais a aussi publié des articles sur l'art primitif, le surréalisme, l'abstraction. Parallèlement, les deux galeries des éditions (la galerie *Cahiers d'art* et la galerie *MAI*) organisent de nombreuses expositions d'artistes tels que Picasso, Léger, Calder, Klee, Chagall, etc. Dès 1919 on note dans le discours de Christian Zervos (alors critique d'art) les prémices de ces constructions de parallèles entre avant-gardes et époques primitives¹³⁵ (qui constitueront le fer de lance de *Cahiers d'art*) notamment à travers des comparaisons entre les toiles de Matisse exposées chez Ambroise Vollard et l'esprit de l'art byzantin. Il va, à partir de là, donner à *Cahiers d'art* la mission de susciter des rencontres du passé et du présent. C'est ainsi que se forge le projet archéologique de Zervos et qu'essentiellement à partir de 1933 que la revue va s'affirmer en tant que défenseur des hautes époques archaïques et de l'art contemporain. La revue alterne alors des articles consacrés à l'art contemporain et d'autres qui abordent des cultures primitives, sans distinction. Ainsi on remarque que les expositions, insistant par exemple en 1940 sur le spiritisme et le néo-primitivisme des œuvres de Chagall, s'accordent parfaitement avec le programme de la revue dans le but de diffuser de manière plus convaincante l'art contemporain que les galeries traditionnelles, formant ainsi un moteur de diffusion artistique particulier.

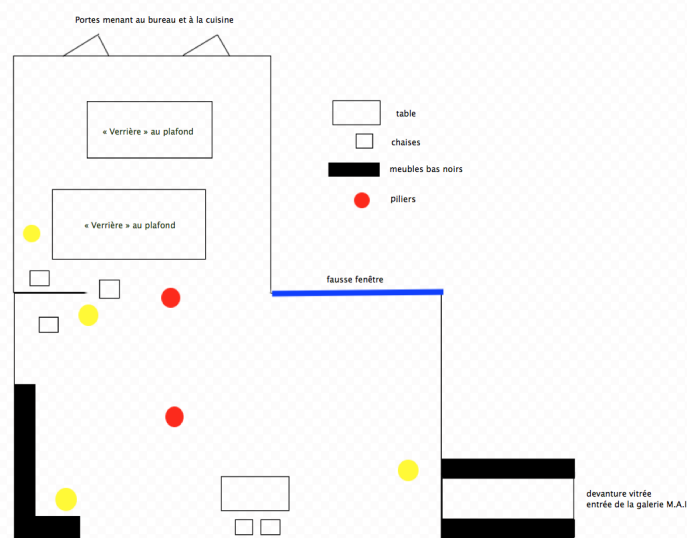
135 De fait, selon l'exposition qui s'est tenue au musée Zervos de Vézelay du 24 juin au 4 novembre 2011 (« Zervos et l'art des Cyclades »), l'éditeur des *Cahiers d'art* fut un pionnier principalement par son appréhension du Beau dans l'Antiquité.

Figure n°7 : schéma de la galerie des Cahiers d'art au 14 rue du Dragon, d'après une photographie parue dans Cahiers d'art



La première galerie située au 14 rue du Dragon se trouve au premier étage des éditions, assez étroit l'espace est faiblement éclairé par une seule fenêtre donnant sur la rue et un système d'éclairage indirect par des spots fichés aux angles. Les murs sont sobres et blancs, ils sont accompagnés d'une moquette noire afin de donner une illusion de grandeur et accueillent les tableaux, accrochés par des fils (les uns au dessus des autres parfois) de manière dense. Seuls un bureau et une chaise pour Yvonne meublent la pièce. On comprend ainsi aisément le souhait de la marchande d'emménager dans une galerie plus grande et mieux conçue.

Figure n°8 : schéma de la galerie M.A.I lors de son inauguration en janvier 1940, d'après des croquis d'Yvonne Zervos et des photographies de l'espace d'exposition (Fonds Zervos de la Bibliothèque Kandinsky)



Le fonds Zervos de la bibliothèque Kandinsky nous renseigne sur l'aménagement intérieur de la galerie *MAI* dans la mesure où les devis d'aménagement du local en galerie sont conservés. Le magasin semble divisé en deux parties : la première était constituée d'une entrée et de deux pièces rectangulaires destinées à accueillir l'accrochage des toiles ; la seconde, dans le fond du magasin était occupée par une petite cuisine et un bureau (les devis retrouvés dans le fonds Zervos font ainsi état de l'achat d'un bureau en chêne, de tablettes pour la cuisine, etc). Dans la pièce principale, qui était destinée aux expositions (permanentes et ponctuelles) et à la réception du public : le sol en parquet fut « défoncé » ; les murs furent lessivés, grattés, recouverts de contreplaqué sur voliges (cela permettait d'égaliser la surface murale) et peints de couleur blanche pour la plupart. Mais on remarque aussi deux murs noirs, ce contraste permettait de mieux faire ressortir les œuvres (par ailleurs les plinthes des murs étaient elles-aussi peintes en noir pour donner une plus grande impression de hauteur sous plafond)¹³⁶ ; une fausse fenêtre est évoquée sur les devis, on l'a retrouve sur les photographies¹³⁷ la pièce était ainsi agrandie. Cet agencement du local en 1939 visait vraisemblablement à éclaircir l'espace d'exposition et à le faire paraître plus grand. Le système d'éclairage puissant (les devis montrent l'achat d'une quinzaine de lampes : diffuseurs, réflecteurs, sous-lampes et lampes en bois) et deux « verrières » au plafond de la pièce la plus au fond de la galerie (dont on pouvait

136 Cf. Annexe VII.1 Figure 2.

137 Cf. Annexe VII.1 Figure 2.

moduler l'apport de lumière grâce à des stores de couleur beige clair) complétaient ce dispositif et permettaient une visibilité maximale des œuvres. Les archives photographiques consultées complètent parfaitement l'analyse faite à partir des devis d'agencement cités précédemment : la galerie était un espace clair, lumineux, relativement épuré (il n'y avait aucun meuble purement décoratif) et dans lequel il est facile de se déplacer. De fait, seuls deux piliers entravaient la circulation et visibilité des visiteurs comme visible sur le schéma n°8.

La galerie Surréaliste peut rejoindre ce sous-ensemble regroupant les galeries issues des maisons d'édition ou de revues. Publiant onze ouvrages et objets entre 1926 et 1928 la galerie et les éditions sont installées dans les mêmes locaux au 16 rue Jacques Callot et sont par ailleurs très liées, car même si les directeurs officiels de la galerie sont Roland Tual puis Marcel Noll, les archives¹³⁸ nous montrent que c'est Breton, chef de file du Surréalisme, qui choisissait personnellement leur ligne directrice. Un projet annoncé dans *La Révolution Surréaliste* du 1^{er} décembre 1926 d'exposition d'objets surréalistes trouve ainsi des échos dans le programme de la galerie qui organise en mars 1926 l'exposition « Tableaux de Man Ray et objets des îles » et en mai 1927 « Yves Tanguy et Objets d'Amérique » et les initiatives éditoriales des surréalistes qui lancent une collection de « boules de neiges »¹³⁹ en juin 1926. La revue, les éditions et la galerie concentrent alors l'esprit de recherche surréaliste. Le fonds d'archives des éditions conservé à l'Institut Mémoire de l'Édition Contemporaine ne contient aucun renseignement concernant l'espace d'exposition, cependant une photographie Man Ray datant de 1927¹⁴⁰ révèle une devanture vitrée assez large qui pourrait permettre une grande visibilité de l'intérieur de la galerie. Cette devanture est néanmoins aveuglée par deux rideaux qui doivent plonger la galerie dans une certaine obscurité. L'enjeu de la vitrine étant d'attirer l'attention des passants et de produire un condensé des opinions esthétiques défendues par la galerie, on peut penser que cette ambiance sombre, intimiste et onirique était voulue par les surréalistes. Ces derniers conçoivent en effet l'exposition comme une expérience sensorielle et ne recherchent pas forcément la luminosité qui était au contraire l'une des préoccupations majeures d'Yvonne Zervos pour sa galerie.

La maison d'édition Au Sans Pareil se situe quant à elle au 102 rue du Cherche-midi et la galerie inaugurée en 1919 est au départ située dans les mêmes locaux, les expositions y ont

138 IMEC, Editions Surréalistes, EDS 1925-1928.

139 Cf. Annexe II.3 Figure II. Les livres. Parodiant les boules de verre floconneuse vendues dans des boutiques souvenirs, la boule de neige n°1 s'intitule *Hommage à Picasso*, elle reproduit une nature morte du peintre, Man Ray pour la boule de neige n°2 réalise un œil et Nadja devait préparer une boule de neige « l'âme des amants » pour décembre 1926 qui ne sera finalement pas éditée.

140 Cf. Annexe VII.1. Figure 1.

donc lieu dans un premier temps. Mais très vite, dès en janvier 1920, devant le manque de place de la petite boutique, René Hilsum décide d'ouvrir, pour compléter ses activités, une librairie qui servira d'espace d'exposition au 37 avenue Kléber dans le XVI^{ème} arrondissement. Cette dissociation et cet éloignement géographique des lieux d'édition et d'exposition montrent que pour cette fois les deux activités sont pensées de manière parallèle mais tout du moins complémentaire. Ainsi en 1920, dans la collection DADA du Sans Pareil, est publié un ouvrage de Francis Picabia, *Unique eunnuque. Avec un portrait de l'auteur par lui-même et une préface par Tristan Tzara* et peu de temps après, en avril, a lieu une exposition Picabia au 37 avenue Kléber. La médiation du peintre se fait donc à la fois par le biais de l'imprimé et de l'exposition.

Les galeries d'art directement issues de maisons d'édition forment donc une catégorie particulière de notre corpus général en tant que le programme de leur exposition est réfléchi en fonction de la ligne éditoriale de la revue, ce rapport est, en fait, inversé pour les autres galeries d'édition. Cependant l'articulation et l'administration des espaces semblent similaires : il s'agit de loger dans le même local la maison d'édition et la galerie. Que les deux se trouvent mélangées dans la même pièce, séparées par une porte ou à deux étages différents, l'enjeu de l'espace est important et la place de l'une et l'autre des activités est sans aucun doute réduite par rapport aux galeries ou aux maisons d'édition traditionnelles qui n'ont pas à s'accommoder de cette hybridité.

La majeure partie de notre corpus appartient à un seconde « type » de galeries d'édition, il s'agit des commerces ayant initialement fondés une galerie avant de se tourner dans un second temps vers l'édition dans l'entre-deux-guerres (nous nous permettons de signaler que, comme vu précédemment, certaines galeries créées par de plus jeunes marchands naissent directement avec cette double fonction). Les locaux réunissent ainsi les deux activités et il n'est pas évident de se rendre compte de l'administration de l'espace de la galerie. En effet nous ne conservons que des bribes d'informations, quelques coupures de journaux évoquant les salles de la galerie, quelques photographies et témoignages écrits.

En 1901, lorsque Berthe Weill ouvre boutique au 25 rue Victor-Massé, elle expose à la fois des œuvres contemporaines et continue par prudence son commerce des antiquités. En proie à certaines restrictions financières la marchande ne put agrandir sa galerie avant 1917. Elle ne

disposait alors pour ses expositions que de six mètres de cimaises¹⁴¹ et, mythe contemporain ou fait véridique nous n'avons pu le déterminer, elle aurait eu recours pour démultiplier les possibilités de présentations d'œuvres à un stratagème pour le moins audacieux : des fils étaient tendus dans la boutique où elle accrochait avec des pinces à linge les toiles encore humides. Le fait que Berthe Weill ne choisit de déménager qu'à la fin des 1910 est sans aucun doute dû à sa situation financière (au cours des quinze premières années de sa galerie elle a pu se faire un nom et rétablir une certaine stabilité économique) mais cela semble également lié à une volonté de développer des activités annexes à sa galerie insuffisante désormais à remplir seule la tâche de vecteur et de médiateur de l'art contemporain. Elle emménagea ainsi en 1917 au 50 de la rue Taitbout, inaugura sa librairie artistique en 1919 et déménagea une nouvelle fois dans des locaux plus spacieux au 46 rue Laffitte (toujours dans le IX^{ème} arrondissement) en 1920. Ainsi la photographie de l'exposition Georges Kars qui eu lieu à la galerie en 1928¹⁴² nous montre un espace aéré, pourvu d'une moquette noire et de murs blancs. Les tableaux recouvrent cependant toute la surface des cimaises témoignant d'un souci de gain de place. La plupart des galeries étudiées témoignent d'un intérêt important pour l'aménagement intérieur, utilisant toutes les ressources, jouant avec les contraintes de la boutique pour faire paraître l'espace plus grand qu'il n'est en réalité et attirer l'oeil des visiteurs. Ainsi la galerie Vavin-Raspail (dont nous conservons une vue de l'exposition de la Section d'or en 1925¹⁴³) est située au 1^{er} étage d'une boutique accueillant au rez-de-chaussée la rédaction de la revue *Les Arts Plastiques* mise sur un éclairage zénithal puissant et un plafond blanc pour assurer une visibilité maximale des œuvres, ce dispositif permet également d'accroître la hauteur sous plafond de la pièce. De même la galerie de l'Effort Moderne, sous ses dehors étriqués¹⁴⁴ fait également montre d'une réflexion quant l'organisation spatiale de l'espace d'exposition. Quelques piliers sur lesquels sont posés des sculptures et une moquette de couleur différente rythment en effet la visite de l'amateur et lui indique la voie à suivre pour parcourir la galerie.

Concernant les galeries dont nous conservons les fonds d'archives, il est également rare d'y trouver des photographies, plans ou schémas des espaces d'exposition. Le fonds Quatre-Chemins conservé à la bibliothèque Kandinsky ne fait pas exception à la règle. Nous savons uniquement que le déménagement du 6 rue Calais au 18 rue Godot de Mauroy en 1925 s'est opéré dans le but d'agrandir l'espace de la maison d'édition afin d'y ouvrir des salles d'exposition. Si la disposition des cimaises nous est inconnue, l'article de Marcel Sauvage dans le *Comœdia*

141 Marianne Le Morvan, *op. cit.* p. 54.

142 Cf. Annexe VII.1 Figure 2. Les accrochages.

143 Cf. Annexe VII.1 Figure 2. Les accrochages.

144 Cf. Annexe VII.1 Figure 2. Les accrochages.

du 13 décembre 1926 (à propos de l'exposition de « poésie plastique » de Cocteau) nous renseigne un peu plus :

« Les trois salles de la galerie étaient combles, c'était le rendez-vous du Tout-Paris mondain »

La galerie disposait donc de plusieurs salles pour ses expositions. Cela ne nous étonne d'ailleurs pas puisque si les expositions s'y enchaînent très vite, les journaux font également état d'une collection permanente, il est ainsi possible de l'exposer quotidiennement dans une salle différente.

La question du déménagement dans le but d'agrandir les locaux est également symptomatique de la volonté d'étendre ses activités et c'est pour cette raison que déménagèrent les frères Bernheim-Jeune, passant du 15 rue Richepance au 83 Faubourg Saint Honoré (toujours dans le VIII^{ème} arrondissement), en 1925, à un moment où *Le Bulletin de la vie artistique* était à l'apogée de sa diffusion. Jeanne Bucher suivant ce mouvement décide, lorsque ouvre une nouvelle galerie en 1935 en collaboration avec l'atelier de tapisserie de Marie Cuttoli, de s'installer dans un local certes plus éloigné du cœur artistique de Montparnasse mais plus spacieux, au 9 ter boulevard du Montparnasse à la limite du VII^{ème} arrondissement.

On peut ainsi conclure de l'étude des articulations entre espace d'exposition et espace d'édition que les galeries qui étendent leurs activités ont dans l'entre-deux-guerres besoin de place. Leur hybridité les poussent notamment à déménager afin de pouvoir accueillir comme il se doit visiteurs et collaborateurs. Sans être toujours séparées l'une de l'autre, les deux activités occupent un espace différent au sein de la boutique. Ce besoin d'espace se heurtant parfois aux restrictions financières des marchands, il est possible d'expliquer la localisation de nombreuses galeries rive-gauche par ces préoccupations. De fait peu importe finalement la typologie ou la ligne artistique de la galerie, le sud parisien proposait des superficies plus élevées à des coûts moins exorbitants que les logements rive-droite.

B° Des lieux d'exposition

Quel calendrier des expositions ?

Selon Christian Derouet, la durée moyenne des expositions était souvent courte (environ 10 jours)¹⁴⁵, avec une longue pause traditionnelle au cours des mois de juillet, août et septembre. L'historien remarque également que les expositions alternaient généralement avec de simples accrochages. Ce rythme classique semble respecté chez la plupart des galeries du corpus

Les Quatre-Chemins ont organisé soixante-six expositions entre 1925 et 1929¹⁴⁶, c'est-à-dire un peu plus de treize par an, soit entre une et deux chaque mois. De fait on observe que les expositions se succèdent très rapidement (deux ou trois jours maximum les séparent) et durent environ dix à douze jours. Mais, on remarque aux Quatre-Chemins seulement quelques expositions par an de grande ampleur (c'est-à-dire d'un artiste relativement « médiatisé » et avec des répercussions importantes dans la presse notamment) : par exemple pendant l'année 1928, les deux expositions Max Jacob (d'avril/mai et de décembre) semblent plus conséquentes que les autres (ces dernières pouvant peut être ainsi être comparées à de simples accrochages). On retrouve ce même calendrier d'expositions chez les galeries Jeanne Bucher, Braun & Cie ou Crès & Cie où les expositions, souvent collectives, se déroulent pendant 10 à 15 jours. Mais finalement chez nombre de galeries l'organisation d'expositions sur une plus longue durée prime. A l'hôtel de la Baume, par exemple, les expositions s'étendent en moyenne sur un mois complet : du 3 au 25 janvier pour l'exposition Georges Valmier en 1921, du 5 au 30 décembre 1922 pour l'exposition Léopold Survage, etc. Chez M.A.I Chagall, qui inaugure la galerie, occupe les cimaises du 26 janvier au 24 février 1940. L'organisation d'exposition individuelle est beaucoup plus prononcée dans les galeries bien installées, qui ont les moyens de s'attacher des artistes sous contrats. Chez les galeries plus modestes, les accrochages monographiques existent également mais sont moins nombreux et c'est généralement l'exposition collective qui l'emporte. Dans tous les cas, les locations de cimaises s'enchaînent très rapidement dans ces galeries pendant les sept ou huit mois ouvrables de l'année, les expositions se chevauchent même parfois, presque dans l'empressement afin de ne pas fermer la galerie le temps d'un accrochage. Tout comme qu'aux Quatre-Chemins, les autres galeries d'édition de notre corpus alternent pour la plupart des expositions individuelles d'envergures

145 Christian Derouet et alii (dir), *op. cit.*

146 Cf. Annexe n°II. 1. Les expositions.

avec des expositions collectives regroupant un nombre conséquent d'artistes. Celles-ci pourraient être considérées comme de simples accrochages, demandant une préparation et une organisation scénographique mineure. Par exemple chez Léonce Rosenberg ces expositions collectives regroupent toujours les mêmes peintres cubistes, souvent appelés le groupe de l'Effort Moderne ou les Maîtres du Cubisme et l'on peut supposer qu'il s'agit de la collection permanente de la galerie, des artistes sous contrats avec le marchand. Ce sont d'ailleurs ces peintres cubistes qui peuplent les cimaises durant les trois mois de relâche estivale.

Il semble possible de distinguer plusieurs moyens de monter une exposition pour les galeries : la location des cimaises, le partage des frais, les contrats¹⁴⁷. De fait, les galeries avaient le choix soit de louer leurs cimaises et ainsi d'offrir la possibilité d'exposer aux « artistes-locataires » qui le désirent et en ont les moyens ; soit de partager les frais engagés avec l'artiste exposé, cela permettait de disposer d'un fonds commun plus important, l'artiste remettait alors les œuvres à la galerie à titre de dépôts et donnait un mandat de vente au marchand (néanmoins dans ce type d'accord le partage des dépenses et des recettes était bien souvent source de tension) ; soit, enfin, les galeries pouvaient conclure des contrats ponctuels ou exclusifs avec les artistes, elles intervenaient alors plus activement dans la promotion des artistes. Selon Danielle Hunebelle en 1960, « trois cents galeries sur trois cent-vingt « font l'hôtel », c'est-à-dire qu'elles louent leurs cimaises au plus offrant pour faire leurs frais généraux »¹⁴⁸. Si cette remarque concerne les années 1950, on peut néanmoins penser que c'était également une pratique répandue dans l'entre-deux-guerres. De fait on note que du 8 au 21 juin 1928 l'exposition *Les Peintres du Coeur Sacré* aux Quatre-Chemins est présentée par le critique Wilhelm Uhde, de même l'exposition *Rhein* quelques mois plus tard est organisée par Marcel Sauvage. A la galerie Bonaparte, c'est Waldemar Georges qui organise *Le Panorama de l'art contemporain* du 17 janvier au 16 février 1929. Ainsi les galeries d'édition les plus modestes devaient faire alterner la location de leurs cimaises avec des expositions organisées et payées par la librairie-galerie pour maintenir l'équilibre des finances. Tandis que les galeries de la rive-droite, plus convenablement installées financièrement avaient plutôt recours à une autre pratique importante de l'entre-deux-guerres pour organiser leurs expositions : le contrat avec les artistes, cela sera évoqué par la suite.

147 Julie Verlaine, *op. cit.* p. 275

148 « Les coulisses de la Jeune Peinture », *Le Monde*, 9 février 1960, cité par Julie Verlaine, *op. cit.* p. 276.

Une scénographie particulière ?

Nous avons remarqué une relative absence de travaux sur la mise en scène des expositions dans l'entre-deux-guerres, sujet qu'il nous conviendra d'étudier au cours de cette dissertation. Pourtant, Jérôme Glicenstein note que « l'histoire plus récente de la scénographie – après la Seconde Guerre mondiale – a souvent été moins créative qu'au cours de la première moitié du siècle »¹⁴⁹. L'ouvrage d'André Gob et Noémie Drouget¹⁵⁰ nous renseigne un peu sur ces questions, même s'il ne s'intéresse aux expositions que dans une perspective principalement muséologique et n'évoque pas la scénographie des galeries. C'est dans le 2^{ème} quart du XX^{ème} selon ce dernier ouvrage qu'apparaissent les premières recherches sur le musée, sa fonction, la manière de le concevoir. On trouve bien avant cette date des réflexions sur la présentation des œuvres et des objets, mais il s'agit toujours d'observations ou de descriptions ponctuelles et circonstanciées. Chez les auteurs cités précédemment on constate globalement une massification des expositions au tournant du XX^{ème} siècle. On note alors que va s'imposer dans l'entre-deux-guerres, un rapprochement de l'exposition avec le spectacle. On sort d'une logique professionnelle : l'exposition n'est plus réservée aux artistes mais est à destination de d'un large public. De plus apparaît la distinction entre deux types d'expositions qui correspondent à ce que nous avons tenté de démontrer précédemment (ces propos empruntés à l'ouvrage dirigé par André Gob et Noémie Drouget concernent les musées mais semblent pouvoir être également appliqués aux galeries et librairies-galeries) : l'exposition des collections permanentes (qui sont plus ou moins ordonnées et destinées à durer dans le temps) et l'exposition temporaire qui sont pensées dans un cadre spatio-temporel défini (l'idée d'avoir un programme d'exposition apparaît ainsi dans les années 1920 et rythme la saison culturelle). Par ailleurs, les deux ouvrages dont il était question précédemment s'accordent sur le fait qu'on ne saurait limiter le musée à la seule fonction d'exposition ni le résumer à ses salles d'exposition. Cela nous semble tout à fait applicable aux galeries d'édition : elles sont bien plus qu'un lieu où l'on expose, c'est également un endroit porteur d'innovation, où se retrouvent notamment les artistes, c'est une librairie où l'on vend des livres, une maison d'édition. Les salles d'expositions en constituent néanmoins la partie la plus visible, celle au travers de laquelle la galerie est le plus souvent connue du public. C'est pour cette raison qu'il conviendra de se pencher sur le dispositif d'exposition de l'objet étudié, sur la valorisation de l'art mise en œuvre par elle.

149 Jérôme Glicenstein, *L'art : une histoire d'expositions*, Paris, PUF Éditions, 2009, p. 58.

150 Noémie Drouget et André Gob, *La muséologie : Histoire, développements, enjeux actuels*, Paris, Armand Colin, 2010 (3^{ème} édition).

La collection permanente des Quatre-Chemins regroupait, selon la presse, des tableaux de Chagall, Galanis, Gromaire, Marie Laurencin, Modigliani, Pascin ou Rouault. Tous ces peintres appartiennent plus ou moins à la même génération et sont nés dans les années 1880. Chagall est le seul artiste russe (ce qui rappelle les origines des directeurs puis directrices de la galerie). Ces peintres appartiennent tous à la tradition figurative et s'affranchissent du cubisme ou du fauvisme dans l'entre-deux-guerres sans pour autant se rapprocher du surréalisme ou de l'art abstrait. Rouault, par exemple, réalise principalement des nus, des christs et des paysages. Ses œuvres sont empreintes de spiritualité, tout comme celles de Chagall ou Gromaire. Cela ne nous étonne pas, puisque, comme nous l'avons vu précédemment, pendant l'entre-deux-guerres, le contexte culturel français s'est avéré peu consentant aux révolutions picturales comme le montre Romy Golan¹⁵¹ : la critique fut dans les années 1920 favorable au retour de la peinture de paysage, les « naïfs » ont par exemple un grand succès après la guerre. La représentation de la ville s'éloigne des expériences impressionnistes, fauves ou futuristes pour être dépeinte sur un modèle provincial. On privilégie les sujets renvoyant à l'unité nationale : la thématique du quatorze juillet est prégnante par exemple.

Par ailleurs, comme nous l'avons vu précédemment la période 1919-1939 est pour la plupart des peintres présents dans la collection permanente des Quatre-Chemins, un moment de reconnaissance de leur œuvre (ils ne peuvent donc être considérés comme de jeunes artistes novateurs). Rouault expose ainsi pour la première fois seul chez Druet en 1910 et en 1921 Michel Puy réalise sa première biographie. Gromaire quant à lui rencontre en 1920 le docteur Girardin qui lui achète de nombreuses œuvres dans l'entre-deux-guerres. En ce qui concerne Marie Laurencin, elle abandonne dans les années 1920 son marchand d'avant-guerre Paul Guillaume pour conclure un contrat d'exclusivité avec Paul Rosenberg (qui présente ses tableaux aux côtés de Picasso, Matisse, Braque, etc). De la même manière, grâce à Zborowski et au docteur Barnes, Modigliani (décédé en 1920) connaît une grande renommée entre 1919 et 1939. Ces artistes sont donc déjà « reconnus » au sein du milieu artistique parisien à cette époque et leurs tableaux se vendent au prix fort dans les années folles. Les Quatre-Chemins ne semblent donc pas soutenir particulièrement la jeune création à cette époque. Nonobstant, on remarque que les artistes de la collection permanente ne peuvent souvent être réduits à leur rôle de peintre. De fait, Rouault illustre plusieurs livres dont les *Fleurs du mal* de Baudelaire en 1927 ou *les réincarnations du Père Ubu* en 1928 à la demande d'Ambroise Vollard. Gromaire est également graveur, décorateur, illustrateur, dessinateur de tapisserie et linguiste

151 Romy Golan, *Modernity and nostalgia : art and politics in France between the wars*, New Heaven, Yale University Press, 1995, pp. 55 – 60.

français. Marie Laurencin, quant à elle, se détache volontaire de la communauté des peintres dans les années 1920 à mesure qu'elle noue des liens plus profonds et féconds avec nombre de poètes et écrivains dont elle se fait l'illustratrice (André Gide, Paul Morand, Jacques de Lacretelle, Max Jacob, Saint-John Perse, Marcel Jouhandeau, Jean Cocteau, etc). Elle illustra environ quatre-vingt éditions dont *Dix filles dans un pré* de J.-R. Bloch aux éditions Au Sans-Pareil en 1926 (quatre eaux-fortes) ou *Pressentiments* de J. de Lacretelle publié aux éditions des Quatre-Chemins en 1930. Cependant, dans la même démarche moderniste cherchant à conjuguer la peinture à la musique et à la danse elle travaille également comme conceptrice de rideaux de scènes : Les Quatre-Chemins organisent d'ailleurs des expositions (en plus de la collection permanente) consacrées aux aquarelles de Marie Laurencin à deux reprises (en 1925 et 1929) et publient en 1924 les dessins de Marie Laurencin pour le ballet *Les Biches*.¹⁵² Beaucoup de peintres de la collection permanente ont donc un lien avec les poètes et écrivains de l'entre-deux-guerres. Le choix de ces artistes – en dépit de leur renommée – correspond ainsi au programme de cette galerie et à la volonté de lier recherche plastique et littéraire. Ce schéma se retrouve chez presque toutes les galeries d'édition du corpus publiant des livres illustrés : Bernheim-Jeune expose Louise Hervieu, qui illustra les *Fleurs du Mal* de Baudelaire en 1920, en 1922 ; Van Leer propose à la galerie Bonaparte en 1929 une exposition Panorama de l'art contemporain dans laquelle est par exemple présent Marc Chagall, qui fut illustrateur tout au long des années 1920 sous l'impulsion d'Ambroise Vollard (pour les *Fables* de la Fontaine en 1924-1925, les *Âmes mortes* de Gogol en 1925, la Bible en 1930). Yvonne Zervos présenta également Marc Chagall dans l'exposition inaugurale de la galerie M.A.I.

De plus, on note dans le choix des artistes exposés cette même volonté (évoquée précédemment) de dépasser la recherche plastique pure. Ainsi les Quatre-Chemins n'exposent pas que des tableaux mais également des œuvres destinées à illustrer des ouvrages (publiés ou non par les Quatre-Chemins) telles que les eaux-fortes de Chagall illustrant *Les Âmes mortes* de Gogol (publié par Vollard), les dessins de Jean Cocteau pour *Oedipe Roi* ou encore les aquarelles de Van Dongen qui ont servi d'illustrations à *La Garçonne* et *La Cité des Eaux*. Jeanne Bucher également propose de montrer au public les planches d'ouvrages qui vont être publiés prochainement aux éditions de la galerie : les 36 dessins pour une *Histoire naturelle* de Max Ersnt sont présentés entre avril et mai 1926, 20 gouaches de Jean Hugo, illustrateur et écrivain du livre *Le miroir magique* publié en 1927. De même, les toiles d'André Bauchant pour le dé-

¹⁵² Marie, Laurencin *Les Biches*, 2 volumes in-4, 14 dessins en couleurs, Paris, Éditions des Quatre-Chemins, 1924. 110ex.

cor du ballet « Apollon » de Stravinski sont exposées à partir du 5 juin 1928 alors que le ballet n'est repris par les Ballets russes parisiens que le 28 juin suivant. Au Sans Pareil va même plus loin en intitulant un accrochage sobrement : « Exposition des ouvrages illustrés des éditions Au Sans Pareil ». Combiner ainsi de façon visible aux yeux des spectateurs de la galerie les deux activités d'exposition et d'édition est parfaitement novateur. Ainsi ce ne sont plus seulement les dessins, les aquarelles, les toiles ou les gravures d'artiste-peintre destinés à remplir le rôle d'illustration d'ouvrages, qui sont proposés à l'exposition mais les livres en eux-mêmes. Ces derniers deviennent alors de véritables « objets d'art » dignes d'être exposés. La promotion de ces œuvres qu'il est possible d'avoir chez soi à un coût moindre que les originaux permet aux galeries de mettre en avant leur activité éditoriale comme un substitut adapté aux budgets plus modestes du commerce de l'art. S'adaptant à une demande plus large, ces expositions encouragent la bibliophilie dite de « luxe » qui se développe avec les éditions d'art des galeries.

Nous n'avons trouvé aucune photographies nous permettant de savoir de quelle façon ces eaux-fortes ou lithographies étaient exposées : il aurait pourtant été intéressant de se demander si elles étaient accrochées au mur au même titre que les toiles lors des expositions plus « ordinaires » ou si elles reposaient sur des socles. Dans tous les cas il est pertinent de noter que les galeries d'édition exposaient des œuvres en lien avec des manuscrits, et cela même si les livres en question n'étaient pas publiés par sa maison d'édition.

Le rythme et l'organisation des expositions des galeries d'édition ne semblent alors pas être fondamentalement différents des galeries traditionnelles, même si l'on note quelques variantes. Le but des expositions est sans aucun doute de rendre visible la galerie, d'attirer l'attention, le regard des visiteurs dès la devanture. Un article paru au moment d'une des expositions DADA au Sans Pareil (soit avril, soit en mai 1920) nous le montre bien :

« la scène était à la cave et toutes les lumières éteintes à l'intérieur du magasin, il montait par une trappe des gémissements à fendre l'âme. (...) Un autre farceur, caché derrière des armoires, injuriait les personnalités présentes. Ceux qui furent le plus souvent pris à partie : Louis Vauxcelles, André Gide, René Kerdyk, Maxime Brienne, Van Dongen, André Lebey, Nicolas Baudin, etc. Parmi les personnalités épargnées nous avons reconnus : Mlle Duvernois, docteur et madame Bonniot, M.

Crotti, Suzanne Duchamps, René Clair, Jacques Porel, Joachim Murat, Marcel Sauvage, Gérard Rosenthal, etc »

Ce côté scandaleux propre au mouvement Dada et hérité des spectacles du cabaret Voltaire à Zurich sera repris au milieu des années 1920 par les Surréalistes qui font de leurs expositions de véritables événements marquant l'actualité artistique. Lieu de « monstration » par excellence la galerie plus modeste et moins visible sur le marché de l'art que les magnats du VIII^{ème} arrondissement attire ainsi l'attention et le regard des amateurs d'art. Par ailleurs, si cette « méthode » commerciale est utilisée par de nombreuses galeries ne faisant pas partie du corpus (Pierre Colle reçoit ainsi la première exposition internationale du Surréaliste en 1933 qui choque grandement et attire en même temps le visiteur, Tzara et Ersnt définissent d'ailleurs ainsi les œuvres exposées : « Objets désagréables, chaises, dessins, sexes, peintures, manuscrits, objets à flairer, objets automatiques et inavouables, bois, plâtres, phobies, souvenirs intra-utérins, éléments de rêves prophétiques, dématérialisations de désirs, lunettes, ongles, amitiés à fonctionnement symbolique [...] mains, bustes de femmes rétrospectifs, saucisses, cadavres exquis, palais, marteau, libertins, couples de papillons, perversion d'oreilles, merles, œufs sur le plat, cuillers atmosphériques, pharmacies, portraits manqués, pains, photos, langues »¹⁵³) il n'en demeure pas moins que les galeries d'édition propose des modes d'expositions et de scénographiques spécifiques à leur fond de commerce. La nouvelle médiation engagée s'adapte non plus à un mais à des publics en proposant à la fois des livres et des tableaux tous deux comme œuvres d'art. De fait à travers cette volonté de transformer le statut d'un art, les galeries d'édition, plus que de simples intermédiaires, se font acteurs de l'histoire de l'art « en train de se faire ».

C° Des lieux de transactions économiques

Lieux de visibilité de l'art contemporain mais également originellement lieux de relations commerciales et de transactions économiques, il conviendra de se pencher ici sur les diverses démarches financières qui régissent l'administration des galeries¹⁵⁴.

153 Max Ersnt et Tristan Tzara, Préface au Catalogue de l'Exposition Surréaliste, Galerie Pierre Colle, du 7 au 18 juin 1933.

154 Nous n'évoquerons pas ici les chiffres d'affaires et la rentabilité de l'activité éditoriale qui seront évoqués plus avant en troisième partie de cette étude.

L'administration du fond de commerce

Le fonctionnement administratif et économique des galeries nous semble essentiel à étudier en tant qu'il définit la place et le rôle de la galerie au sein du marché de l'art parisien. Nous étudierons ainsi en priorité les galeries Vollard, Quatre-Chemins et M.A.I¹⁵⁵ qui occupèrent une importance inégale sur celui-ci.

Le fonds Zervos de la bibliothèque Kandinsky nous renseigne sur les frais d'ouverture de la galerie *MAI* dans la mesure où les devis d'aménagement du local en galerie sont conservés. L'exposition Marc Chagall étant la première exposition on peut se fier à ses renseignements pour imaginer l'allure de la galerie en 1940. Le magasin semble divisé en deux parties comme nous l'avons vu précédemment : la première était constituée d'une entrée et de deux pièces rectangulaires qui sont le véritable lieu d'exposition et la seconde, dans le fond du magasin, accueillait une petite cuisine et un bureau. Les devis retrouvés font ainsi état de l'achat d'un bureau en chêne, de tablettes pour la cuisine, d'une quinzaine de lampes (diffuseurs, réflecteurs, etc), de la restauration du parquet et des murs, de l'aménagement de deux verrières au plafond. En recensant les différentes dépenses courantes de la galerie en 1939, Yvonne Zervos compte :

Figure n°9 : Dépenses pour l'aménagement de la galerie M.A.I en 1940

Nature de la dépense	Montant en francs	% du total
Loyer	20 000	32,3
Électricité	3 500	5,6
Téléphone	2 400	3,9
Comptable	1 000	1,6
Garçon et ménage	7 200	11,6
Assurances	600	1
Déplacements	6 000	9,7
Publicité	6 200	10
Employé	15 000	24,3
<i>TOTAL</i>	<i>62 000</i>	<i>100</i>

Source : Fonds Zervos, carton n°7, Galerie M.A.I, Pochette Première Année, Bibliothèque Kandinsky

¹⁵⁵ Il s'agit des seules galeries dont nous possédons des archives chiffrées, beaucoup de documents ayant été détruits pendant la Seconde Guerre mondiale.

Si l'on écarte les 23 000 francs de constitution de la société et d'aménagement du magasin qui ne concernent que la première année, Yvonne Zervos calcule ainsi qu'il faut compter 62 000 francs de frais fixes annuels et donc que sa galerie – dont le capital s'élève à 40 000 francs¹⁵⁶ – doit faire un chiffre d'affaire de 220 000 francs à 30 % par an. Ces estimations ne concernent que la galerie, les chiffres d'affaires et les dépenses de la revue des *Cahiers d'art* ne sont pas compris, les deux commerces sont alors réunis sur le plan du programme artistique mais dissociés en ce qui concerne leur administration économique. On remarque que les dépenses les plus importantes de la galerie sont à appliquer au loyer du local et aux salaires des employés, au garçon de poste et aux femmes de ménage. La publicité est également un poste de dépense important, on note alors un effort de promotion conséquent, d'autant plus que la publication d'informations diverses dans les *Cahiers d'art* étant peut être gratuite, elle n'est sans doute pas à comptabiliser ici. Avec un capital de plus de 22 000 000 francs, la galerie d'Ambroise Vollard est à classer aux rangs des plus importantes et influentes galeries d'art mondiales à cette époque, la réputation de Vollard n'est plus à faire, artistes et amateurs se bousculent à sa porte. Cet écart d'ordre économique se ressent notamment dans les chiffres du bilan d'activité ou du compte d'exploitation de la galerie retranscrits ci-dessous (ces valeurs datent de l'année 1934¹⁵⁷, ce qui correspond pourtant à un moment de ralentissement du marché de l'art suite au krach boursier américain d'octobre 1929).

Figure n°10 : Bilan de la galerie Ambroise Vollard au 31 décembre 1934

Nature de l'action	Montant en francs	% du total
Espèce en caisse ou en banque	144 419, 75	0,63
Marchandises en magasin	22 332 369, 15	99,3
Matériel et installation	15 000	0,07
TOTAL DE L'ACTIF	22 491 788, 90	100
Amortissement du matériel et de l'installation	15 000	0,07
Capital	22 446 788, 90	99, 93
TOTAL DU PASSIF	22 491 788, 90	100

156 Carton n°1 « Documents administratifs », Statut de la Société Cahiers d'art, Fonds Cahiers d'art, Bibliothèque Kandinsky.

157 Nous n'avons pas pu retrouver dans le fonds d'archives conservé à la documentation du musée d'Orsay les comptes d'exploitation datant de la seconde moitié des années 1930.

Figure n°11 : Compte d'exploitation de la galerie Ambroise Vollard pour l'année 1934

Nature de l'action financière	Montant en francs	% du total
Marchandises en magasin au 31 décembre 1933	21 629 981	93,9
Achats	1 208 829, 60	5,2
Tableaux échangés	78 400	0,3
Collection particulière	120 000	0,6
<i>Total</i>	<i>23 037 210, 60</i>	<i>100</i>

Nature de l'action financière	Montant en francs	% du total
Bénéfice brut	336 022, 80	
Salaires	42 900	30,8
Frais généraux	96 419, 04	69,2
<i>Total</i>	<i>139 319, 04</i>	<i>100</i>
Bénéfice net	196 703, 76	

La galerie M.A.I compte pour les salaires des employés 15 000 francs additionnés à 7 200 pour le coursier et le ménage, par an, ce qui équivaut à 22 200 francs soit 55 % du capital. Tandis que les frais fixes (regroupant le loyer, les charges, les frais de déplacement, la publicité, etc) s'élèvent à 39 800 francs soit 99 % du capital. On remarque ainsi que malgré le fait que les faux frais de la galerie Vollard soient beaucoup plus élevés, ils représentent une charge moindre pour la gestion du commerce. Les salariés, par exemple, sont au nombre de dix, on compte un chauffeur, un concierge, un jardinier, un garde, une dactylo, une cuisinière, deux femmes de ménage, un correcteur d'imprimerie et un graveur imprimeur qui sont employés toute l'année pour une somme totale de 42 900 francs soit seulement 0,2 % du capital de l'entreprise. De la même façon les frais fixes représentent quant à eux 0,4 % du capital. Toutefois le bénéfice net pour l'année 1934 est assez faibles (toujours en regard du capital de départ), ce qui peut laisser penser que les bénéfices espérés par M.A.I pour 1940 sont presque impossible à réaliser pour une galerie de cette envergure.

La question des contrats et le coût d'une exposition

La question de l'affiliation des artistes aux marchands, et à travers elle la question des contrats, rejoint la problématique de l'hétérogénéité du corpus dont nous parlions précédemment.

Il semble possible, comme nous l'avons vu précédemment, de distinguer plusieurs moyens de monter une exposition pour les galeries : la location des cimaises, le partage des frais, les contrats¹⁵⁸. Selon Philippe Vergnaud¹⁵⁹, les contrats donnent lieu à quatre conséquences principales : tout d'abord, le marchand a un droit de première vue sur les toiles du peintre (il peut les voir avant quiconque et choisir celles qu'il souhaite en vue d'une future exposition), les toiles sont ensuite mises en dépôt chez le galeriste, puis mises en vente (le prix est fixé après consultation réciproque et généralement le peintre reçoit les deux tiers des bénéfices tandis que le marchand reçoit le tiers restant). L'artiste peut soit rester propriétaire de sa production (cependant il ne peut exposer dans un autre lieu sans en référer au marchand) et n'est alors assuré d'aucune sécurité matérielle ; soit recevoir pour sa production une indemnité mensuelle de la part du galeriste. Cette diversification des modes d'affiliation d'un artiste à un marchand correspond souvent aux différences fondamentales que Raymonde Moulin établit entre les négociants traditionnels (d'œuvres consacrés) et les marchands entrepreneurs (de peinture actuelle). Cette pratique conventionnée rapproche en outre les activités des marchands et des éditeurs puisque le galeriste signe (sous quelque forme que ce soit) un contrat avec un artiste, où, en procurant à son œuvre une valeur commerciale, il contribue à la sociabilisation de l'art en train de se faire.

Représentations et pratiques du métier : l'exemple de Léonce Rosenberg

Dans une lettre à Amédée Ozenfant datée de 1925, Léonce Rosenberg confit sa définition du marchand. En effet, suite à une visite du peintre et du collectionneur de peinture cubiste et puriste Raoul Albert La Roche dans la galerie, intéressés par l'achat d'une toile importante de Fernand Léger, Ozenfant aurait lâché ce mot : « après tout, vous être marchand ». Très juste en apparence, cette réflexion semble avoir interpellé Léonce Rosenberg qui précise dans sa lettre le sens cette appellation de marchand.

158 Julie Verlaine, *Les galeries d'art contemporains à Paris. Une histoire culturelle du marché de l'art, 1944 – 1970*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2012, p. 275.

159 Philippe Vergnaud, *Les contrats conclus entre peintres et marchands de tableaux*, Bordeaux, Rousseau Frères, 1958, p. 32.

« Qu'est ce qu'un marchand ? A mon humble avis, c'est un particulier qui ne voulant pas se contenter de l'intérêt servi par les fonds d'Etat, les valeurs industrielles ou des chemins de fer, cherche, dans le commerce, pour ses capitaux, un intérêt supérieur.

Les marchands se divisent en trois catégories :

1°/ les marchands de produits périssables ou susceptibles de se défraîchir ou se démoder.

2°/ les marchands de valeurs non périssables mais stabilisées, tel que les joailliers ou les négociants en tableaux ou objets d'art classiques.

3°/ les marchands de produits non périssables et d'ordre spéculatif.

Chacune de ces catégories nécessite une politique spéciale et conduire la même pour toute les trois serait de la pure bêtise.

Parmi les marchands de la dernière catégorie, celle à laquelle j'appartiens, il y a :

1°/ ceux disposant d'aucun capital ou de capitaux très insuffisants et qui sont, en conséquence, obligée de travailler avec l'effort et les produits des autres ; ces marchands n'étant pas indépendants, font a fortiori, les affaires.... des autres.

2°/ ceux qui ont suffisamment de capitaux pour devenir les propriétaires des produits qu'ils achètent et pour tenir le temps qu'il faudra afin de les valoriser.

Ceux de cette catégorie, conséquemment indépendants, font avant tout... leurs affaires. Ils cherchent donc non seulement un intérêt légitime pour leur capital engagé, mais encore le fruit de leur audace, de leur longue patience et de leurs privations.

Soyez heureux, cher ami, que je ne sois pas réellement un marchand, car, si je l'étais, j'aurais fait à vous et à tous vos amis, la réponse que fit, il y a peu de

temps, pour la centième fois mon frère Paul au sculpteur Laurens : « Faites-vous d'abord un nom, ensuite je vous achèterai »¹⁶⁰

Ainsi, selon Léonce Rosenberg, les marchands de tableaux sont les revendeurs de produits dont la valeur varie en fonction de l'offre et de la demande en cours. Cette volonté spéculative ainsi que le goût de la découverte – puisque contrairement à son frère Paul Rosenberg, Léonce ne vend pas une peinture consacrée et demandée mais se veut le découvreur et le promoteur d'une peinture nouvelle – font du marchand un agent dynamique exerçant une fonction créatrice sur le marché (cela caractérise le type du marchand-entrepreneur défini par Raymonde Moulin¹⁶¹). Cette médiation « active » qui a pour but d'amener à l'existence publique et d'imposer sur le marché une œuvre inconnue est permise dans un premier temps par l'accumulation d'un stock, d'un capital d'œuvres encore méconnues formant un pari sur l'avenir et dans un second temps par une valorisation de ces peintures à grand renfort de coups de publicité. Cette dernière action permet une confusion entre marchand et éditeur qui se rejoignent dans des intérêts et des moyens communs. Léonce Rosenberg lui-même, utilisant son *Bulletin de l'Effort Moderne* pour donner une plus large audience à ses activités et soutenir le cubisme, opère ce rapprochement dans deux lettres à Ozenfant :

« Vous ne devez pas non plus oublier qu'un tableau comporte deux valeurs : l'artistique et la commerciale. La première est déterminée par l'artiste, la seconde par l'éditeur qui travaille inlassablement à faire jouer au profit du produit qu'il défend, la loi de l'offre et de la demande »¹⁶²

« Tous les artistes novateurs ont toujours devancé le public d'au moins une vingtaine d'années, leur art correspond donc à un état d'esprit qui n'est pas encore venu et dont il faut attendre l'éclosion. Tout l'art pour un éditeur, consiste donc à s'organiser pour tenir et manifester jusqu'à ce que cet état d'esprit soit enfin arrivé »¹⁶³

Un des moyens pour « tenir » et imposer une peinture nouvelle fut, dès le début du XX^{ème} siècle, la pratique du contrat. Léonce Rosenberg fut d'ailleurs un des marchands qui accorda une attention scrupuleuse aux contrats qu'il établissait avec les artistes. Celui qu'il conclut avec Jean Metzinger en 1916 s'étend par exemple sur une dizaine d'articles et fut suivi de trois avenants, en 1916, 1918 et 1921. Le contrat stipulait que Léonce Rosenberg bénéficiait du

160 Lettre n° 10422.859 de Rosenberg à Ozenfant, Boite 20, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

161 Raymonde Moulin, *Le marché de la peinture en France*, Paris, Les Editions de Minuit, 1967, pp. 117-131.

162 Lettre n° 10422.859 de Rosenberg à Ozenfant, Boite 20, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

163 Lettre n° 10422.854 de Rosenberg à Ozenfant, Boite 20, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

monopole exclusif de la vente des œuvres déjà créées ainsi que celles que l'artiste se propose de créer par la suite¹⁶⁴. Ce contrat très exclusif fixait de manière précise la date et le montant des achats fermes, le prix de revente de chaque toile en fonction de son format et envisageait même une indemnité pénale de 25 000 francs que Metzinger s'engageait à payer si toutefois il ne remplissait pas ses engagements. Les deux avenants qui suivirent montrent que le contrat conclu a permis à Léonce Rosenberg de faire augmenter les prix et la cote de l'artiste sur le marché puisque qu'en 1916, les tarifs des œuvres cédées sont fixés à dix fois le numéro de la toile ; en 1918, le contrat stipule que les parties sont d'accord pour établir les prix fixes à douze fois le numéro de la mesure de la toile ; et enfin en 1921, le prix d'achat est fixé à raison de vingt-cinq fois le calibre de la mesure de la toile ou du panneau. Cette multiplication de 2,5 du tarif de l'artiste en l'espace de 5 ans montre bien la fonction économique du marchand-entrepreneur qui, en anticipant sur les goûts et les désirs de la clientèle, a permis en quelques années au marché de la nouveauté de s'insérer dans le marché des biens « communs ». Il y a donc une grande part de modestie dans l'affirmation de Daniel-Henri Kahnweiler « ce sont les grands peintres qui font les grands marchands »¹⁶⁵. Le contrat d'exclusivité fut ainsi le mode de d'affiliation des artistes le plus utilisé chez les grandes galeries de la rive droite (Rosenberg, Kahnweiler, Vollard, Bernheim-Jeune, etc) qui avaient les moyens d'allouer un « salaire » mensuel aux peintres.

Mais beaucoup plus que sur les contrats, les marchands insistèrent bien souvent sur les rapports personnels, confiants et amicaux qui les unissaient aux peintres. A titre d'exemple, nous conservons les échanges épistolaires de Metzinger et Léonce Rosenberg pendant la Première Guerre mondiale. Un lettre très poignante de l'artiste au marchand (qui est interprète au front) datée du 4 juillet 1916 témoigne de la proximité des deux hommes et de la conscience d'un engagement artistique commun :

« Mais dites, vous qui êtes à « l'avant » et sous les balles, si notre devoir à nous gens de « l'arrière » c'est de ne rien faire et d'attendre (...) Je ne le crois pas. Les camarades du front ne nous en voudront pas s'ils apprennent que nous travaillons avec plus d'ardeur que jamais.

164 Cf. Annexe IV. Texte 1.

165 Pierre Assouline, *L'homme de l'art, Daniel-Henri Kahnweiler*, Paris, Balland, 1988, p. 10.

Il est question de faire l'exposition des Indépendants dans une salle prêtée par un mécène. Je trouve l'idée excellente. Cela montrerait que la France demeure la patrie des arts, même pendant la guerre. L'effet sur les « ventres » et sur l'ennemi serait considérable.

D'ailleurs je viens de constater personnellement que le public s'est profondément amélioré. La petite exposition de la rue La Boétie me l'a prouvé. Le rire est devenu moins faible.

(...) Vous vivez une épopée ... Quel homme extraordinaire vous seriez vis vous aviez la faculté de ne pas vous désintéresser de l'art en un tel moment ? Au fond, je suis persuadé que cet homme-là, vous l'êtes.

J'attends très impatiemment de vos nouvelles »¹⁶⁶

L'ascendant qu'exerce Léonce sur le peintre est visible ici à travers l'emploi de locutions laudatives couplées à un élan patriote s'expliquant par l'effort de guerre. De la même manière on retrouve dans de nombreux échanges avec les peintres, un vocable tel que « mon cher ami » ou « affectueusement » est très souvent employé, témoignant d'une réelle volonté d'entente amicale. Ce ton familial laisse parfois place à une prose plus soutenue quand il s'agit d'évoquer un désaccord. Ainsi, délaissant le « cher ami », le marchand débute une lettre cinglante à Sévérini, qui n'a pas tenu à son égard ses engagements, par « Cher Monsieur. Je ne vous cache pas tout l'indignation que m'inspirent l'inconscience et le sans-gêne de votre attitude à mon égard, après tout ce que vous me devez »¹⁶⁷. Cette supériorité presque paternaliste parfois du marchand sur le peintre provient sans aucun doute du fait que c'est malgré tout le premier qui forge la valeur du second. Cependant un sentiment d'intérêt réciproque instaure bien souvent une proximité intellectuelle et sociale entre les deux parties : Léonce Rosenberg et Francis Picabia s'entretiennent par exemple de considérations sur le devenir de la peinture¹⁶⁸, le marchand avise également les peintres sur leur manière. Il critique ainsi en 1920 la nouvelle voie « dans la tradition française »¹⁶⁹ prise par Metzinger depuis le Salon des Indépendants et l'incite à abandonner la « dureté » de ces dernières toiles pour retrouver la facture souple des pre-

166 Lettre n°10422.726 de Metzinger à Rosenberg, Boite 17, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

167 Lettre de Rosenberg à Sévérini (datée du 9 octobre 1922), Boite 6, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

168 Cf. Annexe IV. Texte 2.

169 Lettre C 376 de Rosenberg à Metzinger (datée du 3 avril 1920), Boite 17, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

mières. La relation entre marchand et peintre oscille ainsi systématiquement entre intérêt économique et rapports personnels, les deux ne s'excluant pas.



Gino Séverini, *la fillette au lapin*

1922, huile sur toile

L'évolution de ces pratiques conventionnées dans les années 1920 va permettre une clarification de ces rapports et une plus grande souplesse spéculative. En effet, même si la pratique du contrat d'exclusivité semble réservée aux grandes galeries de la rive droite, ce mode d'affiliation fut rapidement critiqué par les marchands eux-mêmes au début des années 1920. Dans une lettre à Gino Séverini datée de 1922, Léonce Rosenberg refusant d'acheter la toile « fillette au lapin »¹⁷⁰ évoque avec une pointe d'ironie sa situation économique :

« Je ne suis, hélas, ni la Banque de France, ni un mécène, ma profession et mes moyens m'obligent dans l'intérêt général comme dans l'intérêt particulier, à n 'immobiliser mes disponibilités que pour l'achat d'œuvres d'une vente aussi rapide que possible. Pour cela il faut que les œuvres de l'artiste soient :

170 « Je ne désire pas acquérir pour mon compte votre tableau à moins que vous ne puissiez à votre retour, l'améliorer en le rendant plus agréable, c'est-à-dire plus vendable », lettre n° 10422.141 de Rosenberg à Séverini (datée du 4 septembre 1922), Boite 6, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky. Cette toile ne correspond en effet pas à l'esthétique post-cubiste défendue par la galerie de l'Effort Moderne et longtemps adoptée par Séverini, un des fondateurs du futurisme.

1° demandées par le public, 2° d'une qualité évidente et d'un aspect séduisant, 3° que les prix soient en rapport avec la loi de l'offre et de la demande, loi qui seule fixe la valeur vénale des objets d'art.

Afin de ne pas être entraîné à des difficultés d'ordre matériel, j'ai décidé de renoncer pour toujours au principe des contrats de production intégrale. Je ne désire acheter, à l'avenir, qu'au choix, qu'à la valeur marchande réelle et dans la mesure seulement où les œuvres sont demandées par le public.

Il n'y a pas de maison au monde, aussi puissante fut-elle, qui pourrait résister longtemps au petit jeu d'acheter dix tableaux pour n'en vendre que deux. Au bout d'un certain temps, cette maison n'aurait plus que tableaux et plus un sou en caisse.

Ce qu'une galerie sérieuse doit fuir comme la peste, c'est l'immobilisation de fonds, car les disponibilités sont le sang de toute organisation commerciale. Le corps le plus beau et le plus sain ne peut plus vivre s'il prodigue son sang jusqu'à la dernière goutte. Le rôle pratique d'artistes qui bénéficient du soutien d'une maison en vue, est de ménager ses forces pour qu'elle dure et les fasse vivre ».

Quelques années après avoir conclu de nombreux contrats d'exclusivité, Léonce Rosenberg en pointe ici les failles au vu de la situation spéculative du marché dans les années 1920. L'achat de toute la production d'un artiste expose le marchand à se restreindre à une seule manière et risque de ne vendre qu'une petite partie de son stock, faute de suffisamment d'acheteurs. Cette situation monopolistique aboutit bien souvent à une immobilisation des fonds de la galerie ce qui finit par restreindre le dynamisme de l'agent commercial sur le marché. De plus en plus de marchands se réfugièrent alors dans le marché du consacré, dans les achats au détail d'œuvres d'artistes vivants, abandonnant les contrats et se contentant de prendre purement et simplement en dépôt les tableaux des peintures dont le marché est encore à faire. Ainsi, Rosenberg étend cette pratique à tous les artistes de la galerie en expliquant à Max Ernst que « dans l'état actuel des choses politiques et financières, je ne désire pas vendre autrement qu'au comptant »¹⁷¹ et en priant Picabia de ne plus rien lui envoyer dans le prévenir à l'avance car « le temps des achats en série – système primaire – est passé pour tout le monde et chacun, aujourd'hui, s'efforce, préoccupé d'assurer l'équilibre parfait de ses affaires, terri-

171 Lettre n° 9600.355 de Rosenberg à Max Ernst (datée du 30 janvier 1925), Boite 2, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

blement compliqué par l'après-guerre, de n'acquiescer qu'au fur et à mesure de ses besoins commerciaux »¹⁷².

Abandonnant les contrats exclusifs à l'année, Léonce Rosenberg, à partir de 1922, ne conclut que des contrats partiels, le temps d'une exposition. Il est ainsi fixé pour une exposition d'œuvres de Léopold Survage organisée du 6 au 22 février 1922 que les frais seront assurés pas le marchand qui recevra en contrepartie une remise de 33 % sur le prix de vente des œuvres exposées¹⁷³.

En revanche, les galeries plus modestes préféraient le partage des frais d'exposition, n'ayant pas les moyens d'avoir continuellement des artistes sous contrat. Jeanne Bucher par exemple avait peu de frais généraux (elle rétribuait une femme pour le gros ménage) et pouvait alors se contenter de marges bénéficiaires faibles. Lors d'une exposition, s'il y avait vente elle décomptait ses frais, une petite commission, et gardait environ 30 % pour elle, si la vente était très importante, elle achetait une autre œuvre de moyenne importance et s'il n'y avait pas vente, elle convenait de garder une œuvre qu'elle choisissait avec l'artiste pour se dédommager des frais d'une exposition. Il semble également peu probable que Marc Chagall et Yvonne Zervos aient conclu un contrat partiel pour l'exposition inaugurale de la galerie M.A.I en janvier/février 1940. Marc Chagall était un artiste relativement connu et consacré à cette époque (notamment après sa collaboration à plusieurs ouvrages sous la direction d'Ambroise Vollard) et pouvait sans doute conclure des contrats plus avantageux avec des marchands plus importants : en effet, le capital social de la galerie *M.A.I* était de 50 000 francs, soit bien inférieur à certaines galeries de la rive droite. Il semble donc plus probable de penser que l'artiste et la galeriste avaient choisi de partager les frais de l'exposition : cette configuration était en effet utilisée par les galeries ne disposant pas d'un capital important. On peut supposer que la mise de chacun et les attributions respectives fluctuaient en fonction des ressources de la galerie et des artistes. Ce système impliquait donc le partage des tâches de préparation de l'exposition entre Marc Chagall et Yvonne Zervos. Cependant le fonds d'archives Zervos ne nous permet pas d'avoir plus de renseignements sur la répartition des préparatifs : on ne sait pas, par exemple, qui des deux acteurs s'est occupé des affiches, des catalogues, des cartons d'exposition, des réclames dans les journaux, de l'accrochage, etc. On note de la même manière que du 8 au 21 juin 1928 l'exposition *Les Peintres du Coeur Sacré* aux Quatre-Chemins est présentée par le critique Wilhelm Uhde, de même l'exposition *Rhein* quelques mois après est organisée

172 Lettre n° 10422.1015 de Rosenberg à Picabia (datée du 27 janvier 1930), Boite 16, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

173 Contrat entre Léopold Survage et Léonce Rosenberg, Boite 4, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

par Marcel Sauvage. Les Quatre-Chemins devaient faire alterner la location de leurs cimaises avec des expositions organisées et payées elle, d'artistes sous contrat pour maintenir l'équilibre des finances. Ainsi pour les galeries plus modestes, le soutien financier aux artistes se faisait autrement que par la pratique du contrat (certains marchands invitaient les artistes chez eux, Rosenberg propose à plusieurs peintres des vêtements neufs provenant de chez lui, etc).

Ces pratiques courantes dans l'entre-deux-guerres (chez les galeries importantes et les plus petites) consacrent le marchand de tableaux comme agent dynamique du monde de l'art. Il n'est cependant pas qu'un simple acteur économique mais il apparaît comme engagé dans la création artistique soit directement (tel Rosenberg qui propose aux artistes des critiques de leurs toiles) ou indirectement par la formation de lieux de réunions, d'émulations.

D° Des lieux de sociabilité

La particularité des galeries-maisons ou maisons-galeries¹⁷⁴

Il semble évident que les motivations des marchands des galeries d'édition résultaient d'une combinaison de facteurs. Comme nous l'avons vu précédemment, le profit était sans doute la finalité dominante, ces galeries étant avant tout des commerces. De plus, dans une société marchande, le profit a une fonction économique très importante puisqu'il permet de nouveaux investissements. Néanmoins Raymonde Moulin évoque un « désir inassouvi » de création¹⁷⁵. Les marchands seraient aussi des « mécènes », promouvant l'art en train de se faire et regroupant autour d'eux des artistes qui illustrent une même tendance esthétique. Ainsi, par exemple, lorsque Jeanne Bucher s'installa au 9^{ter} boulevard du Montparnasse en décembre 1935, le rez-de-chaussée était consacré aux expositions tandis que le premier étage constituait son appartement. Il n'était alors pas rare que certains habitués prolongent la visite dans ses pièces privées : « elle confondait galerie et maison comme un professeur de piano utilise son salon comme salle de répétition dans la journée »¹⁷⁶. Aménager l'espace de la galerie revenait donc à transformer l'espace d'habitation en espace d'exposition. Ce qui nous montre bien la relation de proximité que Jeanne Bucher pouvait entretenir avec les artistes qu'elle exposait et proté-

174 Nous nous inspirons ici des expressions employés par Julie Verlaine (*Les galeries d'art contemporain à Paris*, op. cit. p. 261) et par le critique Michel Courtois (« la galerie Colette Allendy », *Sens Plastique*, Paris, juillet 1960).

175 Raymonde Moulin, *op. cit.* p. 132.

176 Jeanne Bucher, *une galerie d'avant-garde, 1925 – 1946 : De Max Ernst à De Staël*, Christian Derouet et alii (dir.), Strasbourg, Éditions Skira, 1994, p. 31.

geait. Sans doute désappointant parfois pour les visiteurs, l'accès à la galerie comme à l'appartement d'un ami, loin d'être malaisé, n'en était que plus agréable pour les artistes.

Il en va de même pour Paul Guillaume : si ce dernier organise des expositions dans sa galerie rue de la Boétie, les photographies de son appartement avenue Messine¹⁷⁷ nous présente cependant des espaces fourmillant d'œuvres d'art à l'instar sans doute des cimaises de la galerie. En outre, on sait que ce marchand organisait des bals nègres et des soirées où était convié le tout Paris.



*Photographies de l'appartement de Paul Guillaume (avenue de Messine) à la fin des années 1920
Musée de l'Orangerie*

Les célèbres « Dimanches de Boulogne » organisés par Daniel-Henri Kahnweiler sont un autre exemple de ce climat de fraternité et d'émulation artistique au cœur des années folles. Au mois de mars 1921, le couple Kahnweiler-Godon s'installe au 12 rue de la Mairie à Boulogne-Billancourt où il anime un salon mondain fréquenté des peintres et poètes de la galerie mais aussi de fidèles visiteurs. Parmi les habitués on note le critique Maurice Raynal, les peintres Suzanne Roger et son mari André Beaudin, le sculpteur Jacques Lipchitz, le compositeur Erik Satie, le dramaturge Armand Salacrou et sa femme Lucienne, les écrivains et poètes Antonin Artaud, Charles-Albert Cingria, Georges Limbour, Max Jacob, Élie Lascaux, André Malraux mais également André Masson, l'architecte Le Corbusier, le cinéaste Roland Tual, etc. Des réflexions sur la quête picturale, non détachée d'un riche contexte littéraire, y sont menées, les peintres et écrivains s'y rencontrent et s'inspirent selon le même jeu d'influences qu'au sein de la galerie Simon, rue Astorg.

177 Cf. Annexe VII. 1. Figure 2.



Photographie d'un des « Dimanches de Boulogne » en 1921, Galerie Louise Leiris

Assis de gauche à droite : Lucie Kahnweiler, Juan Gris, Zdanevitch, Josette Gris, Fernand Léger, D.-H. Kahnweiler, Jeanne Léger, Vicente Huidobro, et debout à l'extrême droite Louise Leiris.

De la convivialité à la mise en branle d'une réflexion collective

Ces galeries-maisons ou maisons-galeries sont sans aucun doute des lieux d'émulation artistique et de réflexion sur la peinture actuelle, mais l'accès aux appartements des marchands était tout de même restreint aux plus proches collaborateurs, réservé aux initiés. Ainsi, pour toucher une plus large audience, les galeries organisèrent dans l'entre-deux-guerre diverses activités, devenant alors des lieux de rencontres et de sociabilisation pour les amateurs. Par exemple la galerie Paris-Montparnasse qui publie la revue du même nom organise des dîners à Montparnasse (prouvant par là même que son dynamisme était consacré à un quartier en particulier). L'organisation de ces dîners est transmise dans la revue et chaque lecteur peut s'y inscrire pour rencontrer les artistes, critiques ou marchands qui y participent. A chaque fois un invité qui préside le dîner, il s'agit pour la plupart du temps d'une personnalité de Montparnasse à l'instar de l'artiste d'origine japonaise Foujita ou de la modèle Kiki de Montparnasse. Les galeries étendent par ce biais le cercle de leurs initiés. De la même façon, des matinées musicales sont organisées à la galerie des Quatre-Chemins et à l'Effort Moderne : le 16 février 1919 a par exemple lieu dans l'hôtel de la Baume, une audition d'œuvres musicales d'Erik Satie interprétée par Mlle. J. Meerovitch et de poèmes de Blaise Cendrars lus par Mlle Raymonde et M. P. Bertin. Cette nouvelle sociabilité dépasse le cadre des recherches picturales pures pour consacrer les galeries en tant que en lieux de découverte de la création artistique

contemporaine, voire en tant que lieux d'« d'éducation artistique » pour tous. Ces nouvelles médiations proposant un décloisonnement des arts, en vue de la perspective d'un art « total », semblent caractéristiques des galeries d'édition qui proposent à travers de nouveaux médiums de rendre visible toute la création contemporaine.

Les galeries d'édition proposent ainsi finalement un fonctionnement administratif semblable à celui des galeries traditionnelles (la même gestion de l'organisation des expositions est constatée, la pratique du contrat exclusif ou partiel est similaire, des préoccupations de l'ordre de la gestion de l'espace sont dans les deux cas remarquées, etc). Ce mode de fonctionnement est d'ailleurs, d'après ce que nous avons pu constater, relativement proche de celui des maisons d'édition ce qui peut éventuellement ainsi justifier un rapprochement administratif des deux commerces. C'est alors surtout quant à la proposition de nouveaux médiums ou de médiums autres, de diffusion artistique que les galeries d'édition innove, permettant sans doute une médiation plus efficace et plus large de l'art contemporain.

PARTIE II

**Les éditions : espaces publicitaires,
instruments de médiation et de
diffusion ou discours de légitimation ?**

CHAPITRE IV

L'intérêt de l'imprimé

L'édition et l'exposition semblent être deux champs d'études pensés séparément. De fait, aucune recherche à notre connaissance¹⁷⁸, que ce soit dans le domaine de la sociologie ou dans celui de l'histoire culturelle n'a étudié de manière contiguë les activités d'édition et d'exposition. Ainsi, si Daniel-Henri Kahnweiler est connu comme le premier marchand des peintres cubistes (de Braque et Picasso notamment), il l'est beaucoup moins en tant qu'éditeur. Effectivement, la biographie qui lui est consacrée par Pierre Assouline¹⁷⁹ n'évoque que de manière très parcellaire les ouvrages publiés par le marchand. Pourtant, comme nous l'évoquions précédemment, Pierre Assouline, compare dans son ouvrage les relations qui lient Léonce Rosenberg et Daniel-Henri Kahnweiler, aux rapports qui, au même moment, opposent Gaston Gallimard et Bernard Grasset. Les deux professions (marchand de tableaux et éditeur) révèlent en effet des enjeux similaires : un choix entre la précipitation et la durée en ce qui concerne l'achat d'œuvres (picturales ou littéraires) qui n'ont pas les faveurs du public ; une préférence pour une relation d'exclusivité avec l'artiste ou l'auteur ou plutôt pour une relation soumise aux humeurs changeantes des deux protagonistes (Léonce Rosenberg ose par exemple se fâcher avec les artistes) ; ou encore un choix pour imposer le peintre, entre attendre patiemment que l'avis supposé du public évolue ou promouvoir les œuvres par le biais de grandes campagnes publicitaires. Cette comparaison est éclairante et nous permet de conclure à l'utilité d'un sujet de recherche traitant d'une fusion finalement très cohérente des deux activités professionnelles que sont l'exposition d'art et d'édition.

D'ailleurs, traditionnellement, le support imprimé fut toujours d'une grande nécessité chez les marchands d'art. Il ponctue de manière annexe leur activité principale et permet une relative extension du champ de diffusion de la galerie que ce soit sous la forme de tracts, d'encarts publicitaires dans des revues, de réclames ou surtout de catalogues d'exposition.

178 Exceptée peut être la recherche de Yves Chevrefils-Desbiolles, *Les revues d'art à Paris, dans l'entre-deux-guerres*, Paris, Éditions Ent'revues, 1993.

179 Pierre Assouline, *L'homme de l'art : Daniel-Henri Kahnweiler 1884-1979*, Paris, Gallimard, 1988.

A° Les catalogues d'exposition, prémisses d'une activité éditoriale plus engagée

Le catalogue, un médium « classique » pour les galeries ?

Les catalogues d'exposition furent utilisés par les galeries dès la seconde moitié du XIX^{ème} siècle, avec l'affirmation du système du marché au détriment des Salons académiques et l'apparition de la figure du marchand comme intermédiaire essentiel entre l'offre et la demande d'art grandissantes. Les catalogues semblent alors se faire la synthèse de l'exposition en cours. Effectivement, ils représentent un effort de regroupement d'œuvres d'art dans un autre espace que celui, physique, de la galerie. Produits par ces galeries, les catalogues comportent une liste raisonnée des œuvres rassemblées à l'occasion d'une exposition et ne présentent que peu ou pas de textes documentaires¹⁸⁰, la présence des illustrations des pièces et tableaux exposés n'est pas non plus systématique dans les catalogues. Un tel catalogue – que l'on pourrait qualifier de « traditionnel » – est souvent une simple liste sous la forme d'un prospectus ou d'un tract à feuillet unique (on le trouve aussi parfois sous la forme d'un papier glacé). Ce ne sont toutefois pas des catalogues de vente (tels que ceux publiés par l'Hôtel Drouot par exemple) dans la mesure où la liste descriptive des œuvres n'est, la plupart du temps, pas accompagnée de prix.

Cependant, on remarque que les catalogues d'exposition publiés par les galeries d'édition¹⁸¹ étudiées présentent des innovations par rapport aux catalogues traditionnels. D'un catalogue classique ils possèdent la régularité de la parution (de manière simultanée à l'exposition), la gratuité, le petit format et la stabilité de leurs structures initiales. Néanmoins ils présentent un nombre de pages plus important que les catalogues traditionnels et ainsi un contenu plus étoffé. Généralement le catalogue d'exposition des galeries d'édition se présente de cette manière : sur la première de couverture sont notifiés le titre de l'exposition, ses dates, le nom et l'adresse de la galerie et ses horaires d'ouverture. Les feuillets peuvent ensuite comprendre quelques publicités pour la galerie, c'est le cas pour le catalogue de l'exposition « Un Groupe » de la galerie Bernheim-Jeune¹⁸² qui présentent des encarts concernant le *Bulletin de la Vie Artistique* ainsi que diverses éditions de la galerie parues, venant de paraître ou à paraître. Par ailleurs, ce n'est pas le cas pour tous les catalogues des galeries d'édition mais il est intéressant de no-

180 Ce n'est que beaucoup plus tard dans la seconde moitié du XX^{ème} siècle que le catalogue d'exposition évolua vers une publication réunissant outre les commentaires des tableaux exposés, des textes d'auteurs, d'artistes, d'historiens de l'art.

181 Nous n'avons pu tous les recenser au même titre que les revues et les livres illustrés, nous en présentons cependant certains modèles en annexe qui semblent pouvoir nous mener à une exemplification.

182 Cette exposition eut lieu du 20 au 31 décembre 1920.

ter que le catalogue de « Un Groupe » possède une couverture cartonnée et reliée (tandis que l'intérieur est constitué de papier glacé). Cela lui confère une apparence plus rigide et par là une plus grande pérennité : l'imprimé sort alors du genre du « tract » éphémère pour entrer dans la catégorie livresque, plus permanente puisqu'on ne le jette plus, on le garde bien plutôt dans sa bibliothèque comme une certaine de rémanence de l'exposition passée. Ensuite, les catalogues d'exposition étudiés présentent, avant la liste traditionnelle des œuvres exposées, un texte présentant l'exposition en cours et ses enjeux, telle une préface. Ainsi, en accord avec l'exposition de dessins surréalistes qui a lieu à la galerie des Quatre-Chemins du 13 au 31 décembre 1935, le catalogue¹⁸³ convoque en guise de préface des vers et formules de peintres, poètes et autres personnalités du surréalisme, parmi eux on trouve notamment Max Ernst, Valentine Hugo, Man Ray, Marcel Duchamp, Meret Oppenheim ou encore Hans Bellmer. Cette double page de citation, incite à se plonger dans l'univers de l'exposition sans a priori ou faux semblants :

« Un tableau surréaliste s'écrit comme un poème et se mange comme un objet de première nécessité »¹⁸⁴

Et les formules choisies présentent déjà au visiteur les grands leitmotifs artistiques qui se retrouveront dans l'exposition (l'absurdité, le rêve, les apparences, l'écriture automatique, le fantasque, le surréel, etc) et qui forment les caractéristiques de l'art surréaliste, comme on le note en relevant cette phrase de Max Ernst :

« En cédant tout naturellement à la vocation de reculer les apparences et de bouleverser les rapports des "réalités", la peinture surréaliste a pu contribuer, le sourire aux lèvres, à précipiter la crise de conscience générale qui doit avoir lieu de nos jours »¹⁸⁵

Formule de légitimation, avertissement aux visiteurs ou tentative de définition artistique ? Ces différentes composantes se retrouvent dans la préface de l'exposition « Un Groupe » à la galerie Bernheim-Jeune, citée précédemment. En effet, le court texte introductif du catalogue est écrit par Pierre Mac Orlan, un écrivain et essayiste – sans doute était-il proche de la gale-

183 *Dessins Surréalistes*, catalogue d'exposition (Dessins Surréalistes, du 13 au 31 décembre 1935), Éditions des Quatre-Chemins, 1935.

184 Formule de Maurice Henry, citée dans le catalogue d'exposition *Dessins Surréalistes* aux Éditions des Quatre-Chemins, 1935.

185 Formule de Max Ernst citée dans le catalogue d'exposition *Dessins Surréalistes* aux Éditions des Quatre-Chemins, 1935.

rie, peut être même chroniqueur pour le *Bulletin de la Vie Artistique*¹⁸⁶. La préface débute par une justification du choix des cinq peintres, prétextant que les années 1920 sont une période plutôt propice à la littérature et à une atmosphère d'inquiétude qui opprime le regard des intellectuels :

« Aussi les peintres sont-ils rares et je suis heureux de voir regrouper, dans cette exposition, cinq peintres, peintres de tempérament et qui peignent [...] aussi naturellement que la rose étale ses couleurs et distribue ses parfums »¹⁸⁷

La revendication de l'unicité de la galerie Bernheim-Jeune (qui dicte d'ailleurs sans doute cette introduction à l'exposition « Un Groupe » à Mac Orlan) correspond à une volonté de se distinguer au sein du marché de l'art parisien. Cependant ces cinq peintres que sont Maurice Asselin, Georges Bouche, Émilie Charmy, Edmond Heuzé et Lucien Mainssieux – dont Mac Orlan célèbre l'intelligence qui « n'opprime pas leur regard »¹⁸⁸ permettant ainsi un équilibre entre le sujet en lui-même et la vision du sujet exprimé sur la toile – présentent des caractéristiques picturales relativement « classiques » pour l'entre-deux-guerres. De fait, les toiles présentées reprennent les sujets traditionnels de la peinture française, en présentant principalement des paysages ou natures mortes de fleurs (selon les titres¹⁸⁹, sur les 42 toiles exposées, 36 correspondent à l'un de ces deux sujets tandis que les 8 restantes sont des portraits ou des nus). Peintes en aplats selon de forts contrastes colorés, les toiles héritent des traditions picturales mises en place au début du XX^{ème} siècle sans présenter d'innovations majeures. D'ailleurs, les noms de ces cinq peintres restent relativement inconnus aujourd'hui. Suivant cette introduction à l'exposition, Mac Orlan décrit de façon succincte le style de chaque peintre. Empruntés de lyrisme ces explications oscillent entre la critique enthousiasmée de l'exposition et le rôle du cartel expliquant aux visiteurs (avertis ou néophytes) les toiles présentées et l'aiguillant sur des pistes interprétatives, il note ainsi à propos d'Émilie Charmy : « cette femme peint avec une volupté fiévreuse, parfois agressive »¹⁹⁰ et évoque à propos de Maurice Asselin « sa vision amère des hommes et des choses »¹⁹¹. La présentation de ce groupe a ainsi évidemment pour but de rappeler la valeur esthétique des œuvres – qualifiée

186 Publié du 1^{er} décembre 1919 au 31 décembre 1926, le *Bulletin de la Vie Artistique* était financée par la galerie Bernheim-Jeune et accueillie dans ses locaux. Des personnalités hétéroclites y étaient réunies et les articles n'étaient pas systématiquement signés, ce qui laisse planer un doute quant à la participation de Mac Orlan au bulletin.

187 *Un Groupe*, catalogue d'exposition (du 20 au 31 décembre 1920), Paris, Éditions Bernheim-Jeune, 1920, p. 1.

188 *Un Groupe*, *ibidem*.

189 *Un Groupe*, *op. cit.* Liste des œuvres exposées, pp. 4-8.

190 *Un Groupe*, *op. cit.* p. 2.

191 *Un Groupe*, *ibidem*.

d'« inexplicable »¹⁹² – qui, grâce à leur profonde expressivité, font appel aux sens. Cette préface peut ainsi être interprétée comme un discours artistique de légitimation en soi, répondant par avance aux critiques qu'on pourrait lui opposer. En effet, le traditionalisme des sujets est, par exemple, justifié par la présentation de ces cinq peintres comme d'une exception au sein du monde de l'art parisien. Cultivés mais non opprimés par leur inquiétude de l'avenir, ils ne présentent pas des œuvres aux déformations picturales significatives (Mac Orlan fait ici sans doute référence aux divers mouvements d'avant-garde du premier quart du XX^{ème} siècle qui transcrivaient leur défiance envers le monde contemporain par des déformations visuelles à l'instar du Cubisme, de l'Expressionnisme allemand ou encore du mouvement Dada). Suivant cette préface à l'exposition, on trouve dans le catalogue « Un Groupe » la liste des œuvres exposées par les cinq peintres présents ainsi que cinq pages de publicité pour les éditions Bernheim-Jeune.

Ce catalogue comporte en tout 16 pages, soit autant que certaines revues publiées par les galeries étudiées dans l'entre-deux-guerres. Les catalogues, loin d'être de simples répertoires d'œuvres, seraient ainsi à voir comme le point de départ, le prétexte, de l'activité éditoriale des marchands de tableaux. De fait, ils permettent, comme nous venons de le voir, d'expérimenter l'apport de l'imprimé pour l'art et sont cela sont une première tentative de la part des galeries de s'inscrire dans le champ de l'édition. D'ailleurs la frontière entre le simple catalogue et le livre est parfois difficile à définir, en témoigne l'exemple des éditions Ambroise Vollard.

Permanences et mutations du catalogue d'exposition : l'exemple de la galerie Vollard

Après la rétrospective Cézanne organisée en 1895, les bénéfices de l'exposition permirent à Ambroise Vollard d'emménager, en mai 1896, dans un espace plus spacieux au 6, rue Laffitte. Durant les années 1890 et pendant la première décennie du XX^{ème} siècle, il va jouer un rôle prépondérant dans le renouveau de l'estampe. Le célèbre marchand d'art affirme, dans ses *Souvenirs*, que le premier livre qu'il publia s'intitule *Les Peintres-Graveurs*¹⁹³ :

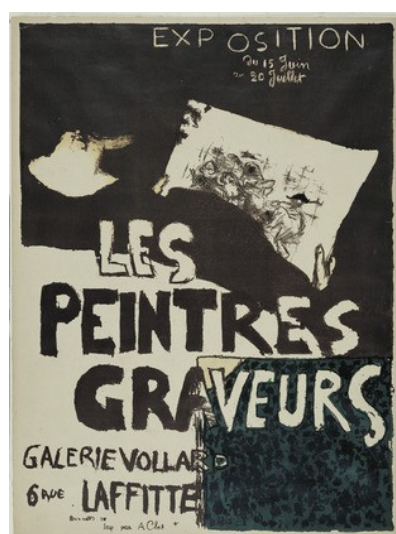
« Toutes ces estampes, celles en couleurs et celles en noir, formèrent, avec plusieurs autres non énumérées ici, *Les Peintres-Graveurs*, dont il fut fait deux albums tirés chacun à cent exemplaires »¹⁹⁴

192 *Un Groupe*, op. cit. p. 3.

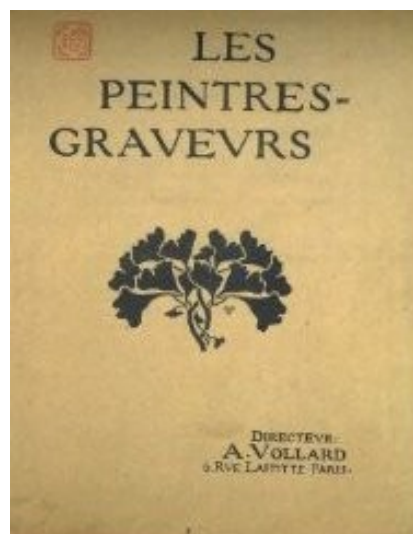
193 Ambroise Vollard, *Souvenirs d'un marchand de tableaux*, Paris, Albin Michel, réed. 2007 (1937), p. 277.

194 Ambroise Vollard, *Souvenirs d'un marchand de tableaux*, op. cit. p. 277.

Mais il semble pourtant s'agir à première vue d'un catalogue d'exposition. En effet, du 15 juin au 20 juillet 1896, eut lieu la première exposition organisée dans ses nouveaux locaux, intitulée « Les Peintres-Graveurs ». Cet accrochage fut donc lié à l'*Album des Peintres-Graveurs*, première édition de grande envergure de Vollard.



1



2

1 - Affiche de l'exposition les Peintres-Graveurs

2 - Album des *Peintres-Graveurs*, Paris, Éditions Vollard, 1896

Il semble ainsi se produire une substitution des albums abondamment illustrés aux catalogues d'exposition traditionnels expositions collectives (cela est d'ailleurs une pratique exceptionnelle chez Vollard qui préfère les expositions personnelles). Cependant ces publications ne remplacent pas complètement les feuillets contenant les listes des œuvres exposées qui continuent à être distribuées dans la galerie. L'initiative innovante d'Ambroise Vollard suscita un grand nombre d'imitations par la suite, notamment dans l'entre-deux-guerres. Les galeries abandonnèrent peu à peu la forme simplifiée du catalogue d'exposition pour le format livresque plus pérenne – comme le montre la première de couverture de l'album des *Peintres-Graveurs* présentée ci-dessus – et permettant une articulation entre un regard plastique et une vision écrite de l'exposition. Véhiculant par là même sans doute, le discours du marchand aux visiteurs de l'exposition et le diffusant aux personnes non « visiteuses » de la galerie. Les publications de galeries dans l'entre-deux-guerres héritent directement de cette perspective et sont très souvent liées aux expositions organisées.

A la frontière entre le catalogue d'exposition et la revue ou le livre : le Bulletin de la Galerie Berthe Weill

Les bulletins de galeries seront étudiés plus précisément dans le chapitre suivant de cette étude, cependant il nous semblait pertinent d'analyser ici le *Bulletin de la Galerie Berthe Weill*, exemple parfait de l'imprimé oscillant entre catalogue d'exposition et prémices d'un véritable discours artistique. Publié pendant plus d'une dizaine d'années, de 1923 à 1934, par la galerie du même nom, le *bulletin de la Galerie Berthe Weill* se présente sous la forme d'un feuillet, de format réduit (environ 13x20cm) composé de 4 pages. D'ailleurs, son appellation de bulletin lui confère effectivement un statut de courte publication périodique présentant un type précis d'information. Le libellé et la mise en page sont conçus et composés par Roger Allard¹⁹⁵, proche de la galerie, tandis que les articles sont rédigés par Berthe Weill elle-même et ses collaborateurs, parmi eux on trouve André Salmon¹⁹⁶, André Billy¹⁹⁷, Louis-Léon Martin¹⁹⁸, Maurice Raynal¹⁹⁹, Raymond Escholier²⁰⁰, etc. Dès ses débuts, le bulletin remplace les catalogues d'exposition préalablement publiés ; ainsi dans le premier numéro, datant de novembre 1923, c'est le peintre Jacques Thevenet – dont les œuvres sont alors accrochées sur les cimaises de la galerie – qui est présenté par Roger Allard. La périodicité du bulletin dépend alors des expositions et on en compte environ un ou deux par mois (soit une quinzaine par an), suivant le calendrier bi-mensuel des expositions alors en vigueur chez la plupart des marchands d'art dans l'entre-deux-guerres. Les bulletins semblent accueillis « avec sympathie »²⁰¹ selon les propos de la marchande elle-même, si bien que les expositions subissent quelques préjudices lorsque les bulletins s'y rapportant sont publiés avec un peu de retard : « Enfin ! Il arrive, et avec lui quelques amateurs sérieux »²⁰². Le bulletin permet visiblement d'accroître les visiteurs de la galerie et d'y convier des acheteurs potentiels.

195 Né en 1885, Roger Allard est à la fois poète, critique littéraire et critique d'art. Il fut notamment le premier directeur artistique de la NRF (il suggère à Gaston Gallimard dès 1919 de créer une collection de « Guides de la peinture nouvelle », de petites monographies illustrées enrichies de planches hors texte imprimées en héliogravure. Roger Allard y écrit lui-même sur Yves Alix, Roger de la Fresnaye, Marie Laurencin ou encore Luc-Albert Moreau.

196 Critique d'art très engagé les débats contemporains dans l'entre-deux-guerres, il fut notamment un ardent défenseur du cubisme aux côtés d'Apollinaire.

197 André Billy fut un écrivain français proche des milieux de la critique littéraire parisienne dans l'entre-deux-guerres.

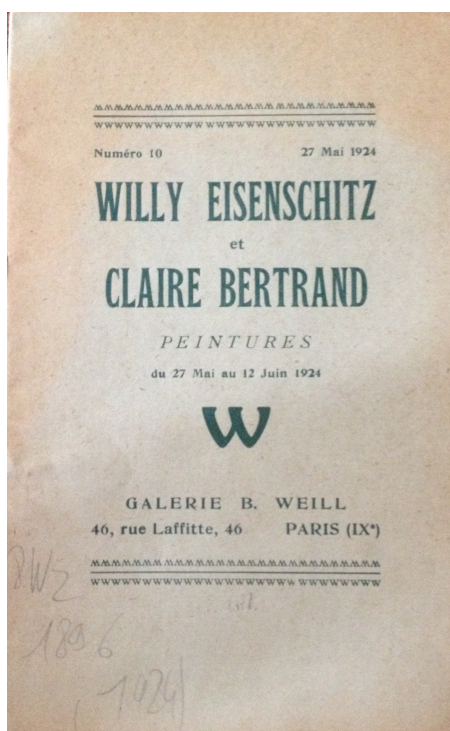
198 Auteur de *Angèle. Dame de coquetterie* en 1924 (Éditions Arthème Fayard & Cie) ou encore de *L'Ascension d'Elise. Amour* en 1928 (Éditions Grasset), Louis-Léon Martin est un écrivain français assez peu méconnu aujourd'hui.

199 Ardent défenseur du cubisme, Maurice Raynal est le proche collaborateur de nombreux marchands dans l'entre-deux-guerres.

200 A la fois journaliste, romancier, conservateur de la Maison Victor Hugo et critique d'art, Raymond Escholier collabore à plusieurs revues d'art dans l'entre-deux-guerres et est l'auteur de plusieurs monographies d'artistes (dont celle de Eugène Delacroix en trois volumes en 1925).

201 Berthe Weill, *Pan !... Dans l'oeil ou trente ans dans les coulisses de la peinture contemporaine 1900-1930*, Paris, Éditions de l'Echelle de Jacob, 1933 (ré-édition de 2009), p. 149.

D'un point de vue formel, Les *Bulletins* présentent une couverture beige très simple et légèrement cartonnée. Les premières de couverture sont relativement similaires (on y retrouve systématiquement le « W » sigle de la galerie ainsi que l'adresse de celle-ci) et ne comportent aucune individualisation ou personnalisation en fonction des expositions (telles que des reproductions, par exemple), si ce n'est le nom des exposants (ainsi, on aperçoit ci-dessous le titre de l'exposition : « Willy Eisenschitz et Claire Bertrand. Peintures » ainsi que les dates de celles-ci, selon une configuration reprise sur chaque *Bulletin*).



Bulletin de la Galerie Berthe Weill, n°10, 27 mai 1924

Malgré leur court format, les bulletins comportent plusieurs articles et l'on remarque tout d'abord que la liste des œuvres, propre à sa fonction de catalogue d'exposition, ne se trouve pas dans le corps du bulletin mais sur une feuille volante glissée à l'intérieur. D'autre part, on y trouve de manière plutôt constante 3 types d'articles : tout d'abord la préface de l'exposition proprement dite, elle peut elle-même adopter plusieurs formes, poétique ou essayiste principalement, et est souvent (mais pas systématiquement) accompagnée d'une ou deux reproductions en noir et blanc. Ensuite est présentée une synthèse des expositions qui ont lieu alors à Paris et un article parfois intitulé « Papotage » ou « le Sotisier de la Critique » qui prend la forme d'une revue de presse des différentes critiques artistiques parues. Notons d'ailleurs que les extraits de presse émanent souvent du *Bousilleur*, second organe de la galerie, publié à partir de

202 A propos du deuxième bulletin sensé présenter l'exposition Sabbagh-Sabert qui « reste en panne », in Berthe Weill, *Pan !... Dans l'oeil ou trente ans dans les coulisses de la peinture contemporaine 1900-1930*, *ibid.*

janvier 1924. Lors d'événements artistiques majeurs ou de publications importantes, l'article leur ait consacré :

« A la suite de la parution d'un important ouvrage critique, nous avons décidé d'ouvrir dans ce bulletin une rubrique consacrée à la défense des artistes et ... du bon sens. Ce Sotisir de la critique sera inauguré heureusement, aujourd'hui, par les lignes qui suivent, extraites de *L'Anthologie de la peinture en France* par Maurice Raynal »²⁰³

De la même manière le *Bulletin* n°59, daté du 12 décembre 1927 consacre cet article au Salon d'Automne. Enfin sur la quatrième de couverture, un encart rappelle les livres vendus chez Berthe Weill (qui a ouvert une « librairie artistique » dans sa galerie en novembre 1919) et annonce les futures expositions qui se tiendront au 46, rue Laffitte (le « Calendrier de la galerie »).

Il était de notoriété publique au sein le marché de l'art que la petite marchande de tableaux possédait un certain franc-parler²⁰⁴ et on retrouve, au sein de son *Bulletin*, ce même accent parfois acerbe et chargé d'ironie qui la caractérise. Ainsi, dans une critique d'exposition parue dans un de ses *Bulletin*, Berthe Weill oppose la peinture de Matisse aux toiles de Segonzac exposées chez Barbazanges considérant l'abondance de matière sur ces dernières comme une séduction trompeuse délaissant la forme et la composition, elle écrit :

« Enlevez aux toiles de Segonzac cette superposition abondante et abusive de couleurs, tout leur fard, la forme deviendra plate comme une baudruche dégonflée. [...] Non mais, ce que je vais prendre ! On m'y repincera à parler de peinture ! Que va-t-on croire ? Lèse-Arts ? Ce qu'on se laisse aller à dire des bêtises ! Il y a cependant des emballements qu'il faut refréner, ne serait-ce que dans l'intérêt des artistes ; je n'aime pas suivre la foule, la foule des snobs. »²⁰⁵

Le ton emprunté par la marchande de tableaux est donc à la fois teinté d'humour mais il témoigne également d'une certaine âpreté en proposant un jugement assez sévère de ses pairs, marchands de tableaux et critiques, sans doute considérés trop « snob », suivants la mode au contraire de la marchande, du spécialiste qui s'attache aux caractéristique esthétiques objectives des œuvres. Ce réquisitoire permet à Berthe Weill d'affirmer l'exception formée par sa

203 *Bulletin de la Galerie Berthe Weill*, n°57, 7 novembre 1927.

204 Franc-parler dont témoigne son autobiographie, *Pan ! ... Dans l'oeil. op. cit.*

205 *Bulletin de la Galerie Berthe Weill*, n°10, 27 mai 1924, pp. 3-4.

galerie, qu'elle présente comme plus proche des artistes et également à contre-courant des pensées artistiques normées de son époque, ce qui ferait son individualisation au sein d'un marché de l'art surchargé dans l'entre-deux-guerres. D'ailleurs, cette intonation lui fut souvent reprochée par la presse artistique :

« Ma manière de présenter les artistes en mon bulletin n'est pas du goût de M. Robert Rey²⁰⁶. Mes préfaces mirlitonesques ont le don de l'irriter ; il déverse son fiel dans un numéro du *Crapouillot*, en des termes si grossiers pour moi, que spontanément les artistes rédigent une protestation indignée couverte de plus de 300 signatures. »²⁰⁷

Mais là encore, les reproches qui lui sont faits permettent à la marchande, dans son autobiographie, de souligner la proximité de ses relations avec les artistes « indignés » par les propos incriminants à son encontre. Ainsi le *Bulletin de la Galerie Berthe Weill* peut être perçu comme un court livret qui dépasse le simple catalogue d'exposition mais propose tout de même des informations en corrélation avec les œuvres exposées sur les cimaises de la galerie. Se met par ailleurs en place un système de double discours de diffusion avec la naissance en 1924 du journal *Le Bousilleur* véritable organe critique de la peinture contemporaine qui complète les *Bulletins* et dont le titre à lui seul révèle la volonté polémique. Ces courtes publications répondent à la volonté de la directrice de la galerie d'assurer une publicité de ses activités qui dépasse le cercle restreint des visiteurs. Faire connaître les artistes et souligner leur implication affective dans la galerie, et faire connaître le quotidien de la galerie sont les maîtres mots des *Bulletins* et ces objectifs, doublés d'une réflexion poussée parfois jusqu'à la théorisation d'un programme esthétique avant-gardiste seront repris par les livres et véritables revues publiés par certaines galeries dans l'entre-deux-guerres.

Les catalogues d'exposition sont donc une formule éditoriale mise en place depuis la fin du XIX^{ème} siècle. Mais l'importance accrue accordée à la fois à la présentation de l'exposition et à la capacité du marchand à s'entourer de préfaciers qui sont soient critiques d'art ou hommes de lettre semblent permettre un basculement du simple catalogue vers un imprimé porteur d'un véritable discours artistique. Ainsi sonne le glas des catalogues en tant que simples listes

206 Robert Rey est un historien de l'art et critique, il enseigne à l'École du Louvre pendant une grande partie de sa carrière et parallèlement il occupa le poste de conservateur, d'abord au Musée du Luxembourg dès 1925 puis au Château de Fontainebleau en 1930 et enfin au Musée du Louvre après la Seconde Guerre mondiale.

207 Berthe Weill, *Pan !... Dans l'oeil ou trente ans dans les coulisses de la peinture contemporaine*, op. cit. p. 160.

d'œuvres, et cette évolution fut notamment rendue possible par la conjonction de faits économiques et théoriques structurels dans l'entre-deux-guerres.

B° Le développement de l'imprimé dans l'entre-deux-guerres

L'expansion du marché éditorial et l'affadissement de la critique d'art

La Première Guerre mondiale a entraîné de fortes perturbations dans le secteur du livre et de la presse en France. Cela contribua à renforcer les grosses structures éditoriales au détriment des plus fragiles. Quand s'ouvrent les années 1920, le temps est alors à la fusion, l'absorption de sociétés. De nouveaux phénomènes apparaissent parmi lesquels l'inflation qui participa à la valse des prix (on constate par exemple une forte augmentation du prix des livres due à l'envolée du prix du papier). Ces troubles économiques conjoncturels qui ont pu ralentir une partie du marché éditorial, ont parallèlement conduit à faire de la bibliophilie une valeur-refuge. Certaines maisons d'éditions parvinrent ainsi à tirer leur épingle du jeu en visant des publics restreints mais aisés dans l'entre-deux-guerres, c'est par exemple la politique éditoriale choisie par les Éditions du Sagittaire fondées en 1919 et publiant exclusivement des livres de luxe ou de demi-luxe sur l'art en général et le mouvement Surréaliste en particulier dans les années 1920²⁰⁸. L'historiographie concorde en effet pour affirmer que si depuis XVIII^{ème} siècle le livre de bibliophile a pris une plus grande importance et que la production va croissant, la période de l'entre-deux-guerres (et plus précisément entre 1918 et 1930) est celle qui a connu la plus importante accélération de la production annuelle (qui va jusqu'à culminer à plus de 1 100 éditions à tirage limité, dont au moins 400 illustrées²⁰⁹). Les années 1920 forment donc un « magistère intellectuel et culturel de la littérature dans l'entre-deux-guerre »²¹⁰ qui est nourri par une période d'exceptionnelle richesse littéraire et soutenu par un processus éditorial foisonnant, les livres de luxe, et de bibliophiles connaissant par ailleurs un accroissement de la demande sans précédent. La *Bibliographie des livres de luxe de 1900 à 1928 inclus* de Raymond Mahé décrit ainsi plus de 8 500 éditions (très diverses certes, la définition du livre de luxe qu'il choisit étant relativement large). On remarque que le nombre des

208 Notons également que de nouvelles maisons d'éditions telles que La Sirène, Au Sans Pareil ou encore les Éditions Surréalistes choisirent cette voie dans l'entre-deux-guerres.

209 Antoine Coron, « Livres de luxe » in *L'Histoire de l'édition française*, tome IV, *Le livre concurrencé, 1900-1950*, Paris, Fayard, 1991, pp. 429-430.

210 Pascale Goetschel et Emmanuelle Loyer (dir.), *Histoire culturelle de la France : de la Belle Époque à nos jours*, Paris, Armand Colin, 2011.

des éditions de luxe ainsi que des livres illustrés connaissent une envolée après la première Guerre Mondiale et surtout à partir de 1924. La production passant, selon Raymond Mahé, de 470 titres en 1923 à 1 128 à 1928.

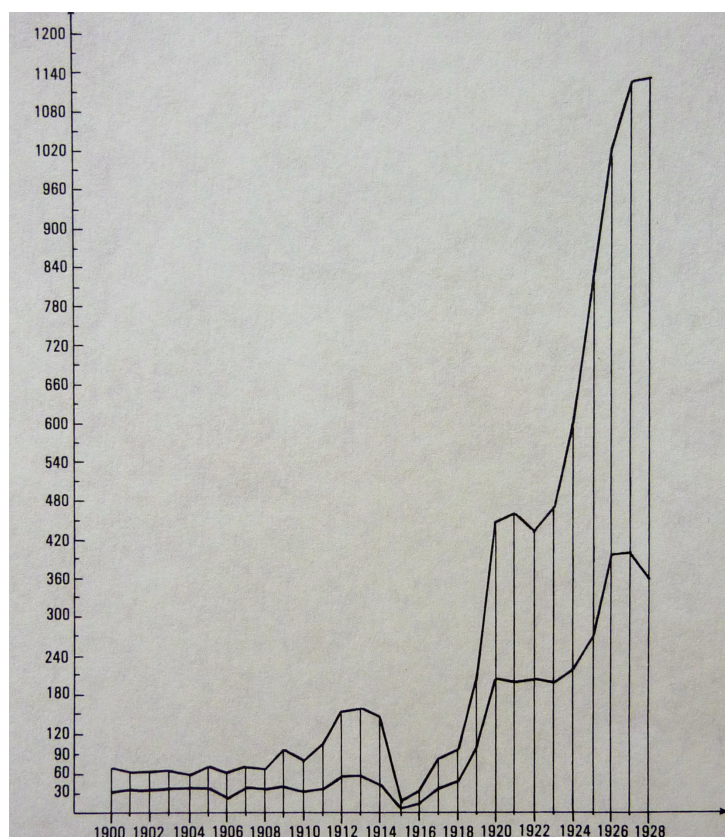


Figure n°12 : Courbe statistique de l'évolution des éditions de luxe entre 1900 et 1928 d'après la bibliographie de Raymond Mahé²¹¹

Ce contexte de montée en puissance du marché de la bibliophilie a sans doute dicté le choix des galeries déjà naturellement portées à l'édition de livres de luxe (mêlant poésies des avant-gardes proches de la galerie et œuvres d'art d'artistes représentés par cette même galerie). De fait, la galerie des Quatre-Chemins publie entre 1924 et 1929, vingt-cinq ouvrages, que l'on peut regrouper sous quatre formes principales :

- ◆ Les biographies de peintres contemporains très présents sur le devant de la scène artistique dans l'entre-deux-guerres²¹².

211 H.-J. Martin et R. Chartier (dir.), *Histoire de l'édition française*, tome 4, *Le Livre Concurrencé*, op. cit. p. 414.

212 André Salmon, *Modigliani, sa vie, son œuvre*, Paris, Éditions des Quatre-Chemins, 1926.

- ◆ Les suites de lithographies, dessins ou aquarelles inédits d'un artiste, dont la préface et les commentaires sont souvent rédigés par des critiques d'art²¹³.
- ◆ Les reproductions d'ouvrages anciens (cela concerne uniquement la collection « Chef d'œuvre du livre français illustré »)²¹⁴.
- ◆ Les livres dits « d'artistes », c'est-à-dire commandés à un peintre et à un poète qui vont travailler en collaboration²¹⁵.

Ces livres sont tous tirés à peu d'exemplaires (entre 200 et 300 généralement, exception faite pour les monographies) et sont abondamment illustrés ce qui en fait des ouvrages luxueux prisés par le marché de la bibliophilie. Ils sont d'ailleurs tirés sur différentes qualités de papier (Arches, Lafuma, Hollande van Gelder, etc) et leurs prix varient en conséquence, entre 100 francs (pour les monographies ordinaires dont le luxe est certes moindre) et plus de 1 000 francs pour les plus beaux ouvrages. Les archives de la galerie nous prouvent que bien souvent les livres sont épuisés, cela ne nous étonne pas et correspond tout à fait à l'expansion de la bibliophilie évoquée, à cette époque.

Concernant le monde des revues plus précisément, on constate également une forte expansion et un véritable foisonnement des revues à la Belle Époque. De fait, dès la fin des années 1870, on note un accroissement des périodiques non quotidiens avec une réelle apogée en 1908-1910. Cette évolution est sans doute liée au triomphe de la République et au vote des lois concernant la liberté d'expression au début des années 1880. De profondes mutations sociales et culturelles s'opérèrent alors, la lecture se démocratisa et le marché éditorial changea de forme annonçant la période de l'entre-deux-guerres. Le métier d'éditeur de plus en plus complexe, passa du stade artisanal au stade industriel avec une forte spécialisation des revues. Force est d'ailleurs de constater que les revues qui s'affirment sont principalement de nature politique ou littéraire²¹⁶. Ainsi, après la Première Guerre mondiale, les galeries héritèrent de ce système éditorial rigide et tentèrent de trouver leur place entre les micro-sociétés et les revues

213 C'est l'exemple de l'album, *Pablo Picasso, 64 dessins inédits*, préface de Waldemar Georges, Paris, Éditions des Quatre-Chemins, 1926.

214 Comme par exemple la ré-édition par les Éditions des Quatre-Chemins en 1926 du livre de François Rabelais, *Pantéguréline prognostication, les grandes et inestimables cronicques du grant et énorme géant Gargantua*, Lyon, 1532 (1ère édition).

215 Notons ici la publication de l'ouvrage de Joseph Delteil et Robert Delaunay, *Allo ! Paris ! Paris*, Éditions des Quatre-Chemins, 1926.

216 Jacqueline Pluet-Despatin, Michel Leymarie et Jean-Yves Mollier (dir.), *La belle époque des revues 1880-1914*, Éditions de l'IMEC, coll. "In Octavo", 2002, p. 17.

solidement adossées à de véritables maisons d'édition. Cette période est donc marquée par le déclin de l'amateurisme éclairé et par le développement de revues spécialisées, qui imposent des normes de scientificité et traduisent la segmentation des savoirs. Cet esprit de spécialisation régnant encouragea les galeries d'art à se doter d'un organe éditorial périodique permettant de faire entendre de manière régulière et suivie une seconde voix au sein du milieu artistique parisien.

Au delà de ce contexte économique favorable aux publications de livres de luxe et de revues spécialisées. La volonté des galeries d'art de se pourvoir d'une activité éditoriale dans l'entre-deux-guerres s'explique aussi sans nul doute par une raison interne : la baisse de la qualité des critiques. De fait, des reproches lui sont faits d'être insuffisamment engagée dans la défense de l'art contemporain, et ceci, associé au phénomène de croissance économique et de retour à la normale après la Première Guerre mondiale, a certainement favorisé un débordement de la part des marchands d'art de leur domaine de compétence habituel. C'est donc sans doute également par l'intermédiaire de la critique artistique et dans un but d'auto-promotion que les marchands d'art sont entrés dans le domaine de l'édition. Ainsi, comme nous l'avons vu précédemment, le support imprimé édité par les galeries dans l'entre-deux-guerres, ne se contente plus de lister, tels des catalogues, les œuvres exposées par elles. Il augmente les prérogatives du marchand de tableaux qui se substitue au critique et assoit par ce médium son autorité intellectuelle : la revue ou le bulletin sont ainsi des champs d'études idéologiques en tant qu'ils sont le reflet des choix esthétiques des marchands ; tandis que les livres illustrés ont un but premier purement esthétique. Jeanne Bucher publia ainsi des livres, très recherchés par les bibliophiles, qui favorisent le dialogue entre poètes et peintres²¹⁷. Ambroise Vollard, quant à lui, signalait en évoquant son activité d'édition de livres que « si les amateurs demeuraient indifférents, les peintres, eux, s'intéressaient de plus en plus à cette autre façon de s'exprimer »²¹⁸. Ces exemples nous montrent que plus qu'un rôle d'intermédiaire, cette action éditoriale dépasse largement les prérogatives d'un marchand qui ne ferait qu'exposer, que montrer au grand public des œuvres. Par ce biais le marchand propose aux artistes un nouveau médium, afin de diffuser l'art contemporain autrement.

217 Christian Derouet et alii, *Jeanne Bucher : une galerie d'avant-garde, 1925-1946, de Max Ernst à de Staël*, Strasbourg, Éditions Albert Skira, 1994, « les éditions ».

218 Ambroise Vollard, *Souvenirs d'un marchand de tableaux*, op. cit. p. 278.

La question des programmes artistiques

Il est tout à fait courant qu'à l'ouverture d'une galerie ou à l'annonce de ses éditions soit publié un court texte résumant l'ensemble des actions (et leurs buts) que se propose d'accomplir la galerie d'édition. Se présentant sous la forme d'une préface ou d'une lettre ouverte ces projets artistiques et culturels sont intitulés plus ou moins sobrement « déclaration d'état civil », « avant-propos » ou encore « objet », « programme ». Il s'agit pour la plupart du temps d'une première publication soit la prise de conscience et l'affirmation (voire la revendication) de la double activité. Souvent ambitieux, les objectifs fixés mettent quasiment tous en avant l'unicité et l'originalité (condition sine qua non de sa visibilité parmi le foisonnement des galeries et des revues d'art parisiennes dans l'entre-deux-guerres) :

« Les Éditions Bonaparte publieront des livres, exposeront des tableaux, organiseront des conférences privées. Mais leur objet n'est pas de grouper au hasard des livres, des toiles, des sculptures et de les présenter au public dans un but strictement commercial. Leur ambition est plus haute. [...] Il [Van Leer, le directeur de la galerie, ndr] estime qu'un organe d'information, comme celui dont les Editions Bonaparte formeront un spécimen, fait défaut à Paris. »²¹⁹.

« Il nous a semblé qu'un tel courrier vous manquait »²²⁰

Quelle est alors cette haute ambition revendiquée par la galerie d'édition Bonaparte ? On trouve dans tous les programmes étudiés, plusieurs éléments de réponses à cette question et la formulation de certains dessins communs, non dénués de paradoxes parfois. Tout d'abord, la rédaction de ces objectifs se faisait très souvent sur un ton réfutant systématiquement tout dogmatisme, les galeries refusant le statut académique du musée, qui finalement définit ce qu'est l'art et ses évolutions. Pourtant chaque galerie ambitionne de présenter l'art le plus représentatif de l'époque : les Quatre-Chemins se targuent d'évoquer « les événements les plus saillants de la vie artistique et littéraire », les Editions Bonaparte prétendent « réaliser l'esprit d'époque, dans son acception la plus large ». Ce souci de clairvoyance va de pair avec la volonté d'indépendance et de désintéressant : la résolution d'une « impartialité », d'une « action neutre »²²¹, « sans liens d'aucune sorte, avec aucun intérêt »²²², ou encore le refus de « polé-

219 Programme des Éditions Bonaparte par Waldemar George, INHA Cartons Verts Galeries jusqu'à 1970, *GAL 172, Pochette Galerie Bonaparte*. Cf. Annexe IV. Texte 6.

220 « Préface », *Le Bulletin de la Vie artistique*, n°1, 1^{er} décembre 1919, Paris. Cf. Annexe IV. Texte 7.

221 Programme des Éditions Bonaparte par Waldemar George, INHA Cartons Verts Galeries jusqu'à 1970, *GAL 172, Pochette Galerie Bonaparte*

222 « Préface », *Le Bulletin de la Vie artistique*, n°1, 1^{er} décembre 1919, Paris.

miques à propos de qui ou de quoi que ce soit »²²³ sont mise en exergue. Malgré cette ambition de renseigner les lecteurs sur les « productions modernes », un choix est fait, celui des mouvements les plus dignes d'intérêt. De fait, chaque revue, au même titre de la galerie choisit de soutenir un pour plusieurs courants artistiques actuels (l'École de Paris pour les Editions Bonaparte, le cubisme pour Léonce Rosenberg à l'Effort Moderne, etc). Ce nouveau contradiction est souvent suivie d'une seconde allégation toute aussi paradoxale : Les revues et livres proposés semblent pour la plupart destinés aux amateurs d'art ou initiés de la galerie et pourtant le souhait de chaque publication est de concerner un public beaucoup plus large. En effet, l'utilisation d'un pronom possessif est constatée régulièrement : on parle par exemple de renseigner « ses lecteurs »²²⁴²²⁵ ce qui implique d'or et déjà que l'on s'adresse à une audience acquise, connaisseuse et instruite d'art par ailleurs. La galerie Bonaparte quant à elle a pour souhait d'adresser ses conférences, ses publications et ses expositions à une « élite »²²⁶ parisienne « avide de connaissances ». Les lacunes en termes d'actualités artistiques qu'entendent combler les galeries d'édition semblent alors principalement réservés aux initiés, voire aux artistes eux mêmes (Les Editions Bonaparte entendent créer par exemple « des moyens d'échanges directs et personnels entre les artistes »²²⁷). Cependant, on trouve également dans les programmes artistiques publiés une volonté de s'adresser au public parisien dans son ensemble ou tout du moins à une audience intéressée, si ce n'est savante, des choses de l'art : le *Bulletin de l'Effort Moderne* se targue ainsi de « montrer aux esprits curieux »²²⁸, en général, les productions véritablement modernes, tandis que le *Bulletin de la Vie artistique* fut créé, selon les éditeurs (MM. Félix Fénéon, Guillaume Janneau et Pascal Forthuny) « pour ses lecteurs et non pour nous [les éditeurs, ndla]. Le seul bénéfice que nous voulons en tirer est moral »²²⁹.

Quelque peu nébuleux donc sur leurs objectifs artistiques et leurs volontés de diffusion, les programmes des galeries d'édition et de leurs revues sont malgré tout le premier lieu de revendication d'une certaine hybridité des activités. Les Editions Bonaparte laissent entendre qu'on « y trouvera des livres en toutes les langues traitant des arts, de l'architecture, du théâtre »

223 « Avant-propos », *Bulletin de l'Effort Moderne*, n°1, Janvier 1924, Paris. Cf. Annexe IV. Texte 8.

224 « Avant-propos », *Bulletin de l'Effort Moderne*, n°1, Janvier 1924, Paris.

225 « Préface », *Le Bulletin de la Vie artistique*, n°1, 1^{er} décembre 1919, Paris.

226 Programme des Éditions Bonaparte par Waldemar George, INHA Cartons Verts Galeries jusqu'à 1970, *GAL 172, Pochette Galerie Bonaparte*.

227 Programme des Éditions Bonaparte par Waldemar George, INHA Cartons Verts Galeries jusqu'à 1970, *GAL 172, Pochette Galerie Bonaparte*.

228 « Avant-propos », *Bulletin de l'Effort Moderne*, n°1, Janvier 1924, Paris.

229 « Préface », *Le Bulletin de la Vie artistique*, n°1, 1^{er} décembre 1919, Paris.

mais également « plusieurs expositions » ou encore « des conférences, des réunions privées, des projections de films ». Les galeries affirment ainsi par ce biais leur volonté de dépasser une médiation d'ordre purement visuelle afin de proposer une pluralité d'activité, s'instituant presque en véritable centre culturel. Cette première publication – manifeste qu'est le programme fut suivie d'une large gamme d'éditions, de livres ou de revues.

CHAPITRE V

Le livre illustré : œuvre d'art ou ouvrage de bibliophilie ?

Nous confronterons, dans ce chapitre, théorie et pratique, représentations conceptuelles et mise en forme concrète des ouvrages publiés par les galeries d'édition afin de déterminer le rôle véritable du marchand de tableaux dans leur conception et son apport aux marchés de l'art et de la bibliophilie.

A° L'objet « livre » : forme et contenu

Au cours des six derniers siècles, entre l'invention de l'imprimerie par Gutenberg et sa dématérialisation, le livre a connu de multiples et profondes transformations. D'ailleurs l'exposition « Six siècles d'art du livre – de l'incunable au livre d'artiste » présentée du 13 septembre 2012 au 20 janvier 2013 au Musée parisien des lettres et manuscrits rendait hommage à la beauté et la richesse du livre. Dans l'histoire du livre « d'art » au sens très large – nous reprenons ici la terminologie utilisée en édition pour désigner une catégorie de livres où les illustrations à caractère artistique occupent une place prépondérante – l'historiographie concorde pour affirmer que si depuis le XVIII^{ème} siècle le livre de bibliophile a pris une plus grande importance et que la production va croissant, la période de l'entre-deux-guerres (et plus précisément entre 1918 et 1930) est celle qui a connu la plus importante accélération de la production annuelle (qui va jusqu'à culminer à plus de 1 100 éditions à tirage limité, dont au moins 400 illustrées²³⁰).

230 Antoine Coron, « Livres de luxe », contribution à *l'Histoire de l'édition française*, IV, *Le livre concurrencé, 1900 -1950*. Paris, Réédition Fayard 1991, pp. 429-430.

Figure n°13 : Evolution du nombre de « Sociétés d'amateurs du livre »²³¹

	Nombre de « Sociétés d'amateurs de livres »	Évolution en % année par année	Évolution en % depuis 1900
1900	5		
1908	7	140,00%	140,00%
1921	7	100,00%	140,00%
1935	35	500,00%	700,00%
1955	25	71,43%	500,00%

D'autre part, après la crise économique mondiale qui toucha le marché parisien entre 1931 et 1934, le marché des livres connaît un effondrement. L'activité éditoriale « normale » ne reprit qu'aux alentours de 1936 environ mais à un niveau quantitatif et qualitatif bien moindre que celui qu'elle a connu : l'évolution du nombre de « sociétés d'amateurs du livre » semble à cet égard significative. Il semble alors justifié de se concentrer sur cette période de création intense et de profondes mutations du statut du livre de bibliophile qui furent en partie dynamisée par l'action des galeries d'édition étudiées. De fait, nous nous pencherons surtout sur les livres d'artistes, livres illustrés qui témoignent d'une véritable implication dans la création artistique contemporaine de la part des marchands, mais n'oublions pas malgré tout les livres d'histoire générale de l'art ou les monographies d'artistes qui sont également publiés (tels que *L'Afrique Préhistorique* de Léo Forbenius et Henri Breuil publié aux Editions Cahiers d'art en 1931 ou encore l'étude biographique de Léon Werth sur Vlaminck édité en 1925 chez Bernheim-Jeune²³²). Lorsque nous évoquerons les livres d'art publiés par les galeries d'édition il s'agit ainsi dans son acception la plus large d'un livre où les illustrations ou photographies occupent une place prépondérante. Ces livres peuvent tout aussi bien être de type narratifs que spécialisés.

Les livres d'art, d'artistes : reflet d'une société et d'une époque

Il s'agira d'étudier ici en particulier la volonté des galeries d'édition d'associer – dans une démarche de publication de livres illustrés relevant de la coopération d'un peintre et d'un écrivain – création picturale et poétique. Le livre d'art, d'artiste, a de nombreuses définitions, les-

²³¹ Tableau réalisé grâce aux données chiffrées extraites de Armand Israel et Brigitte Waridel (dir.), *Livres d'art : Histoire et techniques*, Lausanne, 1994.

²³² Cf. Annexe II. 3. Figure 2.

quelles divergent au fil du temps car les acceptions qu'elles véhiculent évoluent. L'engouement pour le livre illustré, né au XIX^{ème} siècle, se poursuit et s'amplifie au cours de la première moitié du XX^{ème} siècle. A cette époque, émergea en France toute une nouvelle école de la bibliophilie qui repensa le livre à l'aune d'une collaboration étroite avec les peintres. Béatrice Joyeux-Prunel parle alors, comme nous l'avons vu précédemment, d'un « rapprochement du commerce de l'art et du commerce de livres »²³³ entre 1921 et 1923. L'historien Yves Peyré montre dans son ouvrage²³⁴ que cette forme de livre d'artiste collaborative où la gloire est rendue aux peintres est née en France, à la fin de XIX^{ème} siècle, en particulier grâce à Stéphane Mallarmé et sa traduction du *Corbeau* d'Edgar Allan Poe, illustrée de gravures d'Édouard Manet. De nouvelles formes de livres apparurent alors, dans lesquels l'artiste s'impliqua de plus en plus fortement, faisant de ces ouvrages des œuvres d'art à part entière. Presque devenu un objet manufacturé banal au début du XX^{ème} siècle, le livre fut « ré-inventé » par des poètes et des artistes de talent, soutenus par des éditeurs audacieux.

En effet, au XIX^{ème} c'est le livre d'illustrateur qui domine. Ce sont des livres a priori déjà écrits qui font l'objet d'illustration par des illustrateurs professionnels lesquels sont soumis aux exigences de l'éditeur, de l'écrivain, etc. A la fin du XIX^{ème} siècle et au tout début du XX^{ème} siècle, apparaît le livre de peintre c'est-à-dire un livre dans lequel l'illustration du peintre, à la différence de l'illustration habituelle, ne se soumet pas au texte mais l'accompagne plutôt. Le livre de peintre faisait triompher l'image dans le livre, lui restituant une place de choix. Le terme d'illustration de peintre est néanmoins assez nébuleux dans le sens où de nombreux peintres ont illustré des livres avant la fin du XIX^{ème} siècle. On retient ainsi de l'expression « livre de peintre » l'acception suivante : un livre illustré par de grands peintres, qui connut une rapide évolution au cours de l'entre-deux-guerres, qui privilégie le grand format, la qualité et la quantité de ses illustrations et la beauté du papier (ce sont donc des éditions de « luxe »). Dans son ouvrage *Peinture et poésie, le dialogue par le livre*, Yves Peyré, historien du livre de peintre qualifie les ouvrages que nous venons d'évoquer de livre de « dialogue », qui poussent très loin l'adéquation entre peinture et poésie. On attribue généralement cette évolution du livre d'illustrateur au livre de peintre au poète Stéphane Mallarmé qui dans son ouvrage *Un coup de dés jamais n'abolira le hasard*, promeut une révolution typographique. Mallarmé inaugurerait dans ce poème (qui fut mis en page par lui-même en 1897 mais

233 Béatrice Joyeux-Prunel, *Géopolitique des avant-gardes : une histoire socioculturelle des avant-gardes picturales, 1848-1968*, Paris, Gallimard, 2014 (à paraître), p. 99.

234 Yves Peyré, *Peinture et poésie : le dialogue par le livre (1874-2000)*, Paris, Gallimard, 2001, pp. 8-9.

qui ne paru qu'après sa mort en 1914) une tentative d'écriture typographiée qui souhaitait rendre visible (et non plus seulement lisible) la lettre et le mot. Le poète jouait sur les pleins et les vides, sur les blancs et les noirs, sur les différents types de caractères, supprimant la ponctuation afin de rechercher de nouveaux rythmes visuels. Ainsi, malgré des définitions mouvantes au XX^{ème} siècle, le livre d'art, d'artiste est conditionné par un texte – de nature littéraire ou poétique – et se caractérise par un processus artistique intervenant tant au niveau du support que de la typographie ou de l'illustration.

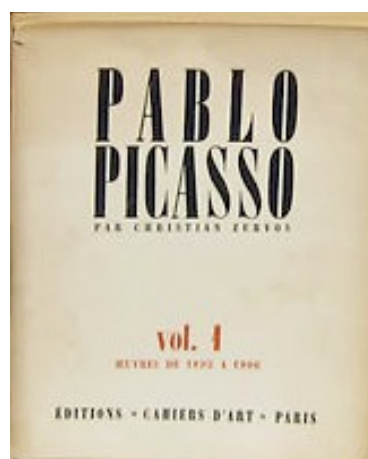
Le corps du livre

Une des spécificités du livre de peintre est d'être relativement « ordinaire » par son aspect, proche en apparence du livre fabriqué industriellement, on peut donc appliquer pour les deux une analyse similaire (ils se déclinent d'ailleurs dans des petits et moyens formats – in-12 et in-octavo – tout aussi bien que dans des grands formats – in-folio et in-quarto). Livre tout en étant pleinement œuvre d'art, le livre de peintre est révélateur de la place prise par le langage dans les arts plastiques contemporains et d'une certaine fusion entre ces deux moyens d'expression. D'ailleurs, l'espace du livre est à la fois un espace matériel et visuel (la lecture pouvant tout à fait s'effectuer de façon orale et collective ou de façon plus intime). Le texte en lui-même est sans aucun doute destiné à être lu mais le support du livre peut tout aussi bien être vu, cela détermine alors une interaction entre le lisible et le visible. On remarque qu'une attention toute particulière est ainsi donnée à l'apparence physique du livre et notamment à la page de titre, à la typographie et à l'illustration.

La page de titre se distingue bien souvent par sa simplicité et sa quasi-nudité, puisque seuls l'occupent un titre, le nom de l'auteur et celui de l'éditeur parfois, étagés de façon rectiligne. Cette élégante sobriété est agrémentée chez Bernheim-Jeune et chez Cahiers d'art bien souvent d'une pointe de rouge, rappel sans aucun doute de la très célèbre maison de la NRF. Le titre se situe dans la moitié supérieure de la première de couverture, écrit en capitale d'imprimerie c'est lui qui est principalement mis en avant. Les noms des auteurs et de l'éditeur se succèdent en plus petits caractères.



1

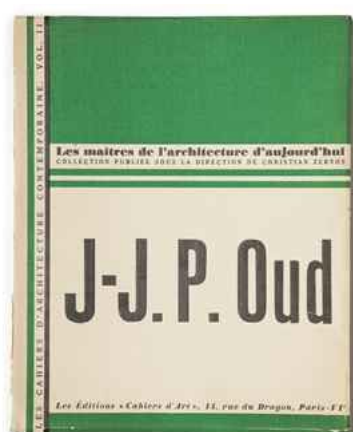


2

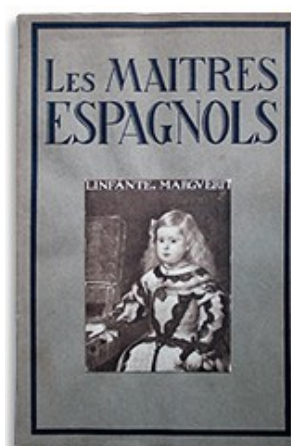
1 - Jean-Baptiste de La Faille, *L'époque française de Van Gogh*, Paris, Editions Bernheim-Jeune, 1927.

2 - Christian Zervos, *Pablo Picasso*, vol 1, Paris, Editions des Cahiers d'art, 1933.

L'unique illustration dont la page de titre soit pourvue se limite généralement à la marque de l'éditeur : un « B » et un « J » entrelacé pour Bernheim-Jeune, deux coquilles dessinée par André Derain agrémentées des initiales de Daniel-Henri Kahnweiler pour les Editions de la Galerie Simon, etc²³⁵. Néanmoins, parfois figuraient sur la page de titre une reproduction ou une couleur de fond – comme cela est visible ci-dessous – cela attirait un peu plus l'oeil, forgeant une identité somme toute moins rigide, moins socialement orientée vers une frange connaisseur de lecteurs et peut être plus accessible. La qualité esthétique de la première page grandit en effet la valeur culturelle et marchande du livre et transmet des informations relatives à l'identité du livre.



1



2

235 Ce « logo » contient alors un jeu de mot, les coquilles (soient les fautes de frappe) n'étaient pas tolérées par Apollinaire qui travailla en tant que rédaction pour Kahnweiler, il estimait que pas plus de deux ne pouvaient apparaître dans un livre bien édité et les réservait alors pour la marque de l'édition.

1 - Henry Russel Hitchcock Jr, *J.-J. P. Oud*, Paris, Editions des Cahiers d'art, 1931

2 - *Les Maîtres Espagnols*, Paris, Editions de la Galerie Braun & Cie, 1930

En outre, l'ornementation de la première page annonce, par sa fonction programmatique, la présence d'illustrations qui viendraient répéter, compléter ou prolonger l'énoncé titulaire. Prenant place au « seuil » du livre, espace qui constitue d'ordinaire une première captation vers le texte, ces images prennent une valeur paratextuelle. Elles attirent l'attention du lecteur, que ce soit par leur qualité esthétique ou par leur fonction signalétique (elles renvoient de fait une vision synthétique ou donnent la clé de compréhension du texte). Dans cette perspective l'image est d'or et déjà là non pas pour accompagner servilement la lecture mais pour la guider, la contraindre peut être.

La typographie joue également un rôle essentiel dans l'identité de l'objet-livre. L'utilisation de la romaine prime et l'éditeur et les auteurs jouent avec les différents types et tailles de caractères pour des questions de lisibilité et d'esthétique. Pour l'essentiel les livres d'art publiés par les galeries d'édition comportent une typographie « classique » correspondant à un souci de clarification de l'espace visuel. Les caractères définissent alors l'apparition des paragraphes, les sauts de lignes et les blancs typographiques et déterminent la disposition et l'organisation du texte.

Le texte est accompagné (de façon quasiment systématique pour le corpus de livres étudié) d'illustrations permettant une nouvelle structuration de la page. Elles organisent et définissent en effet les zones de lecture dans l'espace du livre. Les images sont plurielles, en pleines pages ou en vignettes intégrées dans le corps du texte, en noir et blanc ou en couleurs, véritables peintures ou dessins ou bien photographies. La présence de ces dernières relève d'une stratégie d'éditeur, motivées ou conditionnées par des facteurs autant artistiques que financiers et commerciaux. Les illustrations accompagnant un texte narratif proposent naturellement de mettre en exergue les points forts de ses actions. Mais loin d'être principale, cette fonction traditionnelle se double d'une évolution formelle qui transforme le rapport entre le texte et ses images. Cette nouvelle mise en page forme une unité aussi bien sémantique que visuelle. L'insertion des images offre un nouvel espace visuel mais également un nouvel espace de lecture,

les illustrations remplaçant et complétant la narration. Ce phénomène est particulièrement remarquable dans les livres publiés par Kahnweiler. Avec l'art cubiste soutenu par la galerie Simon, aucune superposition de deux visions du réel n'est possible puisqu'il n'y a pas seulement vision mais création de ce réel. Seule la coexistence de deux tempéraments proches et le voisinage de deux rythmes, l'un fait de mots, l'autre d'éléments plastiques est justifiée comme un accord de deux réalités d'où pourrait naître d'ailleurs une tierce réalité qui résulterait de leur fusion. Derain dans une lettre de 1903 écrit que « la littérature et le dessin doivent être homogènes... Il faut éviter qu'ils soient appelés à souffrir l'un de l'autre [...] »²³⁶. L'intention de l'illustrateur n'est alors pas décorative, mais elle traduit, avec les possibilités plastiques l'esprit du volume. L'illustration se découvre des pouvoirs inédits qui engagent l'imaginaire tout autant que certaines injonctions du langage poétique.



André Derain, gravures sur bois pour *L'Enchanteur Pourrissant*, 1921, MOMA

Ainsi, les gravures sur bois d'André Derain pour *L'Enchanteur Pourrissant* d'Apollinaire²³⁷, réédité à petit tirage par Kahnweiler en 1921, ne reproduisent pas les paysages celtiques, bretons traditionnels²³⁸ mais imaginent une forêt profonde, sombre ou ensoleillée, d'une volontaire simplicité. La représentation anthropomorphe est absente et c'est le foisonnement végétal qui est mis en avant à travers des formes stylisées. L'horizontalité et le dynamisme des traits suggèrent une analogie avec le monde primordial, enrichissant le prosimètre d'Apollinaire. De la même manière les personnages dans leur nudité font affleurer l'érotisme sous-jacent du

236 Georges Hilaire, *Derain*, Genève, P. Cailler, 1959, p. 139.

237 Ces gravures figurent en pleine page essentiellement.

238 *L'Enchanteur Pourrissant* reprend en effet la légende arthurienne.

texte. Les membres et les visages anti-anturalistes et simplifiés à l'extrême contribuent à donner aux personnages une expression d'ingénuité définissant la mentalité et la beauté primitive. L'expressionnisme de ces images correspond alors tout à fait au pouvoir poétique du verbe et la genèse du livre repose sur une entière confiance et une admiration mutuelle du peintre et du poète.

Artifices typographiques (sauts de ligne, paragraphes, disposition typographique en entonnoir ou encore lettrines) et illustrations jouent un rôle évident de structuration, assurant l'exhibition visuelle de la charpente textuelle, permettant d'aérer la mise en page et d'assurer la lisibilité du texte, mais aussi la rigueur de sa construction narrative : en isolant des blocs textuels, ils invitent, de fait, à délimiter les unités narratives ou discursives du roman. Cela nous permet de conclure au concours commun des artistes-peintres, des écrivains et des marchands-éditeurs dans la formation et la publication d'un livre au sein d'une galerie.

Quelle place dans le champ de la bibliophilie ?

La valorisation de ces livres d'artistes ainsi que leur conservation témoignent donc d'enjeux et de problématiques complexes. Cela reflète tout à fait le statut assez indéfini du livre de « création » en général, entre œuvre d'art et livre de bibliophile. Cette dualité se retrouve dans le cas de l'ouvrage de Max Ernst, *Une Semaine de Bonté* publié aux éditions Jeanne Bucher en 1934. De fait, lors de sa parution l'ouvrage est séparé entre les tirages à vocation commerciale et les tirages avec des planches originales destinées à être exposées (à Madrid dès 1936²³⁹ par exemple, mais aussi dans la galerie Jeanne Bucher-Myrbor à Paris). Les dessins de Ernst et l'objet livre terminé sont donc considérés comme deux œuvres différentes.

A la fois œuvre d'art et support bibliophile, il n'est pas étonnant que ce soit les marchands de tableaux qui aient pris le relais de la médiation de ces productions artistiques. Le fait que le livre ait toujours été au centre des préoccupations des mouvements d'avant-garde, nous confirme que celui-ci, à la jonction de la peinture et de la poésie, a été tout au long du XX^{ème} siècle un moyen d'expression artistique majeur. De plus l'action des galeries qui se sont employées à accompagner les artistes d'avant-garde dans l'utilisation de ce médium particulier

239 Notons que pour cette exposition, on avait retiré des planches originales les illustrations jugées blasphématoires.

de la création montre leur volonté de participer à l'élaboration du patrimoine artistique français du XX^{ème} siècle.

Le marchand de tableau, une « éminence grise » ?

Une place de choix est réservée à l'auteur et à l'illustrateur des ouvrages publiés par les galeries d'édition : la présence de leurs noms sur la page de titre et l'organisation d'une exposition participent par exemple à leur reconnaissance publique, ainsi qu'à celle de la galerie. La participation active mais discrète des marchands est alors bien souvent omise ou passée sous silence. Les monographies des marchands elles-mêmes font souvent peu état de leur activité éditoriale. Pourtant en tant que véritables éditeurs, les marchands ont trois principales fonctions : intellectuelle, économique et technique. Ils sélectionnent, parmi les manuscrits reçus, ceux qu'ils jugent dignes d'être publiés, éventuellement après modification ou adaptation. Cette première appréciation se fonde sur les qualités qu'ils trouvent au texte, mais aussi sur le succès envisagé du livre et donc sur la rentabilité de l'opération. Certains éditeurs peuvent également rechercher un auteur ou un illustrateur en particulier et « passer une commande » lorsqu'ils estiment qu'il y a un marché pour un certain type de livres. C'est ainsi l'éditeur qui, au nom de sa galerie d'édition, prend en théorie l'essentiel du risque financier et en partage les bénéfices entre l'auteur, le distributeur, et le libraire.

Nous pouvons évoquer ici la biographie de Daniel-Henri Kahnweiler²⁴⁰ qui fut élaborée par le MNAM lors d'une exposition consacrée au marchand en 1984-1985²⁴¹. De fait, dans cet ouvrage, un chapitre (ce qui est assez rare pour être noté) est consacré aux « livres de Kahnweiler ». Cependant l'étude porte moins sur l'apport des éditions à la galerie que sur le type de littérature (cubiste notamment) publiée et le format des ouvrages. On y lit que le marchand s'est fait une règle de demander à tout peintre de sa galerie d'illustrer un volume. Mais la désignation du peintre ne procédait pas de l'arbitraire du marchand, l'accord à trouver entre les deux artistes ne s'établissait qu'en fonction d'affinités. Si Derain, comme nous l'avons vu précédem-

240 Notons par ailleurs que de nombreux portraits de Daniel-Henri Kahnweiler ont été brossés par divers historiens, historiens de l'art ou écrivains. A l'instar d'Ambroise Vollard et de peu d'autres galeristes c'est un marchand de tableaux très documenté, telle est l'une des raisons qui poussent notre étude à s'y intéresser et à y faire de plusieurs fois références.

241 *Daniel-Henri Kahnweiler, Marchand, éditeur, écrivain*, Centre Pompidou, MNAM, 22 décembre 1984 – 28 janvier 1985.

ment, a répondu à la sollicitation d'Apollinaire concernant *l'Enchanteur pourrissant*, il s'est récusé quant à *Saint Matorel* de Max Jacob :

« Pour le manuscrit, il m'est impossible de faire quelque chose avec cela. C'est une œuvre admirable et qui ne me laisserait aucune place et d'ailleurs, cet admirable à part, les préoccupations qui font l'objet de mon travail sont complètement absentes de ce livre »²⁴²

Concernant les informations données par les monographies de galeries, nous nous sommes également intéressés à la somme de Christian Derouet à propos de la galerie Jeanne Bucher²⁴³. Même s'il ne s'agit pas de son propos principal, cet ouvrage rappelle bien que l'engagement de la galeriste vis-à-vis de l'art d'avant-garde s'est aussi manifesté à travers l'édition. Nous avons donc ici deux types semble-t-il de marchands de tableaux qui publient des livres d'art : ceux qui publient dans un but publicitaire (pour faire voir les artistes de la galerie) et ceux qui font de l'édition un engagement esthétique supplémentaire. Ainsi pour Jeanne Bucher, l'aventure éditoriale commença dès l'ouverture en 1925 de sa « librairie étrangère » au 3, rue du Cherche-midi et sembla être plus qu'une activité annexe et intermittente : elle ne renonça à ses éditions que pour des raisons économiques selon Christian Derouet²⁴⁴. Elle dut par exemple abandonner en 1934 le projet d'une édition d'André Masson, faute de souscription. Tandis que les éditions Kahnweiler semblent plutôt permettre à la galerie « renaissante »²⁴⁵ de surmonter la crise de 1921-1922.

B° Les différences étapes de l'édition d'un livre

A l'aide de quelques exemples documentés, nous avons pu retracer le parcours de création d'un livre et le rôle précis, notamment économique des marchands de tableaux.

Le fruit d'une collaboration

242 François Garnier, Max Jacob, Paris, Editions de Paris, collection Correspondances, 1953, t.1, p40.

243 Christian Derouet et alii (dir.), *op. cit.*

244 Christian Derouet et alii (dir.), *op. cit.*

245 Puisque que Kahnweiler vit sa galerie séquestrée en tant que bien appartenant à l'ennemi pendant la Première Guerre mondiale. Il s'associa alors avec André Simon et ouvrit en 1920 une nouvelle galerie sous le nom de ce dernier au 29 bis rue Astorg.

Allo ! Paris ! de Robert Delaunay et Joseph Delteil, parut aux éditions de la galerie des Quatre-Chemins en 1926. Les quelques cartes postales échangées entre Delteil et Delaunay datent toutes de l'année 1926, or une lettre de M. Walter Wladimir à Robert Delaunay du 5 novembre 1926 lui signale qu'il lui fait parvenir les suites sur Chine que Delaunay doit signer. L'élaboration du livre semble donc s'être faite en onze mois voire un an maximum. Concernant le rapport entre les artistes et la conception de leurs collaborations, deux lettres de Delteil à Delaunay nous renseignent :

« Monsieur, qu'est ce que c'est que cette histoire Engelman²⁴⁶. Je n'y comprend plus rien. Je lui demande des renseignements, j'ai l'impression qu'il imprime, et il me répond qu'il te transmet les contes, et qu'il faut tout revoir avant de se mettre au travail... Dégourdis le un peu, sans ça nous n'en sortirons jamais. Il faut, tout de suite choisir le caractère, le format (sans ça je ne puis rien faire, je n'ai aucune idée de la longueur qu'il faut à chaque conte). Il faudrait qu'il imprime tout de suite des épreuves. Avez-vous fait bon voyage, écris moi vite.

Ton Delteil »²⁴⁷

« A Pieusse.

Alors, où en est on ? Mon vieux, je travaille comme un dieu. Il faut pousser l'imprimeur et fort ! Il faudrait que ces amoureux parrainent cette saison. Amitiés à tous. Delteil »²⁴⁸

Ces deux lettres nous permettent donc de comprendre quelque peu comment fut entrepris le travail de rédaction et d'illustration de *Allo ! Paris !* Tout d'abord, il semblerait que les deux artistes aient travaillé par correspondance : l'un dans le département de l'Aude et l'autre à Paris. D'autre part, le format du livre a déterminé le contenu puisque Delteil écrit qu'il ne peut commencer à rédiger ses contes s'il ne sait quelle longueur leur donner. On remarque également un travail de collaboration avec l'imprimeur Engelman qui ne passe visiblement pas par l'intermédiaire de l'éditeur : nous n'avons en fait retrouvé aucune lettre entre Delaunay ou Delteil et les Quatre-Chemins. L'imprimeur semble devoir réaliser une première épreuve, c'est-à-

246 Engelman est le nom de l'imprimeur travaillant avec les Quatre-Chemins.

247 Bibliothèque Kandinsky, fonds Delaunay, Correspondance échangée entre Sonia et Robert Delaunay et Joseph Delteil entre 1924 et 1974, [1926] Carte postale de Delteil depuis l'Aude évoquant l'imprimeur Engelman. Les lettres sont reproduites sans rectifications orthographiques.

248 Bibliothèque Kandinsky, fonds Delaunay, Correspondance échangée entre Sonia et Robert Delaunay et Joseph Delteil entre 1924 et 1974, [1926] Carte postale de Delteil évoquant *Allo ! Paris !*

dire un échantillon donnant une idée de l'aspect final du document, qui sera retravaillé par la suite. Les deux artistes sont donc maîtres de toute la conception du livre, ils choisissent ensemble le format, les caractères, se soumettent leurs travaux respectifs, etc. S'il est celui qui donne son aval pour le tirage une fois le premier exemplaire réalisé, le marchand ne semble pas avoir son mot à dire dans la conception du livre. Cependant peu d'archives sont disponibles et il n'est pas impossible que le marchand à la signature du contrat, établisse des conditions à la réalisation de l'ouvrage. Il ne participe néanmoins pas à la création artistique elle-même.

A l'inverse, le fonds Au Sans Pareil de l'IMEC, qui nous renseigne sur l'élaboration du livre *Caderno* fruit de la collaboration de l'écrivain Valéry Larbaud et de l'artiste-peintre portugaise Mily Possoz, publié en 1927, fait la part belle à l'action de l'éditeur. On sait que c'est le gérant, René Hilsum, qui sollicite cette « collaboration indispensable » prétextant que « sinon nous manquerons notre but : cette galerie parallèle des meilleurs écrivains et graveurs de notre temps »²⁴⁹. Par ailleurs nous conservons la correspondance adressée par le marchand-éditeur à l'écrivain, une lettre du 8 mai 1926 nous apprend que l'initiative du livre provient de Hilsum qui suggéra à Larbaud à la fois le thème du texte et l'illustratrice :

« Je viens justement de voir les gravures d'une jeune artiste portugaise, Mlle Possoz, qui est plein de talent. Les images qu'elle a gravé de son pays sont remplies de charmes. Et peut être pourriez-vous concevoir une sorte de journal de voyage au Portugal ou un récit s'y passant – car je crois que vous aimez beaucoup ce pays »²⁵⁰

Ici donc, la conception artistique première est celle du marchand qui souhaite réunir des gravures (non destinées à être illustratrices) et la prose d'un écrivain. Les deux créations ne sont alors pas concomitantes mais conçues de manière séparée et trouvent une certaine raison d'être à leur réunion par l'intermédiaire du marchand uniquement. René Hilsum se fait finalement presque lui-même artiste, ou tout du moins acteur de la créations artistique, en proposant ce projet éditorial à l'écrivain et au peintre. Valéry Larbaud répond à cette proposition une dizaine de jour après, suggérant *Caderno* (« cahier » en portugais), une œuvre en trois parties : un écrit dans une cabine du sud-express, un divertissement philologique et finalement une

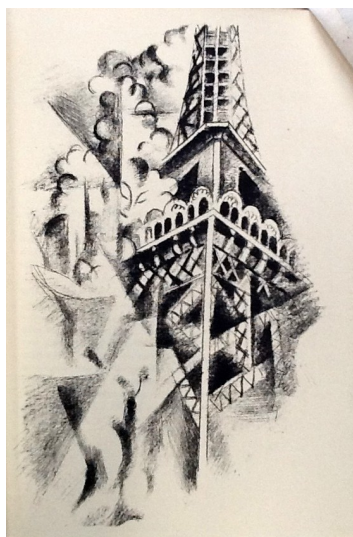
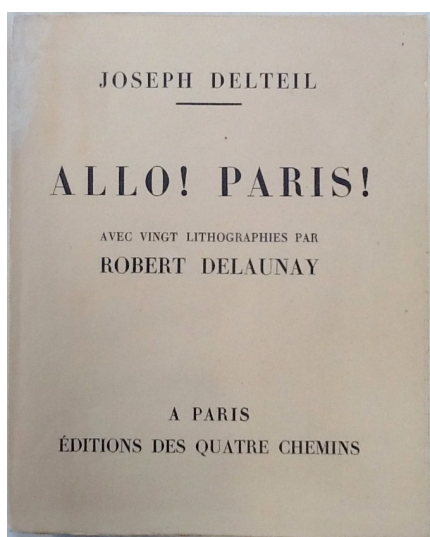
249 Dossier rouge n°1, sous-pochette mauve n°1, Fonds Au Sans Pareil, IMEC.

250 Lettre de Hilsum à Larbaud datée du 8 mai 1926, dossier rouge n°1, sous-pochette mauve n°1, Fonds Au Sans Pareil, IMEC.

lettre de Lisbonne²⁵¹. Les créations se contraignent alors l'une l'autre et l'auteur se plie aux exigences des gravures déjà établies tout en proposant une œuvre inédite et indépendante. Le 30 juin 1926, un nouvel échange épistolaire nous apprend que Hilsum a déjà reçu les premiers textes de Larbaud, et les envoie à l'imprimeur incessamment. Cependant l'édition du livre ne sera véritablement terminée qu'en mars 1927 soit presque un an après la réalisation du livre.

Le livre illustré est ainsi toujours le fruit d'une collaboration entre trois acteurs, le marchand-éditeur, l'écrivain et l'artiste. Cette triangulation accorde parfois plus de poids à l'une ou l'autre de ces extrémités, cela dépend alors de nombreux facteurs : la place sur le marché de l'art, l'indépendance financière, l'inspiration artistique, etc.

Une œuvre d'art ?



Joseph Delteil, Robert Delaunay, *Allo ! Paris !* 20 lithographies originales, Paris, Éditions des Quatre-Chemins, 1926.

L'apparence finale du livre *Allo ! Paris !* est assez révélatrice des ouvrages publiés par la galerie des Quatre-Chemins. La couverture est très simple avec en caractères noirs les deux noms des artistes (l'un sur l'autre et d'une taille équivalente, sans aucune indication supplémentaire), le titre *Allo ! Paris !* le lieu et la maison d'édition. Simplicité et austérité étaient donc les maîtres mots de ces couvertures qui ne révèlent rien au premier regard. Le livre se divise en dix chapitres d'une longueur à peu près égale, soit moins d'une dizaine de pages. Il s'agit à chaque fois d'un petit conte prenant pour objet Paris ou d'une lettre poétique. Chaque

251 Lettre de Larbaud à Hilsum datée du 15 mai 1926, dossier rouge n°1, sous-pochette mauve n°1, Fonds Au Sans Pareil, IMEC.

chapitre est accompagné de deux lithographies de Robert Delaunay placées en début et fin de chapitre. Le livre comprend donc vingt lithographies. Cette structure rigoureuse est accentuée par le fait que les illustrations de Delaunay se trouvent systématiquement en pleine page pour mettre en valeur la qualité de sa reproduction. L'ouvrage ne présente donc aucune recherche particulière d'intégration du texte et de l'image. Cependant, il ne faut pas se méprendre sur ces lithographies, l'intention de l'illustrateur n'est pas décorative, mais elle traduit, avec les possibilités plastiques l'esprit du volume. Les illustrations sont alors affranchies de toute servitude descriptive – comme cela est le souhait de nombreux artistes et marchands, à l'instar de Kahnweiler dont l'opinion est évoquée précédemment : elles décrivent une réalité autonome qui a une valeur propre et qui prend la forme d'un rythme plastique accordé à celui qui naît de la lecture. Cette double structure interne du livre semble induire une réception visuelle complexe pour le lecteur, ce qui est tout à fait nouveau et qui caractérise de nombreux livres des marchands-éditeurs étudiés (on retrouve par exemple cette simplicité de mise en page dans les éditions Jeanne Bucher). La typographie, pour être soignée, n'a pas bénéficié ici des refontes fastueuses, auxquelles procédait Ambroise Vollard notamment. L'interligne et la pagination sont également très régulières. Tirés à peu d'exemplaires et édités avec soin – les critiques louent très souvent la qualité des reproductions – les livres des Quatre-Chemins peuvent être qualifiés d'ouvrages précieux, luxueux. *Allo ! Paris !* fut ainsi tiré sur un grand format in-quarto, sur du papier Hollande Van Gelder pour 25 exemplaires et sur du vélin d'Arches pour 300 exemplaires. Leurs tarifs étaient respectivement de 500 francs et 300 francs. Un peu moins prestigieux que le Chine ou le Japon Impérial, le Hollande Van Gelder et le vélin d'Arches restent des papiers d'une grande qualité, permettant des productions luxueuses comme en témoigne le prix élevé de *Allo ! Paris !*. Notons enfin, que si la publication de *Allo ! Paris !* ne donna pas lieu à une exposition à la galerie Quatre-Chemins, la sortie d'un livre s'est très souvent accompagnée de l'exposition des dessins, gravures, peintures, etc de l'artiste-illustrateur de l'ouvrage concerné. C'est le cas, par exemple, de *La vie de Château* de Marie Laurencin aux éditions des Quatre-Chemins également, dont les six lithographies furent exposées entre le 27 mai et 9 juin 1925.

Si ces livres illustrés plus ou moins luxueux correspondent sans aucun doute à une partie de la production éditoriale des marchands de tableaux il serait néanmoins trop réducteur de s'en contenter. En effet, les marchands de tableaux publièrent également d'importants recueils de reproductions d'œuvres et de conséquentes monographies d'artistes ou de mouvements ar-

tistiques : on peut prendre ici l'exemple de la galerie de l'Effort Moderne dirigée par Léonce Rosenberg qui publia en 1920, dans la collection « les maîtres du cubisme » vingt planches de Georges Braque²⁵² ou encore l'exemple de la publication *l'Art Polonais Moderne*²⁵³, préfacé par Chil Aronson aux Éditions Bonaparte. Ces livres illustrés appartiennent à la catégorie des éditions de « luxe » : ils privilégient donc le grand format (in-quarto principalement), la qualité et la quantité des illustrations – celles-ci sont reproduites selon le procédé de phototypie, en pleine page généralement (elles sont donc peu intégrées au corps du texte) et le nombre de planches dépasse le plus souvent le nombre de pages – et la beauté du papier (les livres sont tirés sur plusieurs types de papier : vélin, lafuma, arches, hollandaise van gelder et leurs prix varient en conséquence, de 50 francs pour les monographies ordinaires tirées à de nombreux exemplaires à plus de 1 000 francs pour les plus beaux ouvrages).

Les droits d'auteur

Pour *Cardeno*, René Hilsum prévoit un format in-16 Jésus et un tirage de 1 200 exemplaires sur divers papiers (Hollandaise, Arches, Japon, Vélin Lafuma). Nous n'avons pas retrouvé dans le fonds Au Sans Pareil de l'IMEC de contrat conclu avec Mily Possoz, cependant nous conservons les échanges entre Hilsum et l'auteur Larbaud qui nous renseignent sur les droits d'auteur proposés. L'éditeur offre pour les droits d'auteurs une somme forfaitaire de 3 000 francs qui sera adressée dès réception du manuscrit ainsi que 25 exemplaires de l'ouvrage sur papier de luxe. Le contrat stipule également que l'auteur reste propriétaire du droit de publication de l'œuvre et que les conventions signées concernent uniquement le tirage effectué par Au Sans Pareil. La propriété intellectuelle de l'ouvrage n'est ainsi pas achetée par la maison d'édition qui ne s'intéresse pas seulement à la prose de Larbaud mais à l'association avec les pointes sèches gravées de Mily Possoz. Dissociées, l'ouvrage et les œuvres perdent chacune de leur originalité et leur intérêt aussi bien pour les milieux artistiques que pour ceux de la bibliophilie.

252 Roger Bissière, *Georges Braques, vingt tableaux*, Paris, Éditions littéraires et artistiques de l'Effort Moderne, 1920. Format : in-4, 5 pages avec 20 planches.

253 *Art Polonais Moderne*, préface par Chil Aronson, Paris, Éditions Bonaparte, 1929. Format : in-4, 96 pages avec 126 reproductions.

Un investissement financier

Nous ne possédons pas énormément d'archives financières de galeries. Le fonds Vollard conservé à la documentation du Musée d'Orsay nous renseigne néanmoins sur le coût de ces publications : *Les Réincarnations du Père Ubu*, rédigé par Ambroise Vollard et publié une première fois aux éditions Le Divan en 1925 fut un projet qui occupa la galerie Vollard pendant plusieurs années et qui par conséquent est relativement bien renseigné dans le fonds d'archives d'Orsay. Le travail de Georges Rouault pour l'illustration des *Réincarnations du Père Ubu*, entamé au sortir de la guerre s'étendit sur pas moins de quatorze années avant d'être publié en 1932. A l'occasion d'une conférence donnée à « La Feuille Blanche » le 17 janvier 1946, Marie Dormoy, engagée par Ambroise Vollard comme secrétaire en 1926, révèle les circonstances de cette longue gestation et les relations qui unissaient l'éditeur et l'artiste :

« C'est en 1932 que Vollard édita, à mon sens, le plus beau livre de sa collection, j'entends au point de vue technique, qui est *Les Réincarnations du Père Ubu*, de Vollard lui-même, illustré par Rouault.

Son établissement, sa fabrication ne durèrent pas moins de quatorze ans. Rien ne fut épargné pour en faire le livre parfait. [...] *Les Réincarnations* comportent 22 eaux-fortes hors-texte, et 104 bois in-texte. Après avoir fait toute la série des illustrations, on mit tout le tirage au pilon et on recommença. Je dis ceci comme preuve que Vollard laissait une liberté totale à ceux qui travaillaient pour lui, car peu d'éditeurs en auraient fait autant. Les hors-texte sont de ces personnages étranges évoqués par Rouault, appartenant à une humanité entièrement créée par lui, mais directement inspirés par le texte. Ici, aucune fantaisie. Sous chacune des gravures, on pourrait mettre en légende une ligne du texte. Les in-texte sont également inspirées du texte, mais toujours admirables de proportion avec le format de la page, avec le texte qui les entoure. [...]

Au cours des quatorze années que dura l'établissement du livre, il y eut bien, entre Vollard et Rouault, quelques bourrasques. Comme l'un et l'autre n'avaient de souci que de bien faire, cela s'arrangeait toujours. Le principal est que de ces tornades soit sorti un livre, qui est le chef-d'œuvre de son époque.

Le papier choisi fut le Montval et le Royal Vidalon ; les caractères l'elzévir Platin. Il s'accorde à merveille avec les gravures de Rouault. Sa valeur est des mieux

proportionnées à la valeur des gravures. Le format, l'équilibre du texte et des illustrations, la distribution de celles-ci, tout est parfait »²⁵⁴.

On voit bien ici l'attention portée aux qualités matérielles du livre autant qu'à son fond. Il reste de plus intéressant qu'Ambroise Vollard soit dans ce cas particulier à la fois marchand-éditeur et artiste-écrivain. Cela lui donne une maîtrise complète du processus de fabrication de la création artistique à la production matérielle du livre. Une feuille volante conservée dans le fonds d'archives cité précédemment laisse apparaître les coûts liés à cette publication : entre les impressions des bois, des textes, les corrections et remaniements, le numérotage, la réalisation des couvertures, de prospectus, etc, la réalisation des 305 exemplaires des *Réincarnations du Père Ubu* revint à 329 170 francs à Ambroise Vollard (l'achat des eaux-fortes à Rouault ne représentant que 1 000 francs du total). Le compte d'exploitation de la galerie daté de 1935 que nous avons pu consulter affiche un inventaire (tableaux, estampes et livres) s'élevant à 13 402 324 francs et un bénéfice brut pour l'année de 358 830, 94 francs. Cela nous montre que le prix des *Réincarnations* représente un budget très important pour la galerie Vollard qui est pourtant bien installée dans le paysage artistique parisien et financièrement très confortable. Ainsi on comprend l'hésitation et l'inquiétude de certaines galeries face à l'activité éditoriale.

Le coût de ces publications de luxe explique le fait que seules quelques galeries motivées par d'autres intérêts que ceux purement économiques se lancèrent dans l'édition. Par ailleurs, concernant l'apport financier de l'activité éditoriale à la galerie d'art, nous conservons également peu de livres de compte, néanmoins Pierre Assouline dans sa biographie de Daniel-Henri Kahnweiler souligne le fait que face à la crise qui suit la Première Guerre mondiale, le marchand d'art ne peut plus « s'offrir le luxe de se consacrer uniquement à la peinture qu'il défend »²⁵⁵. Si l'auteur considère l'activité éditoriale comme annexe et uniquement source de profit, il convient de souligner qu'en 1921, Kahnweiler publie six livres ce qui nous semble tout de même conséquent pour une galerie dont ce n'est pas censé être l'activité principale. En outre, Assouline de manière quelque peu contradictoire affirme ensuite : « heureusement que la galerie n'attend pas après ses livres pour vivre »²⁵⁶. Ce qui témoigne des succès inégaux que rencontrent les livres publiés par la galerie et donc du but esthétique et non pas uniquement économique que poursuit le marchand de tableaux-éditeur. D'ailleurs, dans son autobiographie Ambroise Vollard affirme également que l'édition est un nouveau médium plébiscité par les

254 Dactylographie de la conférence du 17 janvier 1946 à « La Feuille Blanche » conservée à la Bibliothèque nationale de France et citée par *L'étoile-absinthe, les cahiers iconographiques de la société des amis d'Alfred Jarry*, Paris, Centre National du Livre, Automne 2000, p. 40.

255 Pierre Assouline, *op. cit.* p. 339.

256 Pierre Assouline., *ibidem*, p. 441.

peintres et qui participe du renouvellement de la création artistique même si les amateurs y sont encore quelque peu indifférents :

« Malgré la modicité des prix, les amateurs continuèrent à "bouder" et, vingt ans plus tard, ces albums n'étaient pas épuisés. »²⁵⁷

Néanmoins il convient de nuancer cela, de nombreuses réclames émanant de la Galerie des Quatre-Chemins signalent que les ouvrages sont soit souscrits soit épuisés. C'est le cas en 1926 d'un tract²⁵⁸ qui informe les lecteurs que les exemplaires sur hollande et sur arches de l'ouvrage *Les Biches* de Marie Laurencin (coûtant respectivement 450 francs et 350 francs) publié en 1924 sont épuisés. Ce qui nous montre bien que malgré les plaintes des marchands d'art, qui évoquent généralement l'édition comme un investissement supplémentaire au plus près des artistes mais également comme un gouffre financier pour la galerie, les livres illustrés de luxe trouvèrent acquéreurs, notamment au sein de la société bibliophile très importante à cette époque.

La sollicitation des artistes et des écrivains par les marchands est essentielle dans la conception d'un livre. Les galeristes invitent les artistes à composer des œuvres qu'ils estiment convenir à la fois au goût du public (dans un but typiquement commercial) et à l'esprit de ce qui est exposé et réalisé (conférences, lectures, etc) dans la galerie afin de faire valoir leur originalité sur le monde de l'art tout en s'insérant dans le marché de la bibliophilie. La fascination pour l'œuvre en train de se faire est alors mise au premier plan et les marchands se présentent comme les témoins directs de ce processus de création, en tant que découvreur, qu'explorateur de toutes formes de la création.

257 Ambroise Vollard, *op. cit.* p. 278.

258 Tract publicitaire, Fonds Quatre-Chemins, cote WAL C1 8277, Bibliothèque Kandinsky, MNAM Paris.

CHAPITRE VI

Des publications bicéphales : mi-bulletin, mi-revue

L'historien Gérard Monnier définit les bulletins comme des « publications militantes, mais avec des orientations déterminées par des intérêts commerciaux et par les objectifs des relations publiques de l'entreprise »²⁵⁹. Il pointe ainsi la principale caractéristique de ces publications qui est d'avoir un statut hybride, ambigu, hésitant entre la promotion publicitaire et l'engagement esthétique. Mais comme le souligne Julie Verlaine dans un article portant sur les bulletins de galeries entre 1945 et 1970, « l'étude des formes et des finalités de ces bulletins met surtout en lumière la difficulté de tracer une frontière nette entre diffusion et promotion, entre critique d'art et discours publicitaire »²⁶⁰. L'analyse des titres des publications périodiques laisse cependant parfois présager de la ligne éditoriale : On peut ainsi penser que le *Bulletin de l'Effort Moderne* ou le *Bulletin de la Galerie Berthe Weill* – revues qui reprennent le nom de la galerie adjoint au qualificatif « bulletin » – ont essentiellement un but de diffusion et de promotion de l'activité du marchand tandis que *Les Arts à Paris*, *Cahiers d'Art*, *Formes*, *l'Amateur d'Estampes*²⁶¹, *les Arts Plastiques*²⁶² semblent d'emblée être pourvues d'un discours artistique général plus important que les précédentes revues citées. Enfin, des titres tels que *Paris-Montparnasse*²⁶³ mettent en avant la localisation de la galerie au sein d'un espace artistiquement déterminé, ici le quartier de Montparnasse, et par là la valorisation d'un courant artistique en particulier.

Nous avons recensé au total un peu plus d'une vingtaine de revues²⁶⁴, certaines émanant du même organe éditorial (le *Bousilleur* et le *Bulletin* de la Galerie Berthe Weill, *Cahiers d'art* et *Rue du Dragon* des éditions des Cahiers d'art, etc). Rappelons que notre corpus se compose de 27 marchands de tableaux et galeries : si parmi eux plusieurs ne publient que des livres illus-

259 Gérard Monnier, *L'Art et ses institutions en France, de la Révolution à nos jours*, Paris, Gallimard, 1995, p. 299.

260 Julie Verlaine, « Engagement esthétique, discours publicitaire, critique d'art ? Les ambiguïtés des bulletins de galeries (Paris 1945-1970) », dans *Les revues d'art. Formes, stratégies et réseaux au XX^{ème} siècle*, R. Froissart-Pezone et Y. Chevretil Desbiolles (dir.), Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2011.

261 Il s'agit de la revue de Maurice Le Garrec, rattachée à la galerie d'estampes Sagot-Le Garrec.

262 *Les Arts Plastiques* est une revue publiée par la galerie Raspail dirigée par Alfred Daber et Max Berger.

263 C'est la galerie d'art Montparnasse dirigée par Jean Charron qui publie la revue *Paris-Montparnasse* dans les années 1920.

264 Cf. Annexe II.3 Figure 1.

trés (13), il est un peu plus rare que la seule activité éditoriale des galeries soit la revue (notons malgré tout l'exemple de cinq galeries et leurs périodiques : la Galerie d'art Montparnasse, la Galerie des Feuilles d'art, la Galerie Paul Guillaume, la Galerie La Renaissance et la Galerie Berthe Weill). Ces publications sont alors extrêmement hétérogènes en termes de statut, de présentation, de durée de vie, etc. Après avoir mis en exergue les différents points de contacts et de dissemblances entre les revues étudiées nous réfléchirons selon la dichotomie précédemment évoquée en tentant de percevoir ces publications à la fois comme des espaces publicitaires et comme des tribunes de légitimation artistique. A la différence des bulletins purs et durs, on ne trouve pas dans les revues des galeries une véritable fonction de catalogue d'exposition livrant des informations en corrélation avec les œuvres exposées sur les cimaises de la galerie. Cette double nature de la revue pose le problème des fonctions qui lui sont assignées. S'agit-il d'un organe de publicité pour la galerie ou d'un instrument de documentation pour les amateurs ? Nous essayerons au cours de ce chapitre de penser conjointement l'articulation de ces différentes fonctions.

A° La revue d'art

Qu'est ce qu'une revue ? Qu'est ce qu'un bulletin ? Questions de définitions

La notion de périodique est définie selon le répertoire de la presse de 1987 comme une publication en série qui se succède chronologiquement à des intervalles réguliers²⁶⁵. Les livraisons sont le plus généralement composées d'un titre à caractère dit « légal » unique et de plusieurs articles répertoriés en un sommaire. Sa durée de publication n'est pas limitée dans le temps. Cette définition peut alors convenir aussi bien à un bulletin, qu'à une revue ou un magazine. Issu du participe passé du verbe « revoir », le mot revue désigne par extension une publication périodique qui « passait en revue » les événements de la période. La revue s'adresse généralement à une catégorie sociale bien déterminée (à un public de scientifiques ou de spécialistes notamment). Elles ont principalement un rôle documentaire et informant – en ce qui concerne les revues d'art – des avancées intellectuelles, culturelles, artistiques. L'activité critique est malgré tout accompagnée de pratiques plus purement journalistiques et commerciales. Matériellement elles peuvent avoir une apparence très proche des livres (au niveau du format, de la pagination, etc). Selon la définition du Littré, le bulletin est quant à lui un « petit

265 Vanessa Bernard, *Les revues d'art en France de 1920 à 1960*, Université de Toulouse Le Mirail, 2007, p. 17.

écrit par lequel on rend compte de l'état de quelque chose qui intéresse le public ». La différence majeure entre le bulletin et la revue résiderait alors dans la taille, le gabarit de la publication et dans l'auditoire visé. Dans les deux cas il s'agit d'une pratique nouvelle mise en œuvre par des galeries à partir de la fin de la Première Guerre mondiale et conçue comme le témoignage d'une époque dans laquelle elle joue un rôle prédominant. Reconnues pour leur qualités esthétiques autant que leurs compétences intellectuelles et leur créativité éditoriale les revues tentent de refléter tous les domaines artistiques (peinture, sculpture, photographie, ethnologie, archéologie, musique, cinéma, etc) en corrélation avec la galerie auxquelles elles sont rattachées. Les moyens et le mode de fonctionnement des revues sont eux-mêmes très divers et il est souvent difficile, faute d'archives, de savoir ce que furent les tirages des revues et de mettre au jour tout le dispositif de ce qu'Olivier Corpet appelle « la fabrique éditoriale de la revue, c'est-à-dire l'ensemble des dispositifs matériels, fonctionnels et symboliques, à la fois externes et internes, explicites et implicites, visibles et cachés qui déterminent l'organisation et la production de la revue et de ses sommaires, et qui organisent les relations de la revue avec le cercle de ses auteurs et le réseau de ses lecteurs »²⁶⁶. Nous nous efforcerons donc de même au jour à la fois l'implication des membres de rédaction (certains se bornent à une collaboration passive d'autres s'engagent dans une activité passionnée) et l'organisation autour de valeurs et d'un projet communs qui font des revues un lieu de production intellectuelle et d'échanges.

La sujétion à une galerie

Les publications périodiques présentent une hétérogénéité encore plus grande que les livres si bien qu'il est parfois difficile de leur trouver des caractéristiques communes. Toutefois, elles présentent quasiment toutes des qualités esthétiques certaines et une relative fonction documentaire. On remarque que dans la plupart des cas, ils se présentent dans un format in-quarto ou in-octavo. Le nombre et la qualité des illustrations varient du tout au tout en fonction des galeries : si le *Bulletin de la vie artistique* publié par la galerie Bernheim-Jeune ne comporte que de rares illustrations de médiocre qualité et agrémentées d'une typographie et d'une mise en page pour le moins banales, ce n'est pas le cas du *Bulletin de l'Effort Moderne* de Léonce Rosenberg. De fait ce dernier accorde une place identique au support écrit et au support visuel (seize pages chacun), les illustrations étant regroupées dans un cahier central et imprimées en noir et blanc sur papier glacé. Elles ne font néanmoins pas l'objet d'un commentaire ou d'une

²⁶⁶ Olivier Corper, *la revue des revues*, n°18, 1994, p. 5.

intégration particulière au propos tenu dans le bulletin, il s'agit parfois uniquement des pièces présentées dans la galerie.

Le rythme de parution des bulletins ou revue tend généralement à suivre le rythme de la galerie : c'est-à-dire, une publication mensuelle pendant dix mois avec une pause annuelle entre août et septembre. Certaines galeries suivent de manière très régulière ce rythme de publication, c'est le cas de *L'Amateur d'Estampes* publié par la galerie Sagot Le-Garrec dont les numéros paraissent strictement tous les 25 du mois mais également du *Bulletin de l'Effort Moderne* qui publie 40 numéros en 4 ans (de janvier 1924 à décembre 1927). Cependant les parutions de certaines galeries sont plus sporadiques et moins régulières : la galerie Vavin-Raspail ne publie par exemple que neuf numéros de sa revue *Les Arts Plastiques* entre 1925 et 1928 malgré la revendication d'une parution mensuelle ; de même le premier exemplaire des *Arts à Paris* de Paul Guillaume paraît le 15 mars 1918 mais le second ne verra le jour qu'en juillet de la même année. En outre, le *Bulletin de l'Effort Moderne* qui est théoriquement un mensuel connaît deux mois de relâche en août et en septembre au même titre que la galerie, la revue paraît donc dix fois l'an. Ces rythmes réguliers ou non nous permettent de conclure à la fois à l'intérêt du marchand pour le support imprimé et/ou au rôle plus ou moins essentiel de celui-ci au sein de l'activité de la galerie, ainsi qu'aux moyens financiers mis en œuvre par elle. La galerie Bernheim-Jeune par exemple, bien établie publie un bulletin de taille modeste avec peu d'illustrations présentant de courts communiqués résumant l'actualité artistique ainsi que des critiques d'art permettant une réflexion sur l'idée de « modernité artistique », le bulletin paraît très régulièrement entre 1919 et 1926.

Le coût de ces publications périodiques, quant à lui, nous renseigne sur le coût de fabrication (et par là sur la stratégie de diffusion adoptée par les marchands), sur le public visé par les bulletins et ainsi sur leurs objectifs. La diversité et l'hétérogénéité qui caractérisaient les livres illustrés dont nous avons parlé précédemment semblent également s'appliquer aux revues et bulletins publiés par les marchands de tableaux-éditeurs. Les prix vont ainsi d'une quasi-gratuité, 1 franc le numéro pour *Les Arts à Paris* de la galerie de Paul Guillaume, à un prix très élevé, 20 francs pour la revue *Formes* dirigée par Walter Wladimir (galerie des Quatre-Chemins), en passant par des tarifs intermédiaires – 15 francs le numéro pour *Les Cahiers d'Art* par exemple. La plupart des bulletins proposent des abonnements semestriels avec

une réduction tarifaire mais également un abonnement pour l'étranger (ces publications souhaitent donc toucher un public plus vaste que la seule clientèle française). Il semble donc évident que l'objectif de ces différentes publications, indépendamment de leurs objectifs artistiques, ne soit pas du tout le même. On peut néanmoins conclure de cette analyse le fait que presque tous les périodiques (bulletins ou revues) étudiés sont attachés à une galerie non pas seulement financièrement mais aussi bien intellectuellement et esthétiquement.

B° Une chronique publicitaire

Il s'agit tout d'abord à travers la revue de prolonger la galerie et de faire connaître ses activités à un plus large public.

Présenter les artistes

Le modèle éditorial suivi est principalement celui du « cahier », conçu comme un recueil de textes au contenu divers, attaché à la défense des artistes de la galerie. *Les Arts à Paris*, publié par la galerie Paul Guillaume, est un bulletin d'une douzaine de pages construit en trois temps et dont la ligne éditoriale directrice consiste principalement à rendre compte de la vie artistique de la galerie Paul Guillaume. Il comporte ainsi chaque fois trois articles. On y trouve tout d'abord un article d'actualité concernant les ventes, les pièces de théâtre de la capitale, les expositions qui ont eu lieu à la galerie. Les propos concernant la vie artistique et culturelle parisienne sont, la plupart du temps, mis en rapport avec la galerie dans un effort de promotion et de soutien de celle-ci. Ainsi le premier article du premier numéro évoque les études d'art nègre réalisées par la bibliothèque Jacques Doucet et affirme :

« On sait que la Galerie Paul Guillaume possède la collection la plus importante, la plus riche et la plus belle des statues nègres de toute sorte »²⁶⁷.

Un article annonce ensuite l'exposition qui doit avoir lieu à la galerie le mois suivant et présente la liste des œuvres qui y seront exposées ainsi qu'une biographie de l'artiste. Enfin, un dernier article tient lieu de *press-book* et relève toutes les occurrences de la galerie dans la presse artistique, c'est l'occasion pour le marchand de mettre en valeur le succès de ses exposi-

267 *Les Arts à Paris*, bulletin de la galerie Paul Guillaume, n°1 mars 1918, p. 3.

tions par des articles choisis. Ainsi Paul Guillaume n'est pas un simple marchand se contentant de promouvoir les artistes par des accrochages dans sa galerie, il comprend la nécessité d'attirer l'attention sur sa galerie (en cette époque d'explosion du nombre de marchands d'art) à la fois par le biais de grands vernissages ou de mémorables soirées rue de la Boétie²⁶⁸ mais également grâce à *Les Arts à Paris* qui est tout autant un organe de promotion de l'avant-garde qu'un outil d'auto-publicité. La présence de photographies des accrochages réalisés dans la galerie sert à immortaliser l'instant passé, le bulletin permettant ainsi d'élargir son activité à un public qui ne vient pas visiter les expositions et il est conçu presque comme un « lieu de mémoire »²⁶⁹ qui conserve une trace et un impact médiatique dans le panorama général des galeries d'art moderne parisiennes. Par cette fonction d'accompagnement le bulletin se rapproche et se substitue au catalogue dans une démarche clairement commerciale. Pierre Sanchez affirme par ailleurs dans son ouvrage sur les galeries Berthe Weill et Devambez que « l'éditeur est avant tout un commercial et que le galeriste est avant tout un vendeur »²⁷⁰.

Dans le *Bulletin de l'Effort Moderne* l'effort publicitaire est effectué d'une façon moins journalistique et la présentation des artistes rattachés à la galerie se fait principalement à l'aide des textes écrits par les artistes eux-mêmes et non pas par des articles biographiques. La revue alterne ainsi critiques d'art, réflexions sur l'art sous formes d'écrits théoriques et chroniques publicitaires notamment par le biais de témoignages. On trouve par exemple dans le n°1 du *Bulletin de l'Effort Moderne* un article intitulé « L'Esthétique de la machine » rédigé par Fernand Léger, sous contrat avec la galerie. De la même façon dans les numéros suivants figure une enquête ayant pour problématique « Où va la peinture moderne ? ». Celle-ci contient presque uniquement des réflexions de Herbin, Séverini, Léger, Lurçat, Van Dongen ou encore Metzinger. Dernier exemple, dans les premiers numéros est également publié un article intitulé « La Bonne Parole » qui regroupe des réflexions et citations de philosophes, écrivains ou peintres connus, parmi eux, Ingres, Platon, Flaubert. Mais on remarque que les seules personnalités contemporaines évoquées sont des artistes de la galerie : Metzinger, Léger, Marinetti. En outre, la couverture elle-même de la revue fut réalisée par Georges Valmier qui se consacre au cubisme après la Première Guerre mondiale et est très proche de Léonce Rosenberg (qui lui

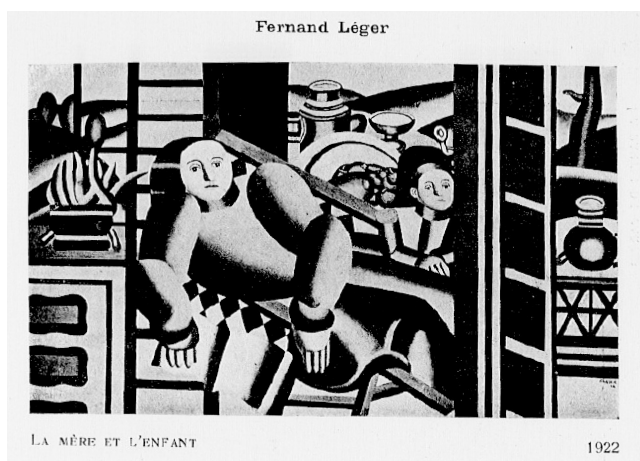
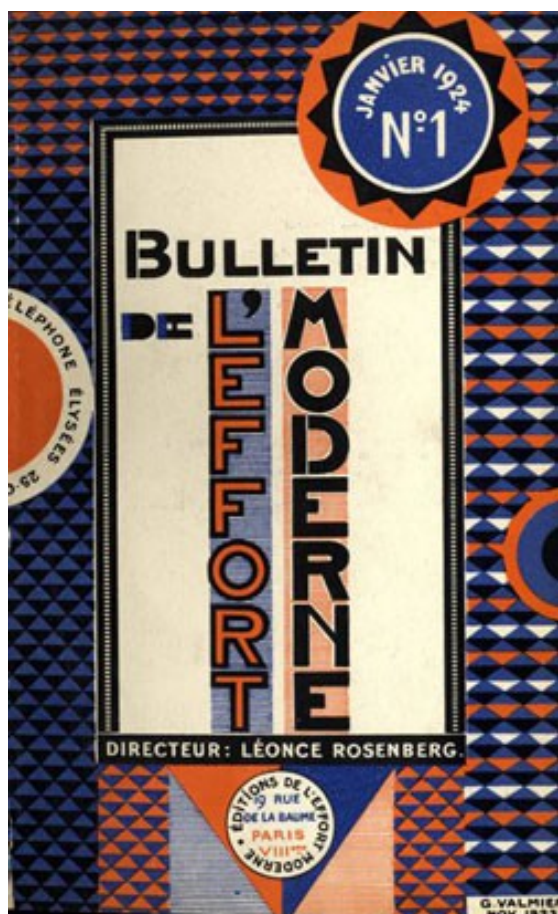
268 La galerie Paul Guillaume est ouverte dès 1914 de façon intermittente mais régulièrement à partir de 1921 et jusqu'à 1943 semble-t-il au 59, rue la Boétie dans le 8^{ème} arrondissement.

269 Nous nous inspirons pour cette analyse de l'article de Jules Verlainé dans *Les revues d'art. Formes, stratégies et réseaux au XX^{ème} siècle*, R. Froissart-Pezone et Y. Chevretil Desbiolles (dir.), Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2011.

270 Pierre Sanchez, *Les expositions de la Galerie Berthe Weill (1901-1942) et de la Galerie Devambez (1907-1926). Répertoire des artistes et liste de leurs œuvres*, Paris, Échelle de Jacob, 2009.

organise une exposition personnelle en 1921 et va même lui confier dans les années 1920 la décoration du salon de son appartement de la rue de Longchamp). Les artistes cubistes sous contrats avec Léonce Rosenberg ou plus simplement soutenus par la galerie ont alors une place belle dans la revue de cette dernière. Les lecteurs peuvent alors apprécier et reconnaître les réflexions plastiques des peintres.

Cet arsenal littéraire est renforcé par un dispositif iconographique spécifique qui permet de faire voir les œuvres en elles-mêmes. Dans le numéro 1 du *Bulletin de l'Effort Moderne*, daté de janvier 1924, on trouve par exemple des photographies de l'exposition « Maîtres du Cubisme » qui s'est tenue dans la galerie de Léonce Rosenberg en 1921 ainsi que des reproductions d'œuvres de Fernand Léger, Gino Severini, Jean Metzinger, Pablo Picasso, etc, exposées à cette occasion.



Page de couverture et extraits du cahier illustré du *Bulletin de l'Effort Moderne*, Paris, Éditions de l'Effort Moderne, n°1 Janvier 1924

Cette attention, d'une valeur esthétique certaine, portée, par le biais de la photographie et des reproductions, à l'illustration des propos et des expositions montre bien la volonté de donner une extension aux activités du marchand, en prolongeant l'exposition hors les murs de la galerie. Par ailleurs, par ce double appareil sémantique, la galerie sert deux buts : la visibilité

des artistes par le biais de leurs écrits et de leurs œuvres reproduites permet en premier lieu de les faire connaître du marché de l'art et du public lecteur de la revue (et non obligatoirement des visiteurs de la galerie ou des amateurs d'art). Secondement, la galerie met par là en place un dispositif de défense et de valorisation de l'esthétique de décomposition du réel cubiste qui frôle parfois une certaine abstraction. De fait, la revue ne présente pas seulement les artistes et leurs œuvres mais propose de mettre en exergue leur raisonnement. Il s'agit alors de faire voir non sa peinture mais les réflexions plastiques du peintre, cela menant peut être à une meilleure appréciation de cet art cubiste encore largement déprécié et incompris dans les années 1920 et 1930.

Révéler les diverses activités de la galerie

La revue est, comme nous l'avons vu précédemment, attachée très fortement, dans son rythme de parution, dans ses thématiques et dans son financement à la galerie. Elle est alors l'occasion de retracer l'histoire de la galerie et de ses éditions, de conter des anecdotes sur la vie quotidienne de la galerie, de rappeler aux lecteurs (visiteurs donc de la galerie mais également amateurs en tout genre) les événements qui s'y déroulent. Ses chroniques sont alors diverses et varient en fonction du ton général de la revue.

Ainsi le *Bulletin de l'Effort Moderne* consacre en 1924 tout à fait à un sujet d'actualité tout à fait polémique : les séquestres Kahnweiler et Uhde²⁷¹. Tous deux se constituent dans le premier quart du XX^{ème} siècle de très belles collections cubistes, mais en tant que ressortissants allemands ils sont obligés de quitter la France au début de la Première Guerre mondiale. Leurs biens mis sous séquestre sont alors dispersés et vendus. De retour en France à partir de 1920, Daniel-Henri Kahnweiler assiste aux ventes de ses toiles et ne peut en récupérer que quelques unes avant d'ouvrir une nouvelle galerie avec son associé André Simon, rue Astorg. La vente des stocks s'effectue en quatre fois, entre 1921 et 1923, l'article est donc écrit peu de temps après. Ici l'action publicitaire réside dans le fait que Léonce Rosenberg fut expert de la liquidation. On sait grâce au fonds Rosenberg de la Bibliothèque Kandinsky que le marchand accorda beaucoup d'importance à la préparation de cette vente, il réalise notamment un catalogue des tableaux, aquarelles, gouaches et dessins de la collection de Kahnweiler pour l'Hôtel Drouot. L'article est écrit par « L.R », Léonce Rosenberg lui-même, et commence ainsi :

271 Léonce Rosenberg, « Séquestre Uhde et Kahnweiler », *Bulletin de l'Effort Moderne*, n°1 Janvier 1924, pp. 13-16.

« Les ventes des séquestres Uhde et Kahnweiler suscitèrent de telles polémiques et furent en même temps des événements, quoique très parisiens dans la forme, d'une trop grande portée universelle, marquant aussi une date initiale dans l'histoire de l'activité artistique moderne, pour que leur véritable caractère ne soit ici fixé et les conséquences logiques nettement établies »²⁷².

Léonce Rosenberg en proposant ici de retracer la vente, se targue de raconter avec authenticité cet événement. Il souligne bien deux aspects des séquestres : le fait que cela suscita une forte polémique (dans laquelle il fut bien évidemment impliqué) et la portée intellectuelle et financière de cela sur le marché de l'art parisien et international. Le reste de l'article insiste ainsi sur le succès de la vente, succès à la fois financier (la recette totale atteignit 1 156 000 francs²⁷³) et artistique (l'Hôtel Drouot remit sur le marché plus de 1 500 œuvres immobilisées depuis 8 ans et il permit la redécouverte d'artistes inconnus du grand public et l'accroissement du nombre d'amateurs). Cette vision sélective de l'événement s'explique par la volonté d'auto-défense du marchand qui fut fort critiqué dans sa participation à la vente des séquestres. Léonce Rosenberg se sert alors de la revue de la galerie pour rendre compte de ses activités (la personnalité du marchand est ici fortement attachée à la galerie et à la revue), pour plaider sa cause et justifier ses actes aux yeux de tous. *Le Bulletin de l'Effort moderne* adopte alors un air scientifique et critique afin de rétablir sa « vérité » et résume les conséquences heureuses de la vente (on remarquera l'emploi d'un vocabulaire et de termes hyperboliques mettant en avant le rôle de passeur presque providentiel de Léonce qui se présente comme un support essentiel du mouvement cubiste²⁷⁴) :

« 1° Publicité énorme et inespérée faite en faveur du mouvement ;

2° Accroissement considérable de la notoriété des artistes représentés ;

3° Elargissement très important du marché de la peinture d'avant-garde ;

272 Léonce Rosenberg, « Séquestre Uhde et Kahnweiler », *Bulletin de l'Effort Moderne*, n°1 Janvier 1924, pp. 13-16.

273 Léonce Rosenberg dément complètement le fait que certains tableaux se sont vendus trop bon marché et réfute la critique trop souvent faite à la vente, celle d'une action purement spéculative.

274 Cela est d'autant plus important que le cubisme est le seul mouvement soutenu par la galerie de l'Effort Moderne, l'article permet ainsi de faire de la publicité à la fois pour la personnalité du marchand et sa galerie et pour le courant artistique qui y est présent.

4° Démonstration publique – l'Etat, vendeur en l'espèce, ne rachetant pas – que tout était bel et bien vendu et que les tableaux cubistes « se vendaient », contrairement à la croyance ou à l'affirmation générale ;

5° Prise de contact du grand public avec une école qu'il avait très rarement l'occasion de voir aussi facilement et aussi publiquement ».

Le ton très critique et savant de l'article peut rappeler l'air savant véhiculé par *L'Amateur d'Estampes*. Cette revue est officiellement l'organe de la Chambre syndicale des éditeurs et des marchands d'estampes anciennes et modernes mais elle provient sans aucun doute plus spécifiquement de la galerie Edmond Sagot et Maurice Le-Garrec. En effet, publiée à partir de décembre 1921, le siège de sa rédaction est au 39 rue Châteaudun dans le IX^{ème} arrondissement, soit à la même adresse que la galerie. Cette revue, mensuelle puis bimestrielle est relativement courte mais dense, les articles démarrent dès la première page et sont rédigés sur deux colonnes. Elle comporte principalement trois types d'articles qui se succèdent et se trouvent à chaque numéro. Tout d'abord paraît un article dédié à la technique ou l'histoire de la gravure, écrit par des professionnels ou des universitaires : dans les six premiers numéros il s'agit de « Les procédés de la gravure au XVIII^{ème} » par François Courboin, alors conservateur du cabinet des estampes de la Bibliothèque nationale ; puis on trouve des articles des historiens d'art de l'estampes et critique Eugène Bouvy²⁷⁵, G.Rouchès²⁷⁶, Charles Maumené²⁷⁷, etc. On trouve également un certain nombre d'articles biographiques sur un graveur et son œuvre, les artistes évoqués sont principalement des contemporains – Eugène-Louis Véder²⁷⁸, Jacques Beurdeley²⁷⁹, etc – mais certains plutôt sont plutôt issus des XVIII^{ème} et XIX^{ème} siècles – Charles Eisen²⁸⁰, Paul Gavarni²⁸¹, etc. Finalement le troisième type d'article est réservé à l'actualité générale du marché de l'estampe et de la galerie. Après des écrits plus scientifiques et savants, ces derniers ré-inscrivent la revue dans le champ du périodique. Ce style plus journalistique est mis en œuvre dans des articles dédiés aux Salons contemporains, à des ventes, à des créations gravées nouvellement exposées, etc. Enfin, adjoint à ces articles de fond formant l'appareil sé-

275 Eugène Bouvy, « Le Second Empire et l'Estampe », *L'Amateur d'Estampes*, juin 1922.

276 G. Rouchès, « La gravure italienne à la fin du XVIII^{ème} siècle », *L'Amateur d'Estampes*, décembre 1923.

277 Charles Maumené, « Petits graveurs de portraits de la Cour de Louis XV », *L'Amateur d'Estampes*, juillet 1923.

278 J. Robiquet, « Eugène Véder, peintre de Paris », *L'Amateur d'Estampes*, mai 1923.

279 Loys Delteil, « Jacques Beurdeley », *L'Amateur d'Estampes*, juillet 1923.

280 P de Baudicour, « L'œuvre gravée de Charles Eisen (1721-1780) », *L'Amateur d'Estampes*, septembre 1922.

281 Eugène Bouvy, « Gavarni », *L'Amateur d'Estampes*, janvier 1925.

mantique et critique principal de la revue, figure souvent dans les dernières pages de la revue un espace consacré à des événements divers et surtout à une « tribune libre ». Y-étaient reproduits des lettres et propos divers d'amateurs, de lecteurs et de collectionneurs. Cela contribuait sans doute à créer un sentiment de communauté et à valoriser de manière indirecte les activités de la galerie. Mais ce moyen permettant de rendre plus concrets les propos tenus par la revue fut rapidement abandonné et cet espace devînt, dès 1922, consacré à « La Chronique de l'Estampe » qui recensait une sélection de publications, expositions et conférences parisiennes.

Cet esprit de communauté est rendu d'une toute autre manière dans la revue *Paris-Montparnasse*. Organe de la Galerie d'art Montparnasse, cette revue, dirigée par Henri Broca, parut de 1929 à 1933 ; la parution mensuelle suivait le rythme des expositions de la galerie au 241 boulevard Raspail. D'un ton volontairement drôle et parfois ironique, la revue s'attache à relater le quotidien de la galerie et de ses artistes tout en l'inscrivant sans cesse dans le contexte du quartier si vivant qu'est Montparnasse dans les années 1930. Les articles de *Paris-Montparnasse* s'intitulaient alors « En traversant Montparnasse de Bar en Bar »²⁸², « Mythologie de Montparnasse »²⁸³ ou encore de façon plus amusante « Montparnasse au grand air »²⁸⁴. Cela mettait systématiquement en avant l'émulation de la vie du quartier et la participation active de la galerie à ce foyer artistique. Des caricatures de l'arrondissement et des présentations d'artistes de Montparnasse étaient également présents.

Il ne faut finalement pas oublier la publicité présente dans la revue qui est de façon prégnante consacrée aux éditions ou aux galeries elles-mêmes. De fait, selon Sylvie Rivière²⁸⁵, qui recensa la totalité des annonceurs parus dans *Cahiers d'art*, on note 174 mentions des Editions dans la revue. Il faut signaler que ces annonces s'accompagnent parfois de commentaires de spécialistes du livre. Si auto-référence il y a, on trouve néanmoins relativement peu de récit de vernissages ou de catalogues d'expositions : l'allusion à la galerie est plus subtile, et se fait à travers des annonces d'exposition ou d'éditions, des articles consacrées aux artistes ou mouvements soutenus tel un véritable médium indépendant et non pas un organe secon-

282 Henri Broca, *Paris-Montparnasse*, n°1, février 1929.

283 André Salmon, *Paris-Montparnasse*, n°2, mars 1929.

284 André Salmon, *Paris-Montparnasse*, n°7, août 1929.

285 Sylvie Rivière, *Profil de la revue Cahiers d'art de 1945 à 1951*, Paris, Université Paris-1 (mémoire de maîtrise), 1978, p 132.

daire de la galerie, les activités de chacune des deux entités prolongeant celles de l'autre. Galerie et revue étant profondément liées comme nous venons de le voir. De fait, on peut penser que les actualités contemporaines relatées, ainsi que les revues de presses établies ou encore les biographies proposées émanent toujours d'une sélection effectuée. Ce choix a donc à la fois pour but de proposer à la galerie un organe de diffusion à un cercle moins restreint que celui des visiteurs et de se défaire de la perspective ponctuelle des expositions pour proposer une analyse plus « pérenne » des créations contemporaines.

Conclusion : de l'usage de la lexicométrie

Il nous a semblé intéressant pour compléter cette analyse d'avoir recours à une démarche lexicométrique. Cela consiste à aborder un texte selon un prisme quantitatif, en comptant la récurrence des mots, leurs proportions, leurs usages, leurs emplacements, etc. Grâce à cela, il est possible d'établir des relations sémantiques et des classements, et in fine d'en tirer des enseignements. Nous avons alors établi un corpus de textes regroupant trois revues : *Le Bulletin de la vie artistique*, *le Bulletin de l'Effort Moderne* et *Formes, revue internationale des arts plastiques*. Ce regroupement à la fois homogène et contrasté fut contraint par les offres numérisées de la bibliothèque numérique de la BNF, Gallica. Mais il permet de concentrer trois revues, relativement différentes par leur contenu, permettant ainsi des comparaisons pertinentes. En effet, la première présente une taille modeste et de rares illustrations de médiocres qualités, mais elle réunit un grand nombre de personnalités du monde de l'art (tels que le critique Fénéon, le journaliste et essayiste Forthuny, ou l'inspecteur des monuments historiques, Janneau). *Le Bulletin de la galerie de l'Effort Moderne* accorde quant à lui une grande place aux reproductions (qui figurent dans un cahier central sur papier glacé) et est fortement attaché à la personnalité de Léonce Rosenberg, directeur de la galerie de l'Effort Moderne. Enfin *Formes* est une revue que l'on pourrait qualifier de « luxueuse », son coût est relativement élevé (25 francs) et ses illustrations de très bonnes qualités ; revue savante connaissant une traduction en anglais, *Formes* est en outre dirigée par l'influent critique Waldemar George. Nous avons choisi pour réduire ce corpus conséquent et de ne sélectionner qu'un numéro tous les deux mois. Ainsi le logiciel TXM nous permet de recouper les occurrences de certains mots choisis dans 45 numéros du *Bulletin de la vie artistique*, 19 du *Bulletin de l'Effort moderne* et 14 de *Formes*. D'après cet échantillonnage nous avons pu établir que la revue *Formes* possédait en moyenne 60 pages par numéro et 14 976 mots par numéro (soit environ 250 mots par

page) tandis que les deux autres *Bulletins* sont d'une taille plus modeste (environ 30 pages et entre 6678 et 6951 mots par numéros). Les résultats sont ainsi à lire en conséquence et au regard de ces estimations.

On note que l'effort publicitaire de ces revues ne portent pas toujours sur le même acteur du marché de l'art²⁸⁶ : si ces trois périodiques insistent sur le nom de leur propre galerie (on trouve 98 occurrences de « Galerie Bernheim-Jeune » dans le *Bulletin de la vie artistique* ; 32 occurrences de « Galerie de l'Effort moderne » dans le *Bulletin de l'Effort Moderne* ; et 11 occurrences de « Galerie des Quatre-Chemins » dans *Formes*), on trouve relativement peu d'allusions aux marchands attachés à ces galeries. Concernant les mouvements artistiques mentionnés par les revues, on trouve principalement une mise en exergue de la « modernité » : elles insistent par exemple toutes sur le Cubisme et en particulier le *Bulletin de l'Effort moderne* qui défend ce courant (on note la présence du mot environ 8 fois par numéro). La revue *Formes* quant à elle semble faire preuve d'un peu plus d'éclectisme en évoquant principalement les « modernes » (environ 11 fois par numéro) et en faisant allusion de façon à peu près égale à l'École de Paris, à l'abstraction et aux avant-gardes. On remarque d'ailleurs que les grands noms du marché de l'art à cette époque (les marchands et critiques, Vollard, Kahnweiler, George, Uhde et Salmon) sont beaucoup plus présents dans ce périodique que dans les deux autres formant le corpus. L'esprit publicitaire est ainsi moins exclusif et auto-référencé dans *Formes*, ce qui vient sans aucun doute du fait que la revue est moins attachée à la galerie des Quatre-Chemins que le *Bulletin de la vie artistique* et le *Bulletin de l'Effort moderne* ne le sont aux galeries Bernheim-Jeune et de l'Effort moderne. De fait, c'est le critique Waldemar George qui en est le rédacteur en chef et le directeur de la galerie et financeur de la revue, Walter Wladimir n'est quasiment jamais évoqué.

Enfin, on remarque dans les trois revues une propension à parler à la troisième personne du singulier ou la première personne du pluriel (on/nous principalement) et une utilisation moins prégnante du « je ». Cela nous semble symptomatique de la volonté de créer une communauté de lecteurs (tout comme celle de vouloir faire de la galerie un lieu de sociabilité) réunie autour d'enjeux artistiques, de références et d'intérêts communs. La première personne du singulier, laissant sans doute plus de place au ton savant voire scientifique (ou tout du moins à une mise en avant des compétences et de l'importance du rédacteur), est toujours utilisé mais de façon moindre, les rédacteurs préférant alors la première personne du pluriel qui permet la formation d'un groupe social autour de la revue et de la galerie. Cette action publicitaire est ainsi à

286 Cf. Annexe V. Analyse lexicométrique des *Bulletin de la vie artistique*, *Bulletin de l'Effort moderne* et de la revue *Formes*.

cheval entre la volonté de faire connaître les activités de la galerie et réunir un ensemble d'individu dans la défense des avant-gardes.

C° Une tribune engagée

Les revues de galeries permettent également de prendre position au sein des débats artistiques qui animent le marché de l'art de l'époque. Ce prolongement, cette extension de la défense de mouvements artistiques hors les murs de la galerie est souvent un axe herméneutique de la raison d'être des revues.

Des déclarations offensives

Rejetant souvent les « querelles de doctrines », les revues prennent néanmoins la plupart du temps « parti » pour une école artistique. Ces périodiques d'avant-garde renoncent alors parfois au ton polémique tout en restant ouverts au « tumulte des idées »²⁸⁷. C'est le cas du *Bulletin de la vie artistique* qui affirme que la critique doit rester « courtoise »²⁸⁸, éviter les « anathèmes » ou la « louange arbitraire » afin de se tenir à l'écart de la « prétention solennelle » de « réformer l'art [ou] les artistes ». Le dogmatisme est partout récusé, mais malgré ce refus de la pratique « manifestaires » communs à plusieurs galeries, les lignes éditoriales éloignent finalement les revues de la neutralité d'abord affichée.

Les marchands sont les premiers acteurs de la prise de position des revues, ils revendiquent l'idée d'une modernité visible pour eux principalement à travers les artistes exposés dans leur galerie. Ainsi on trouve dans les revues pour l'essentiel, non pas un éclectisme ou une vision globale de « l'offre » artistique contemporaine mais un centrage sur un courant artistique. Léonce Rosenberg, fervent défenseur du cubisme, est l'exemple parfait de cet engagement, il écrit ainsi à Amédée Ozenfant en 1927 :

« Le public qui s'intéresse aux idées modernes est aujourd'hui suffisamment éclairé pour qu'on puisse instituer, en sa présence, des débats contradictoires où s'affronteront, avec une égale sincérité, des théories adverses.

287 Rosella Froissart Pezone, « *Le Bulletin de la vie artistique*, Un réseau moderniste autour de la galerie Bernheim-Jeune », dans Rosella Froissart Pezone et Yves Chevreuil-Desbiolles (dir.), *Les revues d'art, formes, stratégies et réseaux au XXème siècle*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2011, p. 208.

288 « Les Editeurs », *Bulletin de la vie artistique*, n°1, Paris, décembre 1919.

Le « BEM » devient donc ainsi une tribune libre et le public appréciera la valeur des arguments fournis en faveur de chaque profession de foi. Il se conformera ainsi aux règles de la bonne compagnie où les discussions se déroulent avec autant de probité que de courtoisie.

Je ne désirerais pas que le bulletin puisse être accusé de servir uniquement des intérêts particuliers ou de vouloir justifier des mouvements entièrement fabriqués et qui ne reposeraient que sur l'arrivisme ou sur une imposture.

En ce qui concerne les reproductions, bien entendu, elles resteront toujours consacrées aux œuvres des artistes que je défends, car leur nombre étant limité, il doit être avant tout réservé aux dignes représentants du cubisme et du purisme, qui seuls bénéficient de ma foi et de mon affection. Dans les expositions, dans les ventes, et dans les revues, l'impressionnisme, le fauvisme, le cubisme et le purisme, sont suffisamment affrontés pour qu'il ne soit pas encore utile de le faire dans mon bulletin. Seules, jusqu'à présent, les idées n'ont jamais été opposées dans un même local, dans une même revue »²⁸⁹

On trouve ainsi de manière ambivalente la revendication de confrontation écrite entre les mouvements (les affrontements visuels étant récurrents au travers des expositions selon Léonce Rosenberg) et l'affirmation d'une tribune non tonitruante, « courtoise ». Fidèle à leur programme d'expositions, Paul Guillaume consacre ainsi dans ses colonnes des *Arts à Paris*, systématiquement un ou plusieurs articles aux arts primitifs et nègres et néglige absolument les artistes cubistes ou étrangers (participant à l'école de Paris) : ces derniers sans pour autant être attaqués de façon virulente, ne sont tout simplement pas évoqués. A l'inverse, jasant les cloisonnements des arts sous des qualifications et nomenclatures arbitraires, la revue *Les Arts Plastiques* dirigée par Alfred Daber et Max Berger entre 1925 et 1928, également directeurs de la galerie Vavin-Raspail, réfute l'emploi des « ismes »²⁹⁰. La revue n'évoque alors que les artistes directement soutenus par la galerie : Souverbie, Laglenne, Chaurand, etc. C'est, en outre, à travers la « chronique » qui figure en premier qu'a essentiellement lieu l'action polémique et la défense de chaque peintres (il s'agit à chaque fois d'un court article, une page et demi au maximum).

289 Lettre n°10422.924 de Léonce Rosenberg à Ozenfant, datée du 3 novembre 1927, Boite n°20, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

290 « Chronique », *Les Arts Plastiques*, n°1, mai 1925, Paris, Editions de la Galerie Vavin-Raspail.

Très autocentrées les revues ne se préoccupent, pour la plupart, que peu des autres revues ou galeries. Et si confrontation il y a, celle-ci se fait sous une forme policée non dénuée d'ironie. Ainsi il s'agit majoritairement de revues permettant une légitimation, de la galerie, de la critique d'art.

L'ouverture vers des problématiques plus générales touchant à l'art contemporain va inciter les revues à se structurer logiquement autour de critiques d'art essentiellement ; cela réduit alors la place de la « curiosité » et de la « chronique » au sein des revues. On remarque également que les « enquêtes » occupent une place importante, permettant de relayer et rendre plus concret un propos. Dans un premier temps les Editions Bonaparte annoncent leur volonté de « mettre en rapport »²⁹¹ les personnalités, de « rendre fréquentes les prises de contact » permettant aux individus d' « échanger leurs vues ». Ce souhait de faire aboutir des conversations « intellectuelles » directes entre les lecteurs va finalement se traduire dans plusieurs revues par la pratique de questionnaires d'informations, de sondages, etc. *Le Bulletin de la vie artistique* revendique d'ailleurs dans son programme le vœu de n'être qu'un « courrier »²⁹², c'est-à-dire une correspondance écrite entre plusieurs individus : la rédaction (et à travers elle la galerie) et les lecteurs, ou bien les lecteurs entre eux (néophytes, amateurs ou spécialistes). De la même façon, *Le Bulletin de l'Effort moderne* décide d'organiser dès son premier numéro de janvier 1924 une enquête :

« Au moment où tant de tendances diverses animent la peinture moderne et où une même question se pose sur beaucoup de lèvres, le Bulletin de « L'Effort Moderne » s'est permis de faire appel à la compétence de nombreux artistes, écrivains et amateurs de France et de l'étranger, en les priant de vouloir bien envoyer à ce Bulletin la réponse qu'il leur conviendra de faire à la question suivante :

"Où va la peinture moderne ?"

Dans le prochain numéro de cette publication commenceront à paraître, dans l'ordre d'arrivée, les réponses reçues »²⁹³

291 Programme des Éditions Bonaparte par Waldemar George, INHA Cartons Verts Galeries jusqu'à 1970, *GAL* 172, *Pochette Galerie Bonaparte*

292 « Préface », *Le Bulletin de la Vie artistique*, n°1, 1^{er} décembre 1919, Paris.

293 « Enquête du Bulletin de l'Effort Moderne », *Le Bulletin de l'Effort Moderne*, n°1, janvier 1924, Paris, p. 16.

Ainsi d'emblée on remarque qu'une seule et unique question est posée – comme ce sera souvent le cas également dans les enquêtes postérieures – les réponses sont quant à elles d'une longueur variable (d'une phrase à plusieurs paragraphes) et peuvent occuper plusieurs numéros. Les enquêtes sont parfois précédés d'un éditorial dans lequel le rédacteur donne son avis ; c'est le cas de Guillaume Janneau dans le *Bulletin de la vie artistique*²⁹⁴. Feignant le statut d'une véritable tribune libre, les enquêtes et le choix des réponses induisent une stratégie éditoriale précise. On note ainsi dans le n°2 du *Bulletin de l'Effort Moderne* que les explications quant au devenir de la peinture moderne émanent exclusivement d'artistes cubistes : il s'agit de Gino Sévérini, Fernand Léger, Auguste Herbin, Jean Lurçat, Piet Mondrian, Van Dongen et Jean Metzinger²⁹⁵. On comprend alors bien que les interlocuteurs, loin d'être choisis au hasard sont une prise de position de la revue qui tente de confirmer le cubiste dans son importance sur le devenir de l'art. La volonté de faire participer les lecteurs n'a finalement comme conséquence que de désigner des élites, dont on essaie légitimer l'opinion comme valide, comme faisant foi. Le souhait de nombreuses fois affirmé par Léonce Rosenberg de faire participer ses lecteurs est donc très largement de la poudre aux yeux. Il semble que le *Bulletin* ait bien plutôt pour vocation d'instruire le public aux choses de l'art, de former son opinion artistique.

Des engagements polémiques, vers la théorisation artistique

Les constructions des articles vont alors progressivement basculer de la critique d'art à l'historiographie. Les *Cahiers d'art* de Christian Zervos sont par exemple un véritable lieu du développement historique. Le rédacteur va progressivement forger à travers sa revue un projet archéologique et cette dernière va, essentiellement à partir de 1933, s'affirmer en tant que défenseur des hautes époques archaïques et de l'art contemporain. La revue alterne alors des articles consacrés à l'art contemporain et d'autres qui abordent des cultures primitives, sans distinction (les arts sassanides, sumériens, coptes, islamiques, chinois, etc, y sont par exemple évoqués). Un tournant est opéré dans les années 1930 lorsque l'éditeur commence à privilégier les arts archaïques grecs. Mais la concurrence des surréalistes est rude dans l'entre-deux-guerres. En effet, *La Révolution surréaliste* (1925-1929), *Le Surréalisme au service de la révolution*, *Documents* (1929-1930) développent des problématiques assez proches et opèrent des retours aux origines visuelles ou poétiques en regard de leurs créations contemporaines.

294 Cf. Rosella Froissart Pezone, « *Le Bulletin de la vie artistique*, Un réseau moderniste autour de la galerie Bernheim-Jeune », dans Rosella Froissart Pezone et Yves Chevrefils-Desbiolles (dir.), *Les revues d'art, formes, stratégies et réseaux au XXème siècle*, op. cit., p. 211.

295 Notons d'ailleurs que la couverture du *Bulletin* est réalisée dès le premier numéro par Georges Valmier.

De plus en plus ces revues se dotent de volontés ethnographiques ou archéologiques qui semblent calquées sur *Cahiers d'art*. Dans ce contexte de « concurrence commerciale » les textes de la revue de Zervos consacrés aux arts primitifs vont progressivement s'autonomiser en s'affranchissant des liens avec l'art contemporain. La parution en 1933 de *L'art en Grèce de la période Néolithique au XVIIe siècle* inaugure alors une première série de monographies consacrées aux arts archaïques du bassin oriental de la Méditerranée. Pendant l'occupation également il travaille pour une édition complète et savante de l'art en Grèce qui paraît en 1946 : *L'Art en Grèce du IIIème millénaire au IVème siècle avant notre ère*²⁹⁶.

Après l'ouverture de certains musées aux arts primitifs la grande nouveauté de la démarche de Zervos est le regard esthétique porté sur ces objets d'un autre temps. Il tente à travers des publications monographiques de montrer que face aux contraintes esthétiques et stylistiques occidentales dictées par la Renaissance se dresse un art primitif représentant une « unité éternelle » qui ne s'est jamais tarie chez les peuples non occidentaux et qui resurgit en Occident suite à la chute de l'héritage classique et à l'élan des avant-gardes européennes. Selon l'exposition qui s'est tenue au musée Zervos de Vézelay du 24 juin au 4 novembre 2011 (« Zervos et l'art des Cyclades »), l'éditeur des *Cahiers d'art* fut d'ailleurs un pionnier principalement par son appréhension du Beau dans l'Antiquité. Il va alors tenter de concilier regard esthétique et volonté archéologique. De fait, Christian Zervos fait appel à un concours de savants européens, réunion de spécialistes en dehors de toute considération de nationalité ou de tendance ; on note par exemple la participation de Nicolas Platon (directeur de musée en Crète), de Christos Tsountas et Georges Mylonas (archéologues) pour les numéros portant sur la Grèce et ses civilisations. Savants et conservateurs de tous horizons sont donc appelés à contribuer à la revue et aux éditions. C'est alors un projet scientifique et archéologique qui s'affirme autour de deux axes principaux : l'un consiste à remonter de façon temporelle aux sources de la civilisation ; l'autre plus géographique cherche à circonscrire la civilisation méditerranéenne. La collaboration avec des photographes – Emil Séraf notamment pour la Grèce en 1933 et pour les Cyclades en 1957 – pour chaque revue ou chaque livre est également novatrice et avant-gardiste. Les photographies, en noir et blanc essentiellement, plus que les reproductions, permettent de représenter les objets « vrais » et dans leur milieu de « monstration ». Ainsi on remarque un véritable travail de mise en page avec certaines reproductions d'un format plus grand que l'original (permettant au lecteur de participer à l'émotion qui se dégage de

296 Mais c'est surtout en 1954 que Zervos entreprend un cycle ambitieux sur l'art de la Grèce et le second volume publié en 1957 est consacré à la civilisation cycladique : *L'art des Cyclades, du début à la fin de l'âge du bronze, 2500-1100 avant notre ère*.

ces œuvres tout en montrant qu'il existe une échelle de qualité indépendamment de l'échelle des dimensions). Ainsi, c'est une dimension érudite qui triomphe. Pourtant le ton du discours scientifique est parfois emprunt de discordances. En effet, les évolutions des découvertes au XX^{ème} siècle sont très rapides si bien que les livres qui paraissent sont presque aussitôt obsoletés. Les théories reprises à Nicolas Platon, à l'abbé Breuil, ou à Leroi-Gourhan ne sont par exemple jamais remises en question alors même que la communauté scientifique émet quelques nouvelles hypothèses ou réserves à leur encontre. De plus, il faut souligner le fait que Zervos se focalise dès le début des années 1930 sur certaines thématiques et dénigre le reste de la recherche internationale. L'une de ses idées récurrentes est notamment que la source de toutes les cultures est unique et qu'elle s'est développée à l'Est, vers l'Asie centrale, avant de se diffuser. Les archéologues et universitaires soulignent ainsi dans ces discours les lacunes ou les soucis de datation qui sont éludés par Christian Zervos, comme lorsqu'il assure l'existence d'un lien entre les idoles cycladiques et les premières « déesses-mères » issues d'un culte à la fertilité d'origine orientale. Ces limites à la scientificité des propos de Zervos nous renseignent sur l'historiographie des arts cycladiques diffusée par les *Cahiers d'art* : il s'agit d'une histoire parcellaire, reconstituée à partir de fragments de savoir et oscillant entre un primitivisme fantasmé, une réalité scientifique et un regard proprement esthétique. Se ressent ainsi une volonté chaotique d'établir une histoire de l'art de la Grèce primitive qui ferait foi dans sur le marché parisien et dans le monde universitaire de l'art. La recreation et la revalorisation des arts grecs tient donc au début du XX^{ème} siècle à la corrélation de plusieurs acteurs dont les marchands qui jouèrent un grand rôle dans leur construction historiographique. Mais malgré ces débuts d'interprétation et de regain d'intérêt pour les Arts Cycladiques, peu d'essais leur furent consacrés en dehors de l'activité de Zervos. Tel le parent pauvre des arts primitifs, les Arts Cycladiques sont peu évoqués par la suite (l'ouvrage de référence de William Rubin n'y consacre par exemple pas une ligne). Notons malgré tout que la perception purement fonctionnelle des ethnologues et celle, exclusivement esthétique des arts premiers a beaucoup progressé suite à *Cahiers d'art*²⁹⁷.

Plus que de simples intermédiaires d'œuvres d'art, les marchands, leurs galeries et leurs revues, participent pleinement à la recherche en histoire de l'art en tentant de légitimer les mouvements artistiques qu'ils soutiennent comme acteurs essentiels de l'art contemporain et formateurs de l'art futur. En tentant ainsi d'inscrire l'art « en train de se faire » dans une perspec-

297 William Rubin (dir.), *Le primitivisme dans l'art du XX^{ème} siècle*, Paris, Flammarion, 1987.

tive évolutive de l'art, les marchands participent – à travers différents médiums donc – à la construction d'un discours scientifique. Les publications notamment s'emploient à un véritable travail de consolidation des acquis de la modernité récente et proposent les prémices d'une historiographie qui se mettra en place plus tard. En dotant leurs revues d'une double fonction, à la fois organe de publicité pour la galerie et instrument d'informations et de documentation (qui fait souvent référence) les marchands de tableaux ont légitimé dans l'entre-deux-guerres une pratique qui prendra un essor encore plus importante après la Seconde Guerre mondiale²⁹⁸.

298 Cf. Julie Verlaine, « Engagement esthétique, discours publicitaire, critique d'art ? Les ambiguïtés des bulletins de galeries (Paris, 1945-1970) », dans Rosella Froissart Pezone et Yves Chevrefils-Desbiolles (dir.), *Les revues d'art. Formes, stratégies et réseaux au XX^{ème} siècle*, op. cit. pp. 307-318.

PARTIE III

**Intégration et évolution des galeries
d'édition au sein d'un marché de l'art
parisien et international troublé et
conurrencé dans l'entre-deux-
guerres**

CHAPITRE VII

L'efficacité des galeries d'édition sur le marché parisien

L'ambition de cette étude est d'expliquer certaines évolutions du marché de l'art parisien dans l'entre-deux-guerres à travers l'exemple des médiateurs particuliers que sont les galeries d'édition. Pour cela, il nous semble pertinent de poser la question de la rentabilité des deux activités d'exposition et d'édition confondues, afin de déterminer ou d'expliquer le rôle des galeries d'édition dans la valorisation et la légitimation artistique à cette époque. De fait, le but est ici de considérer les expositions et les publications, certes comme le reflet des choix esthétiques des propriétaires des galeries mais également comme des outils commerciaux soumis aux aléas d'un marché fluctuant.

Est-il finalement avantageux d'être à la fois marchand de tableaux et éditeur ? Faut-il donc être éditeur ou marchand de tableaux ?

A° Quel(s) public(s) ? Quel(s) acheteur(s) ? Quel(s) lecteur(s) ?

Fréquentation et bénéfices des expositions

La question importante de la réception des expositions et du public visiteur de la galerie peut être abordée au regard des comptes rendus des expositions dans la presse. Notons que nous possédons ces informations presque uniquement par les archives de quelques galeries conservées à la Bibliothèque Kandinsky.

Les deux *press-book* conservés dans le fonds Quatre-Chemins de la bibliothèque Kandinsky nous renseignent ainsi quelque peu sur la portée médiatique des expositions. On remarque tout d'abord que la plupart des expositions n'étaient pas très médiatisées. De fait, seuls les artistes « connus » tels que Max Jacob ou Jean Cocteau suscitaient de nombreux articles dans la presse. On sait néanmoins que les expositions (qui avaient lieu dans trois salles) devaient être importantes. Un journaliste note ainsi dans le journal *SOIR* lors de l'exposition Pascin du 25 juin au 13 juillet 1925 :

« Peu à peu les expositions particulières cèdent dans les galeries, la place à des ensembles constitués par des toiles appartenant au fond de la maison, et évidemment, de tels groupements ne se prêtent pas à de bien longs commentaires. C'est pour-quoi nous sommes heureux quand un marchand est assez hardi pour faire, en cette saison une exposition aussi importante que celle de Jules Pascin qui vient de s'ouvrir rue Godot de Mauroy »²⁹⁹

Les Quatre-Chemins, semblent donc considérés comme une galerie d'une certaine ampleur sur le marché de l'art parisien, dont les expositions sont importantes et de qualité. Francis Paul parle même des expositions « d'avant-garde » des Quatre-Chemins qui sont « d'un intérêt de premier ordre »³⁰⁰. Les expositions d'une envergure suffisante pour être médiatisées reçoivent donc systématiquement un accueil relativement favorable dans la presse de l'époque³⁰¹. Les deux expositions qui ont, semble-t-il, eu le plus de répercussions médiatiques aux Quatre-Chemins sont l'exposition « poésie plastique » de Jean Cocteau du 10 au 28 décembre 1926 et l'exposition Max Jacob du 22 avril au 5 mai 1927, qui présentait les dessins de l'artiste pour *Le livre des visions de souffrances et de la mort de Jésus, fils de Dieu*. La première exposition a rassemblé selon Marcel Sauvage dans *Comœdia* beaucoup de visiteurs :

« C'était une première du Tout-Paris mondain. Les trois salles de la galeries étaient combles. Montparnasse aussi était descendu »³⁰².

L'exposition Cocteau était pour le moins avant-gardiste puisqu'elle proposait un accrochage d'un genre nouveau, mélangeant des objets de poésie et de la poésie visuelle. L'heure tardive du vernissage (vingt-trois heures trente) et le fait que les surréalistes soient invités conduisirent sans doute à la médiatisation importante de cette exposition. De la même manière l'exposition Max Jacob en 1927 semble rassembler un public important et diversifié selon le journal *Paris Soir* :

« La Galerie des Quatre-Chemins organise une importante exposition Max Jacob. On verra réunis, à cette occasion, non seulement des peintures, mais aussi des manuscrits, des éditions rares illustrées par Picasso ou Derain. Ainsi cette exposition,

299 Extrait du journal *SOIR* daté de 1925, Press-Book n°2, Fonds Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

300 Francis Paul, dans le journal *Semaine à Paris* daté du 18 décembre 1925, Press-Book n°2, Fonds Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

301 Notons cependant que nous nous basons essentiellement dans cette analyse sur les *press-books* des Quatre-Chemins, ces derniers ne prétendent donc pas à l'objectivité ni à l'exhaustivité.

302 Marcel Sauvage, dans le journal *Comœdia* daté du 13 décembre 1926, Press-Book n°2, Fonds Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

qui sera inaugurée aujourd'hui, n'attirera pas seulement les peintres, mais aussi les écrivains et amateurs de belles éditions ».³⁰³

Cela nous montre donc que le fait de joindre livres et toiles permet à la galerie de toucher un public plus vaste – même s'il reste un public d'initié, les livres étant des éditions de luxe réservés aux bibliophiles essentiellement – et de diffuser de manière plus convaincante l'art contemporain. Les Quatre-Chemins, en tant que « carrefour de livres et de tableaux »³⁰⁴ semble ainsi avoir une place singulière sur le marché de l'art parisien dans l'entre-deux-guerres. L'exposition était donc visiblement une activité tout à fait complémentaire de l'édition pour les Quatre-Chemins, permettant d'exposer les planches qui allaient bientôt former un album de luxe ou de promouvoir certaines éditions contemporaines réalisées par des artistes reconnus. La publicité de l'une des deux activités, servait l'autre, et vice et versa.

De la même façon, le fonds Cahiers d'art conservé à la Bibliothèque Kandinsky nous donne des informations sur la galerie M.A.I ouverte par Yvonne Zervos en 1940. Ce fonds nous renseigne malheureusement sur une seule exposition, celle qui inaugura la galerie. Il s'agit de l'exposition Marc Chagall qui semble avoir été un succès pour la galerie M.A.I. L'événement est très diffusé, et on en trouve des traces dans des journaux russes, polonais (comme la revue *Prométhée*) ou allemands³⁰⁵ : cela est sans aucun doute dû aux origines et aux nombreux voyages du peintre qui dispose d'une renommée internationale. Cependant cette diffusion nous permet également d'affirmer le rôle moteur de la nouvelle galerie MAI sur la scène artistique parisienne et européenne. Cette importance dès les débuts de la galerie doit sans doute beaucoup à sa proximité avec la revue *Cahiers d'art* qui est alors une des principales revues d'art : la revue, mode de diffusion initial est relayé dans un second temps par deux galeries (qui exposent les artistes soutenus par la revue).

Par ailleurs, l'exposition Marc Chagall fut également relayé par des revues artistiques (*Beaux-Arts*), des journaux culturels ou hebdomadaires parisiens (*le Cri de Paris*, *le Temps présent*, *le petit Parisien*) ce qui montre que le public touché fut vaste et divers. Les critiques sont à chaque fois élogieuses (signalons encore une fois que nous avons consulté en priorité le « *press-book* » de la galerie : on peut alors supposer qu'Yvonne Zervos n'a conservé que les

303 Extrait du journal *Paris-Soir* daté du 23 avril 1927, Press-book n°3, Fonds Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

304 Les *Nouvelles Littéraires*, 7 mai 1927.

305 Carton n°7 : Galerie MAI, pochette Expositions 1940, Fonds Zervos, Bibliothèque Kandinsky

meilleures critiques de son exposition). Les articles portent principalement sur deux éléments :

- Le rôle de la galerie *M.A.I* : l'initiative de celle-ci est en effet saluée, *le petit Parisien* parle d'une « très grande exposition »³⁰⁶. De la même manière *le Cri de Paris* juge que c'est « une des plus considérables expositions de ce peintre, et même de l'époque »³⁰⁷. Enfin, *le Temps Présent* considère que « ainsi la vie artistique, généralement atrophiée, se manifeste [par cette exposition] »³⁰⁸. La galerie *M.A.I* et Yvonne Zervos (avec le concours de *Cahiers d'art*) sont donc félicitées pour cette exposition durant les hostilités, alors que le monde artistique parisien tourne au ralenti. Par ailleurs, le succès de l'exposition tient sans doute également au fait que Marc Chagall est un artiste de renommée à la fin des années 1930. Il est même considéré comme « l'un des plus représentatif de notre temps » selon *Cahiers d'art* (1940).
- L'œuvre en elle-même de l'artiste reçoit également une critique très élogieuse : on flatte la diversité de l'œuvre exposée, les nouvelles toiles peintes, les couleurs, le style imaginatif de Chagall, etc :

« Je suis allé à cette exposition sans grande envie, prévoyant, justement ces répétitions auxquelles, depuis le temps que je connais l'œuvre de Chagall, je me suis habitué. Mais voilà ! Cette nouvelle démonstration [...] m'a charmé »³⁰⁹.

« Une crucifixion d'une liberté lumineuse autour de laquelle se concentre toute la mythologie chagallienne »³¹⁰

« Marc Chagall [...] garde une âme d'enfant et l'ingénuité d'un artiste primitif et défend les privilèges de l'imagination, cette reine des facultés »³¹¹

Les journaux et revues sont donc très admiratifs de l'œuvre de Chagall dans l'ensemble. Ce succès est également remarqué par Yvonne Zervos qui tient un journal dans lequel on trouve ses considérations quotidiennes concernant le déroulement des expositions, elle note le premier jour de l'exposition :

306 *Le petit Parisien*, daté du 31 janvier 1940, carton n°7 : Galerie *MAI*, pochette Expositions 1940, Fonds Zervos, Bibliothèque Kandinsky

307 *Le cri de Paris*, daté du 4 février 1940, *ibid.*

308 *Le Temps Présent*, daté du 9 février 1940, *ibidem.*

309 Témoignage d'Alexandre Benois dans les *Cahiers d'art* de 1940.

310 *Le Cri de Paris*, 4 février 1940.

311 *Beaux-arts*, le 1 février 1940.

« 26 janvier – Exposition Chagall

Succès énorme, 600 à 700 visiteurs »³¹²

Il s'agit donc d'un nombre très important de visiteurs qui s'est rendu au vernissage de l'exposition et à l'inauguration de la galerie le 26 janvier. Deux mois plus tard, elle ne consigne qu'une centaine de personnes au vernissage de l'exposition Léger : le succès de l'exposition Chagall tient donc sans doute autant au fait que la galerie *M.A.I* est nouvellement arrivée dans le paysage artistique parisien quelque peu désolé et ralenti de 1940 (le fait qu'elle soit très liée à *Cahiers d'art* a également du jouer en faveur de sa rapide popularité), qu'au fait que Marc Chagall est un artiste très apprécié en France et en Europe à cette époque.

Enfin, le fonds d'archives Rosenberg conservé à la Bibliothèque Kandinsky propose également plusieurs coupures de presse mais surtout énormément d'entrefilets peu conséquents qui ne renseignent quasiment pas sur l'audience des expositions. On constate que les expositions sont régulièrement qualifiées de « remarquables »³¹³ et donnent lieu à des comptes rendus très laudatifs :

« Dans un véritable musée – musée moderne – parmi les pièces de haute époque. M. L. Rosenberg montre les œuvres du peintre cubiste Herbin. Le décor fait valoir davantage la richesse du cubisme, création essentielle et originale de notre époque qui par certains côtés, se rapproche des productions des civilisations disparues »³¹⁴

Cependant, il n'en demeure pas moins que des critiques virulentes apparaissent également très souvent concernant l'exclusivité quant au choix des mouvements artistiques représentés à l'Effort Moderne qui est alors surnommée « le pays du cube »³¹⁵ et par exemple, le *Journal de Pékin* regrette alors le fait que :

« L'âge du poncif est arrivé pour cet « isme » là. Comme il est arrivé pour tous les autres. La peinture cubiste ne se voit guère qu'en des enclos réservés »³¹⁶.

312 Fonds Zervos, carton n°7, Galerie *MAI*, Journal d'Yvonne Zervos, Bibliothèque Kandinsky.

313 « Les Expositions », *Journal de Pékin*, 4 octobre 1919.

314 « L'Actualité Artistique », *L'Information*, 4 mars 1918.

315 *Le Carnet de la Semaine*, 1 septembre 1918.

316 « Les Expositions », *Journal de Pékin*, 4 octobre 1919.

Il est difficile de réaliser une véritable analyse sociologique de l'audience des expositions, l'hétérogénéité des journaux – on y trouve des quotidiens d'actualités générales et polémiques comme *La Lanterne* ou *L'Intransigeant* ou bien des revues politiques françaises et internationales à l'instar de *L'Europe Nouvelle*³¹⁷ – qui en font un compte rendu tendrait à désigner un large public, aussi bien de néophytes que d'initiés. Cependant de nombreux journaux sont spécialisés dans l'actualité artistique ce qui indique un public déjà amateur voire connaisseur : parmi eux la revue littéraire *Le Mercure de France*, le journal artistique le *Comœdia illustré* ou encore *L'Éclair-Journal*, spécialisé dans l'actualité cinématographique.

Par ailleurs malgré ces brides d'informations quant à l'audience des galeries, nous avons très peu de renseignements sur les ventes effectives des toiles. Quelques chiffres présents dans le fonds Vollard de la Documentation du Musée d'Orsay peuvent nous indiquer le montant des bénéfices annuels de la galerie. On note ainsi entre août 1938 et juillet 1939 (date du décès d'Ambroise Vollard) un chiffre d'affaire brut de 473 039, 375 francs³¹⁸ mais sans aucune rentrée d'argent en septembre ce qui équivaut à un peu de 43 000 francs de bénéfice brut par mois. En outre on note que la vente de tableaux représente 125 000 francs du chiffre annuel total (les 348 039, 375 francs restant proviennent de la vente d'estampes, de bronzes et de livres). Mais le fait que cette galerie soit l'une des plus importantes sur le marché parisien – elle a en effet un capital d'environ de 22 000 000 francs – empêche quelque peu l'exemplification de ce succès commercial.

Ouvrage de luxe ou de vulgarisation ?

S'il nous est donc difficile de qualifier et quantifier précisément le public – visiteurs et lecteurs – des galeries d'édition en s'appuyant uniquement sur les brides d'information trouvées dans les archives, il nous semble possible d'effectuer quelques déductions à partir toujours des comptes-rendus de la presse (qui nous renseignent également parfois sur l'audience et la réception des livres et revues publiés par les galeries d'édition).

317 Ces journaux sont pour la plupart des périodiques, des mensuels ou des bi-mensuels, ils ont un tirage qui doit osciller entre 300 000 et 400 000 exemplaires, ce qui leur garantissait sans aucun doute une large audience.

318 « Chiffre d'affaire des 12 derniers mois de la galerie Vollard », bobine n°12, Fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay.

L'accueil parisien réservé aux publications de l'Effort Moderne est généralement positif, l'apparence formelle et l'organisation interne des ouvrages et du *Bulletin* sont notamment louées :

« Nous avons reçu les premiers numéros de l'*Effort Moderne* dirigé par M. Léonce Rosenberg.

C'est plus qu'un catalogue luxueusement illustré. On y parle d'esthétique, on y expose des vues générales sur l'art, dont beaucoup nous paraissent d'ailleurs très contestables.

L'enquête menée par M. Rosenberg sur cette simple et difficile question : « OÙ VA LA PEINTURE MODERNE ? » a provoqué des réponses pleines d'intérêt »³¹⁹.

Ainsi, malgré les divergences d'opinion on reconnaît la plupart du temps l'intelligence et l'intérêt des thématiques abordées par le *Bulletin de l'Effort Moderne*. Cette appréciation se retrouve dans les critiques des livres de Rosenberg : *La Lanterne* affirme ainsi de *Quelques Intentions du Cubisme*, rédigé par Maurice Raynal et publié en 1919, qu'il « élucide merveilleusement, pour ceux qui ne l'ont pas encore résolu, un des problèmes les plus importants de l'art moderne »³²⁰. *L'Europe Nouvelle* ajoute que les propos sont « exprimées très clairement et de façon que, même ceux qui n'entendent pas grand chose aux questions d'esthétisme, comprennent vers quel but tendent les efforts de ces peintres »³²¹. Le rôle éclairant à la fois explicatif et illustratif des livres est alors mis en avant et l'on pourrait penser que les livres sont destinés également à un public novice qu'il s'agirait d'initier aux « choses » du cubisme. La qualité des reproductions et des prises de position sont malgré tout considérées comme inégales, en effet le monopole accordé aux cubistes est toujours très largement critiqué. Ces reproches acerbes émanent régulièrement d'un critique appelé « Pinturricchio ». Derrière ce pseudonyme se cache le très influent Louis Vauxcelles qui avait donné en 1908 son nom au cubisme en accusant Braque de réduire maisons et paysages à « des cubes ». Il reproche de façon virulente à Léonce Rosenberg de s'adonner à la littérature et finalement de réaliser, au même titre que lui-même, des critiques d'art :

319 *Critique d'Art*, Avril 1924, Boite 29, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

320 *La Lanterne*, 5 juillet 1919, Boite 28, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

321 *L'Europe Nouvelle*, 5 juillet 1919, Boite 28, Fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

« Mais voici, coup sur coup, deux nouveaux bulletins qui paraissent, publiés ou rédigés par des négociants ès peinture moderne : Mlle Weill et M. Léonce Rosenberg. Nous avons déjà M. Vollard, historiographe des maîtres [...], M. Paul Guillaume, lequel disserte avec sa science de l'art mécanique. Et voici ce jour-d'hui, M. Rosenberg, esthéticien et Mlle Weill, poétesse prosatrice. J'avoue préférer la prose de cette dernière à ses vers, qui ont, d'ailleurs, un aimable nonchaloir ; ces vers sont tout petits – comme elle. Mlle Weill est une muse de format réduit. Elle risque parfois des néologismes. Ainsi, nous avertissant en un poème liminaire que le peintre Kayser fait une exposition chez elle, elle n'hésite pas à écrire :

"Ce léger clapoutis

Que la brise sur le lac

Module en douce harmonie"

Je pense que clapoutis est là pour clapotis, et ce vocable neuf fait songer à clafoutis, sorte de gâteau aux cerises, qu'on fait en Limousin, et qui est bon. Mlle Weill disais-je réussit mieux la prose que le vers ; trahit sua quemque voluptas, ce qui veut dire : chacun ses préférences. Ses chroniquettes sont narquoises, un peu pointues, point trop, assez cependant. Elle n'hésite pas à s'attaquer à de gros seigneurs. Ainsi sa fantaisie : « Une heure dans la cheminée » est dure pour Vlaminck que Mlle Weill trouve vaniteux. Alors que d'autres marchands se font un devoir d'acquérir des toiles de Vlaminck, elle préfère acheter l'auteur lui-même. Souhaitons que cette affaire ne se termine pas par un duel au sabre.

Le Bulletin de l'Effort Moderne est beaucoup moins amusant que celui de la galerie Weill. M. Léonce Rosenberg ne badine pas ; il vaticine, il insère un article de M. Fernand Léger ; des citations de Flaubert, Metzinger et Platon. Il annonce une enquête sur le sujet : « Où va la peinture moderne » qui, je n'en doute pas, démontrera la précellence cubiste »³²².

Vauxcelles reproche ainsi à la fois l'enthousiasme de Léonce Rosenberg pour l'école cubiste (dont beaucoup disent qu'il est « mort » et « aussi dangereux, aussi poncif que l'impres-

322 Pinturricchio, « Carnet des Ateliers », *Carnet de la Semaine*, 24 février 1924.

sionnisme »³²³), mais surtout le fait que les marchands de tableaux en touchant à la critique d'art quitte leur simple rôle commercial pour participer à l'évolution de l'appréciation de la peinture au même titre que les critiques – notons d'ailleurs qu'il se moque du *Bulletin de l'Effort Moderne* qui cite peintres, écrivains et philosophe mais reprend lui même Virgile en latin, ce qui est plutôt cuistre. Ce décloisonnement des fonctions qui transforme le marchand de tableaux en médiateur à part entière de l'art en train de se faire agacer visiblement Louis Vauxcelles qui accuse Ambroise Vollard, Paul Guillaume, Berthe Weill et Léonce Rosenberg d'un certain pédantisme. Il dénigre l'air savant et contrefait que se donnent selon lui les revues et publications de ces marchands et à travers sa critique acerbe non dépourvue d'une certaine ironie on pourrait penser qu'il regrette ces théorisations artistiques erronées qui coupent les publications du grand public pour rester destinées à une élite savante.

Les destinataires de la revue *Cahiers d'art* dirigés par Christian Zervos semblent également être en grande majorité un public averti. En effet, si on retrouve au départ (lors de la confrontation entre arts contemporains et civilisations primitives) les revues et monographies des *Cahiers d'art* dans les bibliothèques d'artistes (de Brancusi, de Giacometti, de Miro, de Le Corbusier, de Kandinsky, de Matisse, de Picasso, etc), peu à peu Zervos s'adresse de façon plus orientée à la communauté scientifique. Les ouvrages se renforcent en développement d'articles, en notes, en longues bibliographies, en index, en illustrations toujours plus abondantes (et notamment en illustrations austères avec des photographies d'installations muséales par exemple) ; les considérations esthétiques sont remplacées par de longues interrogations sur la géographie humaine, sur l'univers religieux, etc. si bien qu'en 1956 le livre sur la Crète atteint 524 pages et 807 illustrations. Par ailleurs, la revue est tirée à 1 200 ou 1 300 exemplaires³²⁴, soit un nombre conséquent certes par rapport à certains livres tirés parfois à 150 ou 200 exemplaires mais néanmoins réservé à une élite. Le fonds Zervos nous renseigne sur les coûts d'une revue au mois d'octobre 1936³²⁵, ils sont répartis ainsi :

Nature	Montant en francs
Moderne Imprimerie	5 200
Papeteries Muller (publicité)	220, 25
Papeteries Prioux (numéro)	3 395
Papeteries Aussedat (couverture)	1 327, 80

323 J.O, *L'art libre*, juin 1920.

324 Carton n°22 : Comptabilité, Fonds Zervos, Bibliothèque Kandinsky.

325 Carton n°22 : Comptabilité, Fonds Zervos, Bibliothèque Kandinsky.

Maison Grimard	1 327, 80
Total	10 518, 05

Le coût total de la revue est ainsi de 10 518, 05, soit un tarif relativement raisonnable tout en sachant que les salaires des collaborateurs et photographes des *Cahiers d'art* ne sont pas compris ici (on sait cependant que Christian Zervos assura pratiquement seul la conception de la revue pendant toutes les années 1930). Sur 1 200, 50 revues sont conservées pour le service gratuit, les archives, les diverses collaborations, 1 150 sont ainsi mises en vente pour le mois d'octobre 1936. Cela signifie que le prix de revient – la somme des coûts supportés pour la production et la distribution de la revue – était de 8,76 francs. Ce chiffre est relativement minime au regard du tarif mensuel de la revue qui était de 45 francs au prix fort et de 30 francs pour les abonnés. La marge bénéficiaire de Zervos était ainsi importante, plus de 36 francs par numéro. En outre, on sait que les salaires moyens parisiens des années 1930 oscillaient autour de 9 000 francs par an³²⁶ soit 750 francs par mois. Ainsi l'achat du *Cahier d'art* mensuel représentait 6 % d'un salaire tel que celui-ci. Ceci nous permet de déduire du destinataire de la revue qu'il était sans doute issu des classes socioprofessionnelles supérieures, avec un salaire plus élevé que la moyenne. Ce luxe attaché aux livres et revues des *Cahiers d'art* laisse également penser qu'en plus de leur origine sociale élevée, les lecteurs avaient des connaissances intellectuelles et scientifiques sur le monde de l'art importantes.

Ainsi, ce nouveau médium utilisé aurait pu nous pousser à conclure que les marchands de tableaux souhaitaient élargir leur audience : cette analyse est partiellement faussée. En effet, on se rend compte que l'utilisation de l'imprimé permet plutôt aux marchands d'élaborer des articles qui sont de l'ordre de la théorisation artistique. Le médium « livre » pourrait sembler plus démocratique que le médium « tableau ». Ils sont ainsi tous deux réservés à une élite avertie. L'idée d'une certaine vulgarisation permise par les livres semble relativement erronée étant donné que le public visiteur de la galerie et les lecteurs sont issus de classes sociales similaires. Cela confirme le fait que le milieu parisien de l'art moderne est un microcosme : les artistes, les critiques, marchands, les éditeurs d'art sont pour la plupart des familiers.

326 Thomas Piketty, *Les hauts revenus en France au XX^{ème} siècle*, Paris, Grasset, 2001.

Nuançons toutefois cela, grâce à l'exemple de la galerie Jeanne Bucher. Cette dernière publie en 1928 *Il était une petite pie* premier livre de Joan Miro réalisé au pochoir qui illustre des comptines de Lise Hirtz ; la même année *L'Histoire de Jean Vallade* écrit et illustré par Béatrice Appia ; en 1933 *Ko et Ko, les deux esquimaux* écrit par Pierre Guéguen et illustré par Maria Vieira da Silva. Ces trois livres de collaboration sont destinés à des enfants, leur vertu pédagogique est alors sensible. Cette littérature jeunesse se porte seulement vers des lecteurs qui n'ont pas les mêmes interrogations sur le sens du monde que les adultes, qui n'ont pas non plus la même expérience de la langue. Ce qui convenait parfaitement à l'esthétique surréaliste très présente dans ces livres via leurs écrivains ou illustrateurs. Ces publications semblent donc être réalisées dans un but de vulgarisation autant que dans un but de sensibilisation des enfants à la peinture d'avant-garde (surréaliste). La diffusion à un public totalement néophyte est donc, là également, relativement minime, les galeries d'édition étant le lieu d'une socialité bien particulière. D'ailleurs, nous n'avons également aucun témoignage de la diffusion des activités des galeries d'édition dans les provinces françaises, leur lieu d'action restant cantonné à Paris, capitale culturelle et artistique mondiale.

B° Distinction sur un marché concurrencé.

Une concurrence très rude

Comme nous l'avons vu précédemment, le nombre de galeries parisiennes explosent dans l'entre-deux-guerres et l'engouement que suscite ce commerce induit d'ors et déjà une très forte concurrence. Ainsi, il devient essentiel pour les marchands de tableaux de se distinguer de leurs congénères : on compte en effet, plus de 200 galeries en 1930³²⁷. Dans *Les Arts à Paris*, Paul Guillaume lui-même souligne et déplore cette concurrence mal venue et parfois spéculative :

« Un certain nombre de nouveaux venus s'occupent d'affaires. Leurs bonnes intentions ne sont pas contestables. Trafiquants clandestins, ils ne paient point patente et ne sont soumis à aucun contrôle, non plus au point de vue de la régularité de leurs opérations que de l'authenticité des œuvres qu'ils vendent. Dans ces conditions, les garanties qu'ils offrent sont illusoires et il est impossible de parler d'eux

327 Nous reprenons ici le nombre total de marchands d'art répertoriés dans l'*Annuaire de la curiosité, des Beaux-Arts et de la Bibliophilie*.

sans danger, quand on s'adresse à un public d'acheteurs s'attendant à trouver ici des renseignements ou des conseils de toute sûreté »³²⁸

L'édition devient alors le moyen privilégié de faire parler de soi et d'étendre son champ d'activité. Mais dans le milieu éditorial également la concurrence directe est rude dans l'entre-deux-guerres : les surréalistes au travers de leurs revues, *La Révolution surréaliste* (1925-1929), *Le Surréalisme au service de la révolution* ou *Documents* (1929-1930³²⁹) développent des problématiques assez proches des galeries d'édition et opèrent des corrélations entre poésie et peinture, entre les origines visuelles ou poétiques et les créations surréalistes contemporaines. De plus en plus ces revues se dotent également de volontés ethnographiques ou archéologiques qui semblent calquées sur *Cahiers d'art*. C'est ainsi dans ce contexte de « concurrence commerciale » que les textes de la revue de Zervos consacrés aux arts primitifs vont progressivement s'autonomiser en s'affranchissant des liens avec l'art contemporain.

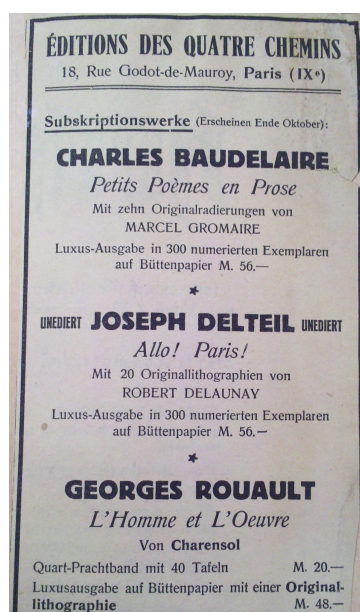
Pour se distinguer les galeries d'édition vont parier sur le lancement d'ouvrages soignés liant textes rares et belles illustrations, comme nous l'avons vu précédemment. La Première Guerre mondiale a, en effet, entraîné une modification du marché : les prix de revient et donc les prix de vente ont augmenté. La clientèle nouvellement née, attend des « livres-investissements »³³⁰. Les livres de luxe des galeries d'édition s'adaptent alors à cette demande pour convenir aux bibliophiles et aux érudits qui ne forment désormais plus qu'un.

Afin de se singulariser sur ce marché où la concurrence est forte, les galeries d'édition ont généralement recours à une pratique en particulier : l'annonce publicitaire. Outil de communication visuelle, la publicité permet de diffuser le message de la galerie et d'attirer l'attention d'une cible en particulier. Cette nécessité de « rendre public » est liée à l'état du marché de l'art parisien dans l'entre-deux-guerres. Différents supports furent utilisés par les galeries d'édition : l'enseigne du magasin, l'affichage, les dépliants, l'encart dans la presse écrite. Les éditions et expositions sont en effet très souvent annoncés, que ce soit par une courte phrase dans les journaux quotidiens généralistes et spécialisés ou par des encarts ou feuilles volantes rappelant les dernières publications de la galerie.

328 *Les Arts à Paris*, n°4, mai 1919, p. 9.

329 La revue *Documents* fut animée par Georges-Henri Rivière et Georges Bataille. Le directeur était Carl Einstein et les financements provenaient de Georges Wildenstein (celui-ci n'était encore marchand de tableaux, il ne reprit l'affaire de son père qu'en 1934, c'est pour cela que la galerie et la revue ne figurent pas dans notre corpus).

330 Bernard Baritaud, *Pierre Mac Orlan : sa vie, son temps*, Paris, Droz, 1992, p. 172.



Encart publicitaire, Press-Book n°2, Fonds des Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky

Voici par exemple une annonce insérée dans un journal allemand non identifié présentant trois ouvrages publiés aux Editions des Quatre-Chemins à paraître et en souscription. Les revues des galeries d'édition elles-mêmes pouvaient accueillir des réclames d'autres galeries et revues, moyennant un apport financier évidemment. On sait par exemple que *L'Amateur d'Estampes*, revue de la galerie Sagot Le-Garrec, accordait aux annonces publicitaires une place importante (même si le feuillet central était systématiquement réservé à la publicité de la galerie elle-même). Les tarifs des Annonces étaient les suivants 200 francs la page, 120 francs la ½ page, 80 francs le ¼ de page, 35 francs le ⅛ de page, 3 francs la ligne pour les « avis divers », les offres et demandes d'Estampes étaient quant à elle gratuites. Cela était donc un bon moyen de financement pour la revue.

La revue *Cahiers d'art* accueillait énormément de réclames et est un bon exemple de l'utilisation de ce médium publicitaire par les galeries. Ainsi on note qu'entre 1926 et 1940, 10 galeries de notre corpus furent annonceurs dans les *Cahiers d'art*, et certaines de très nombreuses fois telle que Jeanne Bucher qui fit paraître 61 annonces au total :

Annonceurs dans <i>Cahiers d'art</i>	Nombre de parution entre 1926 et 1940
Au Sans Pareil	2
Galerie Albert Morancé	4
Galerie Bernheim-Jeune	12

Galerie Bucher	61
Galerie Crès & Cie	1
Galerie Paul Guillaume	22
Galerie Le Portique	31
Galerie Simon	1
Galerie Van Leer	5
Galerie Vavin-Raspail	23

Certaines opérations médiatiques étaient également un bon moyen d'attirer une nouvelle clientèle, c'est ce que tenta de faire la Galerie Vavin Raspail dirigée par Alfred Daber et Max Berger au début de l'année 1926 en proposant l'exposition « le club des cinq cents ». Le titre justifie le fait que toutes les œuvres présentes n'excéderont pas le prix 500 francs. Il est en outre stipulé que les artistes qui exposeront seront tous inédits. Le but de cette exposition est de toucher un nouveau public, d'ailleurs *Les Arts Plastiques*, la revue de la Galerie Vavin qui publie l'annonce publicitaire, affirme que l'exposition a pour objectif de « montrer qu'il suffit d'une somme dérisoire pour acquérir une œuvre de qualité, tirée des inépuisables ressources de notre terroir »³³¹.

La hausse des matières premières

Les galeries d'édition tentent alors de pallier les difficultés structurelles de leur commerce, soumis à une forte concurrence pendant l'entre-deux-guerres par le soutien publicitaire et médiatique, par un travail sur la visibilité de la galerie. Mais à cette rude concurrence s'ajoute dans les années 1920 une inflation économique de premier ordre. De fait, l'économie française de l'après guerre est inflationniste. Les coûts élevés du conflit, des pensions de guerre et ceux de la reconstruction engendrent des déficits publics, qui déprécie la valeur du franc et induisent une importante inflation. Ainsi entre 1919 et 1926, la valeur du franc a été divisé par 10. La dévaluation de Raymond Poincaré en 1928 restaure néanmoins la confiance dans la monnaie et stabilise l'économie sur une trajectoire favorable. La Première Guerre mondiale entraîna de fortes perturbations dans le secteur du livre et de la presse, cela contribua à renforcer les grosses structures au détriment des plus fragiles (les prix des livres augmentent alors fortement alors qu'il n'avait pas varié de 1855 à 1914 et le nombre de tirage fut diminué de façon concomitante). La bibliophilie tout comme l'art constituent des valeurs-refuge et les mar-

331 « La Vie Artistique Internationale », *Les Arts Plastiques*, n°4, novembre-décembre 1925.

chands tirent leur épingle du jeu en visant des publics restreints mais aisés, comme nous l'avons vu précédemment. Chez les revues d'art, on constate souvent l'annonce d'une augmentation du prix de la revue due à l'envolée du prix du papier. C'est le cas du *Bulletin de l'Effort Moderne* qui ajoute un encart à son n°13 de mars 1925 :

« En raison de la hausse des matières premières, des clichés et de la main d'œuvre, l'Administration du "Bulletin de l'Effort Moderne" se voit, à son très vif regret, dans la nécessité de porter le prix de vente au numéro à 6 fr. Le prix de l'abonnement se trouvera ainsi élevé à 60 fr. »³³²

Le prix au numéro passe ainsi de 5 fr. en 1924 à 6 fr. en mars 1925 puis à 10 fr. en janvier 1927 pour le 31^{ème} numéro. Cette hausse des prix est récurrente chez les revues étudiées.

Il semble également que les galeries d'édition doivent faire face à un autre problème que la hausse du coût des matières premières, il s'agit de la fiscalité qui est de plus en plus élevée, semble-t-il. De fait, les déclarations de chiffres d'affaire de la galerie Vollard pour servir au paiement de la taxe mensuelle nous montre que la taxe était à 2 % ou 3 % dans les années 1920 et au début des années 1930 tandis qu'elle s'élève à 9 % en 1939³³³.



Annnonce de l'exposition « Villages » à la galerie Le Niveau, 1935

Source : Cartons verts galerie jusqu'à 1970, INHA

332 Feuille volante, *Bulletin de l'Effort Moderne*, n°13, mars 1925.

333 Bobine n°12, fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay.

Malgré ces difficultés dues à la concurrence et aux diverses conjonctures sans doute était-il tout de même profitable de se doter d'une double activité, d'autant plus que Paris était en plein « boom » culturel. En effet, les cartons d'invitation conservés dans la première série des « Cartons Verts » (v. 1865-1970) de l'INHA nous apprennent que de nombreuses librairies organisèrent des expositions à partir des 1930, sur le modèle très certainement des galeries d'édition – la librairie Maurice Dussarp, la librairie Le François ou encore la librairie Paul Magné – mais sans pour autant avoir une activité éditoriale. On note également le cas de galeries qui vendaient des livres dans un coin librairie aménagé dans leur espace, à l'instar du Niveau qui notifie sur ses cartons d'invitation son statut de librairie, de galerie et de marchand d'antiquités.

C° « Sept années de vaches maigres » : l'effondrement du marché (1929-1936)

L'effondrement du marché

Les années 1930 sont quant à elles parsemées de troubles, économiques et politiques. Suite au krach boursier américain d'octobre 1929, l'achat d'œuvres d'art fut grandement ralenti ce qui eut des conséquences désastreuses pour les galeries d'art actives en 1929. De fait, moins de une sur quatre (48 sur 201) était recensée par l'*Annuaire des Beaux-Arts* comme étant encore en activité en 1939³³⁴. La fermeture de nombreuses galeries s'accompagna d'un ralentissement de l'activité pour celles encore ouvertes. Daniel-Henri Kahnweiler évoque d'ailleurs « sept années de vaches maigres »³³⁵ pour désigner les années 1929-1936. La dépendance à l'égard des acheteurs étrangers et américains notamment devint patent et la chute des prix fut accentuée par l'accroissement des œuvres présentées en ventes publiques.

D'autre part, au plus fort de la crise, dans les années 1931-1934, le marché des livres connaît également un effondrement, l'activité éditoriale « normale » ne reprenant qu'aux alentours de 1936 environ mais à un niveau quantitatif et qualitatif bien moindre que celui qu'elle

334 Ces chiffres sont donnés par l'*Annuaire de la curiosité, des Beaux-Arts et de la Bibliophilie* dans ses éditions de 1929 (pp. 473 - 486) et de 1939 (pp. 283 - 286), nous reprenons cette analyse à la thèse de doctorat *La tradition de l'avant-garde : Les galeries d'art contemporain à Paris de la Libération à la fin des années soixante*, soutenue par Julie Verlainne en 2008.

335 D.-H. Kahnweiler, *Mes galeries et mes peintres. Entretiens avec Francis Crémieux*, Paris, Gallimard, 1998.

a connu³³⁶. On comprend donc que l'activité des galeries d'édition ait suivi la conjoncture économique de la période.

Des acheteurs qui « boudent » les galeries d'éditions

Face à la baisse du pouvoir d'achat, les galeries d'édition, commerce de luxe malgré tout, sont nombreuses à se plaindre de la diminution du nombre d'acheteurs. Dans son autobiographie, Ambroise Vollard se plaint, en évoquant ses éditions, que « malgré la modicité des prix, les amateurs continuèrent à "bouder" et, vingt ans plus tard, ces albums n'étaient pas épuisés. »³³⁷. Le fonds Vollard ne nous renseigne pas sur les chiffres d'affaire réalisés dans les années 1920 (car le marchand n'avait pas véritablement de galerie fixe à cette période). Nous pouvons néanmoins établir une évolution (approximative car il manque certaines données) de celui-ci dans les années 1930. Les recettes mensuelles semblent alors assez chaotique pour l'année 1930 : 5 050 francs pour le mois d'avril, 1 056 francs pour le mois de juin et aucun bénéfice pour le mois de septembre par exemple. Le chiffre d'affaire « normal » ne se stabilise que vers 1935 où il repasse à des montants élevés : entre 37 000 francs et plus de 200 000 francs³³⁸. Il semble donc que si la crise a pleinement touché la galerie Vollard, le stock de tableaux et le capital de celui-ci lui ont néanmoins permis de retrouver dès 1935 un fort dynamisme. De nombreux marchands-éditeurs déplorent, de la même manière, dans l'entre-deux-guerres l'indifférence des acheteurs et les difficultés économiques (déjà dans les années 1920 et surtout au plus fort de la crise au début des années 1930). Cependant, à travers les tracts distribués rappelant les souscriptions possibles aux livres publiés par les galeries d'édition, il n'est pas rare de voir que certains sont « épuisés ».

Ainsi, dans la biographie de Daniel-Henri Kahnweiler, Assouline évoque la question des éditions comme un moyen pour Kahnweiler de faire face tout d'abord à la crise d'après guerre : le galeriste ne peut plus « s'offrir le luxe de se consacrer uniquement à la peinture qu'il défend »³³⁹. Cependant, Assouline de manière quelque peu contradictoire affirme ensuite « Heureusement que la galerie n'attend pas après ses livres pour vivre »³⁴⁰. Ce qui témoigne des succès inégaux des livres publiés par la galerie et donc de l'ambivalence de son efficience.

336 L'évolution du nombre de « sociétés d'amateurs du livre » semble à cet égard significative, Cf. Annexe n°5.2 (réalisée grâce aux données chiffrées de Armand Israel, Brigitte Waridel, (dir.), *Livres d'art : Histoire et techniques*, Lausanne, 1994).

337 Ambroise Vollard, *Souvenir d'un marchand de tableaux*, op. cit. p. 278.

338 Bobines 12 et 13, fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay.

339 Pierre Assouline, *Daniel-Henri Kahnweiler, l'homme de l'art (1984-1979)*, Paris, Gallimard, 1989, p. 339.

340 Pierre Assouline, *Ibid*, p. 441.

Les conséquences directes de la crise économique

Les formules hybrides proposées par les établissements étudiés constituaient-elles des faiblesses structurelles rendant les galeries plus sensibles à la crise économique ou la double activité permet-elle au contraire aux marchands de tableaux de surmonter plus aisément le krack boursier ? Il est difficile de répondre de façon assurée à cette interrogation, mais nous pouvons noter que Léonce Rosenberg, dans une lettre à Francis Picabia baptise ainsi l'époque contemporaine :

« 1920-1930 : l'ère des primaires

1930-1934 : le chaos

à partir de 1934 : vers un ordre nouveau »³⁴¹

Léonce Rosenberg semble ainsi définir le dynamisme des galeries de la même façon que nous l'avons fait, en suivant les aléas de la conjoncture économique. L'ère initiale, première, du « boom » artistique et des achats en série correspond aux années folles tandis que la période de crise est désignée comme le « chaos » et enfin 1934 marquerait pour lui le début d'un renouveau. S'il écrit cette lettre en 1930, le schéma proposé par le marchand n'en est pas moins exact (on placerait juste l'ère d'un nouveau dynamisme aux alentours de 1936).

La première conséquence directe, et la plus visible, qu'a eu la crise de 1929 est l'arrêt des contrats avec les artistes. Le directeur de l'Effort Moderne écrit ainsi à Picabia et à Herbin par télégramme de ne « MOMENTANEMENT RIEN ENVOYER »³⁴². Il s'explique ensuite dans une plus longue lettre :

« Comme les affaires d'art, dans le monde entier, sont entièrement arrêtées et que personne ne paie ce qu'il doit, je désire, jusqu'à amélioration de la situation, ni pratiquer d'achats, ni assumer des frais quelconques. C'est très joli d'acheter, mais il faut régler et avec quoi ? Si personne ne paie et si les disponibilités s'épuisent, faute de recettes compensatrices. J'entends donc, jusqu'à ce que des temps meilleurs soient revenus, me borner à payer ce que je dois et éviter à tout prix de

341 Lettre n°10422.1015, de Léonce Rosenberg à Francis Picabia datée du 27 janvier 1930, Boite 16, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

342 Lettre n°10422.1015, de Léonce Rosenberg à Francis Picabia datée du 27 janvier 1930, Boite 16, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

m'endetter, ne voulant pas être surpris par une catastrophe générale, qui pourrait très bien se produire si la situation actuelle se maintenait au-delà de l'automne. La crise est mondiale, tout le monde, sans exception, doit en prendre sa part. Il serait injuste qu'elle pèse sur les uns et pas sur les autres »³⁴³.

La politique de Léonce Rosenberg consiste alors pour passer la crise à ne plus rien acheter sauf au compte-gouttes afin de pouvoir en premier lieu régler ses débiteurs et secondement épuiser ses tableaux en stock. Il appelle, dans de nombreuses conversations épistolaires, les artistes à la compréhension, à la solidarité, au courage et à l'héroïsme en ces moments de crise qui touchent « le monde entier »³⁴⁴. Il a d'ailleurs des mots très durs envers les artistes qui ne se tournent vers lui qu'en cas de problèmes financiers :

« Quant aux artistes que j'ai encouragé pendant toute la guerre, ma mobilisation, la fermeture de ma galerie (1914-1919) et même longtemps après, qui me doivent ce qu'ils sont aujourd'hui et qui m'ont payé de retour par des tricheries et des trahisons, ne se souvenant de moi qu'en temps de crise, ceux-là n'ont rien à attendre pendant toute la durée des événements actuels »³⁴⁵.

Il espère alors que la crise passera rapidement, évoquant ainsi dans certaines lettres la date de mai 1930 puis celle d'octobre 1930 à partir de laquelle il est certain que « les choses reprendront petit à petit leur cours normal »³⁴⁶. Mais sans vraiment y croire, Léonce Rosenberg, originaire d'une famille de marchands a parfaitement conscience que la peinture n'est pas une priorité dans la relance économique, il évoque en effet la période comme un moment où « tous les Etats suppriment par mesure d'économie et afin de pouvoir assister les myriades de chômeurs les budgets d'achat des musées, où, enfin, les particuliers eux-mêmes excluent de leurs propres budgets les dépenses somptuaires, continuer des achats de peinture, sans utilité et sans destination, est une folie que les gens sérieux jugent très sévèrement »³⁴⁷.

343 Lettre n°10422.1015, de Léonce Rosenberg à Francis Picabia datée du 27 janvier 1930, Boite 16, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

344 Lettre n°10422.369 de Léonce Rosenberg à Auguste Herbin, datée du 11 décembre 1931, Boite 7, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

345 Lettre n°10422.369 de Léonce Rosenberg à Auguste Herbin, datée du 11 décembre 1931, Boite 7, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

346 Lettre n°1422.344 de Léonce Rosenberg à Auguste Herbin, datée du 11 décembre 1931, Boite 7, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

347 Lettre n°10422.369 de Léonce Rosenberg à Auguste Herbin, datée du 11 décembre 1931, Boite 7, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky

Mutations et persistance du modèle

Pour faire face à la crise de 1929, de nombreuses galeries se voient contraintes de changer quelque peu leur mode de fonctionnement afin de s'adapter à la conjoncture économique. Des syndicats d'entraide artistique sont montés par Kahnweiler. Le marchand explique que « Voilà ce que nous avons inventé à ce moment-là : « Chacun donnait tant par mois. La galerie distribuait cet argent aux peintres et à la fin de l'année chacun de ceux qui avaient contribué avait droit, selon ce qu'il avait versé, à tant de numéros de tel peintre ou de tel autre peintre »³⁴⁸. La galerie Simon prélevait là-dessus un faible pourcentage pour pouvoir subsister mais versait également une certaine somme pour obtenir, elle aussi, des tableaux. Ce système perdura jusqu'en 1936 environ. Dans cette même perspective de solidarité en période de crise, Léonce Rosenberg fournit à ses peintres de nombreux produits de première nécessité et des vêtements, quand bien même il ne pouvait pas leur verser une véritable rémunération mensuelle :

« En rangeant mes affaires ce matin, j'ai trouvé, à l'état presque neuf, un chandail et un cache-nez en laine kaki. Comme la saison peut présenter pour vous des inconvénients, entendu que vous avez été souffrant, permettez-moi de vous les offrir et de vous les apporter à la galerie demain »³⁴⁹.

La crise économique et les difficultés de chacun, marchands, artistes, acheteurs, sembla engendrer de nouvelles sociabilités à travers l'instauration de pratiques conviviales et solidaires chez certaines galeries. La galerie d'art contemporain adopta quant à elle une autre méthode : la diversification des activités. En effet, tout en continuant ses expositions de peintures, de sculptures, et ses éditions, la galerie ouvrit au rez-de-chaussée de son commerce un bureau de location pour des concerts et au sous-sol des studios pour pianos.

Ainsi, l'efficacité des galeries d'édition est relativement difficile à déterminer. La mise en place d'une activité éditoriale semble prendre une importance plus ou moins grande en fonction du capital de chaque galerie. Mais si les éditions rapportent de convenables bénéfices à certaines galeries il n'en demeure pas moins que le but premier de cette double activité semble être esthétique. Par ailleurs, quelque soit leur audience et leur poids financier pour la galerie, les expositions et les éditions subissent la crise économique de 1929 de plein fouet, beaucoup

348 D.-H. Kahnweiler, *Mes galeries et mes peintres, Entretiens avec Francis Crémieux*, Paris, Gallimard, 1961, pp. 163-164.

349 Lettre n°10422.369 de Léonce Rosenberg à Auguste Herbin, datée du 11 décembre 1931, Boite 7, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

de ménages ne pouvant plus s'offrir le luxe d'un livre ou d'un tableau. L'activité est donc grandement ralentie. Cependant, si $\frac{3}{4}$ des galeries parisiennes semblent au total avoir fermé au début des années 1930, suite à ce débâcle financier, cette proportion est bien moindre chez les galeries d'édition : en effet, sur les 28 galeries formant le corpus seules 5 ont, de façon certaine, mis à la clef sous la porte en raison de la crise économique. Cela ne représente qu'environ 18 % des galeries d'édition. Notons que nous n'avons pas comptabilisé dans ces calculs la galerie Paul Guillaume qui est certes affaiblie au début des années 1930 mais qui ferme principalement en raison du décès brutal de son marchand en 1934. Ainsi il semblerait finalement que l'articulation des deux activités ait permis à certaines galeries de surmonter la conjoncture économique, sans doute en raison de leurs stocks importants et de leurs offres artistiques plus larges et diversifiées que les galeries « traditionnelles ».

CHAPITRE VIII

Centres parisiens, circulations et réseaux artistiques internationaux

Après une analyse particulière des galeries d'édition en tant qu'entité individuelle, il nous semblait important de replacer l'objet de notre étude dans une perspective plus générale et internationale. En effet, l'intérêt que se porte les galeries d'édition parisiennes entre elles, les liens tissés avec les autres capitales européennes ainsi que les circulations établies avec le nouveau géant américain sont un moyen de déterminer l'interconnexion des galeries d'édition avec le reste du monde artistique. La notion de réseau est d'autant plus pertinente au regard du fait que les galeries formant notre corpus éditent des livres, soit un objet présentant une plus grande mobilité et une plus importante capacité de diffusion qu'un tableau. Nous nous intéresserons donc ici à la question des différentes circulations entre les marchés artistiques et à l'établissement par ce biais d'un réseau international.

A° La mise en place d'un réseau parisien

Les relations de marchand à marchand

L'épicentre du réseau international que nous allons tenter d'analyser se trouve à Paris, le premier cercle de ce réseau étant en effet les liens tissés entre les marchands de tableaux eux-mêmes. Les relations nouées semblent pour la plupart poursuivre un objectif financier. La vente et l'achat de tableaux entre les marchands-éditeurs sont ainsi fréquents. Paul Guillaume achète ainsi 3 toiles de Picasso, une de Braque et une de Matisse pour un total de 15 700 francs à l'Effort Moderne tandis que Léonce Rosenberg lui achète en retour « le Café Bar » de Braque pour la somme de 2 500 francs³⁵⁰.

350 Boite 23, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.



Braque, *Café Bar*, 1919, huile sur toile, Kunstmuseum Bâle (Suisse)

De la même manière on trouve dans les livres de comptes d'Ambroise Vollard les noms de nombreux galeristes : Etienne Bignou, Bernheim-Jeune, Pierre Loeb, Wladimir Walter, Braun & Cie, Paul Rosenberg, etc³⁵¹. Il ne s'agit ainsi pas essentiellement de directeurs de galeries d'édition, mais ces derniers représentent néanmoins une grande partie des transactions parisiennes de Vollard. Fait étonnant cependant, on découvre également dans les déclarations des salaires des employés de la galerie Vollard de 1935 et 1936 les noms de marchands et de galeries : Wladimir Walter, le directeur de la galerie des Quatre-Chemins au 99 boulevard Raspail, la Galerie des Beaux-Arts, Mme Zak (propriétaire de la galerie ZAK au 16 rue de l'Abbaye) et M. Bing (marchand de tableaux au 11 rue Ernest Cresson)³⁵². Ces marchands n'apparaissent dans les comptes de Vollard que durant deux années. De plus, ils n'ont pas véritablement un salaire fixe (Walter Wladimir touche par exemple 5 500 francs en 1935 puis 400 francs en 1936). Il ne s'agit sans doute pas d'achat d'Ambroise Vollard à ces marchands car ces transactions sont signalées dans un autre livre de compte, les déclarations de salaire ne stipulant pas le rôle de ces « employés » au sein de l'entreprise on peut imaginer qu'ils étaient conseillers ou peut être courtier pour le marchand, c'est-à-dire une sorte d'intermédiaire qui cherche une œuvre en particulier dans les hôtels de vente ou qui conduit les négociations pour aboutir à l'accord de deux parties.

Mais au delà de ces transactions financières on note la possibilité de relations amicales ou tout du moins poursuivant une perspective intellectuelle d'échanges d'opinions, d'œuvres pour

351 Bobines 12 et 13, fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay.

352 Bobin 13, fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay.

la bonne réalisation d'une exposition, etc. Léonce Rosenberg écrit par exemple à Paul Guillaume en 1924 pour le remercier de lui avoir permis de nouer des rapport avec le grand collectionneur Barnes qui fréquente assidûment la galerie d'objets nègres du 59 rue de la Boëtie. Le marchand reconnaissant que Paul Guillaume ait bien voulu « lui [le Dr. Barnes] signaler les tableaux de l'Effort Moderne » lui adresse en échange un présent :

« Veuillez, je vous prie, accepter pour votre aimable entremise "la stèle hindoue" – numéro 20.029 – que j'ai le grand plaisir de vous adresser à titre gracieux par porteur.

Pour me mettre en règle vis à vis du fisc, en cas de réclamation, je vous serais obligé de vouloir bien m'accuser réception de la présente »³⁵³

Cet échange de bons procédés convient finalement aux deux marchands car si la galerie Paul Guillaume participe à la vogue de la négrophilie et des arts primitifs (auxquels *la stèle hindoue* doit appartenir), la galerie de l'Effort Moderne est plutôt versée dans le cubisme contemporain. On peut ainsi penser qu'ils ne se concurrençaient pas l'un l'autre, ce qui explique la sympathique présentation de Paul Guillaume.

Les galeries d'édition semblent alors se connaître entre elles dans le cercle fermé des galeries parisiennes et avoir notion de l'art exposé et des livres publiés par chacun. D'ailleurs il n'était pas rare qu'elles établissent des encarts publicitaires dans telle ou telle revue et elles s'achetaient tableaux et ouvrages régulièrement. Jeanne Bucher achète ainsi à Ambroise Vollard pour 1 875 francs, en 1937, quelques gravures réalisées par Georges Rouault pour les *Réincarnations du père Ubu* ainsi que ledit ouvrage, écrit par le marchand lui-même et publié en 1932³⁵⁴. Mais il est également courant que les galeries d'édition commercent et échangent avec les marchands « traditionnels » de la capitale (et parfois mais plus rarement de province). Certaines galeries préfèrent par exemple organiser des événements plutôt que de constituer des stocks et si l'on ne constate pas de collaboration pour la conception de livre, il n'en demeure pas moins que plusieurs marchands organisent des expositions dans d'autres lieux ou galeries que la leur. Jeanne Bucher, sans galerie à partir de 1932, n'arrêta pas pour autant toute activité ; elle participa par exemple activement aux expositions organisées par Marie Cuttoli sur la rive droite, rue Vignon. De la même manière, Alfred Daber, directeur de la galerie Vavin Raspail

353 Lettre de Léonce Rosenberg à Paul Guillaume, datée du 6 mars 1924, boîte n°23, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

354 Registres commerciaux, Bobine n°12, fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay.

sur boulevard Raspail, organisa du 24 mai au 16 juin 1934 une exposition des « œuvres importantes de Maurice Utrillo » dans la galerie André Schoeller à Paris et préfaça même le catalogue publié à l'occasion. Le décloisonnement des activités rendait les marchands très « polyvalents » et les diverses sociabilités nouées avec les artistes, les critiques, les collectionneurs et les divers marchands leur permettaient de redoubler d'activité sur le marché de l'art parisien si bien qu'ils ne se limitaient pour la plupart du temps pas à l'unique fonctionnement de leur galerie, leur influence s'étendant hors les murs de celle-ci.

B° Des pôles culturels internationaux

Les grands mouvements de l'avant-guerre, post-impressionnisme, post-fauvisme, post-cubisme qui se prolongent sous des formes apprivoisées ou édulcorées entre 1919 et 1939 sont des mouvements artistiques internationaux, et ce au même titre que les nouvelles avant-gardes, le surréalisme ou les abstractions (De Stijl, Cercle et Carré, Abstraction-Création). Leur valorisation et leur diffusion est donc logiquement le fait d'acteurs de différents états, européens et américains. Paris est encore à cette heure un centre culturel et artistique mondial, cependant les marchands de tableaux connaissent l'importance d'un retentissement international et beaucoup de galeries se déclarent partie prenante d'un marché mondial de l'art. Il convient alors de faire la part entre le discours revendiquant un statut et une importance internationaux et la réelle pratique commerciale mise en œuvre dans l'entre-deux-guerres par les marchands de tableaux.

Un regard vers le marché de l'art international ?

Déjà au début du XX^{ème} siècle se met en place un réseau international. En cette époque de l'âge d'or des diverses avant-gardes européennes, les galeries et revues forment ensemble un réseau européen informel caractérisé par l'échange d'œuvres, de textes, d'auteurs, de publicités qui se brisa en 1914³⁵⁵. Ainsi, au sortir de la Première Guerre mondiale, plusieurs galeries et marchands-éditeurs revendiquent, en raison de leur double activité sans doute, dans leur programme artistique, une portée européenne voir mondiale. Ils reconnaissent ainsi quasiment tous la nécessité de suivre les mouvements artistiques qu'ils soutiennent à l'étranger. Ainsi la

355 Malcolm Gee, « le réseau économique » dans *L'école de Paris, 1904-1929. La part de l'Autre*. Paris, Musée national d'Art Moderne, 2000, p.129.

Galerie Bonaparte se targue d'être un passeur de l'art européen méconnu en France et de l'art français à l'étranger par le biais de ses expositions et de ses éditions :

« Les Editions Bonaparte préparent d'ores et déjà plusieurs expositions. La première est un panorama de la peinture moderne [...]. Des expositions d'architecture moderne aux Pays-Bas, du livre d'enfants russe et des illustrateurs anglais lui feront suite. L'Art européen est peu connu en France. Les expositions que différents Etats organisent au Jeu de Paume conservent un caractère purement académique et excluent la présence des éléments modernes. Plusieurs artistes éminents dont la renommée est mondiale, n'ont jamais exposé à Paris. Toutefois, les expositions de peinture, de sculpture et d'art industriel des Editions Bonaparte auront rarement un caractère individuel. Elles tendront plutôt à illustrer les tendances d'un pays, d'une école, d'un groupement. Elles attesteront toujours un choix sévère et tiendront compte sinon des goûts particuliers, du moins des besoins du public de Paris »³⁵⁶

Considérant ainsi que les musées d'état ne remplissent pas correctement leur rôle d'organe d'information des créations contemporaines, les Editions Bonaparte affirment vouloir pallier ce manque en exerçant alors – cela transparaît nettement dans leur programme – des fonctions ordinairement muséales. Il s'agit pour Waldemar George – l'influent critique russo-polonais qui rédigea le programme – et pour Van Leer – le directeur de la galerie – de remplir les tâches de conservation, de mise en valeur des collections (par l'exposition temporaire et l'accrochage permanent des cimaises selon une scénographie réfléchie) et surtout d'accueil du public et de communication. Cette dernière fonction est accomplie par l'entrée gratuite pour les visiteurs aux heures d'ouverture de la galerie et la programmation d'animations (des conférences, des réunions privées, des projections de films, etc³⁵⁷) qui ont pour but de canaliser les apports étrangers et de les mettre au jour pour combler l'esprit français « avide de connaissance ».

Ce regard porté aux mouvements artistiques européens et à la diffusion des activités de la galerie hors des frontières françaises est sans aucun doute également à mettre en relation avec l'origine étrangère de nombreux marchands : Kahnweiler est allemand, Walter Wladimir et

356 Programme des Éditions Bonaparte par Waldemar George, INHA Cartons Verts Galeries jusqu'à 1970, *GAL 172, Pochette Galerie Bonaparte*.

357 Programme des Éditions Bonaparte par Waldemar George, INHA Cartons Verts Galeries jusqu'à 1970, *GAL 172, Pochette Galerie Bonaparte*. cf. Annexe IV. Texte 6.

Jacques Povolozsky sont russes, Van Leer est hollandais et Zervos est grec, soit 5 marchands sur 28 formant notre corpus (soit environ 18%). D'ailleurs, Jacques Povolozsky qui tient la galerie d'édition La Cible au 13 rue Bonaparte publie de très nombreux ouvrages russes : c'est même le leitmotiv de son commerce « Livres russes et français » transcrit sur cette affiche de 1922 :



*Affiche des éditions Jacques Povolozky « Livres russes et français »
Lithographie de Nathalia Goncharova, 1922*

Par ailleurs, la plupart des livres publiés furent imprimés par l'Imprimerie Union fondée en 1910 par deux émigrés russes, Volf Chalit et Dimitri Snégaroff. Ils travaillèrent essentiellement dans la première décennie du XX^{ème} siècle et en particulier pour la communauté russe parisienne dont Jacques Povolozsky faisait partie. Les Quatre-Chemins éditent également plusieurs livres dont l'artiste-illustrateur, l'auteur ou le thème sont russes. Les press-books de cette galerie nous montrent en outre que l'audience de ces livres dépassaient le cœur parisien et les limites du pays, certains articles étant en effet rédigés en allemand et en russe.

La volonté de diffuser à l'international les modèles artistiques français à l'étranger se retrouve dans les revues publiées par les galeries d'édition. Les analyses lexicométriques réalisées sur le *Bulletin de la vie artistique*, le *Bulletin de l'Effort Moderne*, et *Formes, revue internationale des arts plastiques* révèle que ce souhait de correspondre avec une audience internationale semble être une réalité pour la galerie Bernheim-Jeune et la galerie des Quatre-Chemins (qui utilisent respectivement 12 fois et 18 fois le mot « international » et 91 et 76 fois le mot « étranger » au cours des 45 et 14 numéros formant le corpus³⁵⁸). Sans toutefois signifier que ces *bulletins* étaient tout à fait cosmopolites, ces chiffres semblent être l'indice d'un regard

358 Cf. Annexe V. Analyse lexicométrique des *Bulletin de la vie artistique*, *Bulletin de l'Effort moderne* et de la revue *Formes*.

et d'une ouverture des galeries d'édition vers l'international. La galerie de l'Effort Moderne, quant à elle, ne semble au contraire que peu s'intéresser au marché et à l'art internationaux au cours de son *Bulletin de l'Effort Moderne*, alors même que l'on trouve dans le fonds Rosenberg conservé à la Bibliothèque Kandinsky une correspondance abondante avec des médiateurs artistiques étrangers, comme nous le verrons par la suite.

Ce souhait consigné par écrit de s'établir en véritables pôles culturels internationaux semble donc trouver des tentatives effectives de parvenir à une palette plus large de l'audience et de la peinture abordée dans les revues des galeries tout d'abord mais également dans la pratique de leur profession dans un second temps.

Vollard et les musées

Marchand depuis 1893, Ambroise Vollard fait figure d'exception au sein de notre corpus parce qu'il n'est plus simplement considéré comme le marchand de tableaux modernes modèle : il fait figure d'autorité dans le monde de l'art. Il est ainsi en contact non seulement avec les marchands et collectionneurs internationaux mais également les plus grands musées du monde et leurs conservateurs. On trouve alors dans la correspondance d'Ambroise Vollard des lettres adressées au conservateur du Musée de Bâle à qui il va prêter un œuvre d'Henri Rousseau à l'occasion d'une exposition de ce dernier en 1933. Une lettre à Claude Spaak, le secrétaire de la Société Auxiliaire des Expositions du Palais des Beaux-Arts de Bruxelles nous montre également la réelle fonction et le crédit que l'on accordait à Ambroise Vollard à cette période :

« Cher Monsieur,

Lerondelle a pris avant hier livraison des objets destinés à l'exposition. [...] J'ai pu avoir hier un complément dont je ne croyais pas pouvoir disposer pour l'exposition et qui est d'une extrême importance, ce sont environ 75 planches en noir et en couleurs gravées par Maurice Potin d'après des compositions originales de Degas et destinées à illustrer : 1° LA MAISON TELLIER de Maupassant, 2° LES MIMES DES COURTISANES de Lucien, tradition de Pierre Louys, 3° un livre sur la DANSE, cela fera une salle de Degas. De plus une quinzaine d'eaux-fortes de Chagall, en vue de l'illustration des PROPHETES. Enfin quelques exemplaires d'ouvrages incomplets de ceux exposés et dont on pourra mettre les illustrations le

long du mur comme vous m'avez dit que vous disposiez d'un certain nombre de salles.

NOTA. - Les albums en couleurs de Bonnard, Vuillard, Maurice Denis, 13 chacun et celui de Roussel 6 planches, en tout 45 planches et qui remontent à l'année 1895 pourraient être exposés, il me semble dans une salle, cela montrerait alors que tant de choses d'avant la guerre ont vieilli ce que ces artistes ont fait il y a déjà 37 ans. Je serais d'avis de consacrer deux salles à Rouault, une pour les REINCARNATIONS DU PERE UBU, dont je vous ai envoyé un volume en feuille qui pourrait être mis au mur, bois texte et eaux-fortes et une autre salle pour les essais qu'il a fait en vue des volumes suivants MISERE ET GUERRE et FLEURS DU MAL. Il importerait à mon avis que cela ne soit pas mélangé avec les REINCARNATIONS DU PERE UBU. Je vous ai adressé un volume incomplet du CHEF D'œuvre INCONNU illustré par Picasso afin qu'on puisse en exposer les feuilles au mur et demain je remettrais à Lerondelle les 15 gravures sur bois faites pour HELENE CHEZ ARCHIMEDE, texte d'André Suarès. Il serait, je crois, intéressant que les gravures sur bois avec le texte du CHEF D'œuvre INCONNU et les 15 bois pour HELENE CHEZ ARCHIMEDE soient exposés ensemble, c'est-à-dire dans la même salle et que soit exposé différemment même avec d'autres artistes l'album d'eaux fortes de Picasso lequel étant fait au trait serait tué par les noirs violents du CHEF D'œuvre INCONNU et D'HELENE CHEZ ARCHIMEDE. De même vous recevrez un volume en feuilles de l'IMITATION DE JESUS CHRIST par Maurice Denis et de SAGESSE du même qui pourraient être exposés au mur. Vous recevrez en plus un VILLON ; un volume des PETITES FLEURS DE SAINT FRANCOIS, peut être incomplet, LES AMOURS DE RONSARD et FLEURS DU MAL, ces 4 volumes d'Emile Bernard, gravures sur bois en noir sauf pour l'ODYSEE d'Homère du même dont les gravures en noir de chaque exemplaires ont été passées en couleur par l'artiste (sépia). On pourrait ainsi avoir une salle de Bernard m'en rapportant entièrement à vous pour ce que devra être extrait des volumes pour être mis au mur. De même il y aura aussi un volume incomplet ou non de FETES GALANTES de Laprade et de LA BELLE ENFANT de Dufy. S'il n'y a pas motif à une salle entière pour Dufy, il

pourrait être exposé avec le Laprade. C'est vous d'ailleurs à juger de tout cela étant sûr d'avance que tout ce que vous ferez sera bien fait [...] »³⁵⁹

On apprend ainsi que, en plus d'être sollicité pour le prêt de tableaux, Ambroise Vollard choisit lui-même les ouvrages (dans ce cas il s'agit presque d'une exposition intégralement consacrée aux livres illustrés) qu'il juge « louables » d'exposer sans doute et « utiles » d'être visibles d'un grand public. La plupart des ouvrages sont issus de ses propres éditions ce qui lui permet en outre de trouver une audience en Belgique et de diffuser ses activités et celles de ses artistes. Le marchand participe activement à la scénographie des salles. De fait c'est ordinairement le rôle du muséographe d'organiser le programme de l'exposition : les contenus, les objets éventuels, les objectifs de l'exposition et d'établir les cibles de publics, les conditions de conservation ainsi que la cohérence des parcours. Il occupe donc le poste de « commissaire d'exposition », ce qui le transporte d'intermédiaire du marché privé de l'art au rang de professionnel des musées, fonction qui poursuit des enjeux et des objectifs bien différents de ceux d'un marchand de tableaux et éditeur. D'ailleurs à la fin de sa lettre, il semble s'apercevoir de la tournure directive que prennent ses conseils et ré-affirme que la décision finale appartient à la Société Auxiliaire des Expositions. Une seconde lettre de Monroe Wheeler, directeur des Expositions et des Publications au MOMA de New-York met clairement en avant la supériorité des éditions Vollard qui permettent d'attirer « les foules »³⁶⁰ et le concours que le marchand a bien voulu apporter à l'exposition. Ce lien privilégié avec les institutions muséales est synonyme de l'élargissement maximal des cercles d'Ambroise Vollard dont le rôle de « passeur » touche à son but : transmettre la création artistique depuis son cercle privé parisien jusqu'aux musées internationaux (l'entrée au musée étant souvent synonyme de consécration de l'artiste). Néanmoins, n'oublions pas que la plupart du temps les liens tissés avec l'étranger concernent essentiellement les marchands et collectionneurs.

L'entretien des liens européens

Nous nous sommes donc intéressés au marché européen et notamment aux deux capitales culturelles que sont Berlin et Moscou (ainsi qu'à Londres dans une moindre mesure) dans la perspective d'échanges esthétiques et financiers des divers acteurs du marché de l'art avec les galeries d'édition françaises. On remarque ainsi que *Le Bulletin de la vie artistique et Formes*,

359 Lettre de Léonce Rosenberg à Claude Spaak, datée du 16 décembre 1932, bobine n°12, fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay.

360 Lettre de Monroe Wheeler à Ambroise Vollard, datée du 19 mai 1936, bobine n°13, fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay. Cf Annexe IV. Texte 4.

revue internationale des arts plastiques ont évoqués l'Allemagne, l'Angleterre ou la Russie plus de 80 fois chacune dans le corpus étudié, ce qui équivaut à près de 2 fois par numéro pour la première revue et environ 6 fois pour la seconde.³⁶¹ D'ailleurs nombre de revue consacrent quelques pages de chaque numéro aux autres scènes artistiques à l'instar des *Arts Plastiques* dirigés par Alfred Daber qui propose un article régulier intitulé « la vie artistique internationale », consacré à trois villes : Paris Berlin et Moscou.

Le dynamisme de la scène artistique allemande

Daniel-Henri Kahnweiler, marchand, éditeur et historien de l'art, entretient dans l'entre-deux-guerres des attaches diverses et multiples avec l'Allemagne. Il est donc particulièrement intéressant de se pencher sur la portée de ses activités et son rayonnement au sein d'un réseau commercial, intellectuel et amical. Il a notamment fait une large place à la découverte d'un certain art allemand, Paul Klee en particulier. Il est proche de l'homme de lettres Carl Einstein et du collectionneur Wilhelm Uhde et surtout, comme de nombreux marchands-éditeurs parisiens de notre corpus d'Albert Flechtheim. Ce dernier ouvre une nouvelle galerie en 1919 à Düsseldorf (la première ayant fermé au moment de la Première Guerre mondiale) et fonde en 1921, la revue artistique, *Der Querschnitt*. Flechtheim remit en selle Kahnweiler après la vente sous séquestre de son stock et il acheta par l'entremise du marchand parisien nombre de toiles cubistes³⁶². C'est Kahnweiler qui cependant choisissait les tableaux destinés à Berlin et en fixait le prix de vente. Ils réalisèrent également des achats ensemble. L'accord général conclu entre eux était généralement régie par le principe d'une vente « avec commission », les profits de toutes les ventes réalisées étant alors répartis également entre les partenaires commerciaux. Par exemple, dans une lettre à Léonce Rosenberg, Flechtheim affirme que c'est Kahnweiler qui réglerait « le montant des livres précédemment évoqués »³⁶³. Nous ne possédons que peu d'informations quant à cette relation entre les deux marchands-éditeurs, cependant elle nous semble malgré tout beaucoup plus amicale et intime que celle qu'entretenait Albert Flechtheim et Léonce Rosenberg, directeur de la galerie de l'Effort Moderne. On sait par exemple que lors de la venue de l'associé du marchand allemand à Paris en 1921 ce dernier est passé à la galerie Simon mais n'a jamais mis les pieds à l'Effort Moderne :

361 Cf. Annexe n° : Analyse lexicométrique des *Bulletin de la vie artistique*, *Bulletin de l'Effort moderne* et de la revue *Formes*.

362 Hans-Manfred Bock, Gilbert Krebs (dir.), *Echanges culturels et relations diplomatiques : Présences françaises à Berlin au temps de la République de Weimar*, Paris, Publications de la Sorbonne Nouvelle, 2005, p. 256.

363 Lettre de Albert Flechtheim à Léonce Rosenberg datée du 15 janvier 1921, boîte n°23, fonds Léonce Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

« Je n'ai pas eu le plaisir de recevoir ici la visite de votre associé, ce que je regrette vivement, car il me serait agréable d'avoir des rapports suivis avec votre honorable Maison qui était parmi les premières à défendre les idées d'art moderne qui me sont chères »³⁶⁴.

On peut tout à fait penser que les rivalités entre Léonce Rosenberg et Daniel-Henri Kahnweiler (le premier était expert à la vente de la séquestre du second) ne favorisèrent pas les relations avec Albert Flechtheim. Cependant on note dans la correspondance du directeur de l'Effort Moderne plusieurs indices qui laissent penser qu'il souhaitait réellement voir ses affaires aboutir, comprenant sans doute l'intérêt bénéfique pour sa galerie de s'ouvrir au marché international par le biais de Flechtheim. Rosenberg consentit ainsi à plusieurs remises de prix de 30 % sur les ouvrages et toiles achetés par Flechtheim dans le but de « compenser pour [lui] le bas cours du mark » mais également et surtout, il s'agit pour Rosenberg d'une stratégie commerciale visant à « [lui] témoigner tout [son] désir d'entrer en rapports d'affaires suivies avec [sa] maison »³⁶⁵. Flechtheim lui proposa alors en échange d'annoncer les parutions de l'Effort Moderne par communiqués dans sa galerie et ses revues ce qui correspondait somme toute aux visées de Léonce Rosenberg. Les liens de ce dernier en Allemagne se resserrèrent alors progressivement – même si curieusement l'Effort Moderne évoque très peu les échanges artistiques avec l'Allemagne ou simplement l'art allemand – par le biais de ventes, d'achats, d'échanges de tableaux en vue d'expositions, d'annonces d'accrochages et de publications, etc. D'ailleurs lorsque le journaliste René-Jean dresse un portrait de Léonce Rosenberg dans un article du *Comœdia*, il insiste sur son ascendant sur la critique d'art allemande :

« M. Léonce Rosenberg, manager enthousiaste de quelques cubistes, se dépense sans compter, pour les faire apprécier et je m'en voudrais de ne pas faire profiter mes lecteurs de son intervention auprès de moi, d'autant plus que M. L. Rosenberg n'est pas seulement marchand ; il a une réputation d'écrivain au delà de nos frontières et je sais un périodique étranger (ndlr : *De Stijl*) qui se flatte de compter parmi ses collaborateurs les principaux écrivains de la jeune génération française, parmi lesquels il cite M. Rosenberg »³⁶⁶

364 Lettre de Léonce Rosenberg à Albert Flechtheim, datée du 3 juin 1921, boîte n°23, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

365 Lettre de Léonce Rosenberg à Albert Flechtheim, datée du 3 janvier 1921, boîte n°23, fonds Rosenberg, Bibliothèque Kandinsky.

366 René-Jean, « Les petites expositions, *Comœdia*, Paris, 6 janvier 192.

Le réseau formé avec la scène artistique allemande ne fait donc aucun doute³⁶⁷ et on remarque d'ailleurs souvent la formation de tandems principaux au sein de ces échanges : Kahnweiler et Flechtheim, Vollard et Tannhäuser, etc.

Londres et l'Europe de l'est

Les liens tissés avec la capitale anglaise sont également vecteur de « l'internationalisation » des galeries d'art. Vollard correspond par exemple activement avec la galerie Alex Reid & Lefevre ouverte depuis les années 1880 à Londres. Plusieurs reçus de la galerie se retrouvent dans les comptes de la galerie Vollard et les sommes versées sont très souvent conséquentes : 70 000 francs pour trois toiles de Renoir en 1936 puis 155 000 francs pour 12 tableaux et 2 aquarelles la même année, par exemple³⁶⁸. Ces transactions sont à la hauteur du capital financier de chaque galerie, elles sont toutes les deux déjà en effet importantes et influentes sur leurs marchés nationaux respectifs.

L'origine russe des propriétaires de la galerie d'édition des Quatre-Chemins se retrouve dans les *Press-books* étudiés³⁶⁹ dans lesquels on trouve de nombreux journaux russes commentant les expositions des Quatre-Chemins (il nous est néanmoins difficile de déchiffrer ses articles pour connaître la réception à l'étranger de l'établissement). Les premiers directeurs de la librairie-galerie des Quatre-Chemins appartiennent donc au milieu cosmopolite qui caractérise alors cette profession. L'entre-deux-guerres est en effet une période où énormément d'étrangers s'installent et fondent une galerie à Paris. Mais l'origine géographique des marchands ne détermine pas forcément leurs relations professionnels : Berthe Weill par exemple, sans attache aucune avec les pays de l'Est de l'Europe contribua, en exportant ses tableaux, à former la collection majeure de la famille russe Éphrussi. Celle-ci commença également avec la maison de vente suisse : le Salon Bollag qui fut la première maison de vente à ouvrir à Zurich et c'est par l'intermédiaire de la galeriste parisienne que toute l'avant-garde put y être vendue.

Nous avons finalement peu de traces des liens directs qui unissaient les marchands européens mais les brides d'informations glanées ça et là nous permettent malgré tout d'établir la

367 Christian Zervos lui-même cherche à doter ses *Cahiers d'art* d'une édition allemande en 1928, il loue pour cela des bureaux à Berlin mais l'état financier de son entreprise de lui permet finalement pas de réaliser ce projet. Cf. Yves Chevrefils-Desbiolles, *op. cit.* p. 142.

368 Reçu du 10 juin 1936 et reçu du 6 juillet 1936, Bobine n°12, fonds Vollard, Documentation du Musée d'Orsay.

369 BK, fond Quatre-Chemins, *Press-Books 1, 2 et 3* concernant les expositions et publications de 1925 à 1929

présence d'achats ou de ventes de tableaux à l'international ainsi que de comptes-rendus de presse dans des journaux étrangers. Ces liens sont d'ailleurs sans aucun doute à double sens : les marchands français achetant, montrant dans leurs galeries les artistes étrangers et faisant paraître des réclames pour des journaux et publications étrangères dans leurs revues. On peut ainsi de tout même conclure à la formation d'un réseau européen mêlant les marchands de notre corpus aux marchands et éditeurs, aux critiques d'art, aux collectionneurs des principales capitales artistiques européennes et principalement Berlin.

L'exportation américaine dans les années 1930

Pendant la débâcle économique des années 1930, la culture de masse américaine fut comme un antidote à la grande dépression. De même la pression des régimes totalitaires en Europe finit par entraîner après la Seconde Guerre mondiale la recomposition du paysage artistique et culturel : de nombreux artistes et intellectuels s'enfuirent en effet aux Etats Unis à la fin des années 1930, ce qui prépara l'essor culturel américain d'après guerre. Par ailleurs, pendant la crise des années trente, Roosevelt mise en place un ensemble de mesures afin de faire face à la récession économique – le *New Deal* – dont le célèbre *Federal Art Project*. Il s'agissait d'un programme d'aide à la création qui lança de nombreux projets dans le domaine des arts et de la littérature. La photographie documentaire et la peinture murale sont notamment en pleine expansion. Parmi cette effervescence créatrice on constate également l'essor de l'art abstrait qui bénéficie aussi du soutien de l'état (des artistes qui occuperont, après la guerre, le devant de la scène internationale, comme De Kooning, Pollock ou Rothko furent aidés et reçurent des commandes de cette agence fédérale).

On note d'ailleurs une grande présence américain dans les revues des galeries d'édition : le *Bulletin de la vie artistique* évoque par exemple les arts américains près d'une fois par numéro³⁷⁰. Mais la revue qui était sans doute le plus versée dans la culture américain fut *Formes, revue internationale des arts plastiques*, organe de diffusion de la galerie des Quatre-Chemins. L'équipe de direction de *Forme* était composée des Editions des Quatre-Chemins, de Waldemar George, directeur artistique, de Marcel Zahar, secrétaire de rédaction et du Baron Shigetaro Fukushima³⁷¹, directeur de publication. La revue était publiée dix fois par année en deux

370 Cf. Annexe n° : Analyse lexicométrique des *Bulletin de la vie artistique*, *Bulletin de l'Effort moderne* et de la revue *Formes*.

371 Grand collectionneur japonais, le Baron Fukushima soutient l'art moderne européen à partir des années 1920.

éditions, française et anglaise³⁷². L'édition en langue anglaise de *Formes*, était sous-titrée *An International Review of Plastic Arts* ; elle était publiée et imprimée en France. Son secrétaire était le poète anglais proche de James Joyce, Thomas McGreevy et la revue possédait un représentant exclusif à New-York : la Galerie Demotte inc. qui possédait également une galerie à Paris. *Formes* semble alors avoir eu un certain impact aux Etats-Unis si l'on en croit les publicités régulières pour des galeries new-yorkaises présentes dans les différents numéros de la revue. La dimension et les ambitions plus universelles de *Formes* qui se revendiquait « Grande revue d'art du XX^{ème} siècle », « encyclopédie internationale qui embrasse tous les domaines de la vie et de l'activité artistiques »³⁷³ lui permet sans doute d'être mieux accueillie aux Etats-Unis que les revues et bulletins profondément attachés à retranscrire l'activité d'une galerie.

Cette certaine reconnaissance peut sans doute expliquer la collaboration des Quatre-Chemins avec une maison américaine par la suite. Notons que nous avons évoqué au cours de cette étude principalement les publications des Quatre-Chemins entre 1924 et 1929, non pas à cause d'une diminution de l'activité des éditions dans les années 1930 mais en raison du manque d'information concernant cette période au sein du fonds d'archives. On sait néanmoins que la galerie étend encore ses activités, s'intéressant par exemple à la reproduction de tableaux et à l'édition d'estampes³⁷⁴. De fait, la correspondance de Walter Wladimir entre 1936 et 1939, conservée à la bibliothèque Kandinsky, nous montre qu'à cette période les Quatre-Chemins (qui prennent le nom de Editart) commandent spécialement aux artistes des estampes, dans le but de les reproduire, en collaboration avec l'entreprise américaine Raymond & Raymond. Cela témoigne d'une autre forme de valorisation et de diffusion de la création contemporaine (mais les reproductions concernent également des œuvres de la fin du XIX^{ème} siècle et du début du XX^{ème} siècle), qui est peut être plus « populaire » que l'édition de luxe. En effet, les estampes reproduites sont tirées à peu d'exemplaires – généralement 250³⁷⁵ – et sont vendues au public pour des sommes bien plus modiques que l'original, ce qui permet de posséder chez soi, une reproduction à moindre prix. Dans une lettre à Matisse³⁷⁶, Walter Wladimir explique même que ces œuvres ne sont pas destinées aux collectionneurs qui « peuvent acheter les œuvres originales » mais à la « jeunesse » (les écoles des Beaux-Arts, les biblio-

372 Aucune autre revue publiée par les galeries de notre corpus ne présente, dans la mesure de nos connaissances, une édition en langue étrangère.

373 *Formes*, n°1, décembre 1929.

374 Carton de correspondances WAL C1 8277, fonds Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

375 Carton de correspondances WAL C1 8277, les lettres à Lucie Utrillo de 1936 ou à Matisse de 1937 évoquent en effet un tirage limité à 250 exemplaires, fonds des Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

376 Carton de correspondances WAL C1 8277, [13/03/1936], lettre de W.W à Matisse, fonds Quatre-Chemins, Bibliothèque Kandinsky.

thèques des musées, etc), d'où la volonté des Quatre-Chemins de proposer des prix de vente les moins élevés possibles. Cette formule est également plus abordable pour le galeriste qui ne doit payer que les droits d'auteurs (qui vont de 500 francs à 1 000 francs pour les artistes les plus reconnus comme Matisse) et les frais de reproduction, en fonction du nombre et de la qualité du tirage. L'estampe originale est, quant à elle, généralement achetée par M. Raymond de New-York. Nous ne possédons aucune information sur cette personnalité, il s'agit sans doute d'un riche entrepreneur et collectionneur américain.

La tentation américaine fut prégnante pour d'autres marchands à l'instar de Jeanne Bucher qui songea à s'y établir après y avoir séjourné en 1935 (il s'agit de la période où elle ne possédait plus de galerie à Paris) mais elle ouvrit finalement boutique à une des extrémités du boulevard Montparnasse. Berthe Weill également sut également développer des relations commerciales à l'échelle internationale. Sa galerie se révéla par exemple être le centre d'approvisionnement des plus grands amateurs à travers le monde, comme Carter Harrison, ancien maire de Chicago, dont les tableaux modernes appartiennent aujourd'hui à l'*Art Institute* de la ville.

On peut ainsi conclure à l'entretien de rapports amicaux et commerciaux entre les marchands étudiés et les collectionneurs et galeries étrangères. Ces relations permettent d'élargir le cercle de diffusion des marchands et contribuent à former un réseau et un marché de l'art international. La « nébuleuse »³⁷⁷ formée par l'ensemble des individus gravitant autour des galeries d'édition est néanmoins difficile à décrire et à préciser. Cet affermissement des liens avec l'international depuis le début du XX^{ème} siècle doit être rapproché du débordement de la sphère d'activité des galeries qui mettent en œuvre de nouvelles formes de légitimation. Les revues et livres publiés par les galeries d'édition peuvent en effet connaître une diffusion plus rapide à l'étranger au regard de leur format. De fait, l'exportation d'œuvres d'art est beaucoup plus contrôlée et coûteuse, les droits d'importation des tableaux allant de 1,10 % à 2 % de la valeur déclarée. Les collectionneurs et galeries aussi bien en Europe qu'outre-atlantiques doivent ainsi souvent choisir les toiles qu'ils souhaitent acheter via un support photographique ne permettant pas la retranscription des couleurs authentiques et de l'échelle du tableau.

Cependant, malgré cette ouverture vers l'étranger afin de promouvoir les échanges artistiques mondiaux, Paris reste dans l'entre-deux-guerres le cœur de la création mondiale. La nécessité d'une extension des cercles de sociabilité et de reconnaissance des artistes est alors

³⁷⁷ Nous empruntons ce terme à l'ouvrage de Julie Verlaine, *Les galeries d'art contemporain à Paris*, op. cit.

moins prégnante qu'après la Seconde Guerre mondiale, les dernières années de la décennie 1930 signant les derniers feux de la prééminence de l'émulation artistique parisienne.

CONCLUSION

Quelles soient modestes ou luxueuses, les revues et éditions de galeries se sont multipliées dans l'entre-deux-guerres. Ainsi, les ambitions de cette étude étaient de définir un acteur particulier du monde de l'art : les galeries d'édition. Il s'agissait de décrire les tenants et les aboutissements de l'apparition et l'épanouissement de cet acteur sur un marché de l'art parisien en pleine mutation dans l'entre-deux-guerres. Ces galeries ont engagé un nouveau processus de valorisation et de légitimation artistique grâce à l'utilisation d'un nouveau médium : l'imprimé. Nous avons ainsi choisi d'étudier par leur intermédiaire la formation de la valeur artistique et des goûts de leurs contemporains.

Les galeries d'édition ont à première vue tout d'une galerie traditionnelle : un marchand à sa tête, un local parisien comportant une devanture et des cimaises, un programme d'exposition. Mais les marchands s'adonnent de plus en plus à une activité éditoriale, que ce soit en tant que directeur, rédacteur ou financeur ; et celle-ci peut consister en l'édition de livres d'art ou bien plutôt d'un organe d'information périodique général ou attaché aux activités de la galerie. De plus, non seulement ces acteurs occupent une place non négligeable sur le marché de l'art parisien entre 1919 et 1939 puisqu'ils représentent environ 14 % du total des galeries présentes³⁷⁸ dans la capitale française mais plusieurs des acteurs étudiés sont passés à la postérité : Ambroise Vollard et Daniel-Henri Kahnweiler font figure de marchands modèles tandis que Paul Guillaume ou Léonce Rosenberg sont connus pour leurs collections et leur soutien enthousiaste à un mouvement artistique en particulier. Leur rôle au sein du marché se sépare comme celui d'une galerie d'art « traditionnelle » en deux fonctions principales : la première consiste à rendre visible l'œuvre d'un artiste contemporain, la seconde est de la commercialiser. Cela induit ainsi une grande responsabilité, celle de présenter à un large public des œuvres qui seront alors soumises à leur appréciation, la possibilité de vente qui suit faisant office de validation et de confirmation de la reconnaissance du travail de l'artiste.

³⁷⁸ Si l'on reprend les chiffres de Malcom Gee dans *Dealers, critics and collectors, op. cit.* De 200 galeries parisiennes à la fin des années 1920.

Mais pour mener à bien au mieux cette tâche de « passeur », les galeries d'édition ont recours à de nouvelles médiations, et elles débordent alors du cadre de leur activité traditionnelles. En proposant une trace écrite des expositions, des critiques d'art ou encore des livres de peintres, fruits de la collaboration entre poésie et arts plastiques, les galeries – traditionnellement soumises au cadre temporel de l'exposition – pérennisent une forme de médiation artistique. De fait, l'articulation entre l'imprimé comme moyen d'un discours artistique et le livre comme objet d'art, les marchands de tableaux s'engagent dans le champ de médiation artistique et également dans le champ de la création. Ces éditions sont alors à tout point de vue le reflet des choix esthétiques de leurs propriétaires ; et il reste, comme nous l'avons vu au cours de cette étude, difficile d'évaluer précisément la portée réelle de ces activités éditoriales dans les performances commerciales d'une galerie, la discrétion étant la règle dans ce domaine. Non content d'être un lieu « passif » de visibilité des créations, les galeries deviennent ainsi des lieux d'expressions privilégiés des mouvements artistiques contemporains. Nos analyses montrent ainsi bien que les discours de promotion des marchands permettent une médiation plus efficaces et sont d'autant plus déterminants dans le processus de légitimation et de consécration de l'artiste.

Loin d'être une activité annexe, l'édition est le signe d'une mutation des rôles et fonctions de la galerie et de l'enrichissement de ces dernières toujours dans la perspective de la diffusion et de la consécration d'un artiste et d'une galerie. Les galeries d'édition étudiées ne sont donc pas à voir comme un ensemble à part sur le marché de l'art parisien mais plutôt tel un prolongement et une adaptation à la scène artistique contemporaine des galeries traditionnelles. Elles forment d'ailleurs un groupe très hétérogène, si bien qu'il est parfois difficile de faire une étude prosopographiques établissant des caractéristiques collectives. De fait, les galeries sont très différenciées – financièrement, esthétiquement, etc – et leur unité réside principalement dans leur activité éditoriale : elles sont ainsi situées rive droite ou rive gauche sans que l'épicentre des galeries, leur importance économique (même si une certaine aisance permettait la production de livres et revues plus luxueuses) ou les courants artistiques qu'elles soutenaient aient finalement grande importance. Le seul enjeu essentiel et commun aux galeries d'édition est l'élargissement maximal des cercles dans lesquels s'étend la reconnaissance des artistes.

L'absence d'étude présentant un état des lieux du marché de l'art parisien à cette période est à déplorer, tout comme le manque de recherche portant sur les critiques et les collectionneurs dans l'entre-deux-guerres, acteurs qui apportent également leur soutien à la légitimation artistique. Malgré ainsi la difficulté de mettre en relation tous ces acteurs, nous avons ici tenté de nous affranchir du particularisme et de l'hagiographie afin de proposer une histoire sociale et culturelle des intermédiaires artistiques à travers l'exemple d'acteurs qui nous ont semblé essentiels pour la période. La prise de position à travers les éditions perpétuent les engagements artistiques de la galerie à plus large échelle et engagent la galerie sur le terrain de l'historiographie et de la formation de l'histoire de l'art moderne.

Il est intéressant de percevoir ce nouveau débordement des prérogatives du marchand comme une étape dans l'influence croissante que les marchands d'art acquièrent progressivement dans différents domaines de la création : l'édition tout d'abord dans l'entre-deux-guerres, puis les jurys des salons et des prix, les acquisitions publiques qui sont influencées par certains marchands désireux de précipiter la consécration de leurs artistes³⁷⁹. Cet épanouissement de la figure du marchand qui naît dans l'entre-deux-guerres va se consolider en accentuant la porosité des fonctions de la galerie après la Seconde Guerre mondiale. La librairie-galerie La Hune est un exemple parfait de ce prolongement d'après-guerre : fondée en 1949 par Bernard Gheebant, elle combine une librairie spécialisée dans les domaines de la littérature, des sciences humaines et des arts, une galerie d'art et une maison d'éditions de livres de bibliophilie. Il s'agissait alors pour le marchand aussi bien d'une habileté technique et commerciale qui consistait à ne devoir rien à personne financièrement pour éditer un catalogue ou un livre de poésie que d'un moyen d'expression créatrice.

Les galeries d'édition sont ainsi symptomatiques d'un monde de l'art en évolution au sortir de la Première Guerre mondiale puis face aux totalitarismes européens qui considèrent les avant-gardes comme un art dégénéré. Le recours au médium « imprimé » permet aux galeries de démultiplier leurs moyens d'expressions et par là leur champ d'action, leur visibilité. De fait l'utilisation de l'édition induit une rupture dans les méthodes de transmission « traditionnelles » des œuvres d'art et ainsi une mutation dans la réception artistique des amateurs contemporains. Rendre visible, rendre compréhensible et appréciable un art de plus en plus hermétique aux yeux des néophytes est une tâche qui incombe aux marchands de tableaux.

379 Cf. Julie Verlaine, *Les galeries d'art contemporain à Paris. Une histoire culturelle du marché de l'art*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2013.

C'est la nouvelle médiation artistique proposée par ces derniers que nous avons tenté d'étudier tout au long de cette étude. Il s'agissait à la fois de présenter une œuvre tout en produisant un discours artistique à travers les livres et revues publiés. La construction de la valeur artistique d'une œuvre prenait alors par cette double médiation une plus grande légitimité. Enfin, l'importance de s'exporter vers l'international et notamment en Amérique où l'action culturelle bat son plein dans les années 1930 n'est sans doute pas étranger à l'utilisation de l'édition. En effet, si les échanges d'œuvres existaient au préalable, il va sans dire que les transferts et flux artistiques à l'international ont été grandement renouvelés par le biais de l'imprimé.

Ainsi on peut penser les galeries d'édition comme des médiateurs essentiels de l'art moderne qui devinrent indispensables dans les années 1950 et 1960 dans leur soutien à la création et dans la diffusion de normes culturelles. Joindre l'exposition à l'édition permettait la création d'une structure culturelle d'autant plus efficace pour remplir ces objectifs. L'étude de ce milieu révèle d'ailleurs une chronologie assez classique puisque le débordement des prérogatives du marchand amorcées dans les années 1920 (et précocement dans les années 1910 pour Ambroise Vollard et Daniel-Henri Kahnweiler notamment) fut fortifié dans les années 1930 par une diffusion de ce modèle au sein du marché de l'art parisien et aboutit finalement pleinement après la Seconde Guerre mondiale avec des galeries aux frontières de plus en plus poreuses et des marchands au rôle multiple.

Cette étude constitue ainsi un état des lieux du marché de l'art parisien dans l'entre-deux-guerres. Sans prétendre à l'exhaustivité, cette analyse pointe la multiplicité des perspectives de recherches encore vierges de dépouillement pour cette période. L'émulation artistique dans tous les domaines de la création qui caractérise la période 1919-1939 fut finalement peu étudié et la disparition de nombreuses archives ne facilite pas le travail de l'historien. Nous avons ainsi tenté à travers l'analyse d'un acteur du marché de l'art de rendre compte des profondes mutations qui sont engagées à cette époque, notamment par l'intermédiaire de l'imprimé.

Notons finalement que l'étude historique et sociale des revues d'art, déjà mis en avant par Yves Chevrefils-Desbiolles³⁸⁰, est désormais de plus en plus reconnue et étudiée, en témoigne l'accrochage actuel « Modernités Plurielles » du Centre Pompidou. En s'ouvrant sur un mur couvert de revues, l'exposition entend proposer un renouvellement du discours sur l'art mo-

380 Yves Chevrefils Desbiolles, *Les Revues d'art à Paris de 1905 à 1940*, Paris, Ent'revues, 1993.

derne en reconnaissant à ces éditions une formidable qualité plastique et un rôle non négligeable à la fois dans l'évolution stylistique de l'art, dans les connexions et échanges qui animent la scène de l'art moderne et une contribution à l'historiographie de l'art moderne. Il importait alors de noter que ces revues – et par extension pour notre analyse, les éditions d'art – qui ont permis la diffusion d'un discours faisant désormais autorité dans le domaine de l'histoire de l'art émanent pour nombre d'entre elles, d'acteurs directement engagés dans le marché de l'art, les marchands de tableaux. Un nouveau champ d'étude peut alors se mettre en place mêlant histoire culturelle de l'édition et sociologie de l'art.

**ETAT DES SOURCES ET
BIBLIOGRAPHIE**

ETAT DES SOURCES

I. LES ARCHIVES

1 – Galeries & marchands de tableaux

1.1 La Bibliothèque Kandinsky (*Musée national d'Art Moderne, Paris*)

- **Fonds Cahiers d'Art**

Archives personnelles biographiques avec les recherches de Christian Zervos et les projets d'Yvonne Zervos (galerie Cahiers d'art et galerie M.A.I). Documents administratifs de la revue Cahiers d'Art. Correspondances professionnelles de Christian Zervos, notamment la correspondance échangée entre les éditions et les fabricants (imprimerie, papeterie, pochoirs, reliure). Photographies et clichés. 7 boîtes sur les collections et expositions.

- **Fonds Galerie des Quatre-Chemins**

1 boîte (côte: WAL C1 8277) : Correspondances de M. Walter et différents artistes ou ayant-droits des artistes de 1935 à 1945

4 classeurs : 2 *press-books* des expositions entre 1925 et 1929, 1 *press-book* des éditions entre 1925 et 1929 et 1 classeur de coupures de presse entre 1950 et 1967.

- **Fonds Jeanne Bucher**

5 liasses. Photocopie des livres d'or de la galerie (1930-1950). Photocopie de documents préparatoire à l'exposition *Jeanne Bucher, une galerie d'avant-garde, 1925-1946*, organisée par les Musées et l'Université de Strasbourg en 1994 : étude sur l'ensemble des ventes de la Galerie Jeanne Bucher, établie à partir du registre d'exploitation ; listes des artistes « vendus » et d'acquéreurs ; liste des expositions organisées par Jeanne Bucher ; liste des éditions Jeanne

Bucher et copies d'articles choisis de périodiques. Correspondance choisie : photocopies de lettre de et à Jeanne Bucher par Rainer Maria Rilke et Jean Lurçat.

- **Fonds Léonce Rosenberg**

20 boîtes. Ensemble de lettres d'artistes (tels que Braque, Chagal, De Chirico, Ersnt, Gleizes, Gris, Herbin, Laurens, Léger, Lipchitz, Metzinger, Marcoussis, Miró, Mondrian, Ozenfant, etc) adressées à Léonce Rosenberg, directeur de l'Effort Moderne entre 1918 et 1925. Doubles de lettres dactylographiées de Léonce Rosenberg. Neuf dossiers de coupures de presse. Maquette du *Bulletin de l'Effort Moderne* (publié entre 1924 et 1927). Albums photographiques.

1.2 L'INHA (*Institut National d'Histoire de l'Art, Paris*)

- **Fonds Sagot-Le Garrec, libraires-éditeurs, marchands d'estampes (1876 – 1967)**

274 cartons. Éléments biographiques de la famille des Sagot-Le Garrec, documents concernant le fonctionnement de la galerie (dépenses immobilières, gestion du personnel, affaires commerciales, comptabilité), correspondances échangées, documents relatifs aux achats et ventes de la galerie, aux expositions, aux éditions, reproductions et tirages photographiques.

[carton 12] Publicité pour la galerie dans les journaux (contrats, factures, reçus, prospectus).

[carton 16] Livres de factures entre 1913 et 1921.

[carton 17] Livres de factures entre 1924 et 1938.

[carton 20] Livres de caisse entre 1929 et 1936.

[carton 22] Livre de compte (1934-1935), livre des crédits (1936), livre d'achats.

[carton 28] Livre d'achats (1908), livres de caisse (1922-1924 et 1928-1929).

[carton 29] Grand Livre (1917-1930), main courante (1933-1934), Grand Livre (1935-1936), crédit (1935-1936).

[carton 30] Commandes (1923-1948), livre de débits (1931-1934), livre de crédits (1935), journal des achats (1937-1938), journal des débits (1936).

[carton 40] Journal de compte (1921-1922), débits (1923-1926), livres d'achats (1923-1930), brouillard (1927-1934).

[carton 41] Débits entre 1935 et 1937.

[cartons 64 à 67] Lettres à des confrères.

[carton 120] Relatif aux expositions.

[carton 121] Relatif aux expositions à Paris et dans la région parisienne (classement par musée).

[carton 126] Ouvrage de J. GUIBERT *Le Pèlerin des Sept Saints de Bretagne*, avec illustrations dans le texte et hors texte de bois et gravures de M. J. FRELAUT, éditions Le Garrec, 1938-1939. Correspondance échangée avec Frelaut et Guibert, contrats signés, un exemplaire du manuscrit dactylographié, épreuves d'impression, deux exemplaires imprimés, comptabilité de l'édition de l'ouvrage.

- **Cartons verts Galeries jusqu'à 1970 (CVG1).** Rassemble des cartons d'invitation aux vernissages et des catalogues d'exposition comptant très peu de pages.
 - GAL 152. *Pochette Au Sacre du Printemps (2 pièces)*
 - GAL 190. *Pochette Éditions Albert Morancé (1 pièce)*
 - GAL 129. *Pochette Galerie Arts d'aujourd'hui*
 - GAL 100. *Pochette Galerie Balzac*
 - GAL 275. *Pochette Galerie Beaux-Arts*
 - GAL 012. *Pochette Galerie Berheim Jeune*
 - GAL 172. *Pochette Galerie Bonaparte*
 - GAL 140. *Pochette Galerie Briant-Robert*
 - GAL 014 et 015. *Pochette Galerie Charles Brunner*
 - GAL 020. *Pochette Galerie d'Art des Éditions G. Crès & Cie*
 - GAL 112. *Pochette Galerie De Goupil et Cie*
 - GAL 023. *Pochette Galerie Devambez*

- GAL 220. Pochette Galerie du Cygne
- GAL 148. Pochette Galerie Hodebert
- GAL ?. Pochette Galerie Jeanne Bucher
- GAL 147. Pochette Galerie La Boëtie
- GAL 031. Pochette Galerie de l'Effort Moderne
- GAL 071. Pochette Galerie Paul Rosenberg
- GAL 062. Pochette Galerie Percier
- GAL ? Pochette Galerie Povolowsky
- GAL 091. Pochette Galerie Vollard
- GAL 230. Pochette Le Niveau
- GAL 124. Pochette Le Portique
- GAL 218. Pochette Librairie Le François
- GAL 211. Pochette Librairie Maurice Dussarp
- GAL ? Pochette Librairie Paul Magné
- GAL 133. Pochette Quatre Chemins

1.3 Documentation du Musée d'Orsay

- **Fonds Vollard (mettre les numéros des microfilms)**

Bobines 1 à 13 : Registres commerciaux, agendas, quatre classeurs d'autographes classés par ordre alphabétique, boîtes de papiers non classés, plaques de verre, tirages photographiques anciens.

2 – Maisons d'Édition

Les archives consultées concernant le domaine de l'édition pendant l'entre-deux-guerres proviennent exclusivement de L'IMEC (*Institut Mémoires de l'Édition Contemporaine, Saint-Germain-la-Blanche-Herbe*).

- **Fonds Au Sans Pareil**

2 boîtes d'archives, 120 imprimés : photocopies d'archives économiques et juridiques, catalogues, dossiers iconographiques, documents de recherche rassemblés par Pascal Fouché³⁸¹ et ouvrages publiés au Sans Pareil.

- **Fonds Éditions surréalistes**

40 imprimés : Catalogues des Éditions Surréalistes et archives iconographiques.

- **Fonds Kra / Le Sagittaire**

Archives économiques et juridiques ; catalogues ; dossier de presse.

- **Fonds La Sirène**

Archives économiques et juridiques ; archives éditoriales ; catalogues ; dossiers de presse ; archives iconographiques.

3 – Artistes et Mouvements artistiques

Les fonds d'artistes consultés dans le cadre de ce travail de recherche de Master II proviennent exclusivement de la Bibliothèque Kandinsky (*Musée National d'Art Moderne*).

- **Fonds Delaunay**

- Correspondance échangée entre Sonia et Robert Delaunay et Joseph Delteil entre 1924 et 1974. Ensemble de lettres tapuscrites et manuscrites autographes, en français et en anglais, des brouillons et doubles de lettres, des télégrammes et dessins au feutre noir.

[1926] Carte postale de Delteil depuis l'Aude évoquant l'imprimeur Engelmann

381 FOUICHE Pascal, *Au Sans Pareil*, Paris, IMEC, 1989 (2^{ème} édition).

[1926] Carte idem

[1926] Carte postale évoquant *Allo ! Paris !*

[1926] Carte idem

[s. d.] lettre au crayon sur un papier déchiré, annotations chiffrées évoquant sans doute une affaire d'édition.

- Correspondance échangée entre Sonia et Robert Delaunay et des maisons d'éditions entre 1922 et 1978. Ensemble de lettres manuscrites ou tapuscrites, signées, datées pour la plupart et cartes diverses.

[1924] 1 feuille. Au Sans Pareil, éditions, librairie. Lettre sur papier à en-tête signée René Hilsum

[1926/1927] 5 feuilles. Éditions des Quatre-Chemins. Lettres évoquant Engelmann et le livre *Allo ! Paris !*

[1929] 1 feuille. Éditions Bonaparte.

[1934] 5 feuilles. Braun & C^{ie}, galerie et éditions d'art

- **Fonds André Lothe**

2 boîtes : lettres adressées à plusieurs écrivains, artistes, galeristes, dont Léonce Rosenberg entre 1927 et 1936.

- **Fonds Joan Miró**

- Correspondance échangée entre Joan Miró et Christian Zervos

[1932] 4 feuilles (MIR C3 3565 / MIR C3 3566)

[1934] 1 feuille

- **Fonds Vassily Kandinsky**

- Correspondance échangée entre Vassily Kandinsky et des éditeurs (1926 – 1939)

- Correspondance échangée entre Vassily Kandinsky et des galeries (1926 – 1939)

- **Collection Dada et Surréalistes**

Archives : 2 boîtes (190 tracts, manifestes, cartons d'invitation entre 1924 et 1969)

Dossiers : 3 boîtes sur le surréalisme, cartons d'invitation et coupures de presse.

II. LES SOURCES IMPRIMEES

1 – La Presse

1.1 La presse artistique spécialisées³⁸²

- **Gazette des Beaux-Arts**

Revue d'art française mensuelle fondée en 1859 par Édouard Houssaye, avec pour rédacteur en chef Charles Blanc.

INHA, Salle de lecture, semi-usuels 14 : Dépouillement systématique des bibliographies de la Gazette des Beaux-arts entre 1919 et 1939.

- **Cahiers d'Art**

Revue artistique et littéraire mensuelle, fondée en 1926 par Christian Zervos et publiée jusqu'en 1960.

Bibliothèque Kandinsky, usuels P 541 : Dépouillement systématique des réclames et annonces d'expositions entre 1926 et 1939.

- **L'Art vivant**

Revue artistique bimensuelle publiée à partir de 1924, dirigée par la librairie Larousse. Florent Fels en fut rédacteur en chef.

³⁸² La presse spécialisée a fait l'objet d'un dépouillement systématique en ce qui concerne la *Gazette des Beaux Arts* et les *Cahiers d'art* et d'un dépouillement ponctuel pour les autres.

- **Les Nouvelles littéraires**

Journal littéraire et artistique publié de 1922 à 1940, dirigée par la librairie Larousse. Maurice Martin du Gard en fut le rédacteur en chef de 1922 à 1936.

- **Paris-Soir**

Quotidien publié entre 1923 et 1944. Dépouillement de la section « la vie artistique ».

2 – Les publications des marchands de tableaux et galeries composant le corpus

2.1 Les bulletins et revues

Avertissement : Nous renvoyons ici à notre tableau de synthèse des revues éditées par les galeries d'édition (Annexe II.3 Figure 1). Ces publications furent toutes consultées à la Bibliothèque Kandinsky, à la BNF ou à l'INHA.

2.3 Les livres et catalogues

Avertissement : Les ouvrages correspondant à cette catégorie figurent tous dans notre annexe II.3 Figure 2, il ne nous a donc pas alors semblé nécessaire de reproduire ici cette longue liste. Ces éditions furent consultées à la Bibliothèque Kandinsky pour certaines, à la BNF ou à l'INHA, nous n'avons cependant pas pu étudier tous ces ouvrages.

2.3 Les mémoires, correspondances publiées ou récits autobiographiques de marchands

Marcelle Berr de Turique, *Je les ai connus : Chagall, Dufy, Valadon...*, Paris, l'Harmattan, 2003 (rééd.).

D.-H. Kahnweiler, *Mes galeries et mes peintres, Entretiens avec Francis Crémieux*, Paris, Gallimard, 1961.

Fernand Léger – Léonce Rosenberg, 1917 – 1937, Correspondances, textes présentés, établis et annotés par Christian DEROUET, Paris, Éditions du Centre Pompidou, 1996.

Francis Picabia : Lettres à Léonce Rosenberg, 1929 – 1940, textes présentés, établis et annotés par Christian DEROUET, Paris, Éditions du Centre Pompidou, 2000.

Ambroise Vollard, *Souvenirs d'un marchand de tableaux*, Paris, Albin Michel, rééd. 2005.

Berthe Weill, *Pan ! Dans l'oeil ou trente ans dans les coulisses de la peinture contemporaine : 1900-1930*, Dijon, L'Echelle de Jacob, 2009 (rééd.).

3 – Les Annuaire et registres

3. 1 Le bottin du commerce, Archives de Paris

Noms et adresses des commerçants et fabrication de Paris et sa banlieue de 1805 à 1986. Dépouillement des entrées « marchands de tableaux » et « éditeurs » entre 1919 et 1939.

Microfilms : 2Mi3 1 à 391.

3.2 Le Registre du Commerce de la Seine, Archives de Paris

Immatriculation de toutes les sociétés parisiennes entre 1919 et 1954. Dépouillement des entrées :

- Sociétés :

[D34U3 3576] Galeries A-Z

[D34U3 3661] Librairies A-Z

- Enseignes :

[D34U3 2987] Galeries A-M

[D34U3 2988] Galeries M-Z

[D34U3 3077] Librairies A-JUV

[D34u3 3078] Librairies KAR-PAP

[D34U3 3079] Librairies PAR-ZOD

[D34U3 2934] Maisons d'édition A-Z

[D34U3 2935] Maisons d'édition M-Z

BIBLIOGRAPHIE

1 – Les ouvrages généraux d'histoire et d'histoire de l'art

1.1 Contexte politique et économique

BERSTEIN Serge, *La France des années 30*, Paris, Armand Colin, 2010 (5ème éd.).

BERSTEIN Serge et MILZA, Pierre, *Histoire de la France au XX^{ème} siècle. I, 1900 – 1930*. Paris, Perrin, 2009.

1.2 Histoire sociale et culturelle

BOUGAULT Valérie, *Paris Montparnasse, à l'heure de l'art moderne, 1910 – 1940*, Paris, Terrail, 1997.

BOUVET Vincent, DUROZOI, Gérard, *Paris : 1919 – 1939 : art et culture*, Paris, Hazan, 2009.

COHEN Evelyne, *Paris dans l'imaginaire national de l'entre-deux-guerres*, Paris, Publications de la Sorbonne, 1999.

COHEN E., GOETSCHÉL P., ORY P., et alii, *Dix ans d'histoire culturelle : état de l'art*, Villeurbanne, Presses de l'ENSSIB, 2011.

CRUSPILLE Jean-Paul, *La vie quotidienne à Montparnasse à la grande époque : 1905 – 1930*, Paris, Hachette, 1976.

CRUBELLIER Maurice, *Histoire culturelle de la France XIX^{ème}-XX^{ème} siècle*. Paris, Armand

Colin, 1978.

GOETSCHER Pascale et LOYER Emmanuelle, *Histoire culturelle de la France : de la Belle Époque à nos jours*, Paris, Armand Colin, 2011.

PATRY André, *Les années folles à Paris*, Montréal, Editions Humanitas-Nouvelle optique, 1990.

RIOUX Jean-Pierre et SIRINELLI Jean-François (dir.), *Histoire culturelle de la France. Vol 4, le temps des masses : le vingtième siècle*, Paris, Éditions du Seuil, 2005.

SIEGEL Jerrold, *Paris bohème, Culture et politique aux marges de la vie bourgeoise, 1830 – 1930*, Paris, Gallimard, 1991.

1.3 Histoire des politiques culturelles

GOLAN Romy, *Modernity and nostalgia : art and politics in France between the wars*, New Haven, Yale University Press, 1995.

LAURENT Jeanne, *Arts et pouvoirs en France de 1793 à 1981 : histoire d'une démission artistique*, Saint-Étienne, CIEREC, 1982.

ORY Pascal, *La belle illusion : culture et politique sous le signe du Front populaire, 1935 – 1938*, Paris, Plon, 1994.

POIRRIER Philippe, *L'État et la culture en France au XX^{ème} siècle*. Paris, Librairie générale française, 2006.

URFALINO Philippe, *L'invention de la politique culturelle*, Paris, Hachette, 2011.

1.4 Histoire de l'art et des mouvements artistiques

- *Histoire générale de l'art et des courants artistiques du XX^{ème} siècle*

BARROT Olivier et ORY, Pascal, *Entre deux guerres : la création française entre 1919 et 1939*, Paris, F. Bourin, 1990.

DAGEN Philippe (dir.), *Époque contemporaine XIX^{ème}-XX^{ème} siècle*, Paris, Flammarion, 2010.

L'ange du bizarre. Le romantisme noir de Goya à Max Ernst [Exposition au Musée d'Orsay du 5 mars au 9 juin 2013], Paris, Musée d'Orsay, 2013.

GRENIER Catherine (dir.), *Modernités plurielles, 1905-1970*, Paris, Editions du Centre Pompidou, 2013.

ROYAL ACADEMY OF ARTS, *Paris, capitale des arts 1900 – 1968* [exposition Londres, Royal Academy of arts, 26 janvier – 19 avril 2002], Paris, Hazan, 2002.

WAYNE Kenneth, GREEN Christopher, *Picasso, Braque, Léger and the Cubist spirit, 1919 – 1939* [exhibition, Portland Museum of art, 1996]. Portland, Portland Museum of art, 1996.

- *Les quartiers artistiques parisiens*

BUISSON Sylvie., PARISOT, Christian, *Paris-Montmartre : les artistes et les lieux 1860 – 1920*, Paris, Éditions Pierre Terrail, 1996.

CHARENSOL George, *De Montmartre à Montparnasse*, Paris, Éditions François Bourin, 1990.

DROT Jean-Marie (dir.), *Les heures chaudes de Montparnasse*, [Exposition au musée du Montparnasse 15 juin 2007 – 6 janvier 2008], Paris, 2007.

Montparnasse, l'Europe des artistes 1915 – 1945, Aoste, Musée archéologique national, 1999.

- *Le surréalisme*

BANCQUART Marie-Claire, *Paris des surréalistes*, Paris, Éditions de la Différence, 2004.

DUROZOI Gérard, *Histoire du mouvement surréaliste*, Paris, Hazan, 1997.

PICON Gaëtan, *Le surréalisme : 1919 – 1939*, Genève, Éditions Skira, 1995.

SPIES Werner, (dir.), *Max Ernst : « Une semaine de bonté », les collages originaux* [Exposition Fundación MAPFRE, Madrid, 2009., Musée d'Orsay, Paris, 2009], Paris, Musée d'Orsay, 2009.

- *l'École de Paris*

L'École de Paris, 1904 – 1929 : la part de l'Autre [Exposition au MNAM du 30 novembre 2000 au 11 mars 2001], Paris, Musée national d'Art Moderne, 2000.

Paris, capitale de l'Amérique : l'avant-garde américaine à Paris, 1918 – 1939, Paris, Musée de Giverny, 2003.

- *Le « Retour à l'ordre »*

DAGEN Philippe, *Le Silence des peintres. Les artistes face à la Grande Guerre*, Paris, Fayard, 1996.

SILVER Kenneth E., *Vers le retour à l'ordre : l'avant-garde parisienne et la première Guerre mondiale, 1914 – 1925*, Paris, Flammarion, 1991.

- *L'abstraction*

BRION Marcel, *L'Art abstrait*, Paris, Albin Michel, 1956.

PRAT Marie-Aline, *L'abstraction en France 1919 – 1939*, Paris, CNDP, 1984.

SEUPHOR Michel, *La peinture abstraite, sa genèse, son expansion*, Paris, Flammarion, 1964.

- *Le réalisme*

Les réalismes 1919 – 1939 [Exposition au Centre Pompidou du 17 décembre 1980 au 20 avril 1981] Paris, Centre Pompidou, 1980.

2 – Le marché de l'art et ses acteurs

2.1 Histoire et sociologie du marché de l'art

ACCOMINOTTI Fabien, « Marché et hiérarchie : La structure sociale des décisions de production dans un marché culturel » dans *Histoire & mesure*, EHESS, vol. XXIII, n° 2, Paris, 2008.

ACCOMINOTTI Fabien, *Values, Inequalities and Creativity in the Market for Modern Art*, Paris, Thèse de doctorat de l'EHESS, 2010.

ACCOMINOTTI Fabien, «Marché et hiérarchie. La structure sociale des décisions de production dans un marché culturel », dans *Histoire & Mesure*, 2008/2 (Vol. XXIII), Paris, Éditions de l'EHESS, 2008.

BANDIER Norbert, *Sociologie du Surréalisme 1924 – 1929*, Paris, La Dispute, 1999.

BECKER Howard, *Les mondes de l'art*, Paris, Flammarion, 1988.

CAUNE Jean, *Pour un esthétique de la médiation. Le sens des pratiques culturelles*, Saint-Martin-d'Hères, Presses Universitaires de Grenoble, 1999.

GEE Malcolm, *Dealers, critics, and collectors of modern painting : aspects of the Parisian art market between 1910 and 1930*, New York, Garland Pub, 1981.

HAUSER Arnold, *Histoire sociale de l'art et de la littérature*, Paris, Le Sycomore, 1984.

HOOG Michel et GIRAUDON Colette, *“Les Arts à Paris” chez Paul Guillaume*, Paris, Réunion des Musées Nationaux, 1993.

MICHAEL C, *Making Modernism : Picasso and the Creation of the Market for Twentieth-Century Art*, University of California Press, 1996.

MOULIN Raymonde, *L'artiste, l'institution et le marché*, Paris, Flammarion, 2009.

MOULIN Raymonde, *Le marché de la peinture en France*, Paris, Éditions de Minuit, 1970.

HEINICH Nathalie, *La sociologie de l'art*, Paris, La Découverte, 2004.

HEINICH Nathalie, *Etre artiste: les transformations du statut des peintres et des sculpteurs*, Paris, Klincksieck Editions, 2005.

HEINICH Nathalie, *Faire voir; l'art à l'épreuve de ses méditations*, Paris, Les Impressions Nouvelles, 2009.

HEINICH Nathalie, « L'art du scandale. Indignation esthétique et sociologie des valeurs » dans *Politix* n°71, 2005/3, Paris, pp. 121 à 136.

ROUGET Bernard, SAGOT-DUVAUROUX Dominique, *Economie des Arts Plastiques. Une analyse de la médiation*, Paris, L'Harmattan, 1996.

WENCESLAS Lizé, NAUDIER Delphine et ROUEFF Olivier, *Intermédiaires du travail artistique. A la frontière de l'art et du commerce*, Paris, Ministère de la Culture et de la Communication, 2011.

WHITE Harrison Colvar et WHITE Cynthia Alice, *Canvases and careers, institutional change in the French painting world*, New-York, Londres, Sydney, J. Wiley and sons, 1965.

2.2 Les acteurs³⁸³

- *Les marchands de tableaux et les galeries*

A proximité des Poètes et des Peintres – 40 ans d'Édition Maeght, exposition au Centre de Création Contemporaine de Tours du 20 juin au 28 septembre 1986, Paris, Édition Maeght, 1986

ASSOULINE Pierre, *L'Homme de l'art : D.-H. Kahnweiler (1884 – 1979)*, Paris, Gallimard, 1989.

BENSTOCK Shari, *Les femmes de la rive gauche, Paris 1900 – 1940*, Paris, Éditions des Femmes, 1987.

BERNIER Georges, *D.-H. Kahnweiler : marchand et critique*, Paris, Séguier, 1996.

Daniel-Henri Kahnweiler, marchand, éditeur, écrivain [Exposition au MNAM du 22 novembre 1984 au 28 janvier 1985], Paris, Centre Pompidou, 1984.

DEROUEZ Christian, « Faux collectionneurs, vrais donateurs, quelques marchands de tableaux à Paris entre 1900 et 1960 », dans *Passion Privées*, Paris, MNAM, 1955, pp. 46-58.

DEROUEZ Christian et alii, *Jeanne Bucher : une galerie d'avant-garde, 1925-1946 : de Max Ernst à De Staël*, Strasbourg, Éditions Skira, 1994.

DEROUEZ Christian, *Zervos et Cahiers d'art [archives de la Bibliothèque Kandinsky]*, Paris, Centre Pompidou, 2011.

GRANOFF Katia, *Histoire d'une galerie*, Paris, Granoff Editions, 1949.

L'aventure de Pierre Loeb, la galerie Pierre [Exposition au MNAM du 7 juin au 16 septembre 1979], Paris, Centre Pompidou, 1979.

³⁸³ Excepté les artistes qui ont été évoqués dans la sous-partie 1.4

MARSAN Claire, *la galerie d'art*, Paris, Filigranes Éditions, 2011.

NAHON Pierre, *Les marchands d'art en France : XIX^e et X^e siècles*, Paris, Éditions de la Différence, 1998.

SANCHEZ Pierre, *Les expositions de la Galerie Berthe Weill (1901-1942) et de la Galerie Devambez (1907-1926)*, Paris, Echelle de Jacob, 2009.

SINCLAIR Anne, *21 rue La Boétie*, Paris, Éditions Grasset, 2012.

VERLAINE Julie, *Les galeries d'art contemporain à Paris, une histoire culturelle du marché de l'art, 1944-1970*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2012.

TUROWSKI Andrezej, *Art et artistes autour de Zervos*, Dijon, Presses Universitaires de Dijon, 1997.

WEILL Berthe, *Pan ! Dans l'oeil !* Paris, l'Echelle de Jacob, 2009 (préface de François Roussier de la Tronche).

- *Les collectionneurs et les critiques d'art*

CABANNE Pierre, *Les grands collectionneurs. Tome II, Être collectionneur au XX^e siècle*, Paris, les Éd. De l'Amateur, 2004.

CHEVREFILS DESBIOLLES Yves, « Le critique d'art Waldemar-George. Les paradoxes d'un non-conformiste », Paris, *Archives juives. Revue d'histoire des Juifs de France*, n° 41/2, 2^e semestre 2008.

CHEVREFILS DESBIOLLES Yves, « Expressionnisme et artistes expressifs dans les essais critiques de Waldemar-George ». Actes du colloque *L'espressionismo: una costruzione d'alterità. Francia e Italia di fronte all'espressionismo* (M. Grazia Messina, D. Jarrassé), Rome, Villa Médicis, 2010.

2.3 La scénographie

DAVALLON Jean, *L'exposition à l'oeuvre*, Paris, L'Harmattan, 1999.

2.4 Une approche spatiale

- *Ouvrages ayant inspirés la méthode : études de géographie culturelle*

BEAUJEU-GARNIER Jacqueline, *Paris : hasard ou prédestination ? Une géographie de Paris* Paris, Hachette, 1993.

BEAUJEU-GARNIER Jacqueline, *Atlas de Paris et de la région parisienne*, Paris, 1967.

CHARLE CH., *Théâtres en capitales. Naissance de la société du spectacle à Paris, Berlin, Londres, Vienne (1860 - 1914)*, Paris, Albin Michel, 2008.

GAMBONI Dario, *La Géographie artistique*, Disentis (Suisse), Ars Helvetica, 1987.

GRESILLON Boris, « Ville et création artistique. Pour une autre approche de la géographie culturelle », *Annales de Géographie*, 2008/2-3 (n°660-661), Paris, Armand Colin, 2008, pp. 179-198.

- *La géographie artistique*

JOYEUX-PRUNEL Béatrice, *Géopolitique des avant-gardes : une histoire socioculturelle des avant-gardes picturales, 1848-1968*, Paris, Gallimard, 2014 (à paraître).

ZAMAR Marcel, « Géographie des galeries parisiennes » dans *Panorama des arts*, Paris, Aimery Somogy, 1947.

3 – Le marché du livre

3.1 La littérature au XX^{ème} siècle

BRETON André, *Le surréalisme et la peinture*, Paris, Gallimard, 1925 (réed. 2002).

BRETON André, *Manifestes du surréalisme*, Paris, Gallimard, 1958 (réed. 1985).

BRETON André, *Nadja*, Paris, Gallimard, 1972.

BUSTARRET Claude., CHEVREFILS DEBIOLLES Yves., PAULHAN Claude (dir.), *De l'archive à l'œuvre. Les dessins d'écrivains*, Paris, Éditions Le Manuscrit, 2011.

3.2 Histoire générale du livre et du livre d'art

BARBIER Frédéric, *Histoire du livre*, Paris, Armand Colin, coll. « U », 2001.

BARBIER Frédéric, *Paris, capitale des livres. Le monde des livres et de la presse à Paris, du Moyen Âge au XX^{ème} siècle*, Paris, 2007.

BLASSELLE Bruno, *Histoire du Livre*, Paris, Gallimard, coll. « Découvertes Gallimard », 2008.

DUFOUR Isabelle, *Les Mutations de l'édition littéraire dans l'entre-deux-guerres*, DEA d'histoire, dir. Jean-Yves Mollier, UVSQ, 2003.

FULACHER Pascal, LHERITIER Gérard et SICARD, Michel, *Six siècles d'art du livre : de l'incunable au livre d'artiste*, Paris, Musée des lettres et manuscrits Éditions, 2012.

HASKELL Francis, *La difficile naissance du livre d'art*, Paris, 1997.

MARTIN Henri-Jean et CHARTIER Roger, *Histoire de l'édition française*, 4vol, Paris, Fayard, 1983-1986 (réed. 1990).

ISRAEL Armand, WARIDEL Brigitte (dir.), *Livres d'art : Histoire et techniques*, Lausanne, Bibliothèque cantonale et universitaire, 1994.

LEGENDRE Bertrand, *Les Métiers de l'édition*, Paris, Le Cercle de la Librairie, 1996.

LE MEN Ségolène, « Le siècle de l'illustration » dans *Illustration, histoire de l'art et histoire du livre*, Paris, Encyclopedica Universalis, 1990.

LE MEN Ségolène, « Quant au livre illustré » dans *Revue de l'art n°44*, Paris, Éditions du CNRS, 1979.

MELOT Michel, *L'illustration, Histoire d'un art*, Genève, Éditions Albert Skira, 1984.

MICHON Jacques et MOLLIER Jean-Yves (dir.), *Les Mutations du livre et de l'édition dans le monde du XVIII^{ème} siècle à l'an 2000*, Québec, Presses de l'université de Laval ; Paris, L'Harmattan, 2001.

MOLLIER Jean-Yves, *L'Argent et les lettres. Histoire du capitalisme d'édition. 1880 – 1920*, Paris, Fayard, 1988.

MOLLIER Jean-Yves, *Édition, presse et pouvoir en France au XX^{ème} siècle*, Paris, Fayard, 2008.

PREISS Nathalie, RAINEAU Joëlle (dir.), *L'image à la lettre*, Paris, Paris-Musées, Éditions des cendres, 2005.

ROBINE Nicole, *Lire des livres en France des années 1930 à 2000*, Paris, Cercle de La Librairie, 2000.

ROGER-MARX Claude, *Anthologie du livre illustré par les peintres et sculpteurs de l'école de Paris*, Genève, 1944.

SCHNEIDER Annie., *Le livre objet d'art, objet rare*, Paris, Éditions de la Martinière, 2008.

3.3 Le livre illustré et le rapport texte-image

BERTRAND Gérard, *L'Illustration de la poésie à l'époque du cubisme, 1909 – 1914*, Paris, Klincksieck, 1971.

BROGOWSKI Leszek, *Éditer l'art : Le livre d'artiste et l'histoire du livre*, Gdansk (Pologne), 2010.

BUTOR Michel, *Les mots dans la peinture*, Genève, Skira-Flammarion, 1969 (réed. 1994).

CHAPON François, *Le peintre et le livre : l'âge d'or du livre illustré en France 1970 – 1970*, Paris, Plon, 1987.

De l'écriture à la peinture, exposition à la fondation Maeght du 4 juillet au 14 novembre 2004, Paris, Edition Maeght, 2004.

Le livre et l'artiste : actes de colloque, Marseille, Bibliothèque départementale des Bouches-du-Rhône et les éditions Le mot et le reste, 2007.

MOEGLIN-DELCROIX Anne., *Esthétique du livre d'artiste, 1960 – 1980 : une introduction à l'art contemporain*, Paris, Éditions le mot et le reste, 2011.

PEYRE Yves, *Peinture et Poésie, le dialogue par le livre 1874 – 2000*, Paris, Gallimard, 2001

VALERY Paul, « Les deux vertus d'un livre », [1926], dans *Œuvres*, Paris, Gallimard, coll. « Bibliothèque de la Pléiade », t. II, 1957.

VOUILLOUX Bernard, *La Peinture dans le texte, XVIIIème – XXème siècles*, Paris, CNRS LANGAGE, 2005.

STRACHAN W.-J., *The artist and the book in France : the 20th century*, New-York (États-Unis), 1969.

3.4 Les librairies, l'édition et les revues d'art

BELLANGER Claude, GODECHOT Jacques (dir.), *Histoire générale de la presse française. Tome III, De 1871 à 1940*, Paris, Presses Universitaires de France, 1972.

BEACH Sylvia, *Adrienne Monnier et la vie littéraire à Paris dans l'entre-deux-guerres*, Paris, Fayard, 2003.

BERNARD Vanessa, *Les revues d'art en France de 1920 à 1960*, Mémoire, Université de Toulouse Le Mirail, 2007.

CHEVREFILS DESBIOLLES Yves, *Les revues d'art de l'entre-deux-guerres à Paris*, Paris, Éditions Ent'revues, 1993.

Des revues d'art en Europe, exposition au Musée de la ville de Strasbourg du 31 mai au 30 juin 1991, Strasbourg, Ent'revues, 1991.

FOUCHE Pascal, *Au Sans Pareil*, Paris, IMEC, 1983.

FOUCHE Pascal, *La sirène*, Paris, Bibliothèque de la littérature française contemporaine de l'Université de Paris VII, 1984.

FROISSART-PEZONE Rosella, CHEVREFILS-DESBIOLLES Yves (dir.), *Les revues d'art : stratégies et réseaux au XX^{ème} siècle*, Rennes, Presses Universitaires de Rennes, 2011.

GHEERBRANT Bernard, *À La Hune : histoire d'une librairie-galerie à Saint-Germain-des-Prés*, Paris, Centre Georges Pompidou, 1988.

LAFONT-COUTURIER, Hélène, « La maison Goupil ou la notion d'oeuvre originale remise en question », dans *Revue de l'Art*, 1996, n°112, pp. 59-69.

LAURENT François et MOUSLI Béatrice, *Les Éditions du Sagittaire. 1919 – 1967*, Paris, IMEC, 2003.

LEBLANC Frédérique, LOISY François, SOREL Patricia, *Histoire de la librairie française*, Paris, Éditions du Cercle de La Librairie, 2008.

MAGER Frédéric, *Edmond Bailly et La Librairie de l'Art Indépendant*, DEA d'histoire, dir. Jean-Yves Mollier, UVSQ, 2005.

MAHE Raymond, *Bibliographie des livres de luxe de 1900 à 1928 inclus*, 3 tomes, Paris, René Kieffer, 1931.

PLUET-DESPATIN Jacqueline, LEYMARIE Michel et MOLLIER Jean-Yves (dir.), *La Belle époque des revues, 1880 – 1914*, Paris, IMEC, 2002.

SEBBAG Georges, *Les Éditions Surréalistes 1926 – 1928*, Paris, IMEC, 1993.

TABLE DES MATIERES

Remerciements.....	4
Abréviations et sigles.....	5
Sommaire.....	7
INTRODUCTION.....	8
PARTIE I. UNE NOUVELLE MÉDIATION.....	26
Chapitre I. Le marché de l'art parisien dans l'entre-deux-guerres.....	27
A° Dynamisme de l'après-guerre.....	28
B° Les années folles : l'émulation artistique et intellectuelle parisiennes.....	33
C° Le moment d'une conciliation et d'un rapprochement des milieux littéraires et artistiques	35
Chapitre II. Quels marchands pour cette nouvelle médiation ?.....	43
A° Qui devient marchand et comment le devient-on ?	44
B° Le marchand-éditeur, un marchand moderne ?.....	60
Chapitre III. hétérogénéité de galeries.....	65
A° Des lieux hybrides : articuler la double activité et administrer l'espace.....	65
B° Des lieux d'exposition.....	74
C° Des lieux de transactions économiques.....	80
D° Des lieux de sociabilité.....	92
PARTIE II. LES ÉDITIONS : ESPACES PUBLICITAIRES, INSTRUMENTS DE MÉDIATION ET DE DIFFUSION OU DISCOURS DE LÉGITIMATION.....	96
Chapitre IV. L'intérêt de l'imprimé.....	97
A° Les catalogues d'exposition, prémisses d'une activité éditoriale plus engagée.....	98
B° Le développement de l'imprimé dans l'entre-deux-guerres.....	107
Chapitre V. Le livre illustré : œuvre d'art ou ouvrage de bibliophilie ?.....	114
A° L'objet « livre » : forme et contenu.....	114
B° Les différentes étapes de l'édition d'un livre.....	123
Chapitre VI. Des publications bicéphales : mi-bulletin, mi-revue.....	132
A° La revue d'art.....	133
B° Une chronique publicitaire.....	136
C° Une tribune engagée.....	145
PARTIE III. INTÉGRATION ET ÉVOLUTION DES GALERIES D'ÉDITION AU SEIN D'UN MARCHÉ DE L'ART PARISIEN ET INTERNATIONAL TROUBLÉ ET CONCURRENCÉ DANS L'ENTRE-DEUX-GUERRES.....	152
Chapitre VII. L'efficience des galeries d'édition sur le marché parisien.....	153
A° Quel(s) public(s) ? Quel(s) acheteur(s) ? Quel(s) lecteur(s).....	153
B° Distinction sur un marché concurrencé.....	163

Chapitre VIII. Centres parisiens, circulations et réseaux artistiques internationaux.....	174
A° La mise en place d'un réseau.....	174
B° Des pôles culturels internationaux.....	177
CONCLUSION.....	190
ÉTATS DES SOURCES ET BIBLIOGRAPHIE.....	195
État des sources.....	196
Bibliographie.....	206