

Le marché de l'Art déco à Paris : Évolutions, bilan et perspectives

Lamia Içame

► **To cite this version:**

Lamia Içame. Le marché de l'Art déco à Paris : Évolutions, bilan et perspectives . Art et histoire de l'art. 2014. <dumas-01544731>

HAL Id: dumas-01544731

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-01544731>

Submitted on 22 Jun 2017

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.



ÉCOLE DU LOUVRE

Lamia IÇAME

Le marché de l'Art déco à Paris

Évolutions, bilan et perspectives

Mémoire de stage
(2^e année de 2^e cycle)
en marché de l'art
présenté sous la direction
de M. PATRICK MICHEL
et de MME. SABRINA DOLLA

Septembre 2014

Le contenu de ce mémoire est publié sous la licence *Creative Commons*

CC BY NC ND



Avant-propos

La présente étude est le fruit de recherches effectuées à l'issue d'une expérience de six mois en tant que stagiaire au sein du département Art déco de la maison de ventes aux enchères Artcurial – Briest – Poulain – F. Tajan (ci-après Artcurial). C'est aux côtés de la directrice et spécialiste du département, Madame Sabrina Dolla, ainsi que de Madame Cécile Tajan, doctorante dans le domaine de l'Art déco et chargée des recherches documentaires, que j'ai eu la responsabilité de plusieurs tâches. Celles-ci ont été, de façon non exhaustive, liées à la préparation de catalogues (recherches documentaires sur les œuvres et artistes, recherches des cotes, aide à l'écriture de notices, étiquetage, pointage et aide à la photographie des œuvres), à la préparation de la vente (envoi de catalogues, préparation des mandats de vente, des certificats d'exportation des œuvres, des formulaires de plus-value et d'attestation de territoire des œuvres, exposition des œuvres et médiation auprès des clients, clerc-convertisseur durant la vente) et enfin à la gestion après-vente (*after-sales*, stockage et acheminement des œuvres).

L'immersion totale dans ce monde du marché de l'Art déco a tout naturellement permis d'aboutir à ce sujet de mémoire aux multiples ambitions, dans la mesure permise par le format de l'exercice. Cet écrit n'a pas la prétention d'être un travail théorique sur l'Art déco, mais d'en donner une définition assez juste en évoquant toute sa complexité et sa multiplicité. Cette étape est nécessaire afin de cerner l'objet même du sujet traité par la suite, à savoir la redécouverte du mouvement pour aboutir au véritable questionnement de ce mémoire portant sur le marché de l'Art déco. Ce dernier sera étudié jusqu'à nos jours afin de pouvoir dresser le tableau du marché de l'Art déco en 2014 à Paris.

Ce travail s'appuie tout autant sur des ouvrages portant sur le mouvement même de l'Art déco que sur des articles de presse, permettant de connaître au fil du temps le statut de ce marché, ou encore sur les catalogues des ventes majeures jalonnant l'histoire de ce

marché, des bilans et communiqués de presse des maisons de ventes aux enchères, des catalogues d'exposition et enfin sur des entretiens avec des professionnels du milieu, qu'ils soient formels tel que cela a été le cas avec Monsieur Thierry Chaudière, responsable de la galerie parisienne Makassar, ou encore informels avec les personnes côtoyées au cours de mon stage.

Remerciements

Je tiens à adresser mes remerciements à Madame Sabrina Dolla, spécialiste au département Art déco de la maison de ventes aux enchères Artcurial, qui fut mon maître de stage durant ces six mois, ainsi qu'à Madame Cécile Tajan, chargée des recherches documentaires et titulaire d'une thèse de doctorat portant sur Jacques Adnet et la Compagnie des arts français. Je les remercie pour leur disponibilité, leur bienveillance et les connaissances qu'elles m'ont transmises tout au long de mon stage.

Je remercie également mon directeur de recherche, Monsieur Patrick Michel, professeur en histoire de l'Art à l'université de Lille 3, pour m'avoir aiguillée dans le choix de mon sujet, ainsi que pour ses conseils prodigués tout au long de cette année d'études.

Je remercie Monsieur Thierry Chaudière, responsable de la galerie parisienne Makassar pour son accueil et pour avoir pris le temps de répondre à mes interrogations concernant le marché de l'Art déco.

Je remercie également le personnel de la Bibliothèque Nationale de France et de l'Institut National d'Histoire de l'Art pour leur aide méthodique.

Je tiens à remercier les équipes d'Artcurial pour leur accueil chaleureux.

Enfin, je me permets d'adresser mes remerciements aux personnes de mon entourage pour leurs conseils et leur soutien.

Introduction

L'Art déco est une période très restreinte, mais néanmoins majeure, dans l'histoire des arts décoratifs du XX^e siècle. Il est le résultat de multiples facteurs et influences inhérents à sa période d'épanouissement : les Années Folles. Cette hétérogénéité des sources de l'Art déco est la raison pour laquelle une définition précise de ce style reste sujette à controverses. Il ne s'agit pas, comme a pu le connaître le XX^e siècle, d'un mouvement clairement défini et encadré. Ses auteurs n'ont pas pleine conscience du lien qui existe entre eux et le mouvement ne sera baptisé que bien plus tard, en 1968, par le critique d'art britannique Bevis Hillier¹, en référence à l'Exposition des arts décoratifs et industriels modernes de 1925.

C'est au cours de cette mythique exposition que le public parisien et international découvre ce nouveau style. À cette époque, on y voit volontiers une opposition² aux créations de la Belle Époque : l'Art nouveau. Si cette thèse peut encore être adoptée par certains, nous pencherons davantage pour celle de l'écrivain et journaliste britannique, Alastair Duncan, qui analyse plus finement ce phénomène de l'Art déco comme étant une « *ramification de l'Art nouveau* »³. En effet, le goût pour l'ornementation, les matériaux précieux et exotiques employés ou encore la facture et les couleurs du mobilier des Années Folles, proviennent sans aucun doute du début du siècle. Cependant, comme nous le verrons plus tard, l'Art déco, s'il est une déclinaison d'un style préexistant qui s'est nourrie de toutes les influences de son époque, il s'avère être aussi de par cette multitude d'apports extérieurs, un mouvement protéiforme et contradictoire. Nous verrons ainsi que

¹ FEVRE, Anne Marie, « Les cocoricos de l'Art déco », *Libération*, 25 octobre 2013

² DUNCAN, Alastair, *L'Art déco : encyclopédie des arts décoratifs des années vingt et trente*, Citadelles & Mazenod, Paris, 2010, p.6

³ *Idem*, p.6

deux tendances opposées sont comprises dans la définition de l'Art déco : les décorateurs-ensembliers et les modernes. Cette scission amène certains à penser qu'il est nécessaire de redéfinir le terme Art déco pour n'y inclure que la frange plus traditionaliste. Il nous semble néanmoins plus judicieux d'englober ces deux mouvances, antagonistes mais parentes, au sein d'un seul et même mouvement dont la richesse dépend, entre autres, de cette hétérogénéité des styles qu'il comprend.

Quoi qu'il en soit, l'engouement pour l'Art déco durant les années 1920 et 1930 disparaît avec l'arrivée de la Seconde Guerre mondiale. La frange moderniste du mouvement donne naissance aux styles des années 1940 à la fin des années 1960. C'est précisément à cette époque que, sous l'impulsion de jeunes marchands, l'attrait des collectionneurs pour l'Art déco renaît de ses cendres. Par la suite, les institutions culturelles ainsi que les chercheurs soutiennent également le mouvement par le biais d'expositions et de publications, mais c'est sans conteste les grands marchands et collectionneurs qui sont à l'origine de la vogue toujours plus forte de l'Art déco. Les collectionneurs se multiplient, les pièces se raréfient, les prix ne cessent de grimper pour exploser durant chaque vente aux enchères majeure qu'a connue ce marché. Cette année encore, la vente du collectionneur, marchand et expert Félix Marcilhac, un des pionniers dans la redécouverte de l'Art déco, a été l'occasion de nouveaux records.

Ce sont donc tous ces événements, entre histoire de l'art et marché de l'art, que ce travail propose de retracer, afin de donner une vision assez précise de l'état du marché de l'Art déco aujourd'hui à Paris. Quels sont ses évolutions, ses grands moments, son fief géographique et ses acteurs ? Autant de questions auxquelles nous tenterons de répondre tout au long de ce mémoire.

I. L'Art déco : un mouvement non organisé et protéiforme

Il est admis aujourd'hui que l'Art déco, qui se caractérise par la multiplicité de ses sources et par son hétérogénéité, ne peut être défini comme un style unique. D'Edgar Brandt à Robert Mallet-Stevens, en passant par Pierre Chareau et Jacques-Émile Ruhlmann, l'Art déco est par essence complexe.

1. L'Art déco

Ce mouvement majeur de l'histoire des arts décoratifs englobe tout à la fois l'architecture, le mobilier, la sculpture, les arts appliqués, la photographie ou encore la mode. Nous excluons de ce mouvement la peinture qui, bien que ses différentes formes au début du XX^e siècle aient participé à l'élaboration du mouvement, ne peut être incluse dans la définition de l'Art déco. Quelques peintres symbolisent néanmoins le style de cette période tels que Tamara de Lempicka ou Jean Dupas, de par leur travail fondamentalement décoratif, mais ils restent plus ou moins anecdotiques dans la prolifique création artistique et artisanale de l'époque.

1.1. Précurseurs et sources

Bien que l'on situe le mouvement de l'Art déco durant les Années Folles, c'est-à-dire au moment de l'entre-deux-guerres, les prémices du mouvement sont perceptibles dès le début du siècle, voire à la fin du XIX^e siècle. À cette époque, l'Art nouveau agite de ses volutes le mobilier, les arts décoratifs et jusqu'à l'architecture. Hector Guimard, René Lalique, Louis Majorelle ou encore Emile Gallé sont les grands noms de ce style qu'on

qualifie vite de « nouille » ou de « vermicelle ». Les courbes végétales et féminines inspirent les artistes, mais rapidement, les décorateurs aspirent à autre chose. Alors même que l'année 1900 marque l'apothéose de l'Art nouveau à l'occasion de l'Exposition universelle, elle sonne également le glas de cette production qui reste dans la continuité, la suite logique, des périodes précédentes. Certains songent alors à un style qui sortirait enfin de ce classicisme ambiant, qui serait réellement « nouveau ». C'est ainsi qu'est créée dès 1901 la Société des Artistes Décorateurs (SAD). Leur premier salon se tient en 1904 avec pour objectif « *de présenter au public des « ensembles » mobiliers qui ne soient pas des copies, mais des nouveautés* »⁴. À cela s'ajoutent des influences étrangères véhiculées en France, d'une part via les différents salons, d'autre part par l'intermédiaire de certaines personnalités, rapportant de leurs voyages des idées nouvelles de modernité, à l'image de l'architecte Louis Süe qui se rend à Vienne en 1911 accompagné du couturier Paul Poiret.

C'est à l'aube du XX^e siècle que prennent forme les courants étrangers à l'origine de l'Art déco français, notamment à Glasgow et à Vienne. Ces deux villes abritent des créateurs avides de modernité, de lignes droites et épurées. L'Art nouveau anglais avec le mouvement des Arts and Crafts créé en 1880 par John Ruskin et William Morris, est remplacé dès 1915 par la Design and Industries Association qui prône le modernisme. En Allemagne également, les Ateliers réunis pour l'art appliqué, die Vereinigte Werkstätten für kunst im Handwerk, créés à l'extrême fin du XIX^e siècle à Munich et à Dresde, portent en eux les germes du Deutscher Werkbund, créé en 1907. Enfin, la Sécession viennoise née en 1898 se compose des créateurs des Wiener Werkstätte dès 1903. Le dépouillement des styles dans ces différents pays, s'accompagne alors d'une visée sociale⁵.

L'épure des formes de l'École de Glasgow, représentée par son chef de file Charles Rennie Mackintosh, se transmet à Vienne lors de l'exposition annuelle de la Wiener Sezession en 1900⁶. Le mouvement se propage via les Wiener Werkstätte fondés par Josef Hoffmann et Koloman Moser. Les formes géométriques et simples créées par ce groupe se retrouvent à Bruxelles dans le Palais Stoclet⁷ (1905-1911), édifié par Hoffman et les Wiener Werkstätte. Le purisme géométrique des Viennois n'a cependant pas pour but

⁴ BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), *1925, quand l'Art Déco séduit le monde*: [exposition, Paris, Cité de l'architecture et du patrimoine, du 16 octobre 2013 au 17 février 2014], Éditions Norma, Paris, 2013, p.11

⁵ BRUNHAMMER, Yvonne; MATHEY, François, *Les années 25* : [exposition], Paris, Musée des arts décoratifs, 3 mars-16 mai 1966, Vol. 1 : *Art déco, Bauhaus, Stijl, Esprit nouveau*, Union centrale des arts décoratifs, Paris, 1966, p.10

⁶ BRUNHAMMER, Yvonne, *Le style 1925*, Éditions Baschet, Paris, 1975, p.6

⁷ Cf. Annexe 1, p.IV

d'éradiquer toute forme d'ornement. Il est « *encadré, et ainsi l'arabesque originale de l'Art nouveau se trouve enserrée dans le réseau des lignes, comme sur les grilles et les balcons du palais Stoclet* »⁸.

Au retour de leur voyage à Vienne, Paul Poiret crée l'atelier Martine et Louis Süe l'Atelier français, qu'il abandonne plus tard afin de fonder avec André Mare la Compagnie des arts français en 1919. Ce voyage est le fruit du « *choc* »⁹ provoqué par les artistes allemands du Werkbund, mouvement créé par l'architecte allemand Hermann Muthesius. Partisan de l'utilisation de la machine, il est un des tenants de la modernité sans pour autant éradiquer le versant artisanal de la création. Son but est l'alliance du savoir-faire humain avec la précision de la machine, afin d'obtenir une réalisation de qualité dans la production industrielle. Cela aboutit, en 1907, à la réunion à Munich de douze firmes industrielles et d'une douzaine d'artistes tels qu'Hoffmann, Olbrich ou encore Van de Velde pour fonder le Deutscher Werkbund¹⁰. Dans le sens de l'action entreprise par Muthesius, Walter Gropius crée en 1919 le Bauhaus, réunion de la Kunstgewerbeschule (École des Beaux-arts) et de l'Académie de Weimar dont il est directeur¹¹. Le rayonnement de cette école est considérable. L'aspect utilitaire de l'objet est seul guide dans la concrétisation de sa forme, tout décor superflu est supprimé.

Enfin, le mouvement De Stijl fait également partie des nombreuses sources de l'Art déco. Au départ titre d'une revue néerlandaise d'arts plastiques et d'architecture créée par Théo Van Doesburg et publiée de 1917 à 1928, De Stijl désigne par extension un mouvement artistique issu du néoplasticisme de Piet Mondrian. Le manifeste du mouvement, mis en place en 1918, énonce le but de la revue, à savoir « *de contribuer au développement d'une nouvelle conscience esthétique qui réunisse en même temps l'art et l'architecture* »¹². Un art non plus individuel mais universel donc.

Enfin, l'une des grandes leçons qu'enseignent ces exemples étrangers, et qui se retrouve dans la définition de l'Art déco, est « *l'importance des regroupements ou des associations qui permettent de réaliser et de montrer au public un programme complet pour la décoration de l'habitation où tous les corps de métier qui concourent à son*

⁸ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.20

⁹ *Idem*

¹⁰ Encyclopédie Universalis, article sur le Deutscher Werkbund

¹¹ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.9

¹² CUZIN, Jean-Pierre ; Laclotte, Michel, *Dictionnaire de la peinture*, Larousse, Paris, 1987

embellissement peuvent être représentés »¹³. Même si cette idée est déjà en germe dans le mouvement de l'Art nouveau, qui tend vers la volonté d'un art total, le fait est que les artistes de la Belle Époque sont encore trop individualistes pour que ce projet se concrétise réellement.

1.2. La France, berceau de l'Art déco

Outre les incursions étrangères, l'Art déco se fonde sur différents éléments inhérents à la période même. En 1909, Paris découvre les Ballets Russes de Serge Diaghilev et leurs couleurs. Cette profusion toute orientale marque les esprits et se retrouve autant dans la mode que dans le mobilier. La même année, le 20 février, le poète italien Filippo Tommaso Marinetti publie son « Manifeste du Futurisme » dans *Le Figaro*, avec une volonté affichée d'abolir le passé au profit de l'avenir :

*« Nous déclarons que la splendeur du monde s'est enrichie d'une beauté nouvelle : la beauté de la vitesse. Une automobile de course avec son coffre orné de gros tuyaux tels des serpents à l'haleine explosive... une automobile rugissante, qui a l'air de courir sur de la mitraille, est plus belle que la Victoire de Samothrace. »*¹⁴

Ce mouvement s'inscrit dans l'esprit révolutionnaire qui anime l'ensemble de l'Europe à la veille du premier conflit mondial¹⁵. Durant cette même période, la France est partagée en deux tendances picturales qui, en plus du futurisme, portent en elles les ferments de l'Art déco : le Fauvisme et le Cubisme. Le Fauvisme apporte sa palette colorée et exaltée, le Cubisme prône une vision analytique, géométrique et sans fioritures. Ces caractéristiques inspirent les créateurs, notamment de mobilier, qui reprennent tantôt la palette fauve, tantôt la vision cubiste.

L'Art déco naît également d'un goût marqué en ce début de siècle pour l'ailleurs. L'art africain inspire et est collectionné par les grands artistes du moment tels que Matisse, Derain ou encore Picasso. Ce goût se retrouve de façon marquée dans certaines créations d'Eileen Gray¹⁶, mais surtout de Pierre Legrain qui travaille alors pour le couturier Jacques Doucet et intègre au mobilier de ce dernier, des formes africaines¹⁷. L'Afrique

¹³ POSSEME, Evelyne, *Le mobilier des années 10, entre l'Art nouveau et l'Art déco*, article rédigé à l'occasion de la réouverture du musée des Arts décoratifs en 2006, <http://www2.cndp.fr/actualites/question/artsdeco/mobilier-Imp.htm>

¹⁴ MARINETTI, Filippo Tommaso, « Manifeste du Surréalisme », *Le Figaro*, 20 février 1909

¹⁵ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.15

¹⁶ Cf. Annexe 2, p.V

¹⁷ Cf. Annexe 3, p.VI

inspire autant par ses matériaux bruts tels que le bois, le cuir, la nacre, le parchemin ou l'ivoire, que par les lignes épurées de ses masques. L'Exposition Coloniale organisée à la Porte Dorée à Paris en 1931 accentue l'engouement pour ce qu'on appelle alors « l'art nègre ». L'Orient est tout autant une source d'inspiration pour les créateurs de l'époque et notamment par ses motifs de palmettes et de rosettes que l'on retrouve en abondance dans l'œuvre d'Armand-Albert Rateau¹⁸. Les techniques asiatiques sont également adoptées, en particulier celle de la laque dont le plus grand représentant reste sans conteste Jean Dunand¹⁹. Une vague d'Égyptomanie déferle même sur Paris à la suite de la découverte, par l'archéologue Howard Carter en 1922, du tombeau du pharaon Toutankhamon²⁰. Cette tendance touche surtout l'architecture et la bijouterie ou autres accessoires, mais est révélatrice du goût pour les cultures anciennes. De même, les motifs des civilisations précolombiennes des Mayas et des Aztèques, et notamment ceux présents sur les bas-reliefs des temples²¹, sont empruntés pour les façades de gratte-ciel aux États-Unis²² dans les années 1920.

Ce « Nouveau style » aux multiples inspirations est rapidement mis en œuvre pour de grands projets architecturaux, à l'image du théâtre des Champs-Élysées, construit entre 1910 et 1913. La rigueur de l'architecture imaginée par Auguste Perret et des bas reliefs d'Antoine Bourdelle, est la preuve du changement esthétique radical que connaît la capitale française, et ce, dès le début des années 1910. Ces changements sont par ailleurs résumés par le décorateur André Véra dans son article « Le Nouveau Style », publié dans la revue *L'Art décoratif* (n°163) en 1912 :

« Cette revanche de l'intelligence favorisera donc un art d'ordonnement architectural [...]. Ils [les meubles comme les maisons] seront, au contraire, d'une simplicité volontaire, d'une manière unique, d'une symétrie manifeste. L'effort principal aura consisté à faire résider l'intérêt de l'œuvre dans la beauté de la matière et dans la justesse des proportions ». De plus, comme *« l'esprit se complaît dans les généralités, les meubles seront construits pour répondre à des besoins généraux et non particuliers comme précédemment : ils seront faits pour une société, plutôt que pour des individus. En outre, le décorateur mettra ses soins, quant à la coloration, à réaliser, non des*

¹⁸ Cf. Annexe 4, p.VII

¹⁹ Cf. Annexe 5, p.VIII

²⁰ BAYER, Patricia, *Intérieurs Art Déco*, Éditions de l'Amateur, 1990, p.16

²¹ *Op. cit.* DUNCAN, Alastair, p.7

²² *Op. cit.* BAYER, Patricia, p.6

modulations ténues, mais de franches oppositions de couleurs. Enfin, ces couleurs, pour s'accorder avec la gravité de la pensée, seront quelque peu pesantes »²³.

Cet article est également un appel à réagir contre la mondialisation et donc l'unification des styles :

*« Aussi, pour les objets mobiliers ne prendrons-nous conseil ni des Anglais, ni des Hollandais, mais continuerons-nous la tradition française, faisant en sorte que ce style nouveau soit la suite du dernier style traditionnel que nous ayons, c'est-à-dire du style Louis-Philippe [...] par la raison que le style Louis-Philippe n'est pas encore très éloigné de nous, et qu'il s'est développé sous une monarchie bourgeoise, il eut pour fin de satisfaire non seulement à des exigences, mais encore à des mœurs qui différaient des nôtres moins sensiblement que celles d'aucune autre époque précédente. C'est donc du style Louis-Philippe que nous pouvons tirer le meilleur enseignement, surtout si l'on veut bien considérer qu'il importe non pas de le recommencer, mais de le continuer. »*²⁴

En 1912, Süe et Huillard présentent une série de meubles²⁵, véritable mise en pratique des théories exposées par André Vera²⁶. La forme du mobilier découle de celle traditionnelle des meubles provençaux, la couleur est très présente et le décor est emprunté à la nature comme le préconise le théoricien:

*« [...] Le décorateur empruntera le thème de ses variations à la nature dont il groupera en une corbeille ou tressera en guirlande les fleurs et les fruits ; [...]. C'est ainsi que la corbeille et la guirlande de fleurs et de fruits en viendront à constituer la marque du nouveau style comme ont fait au XVIII^e siècle, par exemple, la torche, l'arc, le carquois et les flèches. »*²⁷

Cette fameuse corbeille de fleurs²⁸, emblème des prémices de l'Art déco, et ces guirlandes, envahissent le mobilier de l'époque, mais également l'architecture, les objets ou encore les tissus. Cependant, si le décor est végétal comme il a pu l'être largement durant la période de l'Art nouveau, il est ici synthétisé, géométrisé à l'image de la fameuse

²³ VERA, André, « Le Nouveau Style », *L'art décoratif*, n°163, janvier 1912

²⁴ *Idem*

²⁵ Cf. Annexe 6, p.IX

²⁶ *Op. cit.* POSSEME, Evelyne

²⁷ *Op. cit.* VERA, André

²⁸ Cf. Annexe 7, p.IX

rose de Paul Iribe²⁹ qui n'a plus rien en commun avec les formes chantournées de l'Art nouveau.

En plus des aspirations nouvelles des créateurs, l'Art déco est également le fait d'une époque et d'un lieu particuliers : les Années Folles à Paris³⁰. La Ville Lumière est alors le point de convergence des artistes du monde entier. Cosmopolite, elle est également le théâtre de fêtes mémorables, car c'est aussi cela le Paris de l'entre-deux-guerres : une ambiance d'insouciance, une profonde envie d'oublier les horreurs du conflit mondial, de reconstruire un pays au son du jazz et au rythme des danseuses de cabaret. Les femmes prennent le pouvoir sur la scène et dans la rue. Inspirées par l'héroïne Monique Lerbier du roman de Victor Marguerite, *La Garçonne*, les femmes coupent leurs cheveux, découvrent leurs jambes, s'assument financièrement et sont l'égal de l'homme que ce soit au volant d'une voiture ou accoudée au bar, une cigarette et un verre à la main. De grandes figures féminines marquent ainsi cette époque telles que la créatrice de mode Gabrielle Chanel, l'artiste Tamara de Lempicka, la sportive Suzanne Lenglen ou encore la meneuse de revue Kiki de Montparnasse³¹. Ce tourbillon de vie, cette vague de modernité, sont autant d'éléments qui comptent dans l'élaboration du style Art déco. Autant de choses qui permettent d'aboutir enfin à l'apogée du style, lors de l'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925.

2. L'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925 comme point d'orgue du mouvement

L'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925³² est à l'Art déco, ce que l'Exposition internationale de 1900 est à l'Art nouveau : l'apogée d'un style et l'annonce, par la même occasion, de sa fin. Cela étant dit, de par le caractère multiple du mouvement, l'exposition ne sonne en réalité le glas que d'une frange du style, celle plus traditionnelle et décorative des ensembliers, au profit de la mouvance plus moderne.

²⁹ Cf. Annexe 8, p.X

³⁰ IÇAME, Lamia, *Yvonne George : chanteuse des Années Folles (1895-1930)*, Mémoire d'étude de l'Ecole du Louvre sous la direction de Madame Claudette Joannis, 2013

³¹ Cf. Annexe 9, p.XI

³² Cf. Annexe 10, p.XII

2.1. *Les sources du projet et sa concrétisation*

L'exposition parisienne de 1925 est initialement prévue pour 1915 suite à la décision prise en 1912, amenant la Chambre des Députés à nommer un comité organisateur³³. Malgré tout, l'exposition est une première fois reportée à 1916, puis à 1922 en raison de la Première Guerre mondiale. Les difficultés liées à la situation d'après-guerre empêchent le projet de se concrétiser avant 1924. Enfin, l'exposition ouvre ses portes en avril 1925, en raison du retard dû aux travaux. Malgré un laps de temps de dix années, les organisateurs tiennent à respecter leur intention première d'une exposition ayant pour thème la modernité³⁴. Ainsi, René Guilleré, président de la Société des Artistes Décorateurs, écrit dans un rapport daté de 1911 :

*« Cette exposition doit être exclusivement consacrée à l'Art Moderne. [...] aucune copie, ni aucun pastiche de styles passés ne doit y être accepté. »*³⁵

Si l'intention de regarder vers le futur est louable, force est de constater que cette exposition reste néanmoins marquée par l'empreinte du passé. C'est ainsi qu'avant même l'inauguration, les critiques ont jailli et notamment sur le choix du lieu, à savoir l'esplanade des Invalides et les abords des Grand et Petit Palais. En effet, ces espaces ne permettent pas de constructions pérennes à l'image de ce qu'avait envisagé Roger Marx dans son projet initial d'exposer un art international, moderne et social³⁶ :

*« Une telle exposition [...] marquerait la fin du mépris voué à la machine ; elle ferait cesser l'antagonisme entre l'ingénieur et l'architecte [...]. Ni le théâtre ni la musique ni la danse n'en seraient exclus ; l'art de la cité, l'art de la rue, l'art des jardins, l'art des fêtes populaires devraient d'être remis à l'honneur »*³⁷.

Les plans de l'exposition naissent sous la plume des architectes Louis Bonnier et Charles Plumet et c'est ainsi que de mars 1924 à avril 1925, une nouvelle ville s'élève au centre de Paris. Les constructions sont réparties selon deux axes, *« de la place de la Concorde au pont de l'Alma pour le premier, du rond-point des Champs-Élysées aux Invalides, en traversant le pont Alexandre III pour le second. Sauf le Grand Palais – qu'il*

³³ *Op. cit.* BAYER, Patricia, p.28

³⁴ *Idem*

³⁵ *Ibid.*

³⁶ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.125

³⁷ *Idem*

a fallu cependant transformer – tout sort de terre»³⁸. Ce sont en tout cent cinquante pavillons et galeries qui abritent l'œuvre de vingt mille personnes, répartis sur trente-cinq mille mètres carrés. L'exposition ouvre officiellement ses portes le 28 avril 1925 à l'occasion d'une inauguration réunissant quatre mille personnes invitées par le président de la République, Gaston Doumergue.

L'exposition connaît un retentissement mondial et marque les esprits avec ses différents pavillons et leurs exemples d'architectures et de décorations intérieures. Les pavillons des grands magasins parisiens³⁹, représentés par de jeunes créateurs en charge des ateliers qui produisent en série le mobilier à la mode, constituent sans conteste l'un des points d'orgue de l'exposition. Ainsi, Maurice Dufrêne crée la Maîtrise⁴⁰ aux Galeries Lafayette, Paul Follot dirige les ateliers Pomone⁴¹ au Bon Marché, Charlotte Chauchet et René Guilleré mettent en place Primavera⁴² au Printemps et enfin le Louvre confie Studium⁴³ à Étienne Kohlmann et Maurice Malet.

À l'image des créations de l'entre-deux-guerres, l'architecture est duale, proposant aux visiteurs différentes tendances. En entrant par la porte d'honneur⁴⁴, le visiteur est accueilli par le pavillon du Tourisme⁴⁵ de Robert Mallet-Stevens servant de bureau de renseignements, et dont la stricte épure des formes annonce d'emblée la volonté de modernité. L'emblème de cette exposition reste néanmoins deux pavillons majeurs et représentatifs du goût français en 1925, L'Hôtel du collectionneur⁴⁶ et Une Ambassade française⁴⁷. L'Hôtel du collectionneur est le pavillon aménagé par le décorateur-ensemblier Jacques-Émile Ruhlmann et dessiné par l'architecte Pierre Patout. Ce pavillon est conçu à l'image d'un hôtel particulier moderne, composé d'une demi-rotonde et de colonnes semi engagées aux lignes épurées, et décorée de la *Frise de la danse* par Joseph Bernard. En avant du bâtiment est installé le groupe sculpté d'Alfred Auguste Janniot, *À la gloire de Jean Goujon*. Le pavillon se veut être une « œuvre d'art totale »⁴⁸, où

³⁸ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.67

³⁹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.135

⁴⁰ Cf. Annexe 11, p.XIII

⁴¹ Cf. Annexe 12, p.XIII

⁴² Cf. Annexe 13, p.XIV

⁴³ Cf. Annexe 14, p.XIV

⁴⁴ Cf. Annexe 15, p.XV

⁴⁵ Cf. Annexe 16, p.XVI

⁴⁶ Cf. Annexe 17, p.XVII

⁴⁷ Cf. Annexe 18, p.XVIII

⁴⁸ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.71

architecture, sculpture et décoration intérieure se répondent afin d'offrir aux visiteurs la quintessence du raffinement à la française. Cependant, si ce pavillon permet à Ruhlmann d'accéder à une reconnaissance internationale, le luxe affiché n'est pas du goût des partisans d'une exposition aux vertus sociales⁴⁹. C'est ainsi que le critique d'art Jerzy Waldemar Jarocinski, dit Waldemar-George, considère Ruhlmann comme étant « *d'un esprit cynique ou d'une rare inconscience* ». Ce dernier a cependant pu répondre dès 1916 par la presse à son détracteur en disant :

« *L'erreur serait grande de s'adresser à la classe moyenne pour indiquer une voie ou lancer un goût : à aucune époque les créations nouvelles ne lui furent destinées ; toujours elles furent commandées par les désirs de l'élite qui, sans compter, donna aux artistes, largement, temps et argent nécessaires à des recherches laborieuses et à des exécutions parfaites. Je suis convaincu que c'est à cette sainte formule qu'il faut revenir* »⁵⁰.

Les décorateurs-ensemblers, ou « contemporains », demeurent ancrés dans le passé notamment dans les formes qu'ils affectionnent mais également dans leur manière d'appréhender le métier de décorateur : à l'image de leurs aînés, ils destinent leurs créations uniquement à la classe dirigeante.

Le pavillon de la Société des Artistes Décorateurs, Une Ambassade française, marque également l'esprit des visiteurs. Ce programme réunit autour d'un même projet, des ensemblers français parmi les plus talentueux, tels qu'Henri Rapin, Pierre Chareau ou encore Jean Dunand. Parangon du luxe au même titre que L'Hôtel du collectionneur, ce pavillon a pour ambition de présenter au monde la fine fleur des arts décoratifs français, avec tout ce que cela implique d'antagonismes. Ainsi, la chambre de Madame est l'œuvre d'André Groult⁵¹, qui crée une pièce digne d'une femme raffinée de l'époque, grâce au mobilier richement recouvert de galuchat et aux formes « *galbées jusqu'à l'indécence* »⁵², selon les termes d'André Groult lui-même. Le fameux bureau-bibliothèque est décoré par Pierre Chareau⁵³ (aujourd'hui reconstitué au musée des Arts décoratifs à Paris) selon une posture beaucoup plus moderne, alliant la préciosité d'essences de bois exotiques à la pureté des lignes. Enfin, le hall est l'œuvre de Robert Mallet-Stevens⁵⁴ qui assume

⁴⁹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.130

⁵⁰ *Idem*, p.130

⁵¹ Cf. Annexe 19, p.XIX

⁵² *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.133

⁵³ Cf. Annexe 20, p.XX

⁵⁴ Cf. Annexe 21, p.XXI

pleinement sa modernité. L'espace est maîtrisé, les meubles rares et faits de lignes droites, tandis que la lumière est utilisée pour structurer l'ensemble. À cela s'ajoutent les œuvres présentées – un bas-relief d'Henri Laurens, deux panneaux de Fernand Léger et Robert Delaunay – qui achèvent d'inscrire cet ensemble dans une volonté moderniste.

Ce sont plusieurs tendances qui se retrouvent ainsi réunies au sein d'une seule et même exposition, à l'image de l'art durant l'entre-deux-guerres. Ceci étant dit, les programmes proposés sont bien plus représentatifs du versant traditionaliste de l'Art déco. L'année 1925 marque en effet l'apogée des « contemporains », de leur vision passéiste. Néanmoins, ces derniers sont alors en passe d'être supplantés par la frange plus moderne du mouvement.

2.2. *L'après 1925 : épanouissement du mouvement*

Quoi qu'il en soit, l'exposition de 1925 marque les esprits et permet ainsi à l'Art déco de s'épanouir, tant au niveau national qu'international. La France est, à cette époque, dans une phase de reconstruction suite au premier conflit mondial. « La Der des Ders » a insufflé dans tout le pays une envie de se projeter dans l'avenir afin d'oublier les horreurs du passé. On reconstruit, mais sans pour autant réutiliser les modèles du passé, l'heure est à la nouveauté. La société « *aspire à une nouvelle hygiène aussi bien mentale que physique, autour du sport, de la nature, du tourisme, et bien sûr des loisirs* »⁵⁵. Ce sont ainsi des hôtels de ville, des hôtels des postes, des gares, des aéroports, des hôpitaux et sanatoria, des stades, des piscines, des écoles, des lycées, des bibliothèques, des musées, des équipements industriels et même des cimetières et des églises, qui utilisent les codes de l'Art déco. La rigueur des lignes, l'appréhension beaucoup plus pragmatique des espaces, la volonté de bien-être et de confort, qui font partie de l'essence même de l'Art déco, sont autant d'éléments qui expliquent son succès, et cela notamment dans les constructions ayant pour vocation le service. Le mouvement imprègne la vie quotidienne des Français et touche tant de domaines, qu'il reste encore très présent dans notre paysage actuel.

La France se lance également à l'époque dans la construction de paquebots, mastodontes des océans, qui sont un vecteur rapide et efficace du style Art déco dans le monde. Ce sont les ambassadeurs du savoir-vivre à la française et de son goût en matière

⁵⁵ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.148

d'art et de culture. Dès le milieu du XIX^e siècle, la France établit par ce biais une ligne régulière avec l'Amérique du Nord. C'est la fameuse *French Line* de la Compagnie Générale Transatlantique reliant Le Havre à New York. La Compagnie de Navigation Sud-Atlantique et les Chargeurs Réunis assurent la liaison entre Bordeaux et le Brésil ou l'Argentine⁵⁶. Jusqu'à l'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925, la décoration à bord vise à rassurer la clientèle bourgeoise par une copie des styles historiques français tels que le Louis XVI. Mais à la suite de l'exposition, John Dal Piaz, président de la Compagnie Générale Transatlantique, découvre le talent des architectes et artistes décorateurs qui se placent en rupture avec la création de début de siècle⁵⁷. Ainsi, le succès rencontré par L'Hôtel du collectionneur, permet à Pierre Patout et Jacques-Émile Ruhlmann de travailler dès 1926 à l'élaboration des décors des futurs paquebots de la Compagnie Générale Transatlantique⁵⁸. Le succès du décor présent à bord des navires est tel que l'on surnomme parfois le style Art déco, le « style paquebot ». Ce sont tout particulièrement trois paquebots qui illustrent la démarche de modernité des compagnies maritimes : l'Île-de-France (1927), l'Atlantique (1931) et le Normandie (1935). L'Île-de-France est, à son achèvement, le plus grand paquebot du monde avec ses deux cent quarante et un mètres de longueur⁵⁹. Il assure la liaison entre le Havre et New York pour la Compagnie Générale Transatlantique et réunit des artistes de talent pour la décoration des espaces publics des premières classes tels que Pierre Patout, Jacques-Émile Ruhlmann, Jean Dunand, Jean Dupas, Süe et Mare, René Lalique et bien d'autres encore. De la vaisselle aux rampes d'escaliers, tout est moderne. Mais si John Dal Piaz assume pleinement cette nouvelle orientation en matière de décoration, il doit néanmoins essuyer de nombreuses critiques. À ses détracteurs, Dal Piaz répond en 1927 lors de l'inauguration du navire :

« *Mesdames, dites-moi pourquoi vous voulez, avec vos jupes courtes, pourquoi vous voulez, avec vos cheveux coupés, vous asseoir dans des bergères Louis XVI ?* »⁶⁰.

Au lieu de cela, Pierre Patout propose, pour la salle à manger des premières classes⁶¹, des fauteuils enveloppant aux accotoirs arrondis. Confort et ergonomie sont les maîtres

⁵⁶ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.170

⁵⁷ *Idem*, p.170

⁵⁸ *Ibid.*, p.71

⁵⁹ *Ibid.*, p.170

⁶⁰ *Ibid.*, p.173

⁶¹ Cf. Annexe 22, p.XXII

mots pour définir ce mobilier qui prend place dans un décor également signé Pierre Patout. Le dépouillement de la décoration et la volumétrie « *d'inspiration cubique* »⁶², font de cet espace un parfait exemple du style Art déco.

Le second paquebot mythique de l'Art déco est l'Atlantique de la Compagnie de Navigation Sud-Atlantique, qui assure pendant deux ans la liaison avec le Brésil et la Plata. En 1933, le navire est totalement détruit dans un incendie. Plus petit que l'Île-de-France, il est néanmoins doté d'une innovation de grande importance pour le style Art déco. Les avancées techniques permettent en effet de dégager de très larges espaces, autrefois encombrés par des conduits d'évacuation⁶³. Cette nouveauté donne aux décorateurs le volume nécessaire pour exprimer toute la magnificence de leurs créations, à l'image du salon ovale des premières classes dessiné par Pierre Patout et décoré de gigantesques panneaux en laques par Jean Dunand, ainsi qu'un impressionnant lustre de Raymond Subes⁶⁴.

Le dernier paquebot est celui « *de tous les superlatifs* »⁶⁵, le Normandie. Il est en effet, au moment de sa création, le plus grand paquebot du monde (trois cent treize mètres de long), mais également le plus rapide ainsi que le plus luxueusement décoré. Alors même que l'Île-de-France vient d'être mis en service, la Compagnie Générale Transatlantique pense déjà à ce nouveau géant des mers qui surpasserait tous les autres, pour le plus grand bonheur des clients privilégiés de première classe. Les artistes affectés à cette tâche sont alors au sommet de leur gloire. Le style Art déco, dans son versant le plus décoratif, a acquis une notoriété telle, qu'il en devient classique et est donc admis par tous. Ce nouveau paquebot constitue néanmoins l'occasion de surprendre à nouveau. Emblème de l'Art déco, le Normandie ne vogue que durant quatre années sur les océans, la Seconde Guerre mondiale stoppant nette son activité dès 1939. Malgré cette courte durée, le Normandie est le principal vecteur du style Art déco à New York, mais également au Brésil qui fut sa destination en 1938 et 1939⁶⁶. Le navire reprend les avancées de l'Atlantique, notamment le dégagement de larges espaces propices à la création⁶⁷. C'est donc sur près de deux cents mètres que peuvent évoluer les passagers sans aucune

⁶² *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.173

⁶³ *Idem*, p.174

⁶⁴ Cf. Annexe 23, p.XXIII

⁶⁵ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.176

⁶⁶ *Idem*, p.176

⁶⁷ Cf. Annexe 24, p.XXIV

discontinuité. Ce manifeste de l'Art déco périt le 9 février 1942 dans le port de New York, suite à d'importants travaux afin de transformer ce fleuron du goût et du luxe à la française, en un transporteur de troupes militaires américaines rebaptisé La Fayette⁶⁸. Cependant, cette nouvelle fonction oblige les Américains à débarquer la majeure partie des œuvres et du mobilier qui est ensuite dispersée lors de ventes publiques. C'est ainsi que le Metropolitan Museum de New York acquiert par exemple du mobilier de Jean Patout⁶⁹ ou encore l'ensemble des panneaux en verre églomisé, *Le char de Poséidon*, par Jean Dupas⁷⁰. Des vestiges sont également conservés en France, la Compagnie Générale Transatlantique ayant rapatrié, à la fin du conflit mondial, certains éléments de décoration. Ainsi, le musée d'Art moderne de la ville de Paris conserve l'ensemble de laques de Jean Dunand, *Les Sports*⁷¹ et le musée André-Malraux au Havre ou encore l'écomusée de Saint-Nazaire, possèdent des éléments du Normandie. Mais avant cela, le paquebot assure deux croisières à destination de Rio de Janeiro permettant au style Art déco de se diffuser en Amérique du Sud. L'influence du Normandie se retrouve jusqu'à Sao Paulo dans l'hippodrome du Jockey Club⁷². Outre l'architecture Art déco due au français Henri Sajous, le salon noble est décoré par l'un des fils de Jean Dunand, Bernard Dunand, qui va jusqu'à s'inspirer d'une œuvre de son père, *La Conquête du cheval*⁷³.

Ces paquebots de légende ont sans conteste été de grands ambassadeurs du style Art déco dans le monde, mais l'influence du mouvement vient également de la part accordée à l'enseignement par les organisateurs de l'exposition de 1925⁷⁴. En effet, hormis les pavillons des différents pays présents, de nombreuses écoles d'art du monde entier sont installées au Grand Palais. Ce sont ainsi par exemple pour la Grande-Bretagne, pas moins de onze écoles⁷⁵ représentées. Des centaines d'étudiants étrangers parcourent donc les allées de l'exposition et s'imprègnent des créations françaises avant de les réinterpréter sous le prisme de leur propre culture.

⁶⁸ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.179

⁶⁹ Cf. Annexe 25, p.XXIV

⁷⁰ Cf. Annexe 26, p.XXV

⁷¹ Cf. Annexe 27, p.XXVI

⁷² *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.179

⁷³ Cf. Annexe 28, p.XXVII

⁷⁴ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.67

⁷⁵ *Idem*, p.67

3. Les Arts déco

Comme nous avons déjà pu l'évoquer plus tôt, l'Art déco est un mouvement complexe, notamment de par ses multiples sources d'inspirations. Mais il l'est également par les différentes interprétations auxquelles il a pu donner lieu, que ce soit en France – berceau du mouvement – ou dans le monde où il s'est exporté.

3.1. *L'Art déco international*

L'Art déco français a influencé de nombreux pays et cela pour plusieurs raisons. Nous en avons déjà évoqué certaines comme la présence d'étrangers lors de la fameuse exposition de 1925 ou encore les paquebots, véritables ambassades flottantes. Au-delà de ça, le statut de la France à l'international et plus précisément de Paris, joue également un rôle dans cet épanouissement du style. L'École des Beaux-arts de Paris est, dans la première moitié du XX^e siècle, encore une référence dans la formation des artistes et architectes. Ainsi, Wallace K. Harrison, architecte américain qui participe à la construction du Rockefeller Center de New York, bien que d'ores et déjà diplômé des meilleures écoles américaines et exerçant même déjà son activité à Boston, considère néanmoins comme indispensable son passage dans cette institution⁷⁶. Autre élément non négligeable dans le développement de l'Art déco à l'international : l'empire colonial français. Ces territoires portent l'empreinte de la France, notamment dans les constructions qu'elle y entreprend. L'État français fait tout naturellement appel à ses propres architectes qui véhiculent ainsi le mouvement hors de ses frontières. Il en va de même pour les différentes ambassades construites à l'époque dans le monde entier, comme par exemple l'ambassade de France à Ottawa⁷⁷ par Eugène Beaudoin⁷⁸. Ces incursions du style français à l'étranger amènent des commanditaires à solliciter les architectes et décorateurs français pour leurs propres créations. C'est le cas du prince japonais Asaka qui fait appel en 1933 au décorateur Henri Rapin pour sa résidence à Tokyo, actuel musée d'art Métropolitain de Tokyo Teien⁷⁹. Enfin, s'ajoute à tous ces éléments le travail effectué par les architectes français résidant à l'étranger : Paul

⁷⁶ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.189

⁷⁷ Cf. Annexe 29, p.XXVIII

⁷⁸ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.189

⁷⁹ Cf. Annexe 30, p.XXVIII

Veysseyre et Alexandre Léonard à Shanghai, Jacques Carlu au Canada et aux États-Unis, ou, au Brésil, Joseph Gire et Henri Sajous, à l'origine d'un Art déco carioca extraordinaire⁸⁰.

Les exemples d'Art déco à l'étranger sont très nombreux et ont pour particularité de ne pas être une pure et simple transposition du mouvement français, mais une réinterprétation du style et de ses codes à la manière du pays en question. Ceci explique les innombrables variantes à travers le monde et c'est également ce qui fait, une fois encore, toute la richesse de ce mouvement.

3.2. *Les décorateurs-ensembliers ou l'Art déco « traditionnaliste »*

L'Art déco international se nourrit tantôt de la branche traditionnaliste, tantôt de celle plus moderne. Cette dichotomie interne et inhérente au mouvement, prend place dès la création de la Société des Artistes Décorateurs. Alors que le premier salon se tient au Petit Palais en janvier 1904⁸¹, le but de l'organisation est de soutenir la création artisanale et traditionnelle française. Avec la SAD, naît le débat opposant les tenants de la tradition et ceux de l'avant-garde. Les « contemporains », comme ils sont alors surnommés, tels que Ruhlmann, Jallot, Dufrêne, Follot, Mare ou encore Süe, s'opposent aux « modernes » représentés notamment par Le Corbusier, Jeanneret, Chareau et Herbst. Les « traditionnalistes » regardent vers le passé, à l'image de ce que préconisait André Véra dans son article de 1912, précédemment cité. Ce sont donc les bois clairs, les matériaux luxueux, l'inspiration des styles anciens et les motifs végétaux de la corbeille de fleurs, de la guirlande ou encore de la rose, qui sont les symboles de la création, notamment entre 1912 et 1914. C'est un climat conservateur, nationaliste, presque xénophobe que connaît alors la capitale jusqu'à la fin des années 1920, période qui, paradoxalement, est celle d'un Paris cosmopolite, épice de la culture mondiale. En effet, les « traditionnalistes » prônent un retour aux styles anciens afin de « *continuer la tradition française* »⁸², tout en refusant l'influence des pays étrangers. À la veille du premier conflit mondial, la bourgeoisie a pour ambition de conserver un statut de plus en plus remis en cause⁸³, de préserver son

⁸⁰ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.189

⁸¹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.83

⁸² *Op. cit.* VERA, André

⁸³ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.30

univers fait de luxe et de privilèges. Les années qui suivent la Première Guerre mondiale sont, quant à elles, marquées par une envie de se raccrocher à un passé glorieux afin d'effacer les affres du conflit terminé. L'Art déco des « contemporains » symbolise donc la célébration des derniers feux d'un monde décadent, un monde né au XIX^e siècle et qui disparaît dans les années 1930. La visée sociale de l'Art déco est une caractéristique propre aux modernes que ne partagent pas les tenants de la tradition. Ces derniers continuent de meubler de grands appartements fastueux. Les « années vingt » sont ainsi marquées par une période de création d'un mobilier de luxe. Les décorateurs-ensembliers choisissent avec goût des bois exotiques et précieux aux colorations chaudes tels que le palissandre, l'acajou, le bois de macassar ou encore l'ébène. Travillés de façon massive ou en placage, ces bois sont accompagnés d'essences plus claires telles que la loupe d'orme. La technique est irréprochable et le but recherché est la création d'un meuble exceptionnel. Pour cela, les décorateurs n'hésitent pas à jouer avec d'autres matériaux de luxe tels que l'ivoire, la nacre, l'écaille, le bronze, la coquille d'œuf, le parchemin ou encore le galuchat. L'influence de la ligne droite, de l'épuration des formes cubisantes, est perceptible surtout au niveau des décors qui se simplifient. Néanmoins, il serait vain et manichéen de vouloir à la fois schématiser les deux courants de l'Art déco et de vouloir à tout prix inclure chaque artiste dans une mouvance stricte. Ainsi, alors que Paul Follet est catégoriquement opposé à « *l'art en série* »⁸⁴, selon ses propres termes, Maurice Dufrène, considéré comme faisant lui aussi partie de la frange plus traditionnelle, est néanmoins partisan de l'utilisation des techniques industrielles, et ce, quel que soit le domaine concerné : orfèvrerie, céramique, verrerie, textile ou mobilier. L'ambivalence de l'Art déco découle d'une rupture idéologique au sein d'un même mouvement, donnant par là même naissance à deux grands axes, certes différents, mais qui ne sont pas exempts de points communs. Cela étant dit, l'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925 est clairement dominée par les décorateurs traditionalistes. Ce sont des personnalités telles qu'Irigoien, Rateau, Groult, Ruhlmann, Süe ou Mare qui représentent alors les années 1920 dans tout ce qu'elles peuvent avoir de décadence et d'abondance. Mais il s'agit bien là du chant du cygne d'un certain art de vivre à la

⁸⁴ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.30

française, qui, malgré des évolutions, n'a pas su se réinventer suffisamment afin « *d'entrer dans le monde moderne et d'en inventer le nouveau visage* »⁸⁵.

3.3. *Les « modernes » : des précurseurs à l'UAM*

La modernité en France est, comme nous l'avons vu plus tôt, le résultat d'influences étrangères. Elle s'exprime dans sa version française pour la première fois lors de l'Exposition internationale de Turin de 1910. Lors de cette exposition, Francis Jourdain, un des décorateurs les plus à la pointe de son temps, remporte le prix alors qu'il n'est pas l'exposant officiel de la France⁸⁶. Fils de l'architecte belge Frantz Jourdain, créateur en 1903 du Salon d'automne, Francis Jourdain est l'un des précurseurs du mouvement moderne en France. Il est en effet l'un des premiers de cette mouvance à concevoir ses créations en adéquation avec des préoccupations économiques et sociales, et ce, bien avant la guerre de 1914⁸⁷. Il insuffle ainsi dans les réalisations de l'époque, des idées totalement novatrices et fondamentales pour le futur. Ces nouveaux préceptes révolutionnaires découlent de la nécessité pour les décorateurs d'aménager des espaces de plus en plus restreints⁸⁸. Cette donnée, indépendante de la volonté des créateurs de l'époque, mais qui est une réalité à prendre en compte, amène Francis Jourdain à énoncer le précepte que l'« *on peut aménager très luxueusement une pièce en la démeublant plutôt qu'en la meublant* »⁸⁹. À cela s'ajoute son souci de produire des meubles non plus à destination des élites, mais à destination des classes populaires. Cela induit d'utiliser des matériaux bon marché, mais également de réduire les coûts de production grâce à la mécanisation et la série. C'est le début du fonctionnalisme.

Ce sont donc des meubles aux formes simples, géométriques et sans la moindre ornementation, que conçoit Francis Jourdain, ce qui lui vaut d'être qualifié de « *fabricant de cercueils, de janséniste ou encore de socialiste, injure suprême dans ce milieu des plus conventionnels* »⁹⁰. En 1924, il crée le Groupe d'art urbain dans le cadre duquel il est rejoint par des architectes et des décorateurs très représentatifs du modernisme, tels que Robert Mallet-Stevens, Gabriel Guévrekian ou Pierre Chareau. Ensemble, ils participent à

⁸⁵ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.17

⁸⁶ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.90

⁸⁷ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.76

⁸⁸ *Idem*, p.76

⁸⁹ *Ibid.*, p.76

⁹⁰ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.90

la conception, en 1923, de la fameuse villa Noailles⁹¹ qui figure parmi les toutes premières constructions de style moderne réalisées en France. Mallet-Stevens y met en application les préceptes fondateurs du mouvement rationaliste : fonctionnalité, épuration des éléments décoratifs, toits, terrasses, lumière, hygiène...

Avant cela, en 1913, lors du dernier Salon d'automne précédant la guerre, le climat en France est, comme nous l'avons vu, plutôt en opposition avec la modernité. La guerre fait oublier les divergences, mais au sortir du conflit, le débat reprend de plus belle. Ainsi, Le Corbusier et Ozenfant font un pas vers l'avenir en créant en octobre 1920 *L'Esprit nouveau*, revue française qui place sur le même plan architecture, arts plastiques, littérature, musique et sciences. C'est un véritable plaidoyer en faveur de la modernité et du fonctionnalisme, alors même que la période est au pastiche du passé. Bien que le terme « moderne » soit en vogue et fasse même partie de la ligne directrice de l'exposition de 1925, force est de constater que la majorité des créateurs se rangent du côté des décorateurs. Aussi Ruhlmann résume-t-il son engagement par cette phrase : « *Contemporain, oui ! Moderne, non !* »⁹². L'Exposition de 1925 est néanmoins le théâtre de plusieurs réalisations majeures dans l'élaboration du mouvement moderne, telles que le hall d'Une Ambassade française ou le pavillon du Tourisme par Robert Mallet-Stevens. Un autre exemple important lors de cette manifestation est le pavillon de L'Esprit nouveau⁹³ par Le Corbusier, Amédée Ozenfant et Pierre Jeanneret. L'ensemble est alors si novateur qu'il est relégué dans un angle du Grand Palais. Dissimulé aux visiteurs de l'exposition sous prétexte qu'il n'est pas entièrement achevé, les plus téméraires peuvent néanmoins apercevoir ce manifeste du modernisme par les interstices entre les hautes palissades⁹⁴ entourant le bâtiment. Ce pavillon est une véritable révolution jusque dans les termes utilisés pour le décrire. En effet, au terme de « mobilier », Le Corbusier substitue celui d'« équipement ». Le projet est clair : nier l'art décoratif par la standardisation et la série. Nous ne sommes plus dans l'aménagement d'une maison, mais dans la création d'une véritable « *machine à habiter* »⁹⁵. Cette vision révolutionnaire de l'habitat, amène la direction des Services d'Architecture de l'exposition à user de son pouvoir en dissimulant le pavillon, et ce, jusqu'à ce que le ministre des Beaux-arts en personne intervienne trois

⁹¹ Cf. Annexe 31, p.XXIX

⁹² *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.96

⁹³ Cf. Annexe 32, p.XXIX

⁹⁴ *Op. cit.* BREON, Emmanuel; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), p.87

⁹⁵ Site de la fondation Le Corbusier : <http://www.fondationlecorbusier.fr>

mois après l'ouverture de l'exposition, le 10 juillet 1925⁹⁶. Malgré les obstacles, Le Corbusier parvient à faire entendre ses idées radicales par le biais de ses écrits : *Vers une architecture* en 1923 et *l'Art décoratif aujourd'hui* en 1925. Charlotte Perriand, qui compte parmi les tenants de la modernité, évoque ces ouvrages comme une libération vis-à-vis de l'enseignement classique qu'elle reçoit à l'Union centrale des arts décoratifs⁹⁷.

Les idéaux prônés par les modernes ne tardent pas à influencer les « traditionnalistes » tels que Ruhlmann, Süe, Mare ou encore Follot. Leurs meubles se simplifient et le métal et le verre commencent à être utilisés pour certaines pièces. Cependant, si le mouvement s'amplifie à la fin des années 1920, tous les artistes ne sont pas prêts à accepter sans réserve le fonctionnalisme rigide d'un Le Corbusier par exemple et notamment pour ce qui est de la décoration, jugée superflue par les modernistes les plus résolus. À cela, Paul Follot répond en 1928 :

« *Nous savons que l'homme ne s'est jamais contenté du nécessaire et que le superflu est indispensable [...] sinon, il ne nous resterait plus qu'à supprimer la musique, les fleurs, les parfums [...] et le sourire des femmes !* »⁹⁸.

Cette vision est également celle de la clientèle, ce qui donne lieu à un compromis : bien que la fabrication d'objets ne se fasse plus manuellement mais à l'aide de machines, quelques touches décoratives sont conservées et doivent, paradoxalement, souvent être ajoutées à la main⁹⁹. Ce manque d'implication totale dans la modernité induit une scission au sein de la Société des Artistes Décorateurs¹⁰⁰. Celle-ci donne naissance à l'Union des Artistes Modernes¹⁰¹ ou UAM, mouvement créé en 1929 par Robert Mallet-Stevens, qui réunit des artistes décorateurs et des architectes. Les membres fondateurs sont des figures emblématiques du mouvement moderne telles que René Herbst, Francis Jourdain, Pierre Legrain, les frères Martel, Charlotte Perriand ou encore Gustave Miklos. Cette association de différentes personnalités de l'avant-garde est l'occasion de mettre pleinement à profit les préceptes des modernes. L'UAM revendique un programme social ainsi qu'une production totalement émancipée des diktats bourgeois, fondée sur la fabrication en série d'objets dont la structure découle de la fonction. Cette volonté rejoint celle du Bauhaus, à

⁹⁶ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.97

⁹⁷ *Idem*, p.99

⁹⁸ *Op. cit.* DUNCAN, Alastair, p.9

⁹⁹ *Idem*, p.10

¹⁰⁰ Cf. Annexe 33, p.XXX

¹⁰¹ Cf. Annexe 34, p.XXX

la différence que la production de l'UAM ne se fait qu'en petite quantité, car entravée par une « *industrie française timorée qui préfère reproduire les modèles du passé* »¹⁰².

La première exposition de l'UAM se tient au pavillon Marsan du 11 juin au 14 juillet 1930. De nombreuses créations sont présentées, qu'il s'agisse de mobilier, de joaillerie, de sculpture, de tissus ou d'arts appliqués. Encore une fois, l'Art déco, quelle que soit sa forme, est fondé sur le principe d'art total où tous les éléments, de l'architecture à la petite cuillère, se conjuguent afin de créer un ensemble cohérent. Cela est d'autant plus vrai pour les créateurs de l'UAM qui ont pour mot d'ordre le fonctionnalisme. De plus, comme le souligne Thierry Chaudière, responsable de la galerie parisienne Makassar, un certain nombre d'entre eux ont une formation d'architecte¹⁰³, élément non négligeable dans la vision qu'ils proposent de l'aménagement des espaces. Tout est question de volume, de modularité, et ce, aussi bien au niveau de l'architecture même, que des meubles meublants ou encore des éclairages « *mobiles et pivotants, car l'occupant des lieux doit pouvoir modifier à loisir son cadre de vie selon ses besoins* »¹⁰⁴. Le béton, le métal et le verre sont les matériaux de cette révolution moderne.

À la mort de Robert Mallet-Stevens en 1945, l'UAM suspend ses activités pour ne les reprendre qu'en 1949 grâce aux expositions Formes Utiles. Cependant, les réunions entre membres se font rares et la priorité est la reconstruction de la France. L'UAM se spécialise dans le design industriel et ne fait plus l'objet de grandes commandes à l'image de celle fameuse du Maharaja d'Indore, Shri Yeswant Rao Holkar Bahadur, qui commande en 1930 à Eckart Muthesius – fils du créateur du Werkbund, Hermann Muthesius – tout son mobilier pour sa demeure personnelle : le Palais de *Manik Bagh* (Jardins précieux). Après la guerre, la querelle entre « contemporains » et « modernes » est lointaine et obsolète. L'heure est au design et à l'Association des créateurs de modèles en série. Le second conflit mondial sonne définitivement le glas de l'Art déco, sous toutes ses formes.

¹⁰² *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.111

¹⁰³ Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

¹⁰⁴ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.117

II. La redécouverte de l'Art déco : une histoire de marchands, de collectionneurs et de chercheurs

L'Art déco tombe dans l'oubli jusque dans les années 1960. À cette période, le mouvement est redécouvert peu à peu, notamment par de jeunes marchands parisiens. À leur suite, les historiens de l'art commencent à s'y intéresser et les prix pratiqués sur le marché achèvent d'entériner la renaissance de l'Art déco. Avant que ne soit baptisé ce style à la fin des années 1960, on parle en France de style « rétro », de « style vingt-cinq », des « années trente » ou plus largement des « Années Folles ». Néanmoins, force est d'admettre que ce moment dans l'histoire des arts décoratifs français, est déjà désigné par le terme « Art Déco » dans les pays anglo-saxons et notamment aux États-Unis, depuis les années 1950¹⁰⁵. De même, si les plus grands collectionneurs et marchands sont effectivement français, voire d'ailleurs parisiens, et si la recherche se fait essentiellement en France, la redécouverte commence bien outre-Atlantique, l'Art déco étant reconnu et collectionné, bien que très modestement, en premier lieu aux États-Unis.

1. Les débuts de la redécouverte

La redécouverte reste néanmoins intrinsèquement française et se déroule entre le milieu des années 1960 et la fin des années 1970. Elle est le fait de différents facteurs qui s'unissent afin de redorer le blason des arts décoratifs de l'entre-deux-guerres. Ainsi, de l'institution muséale aux salles de ventes, en passant par les galeries et les intérieurs des grands collectionneurs, l'Art déco retrouve son attractivité d'antan.

¹⁰⁵ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.10

1.1. *L'institution muséale au service de la redécouverte*

Le musée est un élément important dans la constitution du goût. La reconnaissance des différents mouvements de l'histoire de l'art, des artistes et des œuvres, se fait essentiellement par l'entrée dans la sphère muséale. La « muséalisation » équivaut à la reconnaissance publique de la valeur des choses. Force est de constater que le temps joue un rôle déterminant dans l'accession au précieux sésame. C'est ainsi que l'Art déco ne déroge pas à la règle et doit attendre les années 1960 pour être valorisé par l'institution muséale. Les États-Unis accordent ce privilège au mouvement par deux fois lors des débuts de la redécouverte : une exposition intitulée « Jazz Age » est proposée à Brighton en 1969 et une exposition « Art déco » se tient à Minneapolis en 1971¹⁰⁶. En France, une première exposition majeure est organisée à la demande de François Mathey, directeur de l'Union centrale des arts décoratifs. Cette exposition titrée « Les années "25". Art déco/ Bauhaus/ Stijl/ Esprit nouveau » prend place au musée des Arts décoratifs à Paris en 1966. Yvonne Brunhammer, conservateur en chef du patrimoine, est alors assistante au Musée des arts décoratifs. Cette exposition est l'occasion pour elle d'effectuer un premier catalogue des collections du musée et de « *présenter les deux grosses donations d'après-guerre sur cette période : la donation Dubrugeaud d'objets ayant appartenu à Jacques Doucet, et l'appartement Rateau pour Jeanne Lanvin qu'[elle avait elle-même] inventorié sur place dans l'hôtel de la rue Barbet-de-Jouy à Paris* »¹⁰⁷. L'exposition fait alors la part belle aux modernes et à leurs sources étrangères telles que le Bauhaus et le mouvement De Stijl. Mais l'équilibre est rétabli lors d'une nouvelle exposition consacrée à l'Art déco par le musée des Arts décoratifs en 1976. Yvonne Brunhammer, alors présidente de l'Union des arts décoratifs, peut, pour cet événement célébrant le cinquantenaire de l'exposition de 1925, mettre en avant les décorateurs-ensembliers de la SAD qu'elle affectionne tant¹⁰⁸. Cette exposition baptisée sobrement « 1925 » suscite de nombreuses contestations dans le monde de la culture. En effet, si le style Art déco est remis à la mode à cette époque, les objets, quant à eux, n'abondent pas au sein des musées. De plus, les collections 1920 ne deviennent accessibles au public qu'en 1985 au musée des Arts décoratifs¹⁰⁹. Ainsi, Yvonne Brunhammer fait appel aux principaux acteurs de la redécouverte de l'Art déco :

¹⁰⁶ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.10

¹⁰⁷ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne; MATHEY, François, p.4

¹⁰⁸ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.11

¹⁰⁹ GAILLEMIN, Jean-Louis, *Félix Marcilhac, Passion Art Déco*, Le Passage, 2014, p.30

les marchands. Leur participation permet de présenter aux visiteurs de l'époque des grands noms de la création durant l'entre-deux-guerres, tels que Marcel Coard, André Groult, Eugène Printz ou encore Jean Dunand. La qualité de l'exposition n'empêche pas des détracteurs d'accuser la présidente du musée de faire une « *exposition d'antiquaires* »¹¹⁰. Quoi qu'il en soit, la machine est lancée, acteurs du musée et du marché œuvrent ensemble à la mise en lumière d'un style oublié. Leur entreprise et leur entrain ne sont pas vains et aboutissent à faire de l'Art déco ce qu'il est aujourd'hui, une des périodes majeures des arts décoratifs français.

1.2. Antiquaires, marchands et puciers, sauveteurs d'un patrimoine : le cas de Cheska Vallois et de Félix Marcilhac

Yvonne Brunhammer fait appel aux jeunes marchands d'Art déco de l'époque afin de réaliser son exposition. La raison est simple : ces antiquaires sont à l'origine de la redécouverte du mouvement, et ce, avant l'institution muséale. À l'instar de José Alvarez dans son ouvrage, *Histoires de l'Art déco*, nous nous devons de rendre hommage aux acteurs de la résurgence du style Art déco pour « *leur action de sauvetage d'un patrimoine jusqu'alors négligé* »¹¹¹. Ils sont nombreux à avoir œuvré à faire sortir de l'oubli cette période de créativité exceptionnelle. Grâce à leurs connaissances acquises empiriquement à force de recherches et d'enthousiasme, ils ont sans aucun doute rendu un grand service au patrimoine culturel et artistique français. Nous pouvons citer quelques grands noms à l'origine de l'exhumation du style Art déco et de son succès tels que Bob Walker, Philippe Garner, Jacques Grange et Nourhan Manoukian. Cependant, nous allons illustrer ce point par deux exemples : tout d'abord la figure mythique de cette profession, Cheska Vallois¹¹², puis le célèbre expert, Félix Marcilhac¹¹³.

Issue d'une famille totalement étrangère du monde culturel, Cheska Vallois¹¹⁴ découvre le métier d'antiquaire aux côtés de son époux Bob. Ensemble, ils ouvrent un petit magasin sur la Côte d'Azur dans lequel ils vendent des objets sans distinction de période ou de style. Se découvrant une attirance pour le XX^e siècle, le couple migre à Paris

¹¹⁰ *Op. cit.* GAILLEMIN, Jean-Louis, p.30

¹¹¹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.12

¹¹² Cf. Annexe 35, p.XXXI

¹¹³ Cf. Annexe 36, p.XXXI

¹¹⁴ Les informations biographiques données au cours de ce paragraphe sont issues de l'ouvrage précédemment cité de José Alvarez, pp.190-222

afin de satisfaire cette passion naissante. Installés dans le très en vogue quartier des Halles dès 1970, au 55 rue Saint-Denis, ils commencent à former avec d'autres marchands, un noyau d'antiquaires spécialisés dans les arts décoratifs du XX^e siècle. Ainsi, la galerie du Luxembourg – créée par Alain et Michel Blondel en association avec Yves Plantin et Françoise Blondel – est située dans la même rue, Maria de Beyrie officie rue de la Ferronnerie et Félix Marchilhac, rue Bonaparte. Il faut ajouter à cette liste non seulement Alain Lesieutre, mais également Yvette Barran, Michel Périnet ou encore Stéphane Deschamps. Comme mentionné plus tôt, les collections du musée des Arts décoratifs ne sont alors pas accessibles au public. Restent donc, pour ces autodidactes, les documents d'époque conservés dans les bibliothèques, notamment celle des Arts décoratifs et la bibliothèque Forney que Cheska Vallois fréquente assidument. Enfin, vient la pratique acquise aux Puces au contact des chineurs, des « brocs » et autres rabatteurs qui proposent en grande quantité meubles et objets pour la plupart non attribués. À force d'apprentissage et d'achats, Bob et Cheska Vallois tombent très vite sur un objet exceptionnel, tel qu'en rêvent encore tous les antiquaires. Cheska Vallois se souvient :

« Nos connaissances étaient encore balbutiantes de même que celles de nos confrères mais nous avons pour nous un œil qui s'exerçait vite et beaucoup d'intuition. Nous ne le savions pas mais les deux meubles que le chineur déposa sur le trottoir devant la porte de notre magasin étaient d'Eileen Gray, le sofa pirogue¹¹⁵ et le meuble d'appui, « The Enfilade ». Profondément impressionnée, je savais que j'étais en présence d'objets exceptionnels, qui m'étaient destinés.[...]Le brocanteur nous proposa les deux meubles pour la somme de 2 500 francs, que nous n'avions pas, mais notre intuition nous dictait de les acquérir. De même que leur valeur réelle, leur prix d'achat n'avait aucune signification à nos yeux. Ce qui comptait, c'était l'émotion que nous ressentions, révélatrice de leur importance, de leur qualité. Ces meubles ne correspondant à rien de ce que nous connaissions, il nous fallait nous laisser guider par notre seul goût »¹¹⁶.

Sans avoir connaissance de l'identité de l'artiste – désormais considérée comme l'une des créatrices les plus emblématiques du XX^e siècle – l'intuition les pousse à acquérir ces pièces afin de les revendre au prix fort. Cet événement marque le début de ce qui sera à jamais le mode de fonctionnement de Cheska Vallois : se fier à son instinct, la recherche

¹¹⁵ Cf. Annexe 37, p.XXXII

¹¹⁶ *Op. cit.* ALVAREZ, José, pp.191-192

constante de la perfection et de la rareté et enfin défendre ses choix par des prix élevés. Elle a, selon de nombreux professionnels du milieu, littéralement créé le marché en portant jusqu'au sommet les artistes en lesquels elle a cru. Des artistes qu'elle a la chance, à cette époque, de pouvoir rencontrer, avec qui elle peut échanger. C'est le cas notamment avec Eileen Gray, résidant alors dans le même quartier que la jeune galeriste. Cette proximité donne lieu à un « *rituel immuable* »¹¹⁷ : chaque semaine Cheska Vallois rend visite à la créatrice, alors très âgée, mais qui prend le temps de lui exposer toutes les sources de son travail. Ses souvenirs tout autant que les documents qu'elle conserve, permettent à la jeune femme encore novice, d'acquérir un savoir inégalé. C'est bien là toute la force de ces jeunes antiquaires qui se prennent de passion pour une période certes oubliée, mais finalement assez peu éloignée dans le temps. Les connaissances sont là, à portée de main pour qui veut bien la tendre. L'entrain et le professionnalisme de Cheska Vallois lui valent d'acquérir une clientèle fidèle, intéressée, parisienne et fortunée. Alors même que l'Art déco n'est pas encore pleinement reconnu en tant que style majeur, des clients débutent avec passion de grandes collections grâce aux conseils avisés de jeunes marchands. Portés par une clientèle à la recherche uniquement d'exceptionnel, Bob et Cheska Vallois bâtissent leur réputation à force d'exigence dans le choix de leurs pièces, de leurs stands aux biennales – créant chaque année l'événement – ou encore par des coups d'éclats lors de grandes ventes aux enchères. Cheska Vallois poussera ainsi les enchères jusqu'à l'incroyable somme de vingt deux millions d'euros à l'occasion de la vente Bergé – Yves Saint Laurent en 2009, afin d'acquérir le fauteuil Dragon¹¹⁸ d'Eileen Gray. La ténacité est sans aucun doute le trait de caractère qui qualifie le mieux Cheska Vallois. Le décorateur François-Joseph Graf dit ainsi d'elle :

« C'est un terrier qui jamais ne lâche sa proie. Elle obtient ce qu'elle veut à force de travail et de ténacité. Ses convictions de même que sa détermination sont absolues. Aussi est-il préférable de ne pas croiser son chemin au détour de quelque transaction. Ses concurrents l'apprennent parfois à leurs dépens. Mais son obsession est saine, sincère. Quand elle rêve d'un objet, celui-ci occupe toutes ses pensées, elle en est obsédée, jusqu'à l'abatement. Littéralement malade, au tapis, elle ressurgira l'instant d'après plus

¹¹⁷ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.194

¹¹⁸ Cf. Annexe 38, p.XXXII

*combative, toute à son personnage, au rôle qui est le sien, avec le désir immarcescible de vaincre et de convaincre. »*¹¹⁹

Félix Marcilhac brille quant à lui tout autant par ses qualités de marchand que par celles d'expert et d'historien de l'art. En étant l'auteur d'une dizaine d'ouvrages, Félix Marcilhac participe à l'élaboration et l'approfondissement des connaissances dans le domaine de l'Art déco. Ses recherches et écrits sont d'autant plus déterminants qu'à la fin des années 1960 et jusqu'aux débuts des années 1970, la documentation reste très succincte. Cela est compensé, encore une fois, par la possibilité de rencontrer les artistes toujours en vie. C'est ainsi que Félix Marcilhac a alors le privilège d'interroger en personne Marcel Coard, François-Émile Decorchemont, Marc et Marie-Claude Lalique, Boris Lacroix, Henri Navarre et René Herbst, entre autres. Si la démarche de ces jeunes antiquaires peut alors surprendre dans le milieu du marché de l'art, elle interloque tout autant ces artistes qui ont vu leur notoriété s'évanouir avec la Seconde Guerre mondiale¹²⁰. Félix Marcilhac acquiert donc rapidement de grandes connaissances sur l'Art déco. Issu d'un milieu dont il aime rappeler la modestie¹²¹, cet étudiant en droit et sciences politiques découvre par hasard le monde de la vente d'œuvres d'art au Marché Suisse du XV^e arrondissement de Paris. Sa rencontre avec Bernadette Fenwick, antiquaire spécialisée dans l'Art nouveau, est déterminante¹²². Le tout jeune Félix Marcilhac fait ainsi ses armes et forme son œil au contact du style 1900 et du marchand Stéphane Deschamps. À force de négoce, d'opportunités ratées et de « beaux coups », Félix Marcilhac fait peu à peu partie du sérail très limité des connaisseurs en Art déco. À l'image de Cheska Vallois, il se construit une réputation, ainsi qu'un réseau de clients. Son nom est associé aux différentes monographies qu'il publie et qui font encore date aujourd'hui. Il développe sa reconnaissance dans le milieu non seulement par sa qualité d'expert indépendant, mais également par ses diverses associations avec des commissaires-priseurs spécialisés dans le domaine, puis par son travail au sein de l'Étude Tajan. Enfin, son statut d'expert pour la maison de ventes aux enchères Artcurial jusqu'en novembre 2013 – date à laquelle il se retire du métier – achève d'asseoir sa notoriété et son autorité dans le milieu. Mais le chemin est long et les obstacles nombreux. Félix

¹¹⁹ *Op. cit.* ALVAREZ, p.220-221

¹²⁰ *Idem*, p.236

¹²¹ *Op. cit.* GAILLEMIN, Jean-Louis, p.14

¹²² *Idem*, p.15

Marcilhac doit, avant d'acquérir le statut qui est le sien, se heurter à la désapprobation de ses proches au moment de l'installation de sa galerie¹²³. Très peu de personnes croient en un quelconque avenir pour l'Art déco, à tel point qu'il est alors possible de faire d'intéressantes découvertes au milieu des objets encombrants abandonnés sur le trottoir. La simplicité des lignes d'un Jean-Michel Frank par exemple, peut provoquer une incompréhension totale. Félix Marcilhac l'apprend d'ailleurs à ses dépens en exposant un jour l'artiste dans la vitrine de sa galerie, lui valant, dès le lendemain, de voir sa devanture affublée de la mention « *meuble de cuisine* »¹²⁴. Le chemin n'est pas sans embûches mais il aboutit néanmoins, à force de persuasion, au marché florissant que connaît déjà l'Art déco dans les années 1980. Depuis cette mésaventure, Félix Marcilhac a largement prospéré dans la profession jusqu'à l'arrêt en 2013 de son activité. Sa brillante carrière est couronnée cette année par la vente de sa collection privée ainsi que celle de son hôtel particulier des années 1920 à Boulogne. Après avoir passé le flambeau à ses enfants, il s'est retiré dans sa demeure de Marrakech, ville qui émerveilla de nombreux adeptes de l'Art déco, depuis le peintre Jacques Majorelle jusqu'au couturier Yves Saint Laurent. Suivant le chemin inverse de Jacques Doucet, il délaisse désormais l'Art déco pour s'intéresser à la période du XVIII^e siècle.

Quoi qu'il en soit, les marchands et notamment Cheska Vallois et Félix Marcilhac, aujourd'hui renommés mondialement, sont les artisans de la vogue de l'Art déco. Leur rôle de pédagogue est primordial : ils contribuent à façonner le goût des collectionneurs et les convainquent d'être actifs sur le marché, condition *sine qua non* de son attractivité. De plus, les collectionneurs assurent le prestige d'un style en se plaçant comme prescripteurs du goût.

¹²³ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.231

¹²⁴ *Op. cit.* GAILLEMIN, Jean-Louis, p.89

2. Les grands collectionneurs : créateurs de goût et de prestige

Les collectionneurs jouent un rôle primordial dans l'élaboration du goût quel que soit le domaine concerné. Nous pourrions parler aujourd'hui de « *tastemakers* », mais ce concept est loin d'être récent. D'une occupation éminemment princière, la collection se démocratise au fil du temps. Durant la période de création de l'Art déco, les admirateurs et collectionneurs du style font partie d'une frange spécifique de la population. François Mathey écrit dans son introduction à l'exposition « Les années "25". Art déco/ Bauhaus/ Stijl/ Esprit nouveau » de 1966 :

« *Ces tentatives ne pouvaient s'adresser qu'au seul public capable de les admettre : amateurs éclairés, snobs ou femmes sensibles par vocation aux suggestions de la mode.* »¹²⁵

Il n'est ainsi pas étonnant de voir que les personnalités associées au mouvement de l'Art déco sont par ailleurs considérées comme avant-gardistes dans leur propre domaine, bien souvent lié à la création. Parmi elles, il n'est de collectionneur plus emblématique que le couturier Jacques Doucet.

2.1. *L'événement de la vente de la collection du studio de Jacques Doucet*

Mécène et collectionneur, Jacques Doucet (1853-1929) est issu d'une famille de tailleurs. Devenu couturier, il habille les grandes dames du début du siècle dans une inspiration Art nouveau. Chantre de la Belle Époque, il se laisse séduire par la modernité au contact de ses amis tels qu'André Breton, Louis Aragon, Philippe Soupault ou Robert Desnos. Collectionneur du grand style français du XVIII^e siècle, Jacques Doucet entreprend de réaménager en 1912 son nouvel appartement de l'avenue du Bois – aujourd'hui avenue Foch – en fonction de ses dernières acquisitions : Daumier, Degas, Manet, Monet, Van Gogh ou Cézanne¹²⁶. La transition se fait en douceur grâce au décorateur choisi pour cette tâche : Paul Iribe. Avec lui, Jacques Doucet met un pied dans la modernité toutefois empreinte de lignes anciennes. Le couturier rencontre également à

¹²⁵ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne; MATHEY, François, p.10

¹²⁶ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.75

cette époque Pierre Legrain, alors assistant d'Irribé, mais également Eileen Gray ou encore René Lalique, à qui il passe d'ores et déjà des commandes¹²⁷. Suite à la Grande guerre, Jacques Doucet affirme son goût pour la modernité et n'hésite plus à jeter son dévolu sur des pièces signées Picasso, Mirò, Ernst, Picabia, Brancusi, Csàky ou Miklos. À cela s'ajoute quelques pièces d'« art nègre », si en vogue à l'époque. Doucet songe alors à un nouvel écrin plus approprié à ce nouveau style. C'est ainsi que naît, vers 1925, son projet du « studio »¹²⁸ au 33, rue Saint-James à Neuilly-sur-Seine¹²⁹. L'architecture est confiée à Paul Ruau tandis que la décoration et l'ameublement sont à la charge de Pierre Legrain. Éminemment ancré dans le présent, Pierre Legrain crée pour le couturier des meubles aux inspirations cubistes et africaines jouant avec des lignes épurées, mêlées à des matières nouvellement utilisées telles que l'ébène de makassar, le parchemin ou encore le galuchat. À ce décor, Jacques Doucet ajoute des meubles de Rose Adler, Eileen Gray, Clément Rousseau ou Marcel Coard¹³⁰. Sans être un esprit érudit, Jacques Doucet prouve, dans ce studio, toute la finesse de son goût et de son regard. « *Prince et mécène* » pour Maurice Sachs¹³¹, Jacques Doucet est sans conteste le collectionneur le plus emblématique de l'Art déco. Il est d'ailleurs intéressant de noter que de nombreux amateurs d'Art déco sont également de grands couturiers des XX^e et XXI^e siècles. De Jeanne Lanvin à Yves Saint Laurent, en passant par Jacques Doucet et Karl Lagerfeld, Paul Poiret ou Madeleine Vionnet, tous ont été conquis par les créations des années 1920 et 1930.

La collection étant une œuvre de l'esprit, elle n'a plus lieu d'être au décès de son créateur. Celle-ci est alors vouée également à disparaître. Cependant, la dispersion d'œuvres réunies par une personnalité aussi avant-gardiste que celle de Jacques Doucet, ne pouvait qu'être un événement majeur dans l'histoire du courant artistique. La vente Doucet a lieu en 1972, durant les prémices de la redécouverte du style. Cette vente et son retentissement, participent alors pleinement à faire connaître l'art durant l'entre-deux-guerres. Cheska Vallois dit elle-même qu'« *avant la vente Doucet, seules quelques personnes s'intéressaient à l'Art déco en France* »¹³². Il s'agit réellement du premier événement médiatique qui révèle l'Art déco au grand public. Hormis les objets

¹²⁷ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.75

¹²⁸ Cf. Annexe 39, pp.XXXIII-XXXIV

¹²⁹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.161

¹³⁰ *Op. cit.* BRUNHAMMER, Yvonne, p.75

¹³¹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.153

¹³² *Idem*, p.195

précédemment évoqués et entrés par don au musée des Arts décoratifs, il ne subsiste en 1972 finalement que peu de choses des fabuleuses collections de Jacques Doucet. La vente est elle-même fortuite puisque depuis la guerre, les meubles et objets sont entreposés dans un garde-meuble, sans que personne n'y prête attention. C'est finalement son avis de démolition qui contraint les héritiers à vendre le reste de la collection, et ce, dans les plus brefs délais¹³³. La famille s'adresse à Maître Lucien Solanet. Ce dernier organise seul la vente des meubles d'inspiration classique, mais manque de connaissances en ce qui concerne le mobilier du XX^e siècle. C'est ainsi qu'il doit faire appel en urgence à Maître Jean-Pierre Camard afin d'inventorier, identifier et estimer en très peu de temps, les pièces proposées à la vente, et ce, à l'aide de maigres informations. Le rendez-vous est donné en salle 1 de l'Hôtel Drouot, le mercredi 8 novembre 1972 à 14h30. Maîtres Audap, Godeau et Solanet, assistés par Maître Camard, dispersent ce qui reste du studio de Neuilly. Marchands, collectionneurs et conservateurs français et étrangers se retrouvent en salle et provoquent une véritable flambée des prix, bien au-delà des estimations¹³⁴. Les marchands sont tous présents : Félix Marcilhac, les Vallois, les Blondel, Maria de Beyrie, Nouhran Manoukian et Bob Walker. Yvonne Brunhammer, François Mathey, mais également de grands collectionneurs tels que Pierre Bergé et Yves Saint Laurent, font le déplacement. La salle est comble et plus encore. Jean-Pierre Camard conseille judicieusement à Maître Solanet de ne pas mélanger les styles et de laisser le mobilier d'inspiration XVIII^e pour la fin de la vente¹³⁵. Eileen Gray, alors âgée de plus de 90 ans, assiste à l'adjudication de son fameux paravent, *Le Destin*¹³⁶, pour la somme de 170 000 francs. Le Metropolitan Museum de New York acquiert ce jour-là pour la somme de 39 000 francs, un tabouret de Pierre Legrain d'inspiration africaine¹³⁷. Enfin, le fameux canapé gondole de Marcel Coard¹³⁸ est adjudgé pour 150 000 francs. Le bilan est sans appel, la vente est un succès. C'est ainsi que les antiquaires venus pour les restes de la collection XVIII^e de Jacques Doucet, assistent médusés au flot d'enchères¹³⁹. Cette vente marque le début d'un marché pérenne et médiatique. Cette reconnaissance du marché de l'art permet à l'Art déco

¹³³ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.169

¹³⁴ PERTHUIS, Françoise de, « L'Art déco en flèche », *La Gazette Drouot*, n°44, 22 décembre 1972, p.5

¹³⁵ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.174

¹³⁶ Cf. Annexe 40, p.XXXV

¹³⁷ Cf. Annexe 41, p.XXXVI

¹³⁸ Cf. Annexe 42, p.XXXVI

¹³⁹ *Op. cit.* GAILLEMIN, Jean-Louis, p.82

d'acquérir ses lettres de noblesse et d'entrer dans le langage courant, ainsi que dans les musées.

2.2. Les collectionneurs et l'Art déco

La vente de la collection Doucet constitue indubitablement un jalon important dans la redécouverte de l'Art déco. Néanmoins, d'autres collections majeures participent pleinement de la vogue du style. Ainsi, la vente Karl Lagerfeld en 1975 – réalisée par les mêmes Maîtres Godeau, Solanet et Audap que pour la vente Doucet, assistés cette fois en tant qu'expert de Félix Marcilhac – marque une nouvelle étape dans l'histoire du marché de l'Art déco. La vente du mobilier du Maharaja d'Indore à Monaco en 1980, symbolise la belle évolution que connaît le marché durant cette décennie. Enfin, le phénomène atteint son apogée dans les années 2000, qui comptent plusieurs ventes mémorables, certaines restant même dans les annales de l'histoire du marché de l'art. Ce sont ainsi les ventes Claude et Simone Dray en 2006, Pierre Bergé et Yves Saint Laurent en 2009, du Château de Gourdon en 2011, Pierre Hébey et Steven A. Greenberg en 2012 et enfin la vente Marcilhac en 2014, qui offrent à l'Art déco une couverture médiatique et un succès, toujours plus grandissants.

Les collectionneurs et amateurs ont le pouvoir d'activer le marché de l'art par la vente de leurs objets, mais leur influence s'exerce également en amont. Prenons pour exemple deux personnalités mythiques de l'histoire de l'Art déco : Marie-Laure de Noailles et Yves Saint Laurent. Marie-Laure Henriette Anne Bischoffsheim, plus connue sous l'appellation de vicomtesse de Noailles, rassemble avec son époux Charles, une importante collection d'art moderne dans les années 1920. Grande mécène, la vicomtesse s'éteint en 1970, au moment de la redécouverte du style Art déco. Yves Henri Donat Mathieu-Saint-Laurent, dit Yves Saint Laurent, reste à ce jour la figure du plus grand retentissement médiatique dans l'histoire du marché de l'art notamment grâce à ses pièces Art déco acquises dès les années 1960. Ces deux personnalités emblématiques de l'Art déco entraînent l'influent décorateur Jacques Grange dans leur passion. L'acte n'est pas sans conséquence pour les arts décoratifs de l'entre-deux-guerres. Les décorateurs assurent en effet un relais non négligeable auprès des particuliers, en leur transmettant leur goût. Cheska Vallois salue d'ailleurs le rôle des décorateurs dans l'épanouissement du style Art déco :

*« Puis sont arrivés les décorateurs et parmi eux Jacques Grange, qui savait l'importance de ces créateurs et s'attachait à les intégrer à ses décors, à les faire apprécier de ses clients. Tout nouvel amateur d'Art déco était le bienvenu. Nous avions terriblement besoin d'eux. Le maintien de notre activité en dépendait. »*¹⁴⁰

À travers les décorateurs, le goût pour l'Art déco se déploie auprès de nouveaux collectionneurs. Ces derniers, en se multipliant, assurent également la pérennité d'un style, dont la vogue et l'attractivité dépendent en grande partie d'eux. En augmentant leur nombre, ils accroissent la demande dans un domaine déjà restreint par nature – de par la courte période de création de l'Art déco – et participent ainsi de la rareté du produit. À la qualité intrinsèque des œuvres, s'ajoute le prestige du collectionneur, de son nom. L'objet prend une autre dimension qui est de l'ordre du sentiment. Le fauteuil aux dragons d'Eileen Gray, précédemment cité, qui atteint la somme de vingt deux millions d'euros lors de la vente Bergé – Saint Laurent en 2009, réalise ce prix grâce à la renommée de l'artiste, à la qualité de son œuvre, mais également grâce à l'aura de cet objet faisant jadis partie du quotidien du grand couturier disparu. Il n'est pas rare d'entendre parler d'objets « Doucet », « Saint Laurent » ou désormais d'objets « Marcilhac ». Les collectionneurs sont, au même titre que les grands marchands et les historiens de l'art, des moteurs du marché comptant parmi les artisans de la redécouverte de l'Art déco.

¹⁴⁰ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.196

III. Le marché de l'Art déco

Le marché a, comme nous avons pu le voir, permis de faire sortir de l'oubli toute une période de l'histoire des arts décoratifs français. Dès lors, un soutien mutuel s'est opéré entre professionnels du marché de l'art et représentants de la culture. Ces deux corporations, à première vue antagonistes, sont parvenues à œuvrer ensemble et sans préjugés, afin d'exhumer les traces d'un passé glorieux. Cette collaboration a, certes, porté ses fruits, mais au terme d'un travail de longue haleine. Les expositions et ventes, précédemment citées, apportent à l'Art déco une notoriété incontestable. Mais force est de constater qu'il faut encore de nombreuses années pour que le mouvement soit pleinement considéré comme une période majeure de création, en témoigne la tardive présentation aux visiteurs des collections du musée des Arts décoratifs. Le marché de l'art fut salvateur pour l'Art déco et il permet aujourd'hui encore, d'assurer sa diffusion auprès du grand public par le biais de ventes prestigieuses et médiatisées. Par ailleurs, la bonne santé du marché permet aux objets de « sortir » et ainsi de faire évoluer la recherche. Le marché a, en effet, cette capacité d'agir comme un catalyseur de découvertes. Ce succès constant du style donne l'occasion aux chercheurs d'approfondir les connaissances, aboutissant à des publications toujours plus nombreuses. L'effet de mode peut alors être concrétisé par l'institution muséale qui célèbre les créations de l'entre-deux-guerres et leur diffusion, comme c'est le cas en 2014 avec l'exposition à la Cité de l'architecture à Paris, « 1925 : quand l'Art déco séduit le monde ». Le marché de l'Art déco actuel est le fruit d'une redécouverte dont nous avons pu voir les prémices. Les bases jetées dans les années 1960 et 1970, permettent à ce marché balbutiant de s'épanouir. D'un marché parisien, l'Art déco s'est internationalisé au fil du temps. Les marchands de la redécouverte ont cédé leur place aux maisons de ventes aux enchères. Cette partie est l'occasion de retracer les

mutations du marché de l'Art déco afin de mieux appréhender la situation actuelle et envisager le futur.

1. De Paris à l'international

Le marché de l'Art déco naît et prospère dans la Ville Lumière mais son succès le conduit à s'exporter hors des frontières françaises. Les prix réalisés outre-Atlantique et outre-Manche ne manquent pas d'attirer les objets et les collectionneurs, tandis que le marché français pâtit de la lourdeur de sa réglementation. Cela étant dit, l'aura parisienne continue à peser largement dans la balance.

1.1. Un marché international, mais d'essence parisienne

La vogue de l'Art déco se développe principalement en France, malgré l'existence de quelques expositions et collectionneurs outre-Atlantique. Néanmoins, le style acquiert de plus en plus de notoriété et ce succès est relayé aux États-Unis dès 1980 à l'ouverture de la galerie DeLorenzo à New-York¹⁴¹. Dans ce processus d'ouverture au marché international, les Puces jouent alors un rôle majeur. C'est là qu'Anthony DeLorenzo découvre en 1979 le métier de marchand d'art¹⁴². À l'ouverture de sa première galerie de Long Island – où le marchand propose de l'Art déco français ainsi que des lampes Tiffany – le succès est immédiat, amenant DeLorenzo à consacrer son activité aux arts décoratifs français. Il devient dès lors le principal vecteur de l'Art déco sur le continent américain, en proposant aux collectionneurs des œuvres de qualité équivalente à celles proposées dans les galeries françaises. Ces galeries françaises profitent par ailleurs du travail de DeLorenzo pour s'installer aux États-Unis, tel que ce fut le cas pour les Vallois qui ouvrent leur galerie sur Madison Avenue en 1999 en association avec Barry Friedman¹⁴³ ou encore la galerie Arc en Seine qui s'installe en 1998. Les galeristes ne sont pas les seuls à arpenter les allées des Puces de Saint-Ouen. Une clientèle américaine se prend de passion pour les objets Art déco proposés par les marchands et provoque un conséquent flux d'œuvres vers les États-Unis. Avant cela, dès les années 1960 et 1970, le Tout Paris se met à chiner régulièrement

¹⁴¹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.203

¹⁴² *Idem*, p.203

¹⁴³ *Ibid.*, p.205

et il n'est pas rare de croiser « *tout ce qui comptait dans les milieux artistiques, mais aussi dans la grande bourgeoisie, le monde du spectacle, du cinéma...* »¹⁴⁴.

Les années 1980 voient également arriver une nouvelle génération de galeristes Art déco, tels que Sophie Caparis et Monique Magnan qui créent la galerie Makassar, Rafael Ortiz et Christian Boutonnet qui ouvrent l'Arc en Seine, ou encore Denis Doria qui se spécialise dans l'UAM. Les ventes consacrées uniquement à l'Art déco se multiplient. Au départ rendez-vous de quelques initiés, ces ventes deviennent dans les années 1990 des événements mondains et médiatiques incontournables¹⁴⁵. Les prix augmentent, poussant ainsi les grands *auctioneers* anglo-saxons, à s'intéresser de près aux arts décoratifs français du début du XX^e siècle. En 1967 Sotheby's s'installe à Paris, suivi de près par Christie's en 1968. Le principal but de ces bureaux parisiens est d'assurer la renommée internationale des deux maisons de ventes aux enchères. Ces filiales puisent également dans le vivier des objets d'art présents sur le territoire français, afin d'ajouter des pièces de qualité aux vacations new-yorkaises et londoniennes principalement. Cette démarche participe de l'engouement international pour l'Art déco. Néanmoins, la vente publique d'objets d'art sur le territoire français reste la chasse gardée des commissaires-priseurs, et ce jusqu'à la loi n° 2000-642 du 10 juillet 2000¹⁴⁶ portant réglementation des ventes volontaires de meubles aux enchères publiques. Cette loi retire aux commissaires-priseurs leur privilège suranné et contraire à la libre prestation de services invoquée par le Traité de Rome. Elle annonce ainsi l'ouverture officielle des Sociétés de Ventes Volontaires (SVV) Sotheby's et Christie's habilitées désormais à procéder à des ventes aux enchères sur le territoire français dès 2001. Jusque là, les deux *auctioneers* contournent ce problème par des ventes à Monaco, qui ont l'avantage d'offrir aux clients une fiscalisation préférentielle. Avant la loi de 2000, les ventes publiques aux enchères en France sont donc très réglementées et cela tient principalement à des raisons d'ordre historique. Ces ventes font en effet très tôt, l'objet d'un monopole. Dès 1556, le roi Henri II accorde aux « maîtres priseurs vendeurs de biens meubles » le droit exclusif d'y procéder. Jusqu'à la réforme instaurée par la loi du 10 juillet 2000, ce privilège s'est maintenu, après quelques années d'interruption sous la Révolution, au profit de certains officiers ministériels.

¹⁴⁴ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.243

¹⁴⁵ *Idem*, p.318

¹⁴⁶ <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000005629637>

Dès lors que la loi est promulguée, la concurrence est ouverte sur le sol français. Néanmoins, l'aura parisienne continue d'opérer dans le marché de l'Art déco. Ainsi, la plupart des ventes majeures dans le domaine, les ventes de collections, continuent de se tenir à Paris. Les ventes Claude et Simone Dray, Saint Laurent – Pierre Bergé, du château de Gourdon, Pierre Hébey ou encore cette année la vente Marcilhac, prennent place dans le berceau de l'Art déco. Force est de constater, au vu des résultats de ces vacations, que Paris, malgré ses contraintes, ne constitue pas une entrave pour le marché. L'Art déco reste un marché éminemment parisien, bien qu'une part importante se soit déplacée outre-Atlantique et outre-Manche, que ce soit au niveau des collectionneurs ou des plus belles pièces. Les ventes de collections, très médiatisées et porteuses de symbole comme nous l'avons vu plus tôt, se font toujours plus naturellement à Paris, lieu de création et d'achat de la plupart des pièces proposées lors de ces vacations. Il en est tout autre pour ce qui concerne les ventes traditionnelles d'Art déco. Ces dernières rassemblent des objets de très grande qualité, provenant de collectionneurs du monde entier, y compris français, qui n'hésitent plus aujourd'hui à vendre leurs objets hors de France.

1.2. La législation française : un frein pour le marché de l'art

Le déplacement du marché vers les places de New York, Londres et désormais Hong-Kong, comprend plusieurs facteurs qui dépassent le simple cadre du marché de l'art. Cependant, la législation française ne permet pas de pallier ces facteurs exogènes, au contraire, celle-ci porte même préjudice au dynamisme du marché français. La loi du 10 juillet 2000, précédemment citée, remédie quelque peu au phénomène. La libéralisation du marché a notamment permis l'ouverture en 2001 d'Artcurial, première maison de ventes aux enchères française. De plus, la libre prestation de services réaffirmée par la loi, donne aux maisons de ventes présentes sur le sol français, l'opportunité de proposer à leurs clients les mêmes services que ceux en vigueur dans les autres pays, notamment anglo-saxons. Ainsi, cette loi permet, entre autres, de proposer des garanties de prix, des avances, d'assurer des prix de réserve et surtout de procéder à des *after sale*, des ventes de gré à gré donc, autrefois monopole des marchands d'art.

Une avancée notable, mais qui peine à contrebalancer les spécificités françaises en matière de fiscalité. Ainsi, l'impôt sur la fortune (ISF), le droit de suite ou encore la taxe

sur la valeur ajoutée (TVA) à l'importation, sont autant d'éléments qui nuisent au dynamisme du marché français.

L'impôt sur la fortune est un handicap de taille pour l'attractivité du marché de l'art français. Jusqu'à présent, les œuvres d'art sont exclues de l'assiette de l'impôt sur la fortune. Toutefois, le débat ressurgit régulièrement et la volonté de voir disparaître cet avantage qualifié de « niche fiscale », se fait de plus en plus sentir. Néanmoins, l'application de cette mesure nuirait sans aucun doute à la présence d'œuvres d'art importantes sur le territoire français. Les propriétaires héritiers d'un bien culturel se verraient ainsi soumis à un nouvel impôt, les obligeant à se débarrasser dudit bien qui risquerait, par là même, de quitter le pays. Les collectionneurs eux-mêmes tendraient plus à délocaliser leurs biens, légalement ou non, si cette mesure venait à se concrétiser. Cette taxation favoriserait en fait l'appauvrissement du patrimoine français. Enfin, les conséquences s'en feraient sentir également sur le marché de l'art français, donnant l'image d'un pays moins attractif que d'autres dans le domaine. En 2011, le ministre de la culture de l'époque, Frédéric Mitterrand, estime « *que la mesure conduirait mécaniquement à l'effondrement du marché de l'art à un moment où la place de Paris, qui est au quatrième rang mondial, est en recul* »¹⁴⁷. En effet, la perspective d'un possible impôt influe sur l'acte d'achat d'œuvres en France et cela est également valable pour la TVA ou le droit de suite.

Le droit de suite est une invention française à visée sociale en faveur des artistes et de leurs familles. Les auteurs d'œuvres plastiques, graphiques ou d'arts appliqués, ainsi que leurs héritiers jusqu'à soixante-dix ans après le décès de l'artiste, perçoivent une rémunération à chaque revente d'œuvres originales faisant intervenir comme intermédiaire, un professionnel du marché de l'art (maisons de ventes aux enchères, galeristes, marchands d'art ou antiquaires). Par la directive 2001/84/CE du Parlement européen et du Conseil du 27 septembre 2001¹⁴⁸, relative à l'uniformisation du droit de suite aux États membres de l'Union européenne, la France devait voir son « handicap » diminué. Néanmoins, le Royaume-Uni s'est catégoriquement refusé à transposer ce droit de façon pleine et entière dans sa législation. Ainsi, le droit de suite est dû uniquement à l'artiste, et ce, de son vivant, contrairement à la France qui inclut les héritiers. Londres

¹⁴⁷ CROUZEL, Cécile, « Redevance télé, œuvres d'art : la facture fiscale s'alourdit », *Le Figaro*, 10 octobre 2012

¹⁴⁸ <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:272:0032:0036:FR:PDF>

étant le concurrent direct de Paris du fait notamment de leur proximité géographique, le marché de l'art français ne peut rivaliser sur ce point. Par ailleurs, le député Pierre Lellouche explique dans un rapport d'information de l'Assemblée Nationale que cette taxe, au-delà du fait qu'elle ne soit appliquée dans les faits par quasiment aucun pays de l'Union européenne, est désormais injustifiée du fait de la perte de son fondement social et ce pour deux raisons :

*« La première tient à ce que la protection sociale des artistes est aujourd'hui assurée, dans la plupart des États membres, par d'autres contributions, notamment les cotisations sociales. C'est le cas en France, par exemple, des cotisations versées à la Maison des artistes. La deuxième raison vient de ce que le droit de suite bénéficie pour l'essentiel aux descendants de familles fortunées, tels que ceux de Picasso, Matisse ou Cézanne. On estime en effet que celles-ci recueillent à elles seules 90 % environ de ses recettes : 60 % de celles-ci iraient même à huit familles d'artistes, dont tous les héritiers vivraient à l'étranger ! Ce droit, qui autrefois était un facteur d'égalité, est donc devenu, pour beaucoup, dans son régime actuel, une source d'inégalité injuste et injustifiée. »*¹⁴⁹

Enfin, la France a longtemps souffert d'une TVA à l'importation plus élevée que dans d'autres pays de l'Union et au-delà. Cette taxe à l'importation applicable aux œuvres d'art est le fait de la directive européenne n°94-5 du 14 février 1994¹⁵⁰. Cette directive devait permettre de diminuer les achats pratiqués en dehors de l'Union européenne, tout en favorisant les exportations, créatrices de richesse. Le résultat est néanmoins sensiblement différent en matière d'œuvres d'art, puisque les exportations participent au contraire à l'appauvrissement du patrimoine culturel français. La TVA à l'importation sur les œuvres d'art prouve la méconnaissance des mécanismes du marché de l'art. Malgré un taux réduit à 7% pour les biens culturels (19,6% pour la majeure partie des autres biens), le marché de l'art français pâtit grandement de cette directive, au profit d'autres places importantes telles que New York, Londres ou encore Genève. La situation devait d'ailleurs empirer avec une taxation à 10% pour les œuvres d'art, à compter du 1^{er} janvier 2014. Néanmoins, les professionnels du marché de l'art ont su faire front et parvenir même à un résultat pour le moins inespéré, à savoir un taux réduit à 5,5%. Cette mesure a pris effet au 1^{er} janvier

¹⁴⁹ LELLOUCHE, Pierre, *La fiscalité du marché de l'art en Europe*, rapport d'information de l'Assemblée Nationale n°639, 27 février 2003, p. 20

¹⁵⁰ <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000000706138&dateTexte=>

2014 et a permis d'enfin « *corriger une aberration économique* »¹⁵¹ selon les termes du député socialiste Pierre-Alain Muet. Il faut cependant noter un bémol dans cette avancée, puisque la perte engendrée par la baisse de la taxation, est compensée par une révision de la taxation sur les plus-values appliquée aux œuvres d'art. Jusqu'alors, les personnes pouvant justifier de la détention d'un bien culturel sur une durée de douze années, étaient exonérées de cette taxe. À compter de cette année, la durée de détention doit être de vingt-deux années et le taux appliqué lors d'une cession avant le droit à l'exonération, passe de 4,5 à 6%¹⁵².

La France souffre donc de gros désavantages en matière fiscale qui la desservent face à ses concurrents. Le marché, quelque soit le domaine, en pâtit mais cela n'empêche pas la place parisienne de jouer de ses atouts, afin de pallier au mieux ses handicaps.

1.3. Artcurial ou l'atout français

Le marché français d'œuvres d'art occupe néanmoins une place enviable, puisqu'il conserve sa quatrième place en 2013 – avec 1,5 milliards d'euros adjugés – derrière la Chine (8,4 milliards d'euros, chiffre qui est à relativiser compte tenu des nombreux impayés enregistrés), les États-Unis (7,7 milliards d'euros) et le Royaume-Uni (3,6 milliards d'euros)¹⁵³. Les chiffres du marché de l'art français résultent principalement des maisons de ventes aux enchères parisiennes et en particulier du trio de tête comprenant les deux *auctioneers*, Sotheby's et Christie's, et la première maison de ventes aux enchères française, Artcurial. Au départ galerie d'art créée dans les années 1970 par François Dalle, ancien patron de la firme L'Oréal, Artcurial est racheté en 2002 par Nicolas Orlowski en association avec la famille Dassault. Ils profitent ainsi pleinement de la libéralisation du marché engendrée par la loi du 10 juillet 2000, en transformant la galerie en maison de ventes aux enchères. Pour ce faire, Nicolas Orlowski s'associe à trois commissaires-priseurs, Maître Francis Briest, Maître Hervé Poulain et Maître Rémy Le Fur qui cède sa place à Maître François Tajan en 2005. Dès lors, les équipes d'Artcurial offrent aux collectionneurs des prestations à l'image de celles proposées par les géants anglo-saxons, alliées à la tradition des ventes aux enchères françaises. Le succès est rapide et l'expansion

¹⁵¹ ANONYME, « Importation des œuvres d'art : la TVA ramenée à 5,5% », *Le Point*, 19 octobre 2013

¹⁵² *Idem*

¹⁵³ Conseil des ventes volontaires de meubles aux enchères publiques, *Rapport d'activité 2013, les ventes aux enchères publiques en France*, 2014

ne se fait pas attendre. De nouveaux bureaux ouvrent leurs portes en France – à Bordeaux, Deauville, Lyon, Marseille et Toulouse – ainsi qu’à l’étranger, à Monaco, en Belgique, en Italie, en Chine et cette année encore, Artcurial inaugure de nouveaux bureaux en Autriche, à Vienne. Artcurial a su se positionner en leader hégémonique dans les domaines très porteurs de la vente de voitures de collection, qui voit son chiffre bondir de 30% en 2014 par rapport au premier semestre 2013, et dans la bande-dessinée qui enregistre une augmentation de 70% de son chiffre en un an, symbolisée par le très médiatique résultat d’une planche de Tintin adjugée en mai 2 654 400 euros (frais inclus)¹⁵⁴, record du monde pour une bande-dessinée vendue aux enchères¹⁵⁵. Les très bons résultats de la maison Artcurial (105 millions d’euros au premier semestre 2014¹⁵⁶) lui permettent cette année d’accéder à la seconde place des maisons de ventes en France, derrière Sotheby’s (116 millions d’euros) et surpassant Christie’s (85 millions d’euros). Au niveau mondial également, Artcurial est le seul représentant français dans le Top 20 des maisons de ventes aux enchères en occupant en 2013 la quatorzième position, progressant ainsi de quatre places¹⁵⁷.

La maison Artcurial attire une clientèle française et internationale grâce à ses bons résultats, mais également en jouant de ses différents atouts. En effet, installée à l’Hôtel Marcel Dassault, au 7 rond-point des Champs-Élysées, la maison de ventes française dispose d’un espace d’exposition et de vente de deux mille mètres carrés. Ceux-ci sont exploités afin de mettre en valeur de la meilleure façon possible les objets confiés par leurs clients. Artcurial jouit également de sa situation au sein de la ville, très centrale et stratégique, à la pointe du Triangle d’or. La maison bénéficie de la vie culturelle parisienne, en profitant du bouillonnement provoqué par les différentes foires, biennales ou expositions attirant chaque année de nombreux touristes et amateurs.

Malgré tout, le poids de la concurrence pèse lourdement sur les maisons de ventes françaises. En effet, la présence des deux *auctioneers* à Paris, est une concurrence directe et importante pour Artcurial. Sotheby’s et Christie’s peuvent, de par leur positionnement

¹⁵⁴ Bilan Artcurial, premier semestre 2014 : <http://www.artcurial.com/pdf/presse/2014/cp-bilan-artcurial-1er-semestre-2014.pdf>

¹⁵⁵ Cf. Annexe 43, p.XXXVII

¹⁵⁶ Ces résultats ne prennent pas en compte les ventes de Monaco et du Mans classique qui ont rapportées respectivement 14 et 13 millions d’euros.

¹⁵⁷ Conseil des ventes volontaires de meubles aux enchères publiques, *Rapport d’activité 2013, les ventes aux enchères publiques en France*, 2014

international, offrir aux clients la possibilité de vendre leurs objets au mieux. Selon les pièces, elles sont réservées pour les vacations parisiennes ou au contraire envoyées à l'étranger, afin d'obtenir les meilleurs prix. Sans vouloir défavoriser les ventes parisiennes, force est de constater que les plus belles pièces sont systématiquement envoyées à New York ou Londres. Face à cela, Artcurial déploie une stratégie toute autre. En effet, la maison française convainc ses clients de vendre à Paris leur objet, lui conférant ainsi un statut bien plus important qu'il n'aurait ailleurs, au milieu d'œuvres de qualités équivalentes ou supérieures. Un *top lot* à Paris, ne l'est pas forcément à Londres ou New York. De plus, pour le domaine particulier de l'Art déco, le département jouit de l'avantage de l'expérience et de la renommée. Il est en effet dirigé par Maître François Tajan – spécialisé dans le domaine et comptant à son actif de très nombreuses ventes d'Art déco assorties de records – et assisté jusqu'à l'année dernière de l'expert Félix Marcilhac, aujourd'hui remplacé par sa fille, Amélie Marcilhac. Il ne faut également pas négliger une certaine part de la clientèle, souvent âgée, et pour qui la perspective de devoir traiter avec des maisons anglo-saxonnes, outre-Atlantique ou outre-Manche, est loin d'être rassurante.

Enfin, Artcurial jouit du succès de ses ventes généralistes, destinées à l'Hôtel Drouot, ainsi que, dans le domaine des arts décoratifs modernes, de ses ventes intermédiaires, dites « Intérieurs du XX^e siècle ». Sotheby's et Christie's appliquent une politique d'excellence dans le choix de leurs objets, refusant toute œuvre en-dessous d'un certain prix¹⁵⁸. Les deux *auctioneers* rejettent ainsi une part importante de la réalité du marché, quand on sait que la très grande majorité des œuvres adjudgées en Europe, le sont à moins de 5 000 euros. Les maisons de ventes françaises récupèrent ce marché, à l'image d'Artcurial. La clientèle est toute autre dans ce type de vacations, comme nous avons pu le constater lors de la vente « Intérieurs du XX^e siècle » du 28 avril 2014. Les collectionneurs habituels côtoient des acheteurs ponctuels venus effectuer un « achat plaisir » et peu onéreux. Cela participe encore du succès de la maison Artcurial qui élargit ainsi constamment sa clientèle.

La France n'a donc pas dit son dernier mot en entretenant tant bien que mal son marché. Son dynamisme est néanmoins essentiellement porté par les maisons de ventes aux enchères qui ont su accaparer la majeure partie du marché, au détriment des marchands.

¹⁵⁸ Les deux *auctioneers* acceptent néanmoins des objets de moindre valeur dans le cadre de ventes de collections.

2. Les maisons de ventes aux enchères : principal moteur du marché

Comme nous avons pu le voir précédemment, les marchands ont joué un rôle déterminant dans la redécouverte de l'Art déco et dans l'établissement de son marché. Galeristes et antiquaires n'ont cependant pas pu résister longtemps face aux moyens déployés par les maisons de ventes aux enchères. Aujourd'hui, elles sont les principales actrices du marché tout en compromettant sérieusement l'avenir des marchands d'art.

2.1. *Un marché du négoce en berne*

Nous sommes aujourd'hui bien loin de la période de grâce des marchands d'art qui détenaient seuls le marché de l'Art déco. Dans les années 1970 et 1980, les ventes aux enchères, bien qu'existantes, sont essentiellement dévolues aux marchands¹⁵⁹. Les acheteurs privés sont rares et assistent médusés aux confrontations entre galeristes, antiquaires et marchands. C'est la grande période des ventes à l'Hôtel Drouot qui est le théâtre de joutes mémorables. Les années 1990 sonnent l'ouverture au public de ces ventes Art déco. Longtemps restées à l'usage des seuls marchands, les ventes aux enchères séduisent de plus en plus une clientèle privée, attirée par les résultats toujours plus impressionnants de l'Art déco. Les records et les vacations de prestiges sont relayés efficacement par la presse, conférant aux ventes spécialisées dans le domaine, un caractère mondain et incontournable à la fois pour les collectionneurs et pour les négociants d'art. La salle de vente devient un passage obligé pour les marchands qui se voient dès lors soumis à une double concurrence, celle historique de leurs confrères et celle des collectionneurs toujours plus nombreux et agissant sur la hausse des prix.

L'engouement des particuliers pour l'univers des ventes aux enchères, au détriment des galeries, est inhérent à l'essence même de l'enchère. La salle de vente est en effet une véritable arène où s'affrontent différents enchérisseurs pour un seul et même objet. La concurrence et l'adrénaline provoquées par la montée des prix, poussent les « adversaires » à une lutte sans merci. L'excitation au moment de l'adjudication ajoute une dimension que ne peut offrir l'achat d'une œuvre en galerie. L'affect, le désir de possession et la compétition, sont une des clés de la réussite des maisons de ventes aux

¹⁵⁹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.320

enchères. Thierry Chaudière, responsable de la galerie Makassar, explique également le transfert de la clientèle des galeries vers les maisons de ventes aux enchères, par les attentes d'une nouvelle clientèle. Celle-ci aurait besoin, selon lui, « *de se montrer* » tandis qu'auparavant la clientèle était principalement composée de personnes souhaitant rester plus discrètes¹⁶⁰. L'espace de confidentialité offert par la galerie ne satisfait plus les désirs d'une partie des collectionneurs, plus attirée par la dimension spectaculaire de la vente aux enchères publique.

Enfin, Thierry Chaudière avance un argument qui découle d'un long travail d'image effectué par les maisons de ventes aux enchères. Ces dernières arguant d'une transparence absolue, garantissent l'authenticité des pièces proposées. Nous avons en effet pu remarquer qu'il n'y a pas de prise de risque de la part des maisons de ventes, qui, en l'absence de preuves suffisantes permettant l'établissement de l'authenticité d'une pièce, se refusent à l'inclure dans une vente. Ainsi, la clientèle a *de facto* une confiance plus grande dans la marchandise proposée par les maisons de ventes aux enchères.

Celles-ci ont également réussi à concentrer la quasi-totalité du marché et notamment celui de l'Art déco, par des moyens bien éloignés de ceux des marchands d'art, s'apparentant plus à des stratégies marketing de grandes entreprises.

2.2. *La force des maisons de ventes aux enchères : entre moyens financiers et moyens légaux*

Nul ne peut ignorer l'hégémonie des maisons de ventes aux enchères au détriment des galeries, qui sont toujours plus nombreuses à fermer leurs portes. De même, peu de nouveaux marchands se lancent dans l'aventure et notamment dans le domaine de l'Art déco. La raison en est qu'aujourd'hui, débiter dans le marché de la vente d'œuvres d'art, demande une trésorerie très importante. De plus, la profession même de marchand d'art est mise en péril par les maisons de ventes aux enchères depuis la loi n° 2011-850 du 20 juillet 2011¹⁶¹ de libéralisation des ventes volontaires de meubles aux enchères publiques. Cette nouvelle loi, effective depuis le 1^{er} septembre de la même année, permet aux SVV de pratiquer des ventes de gré à gré. Le procédé n'est en réalité utilisé que pour certaines pièces convoitées par des collectionneurs très peu nombreux et connus. Présenter ces

¹⁶⁰ Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

¹⁶¹ <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=JORFTEXT000024381671&dateTexte=&categorieLien=id>

pièces en ventes publique n'a, dans ce cas présent, pas d'intérêt majeur. Ainsi, les maisons de ventes aux enchères ont désormais la possibilité de mettre directement en relation le vendeur et l'acheteur, sans passer par la sphère publique de la salle de vente. L'amertume des marchands d'art vis-à-vis de cette nouvelle mesure est très palpable et risque à terme de modifier le paysage du marché de l'art en France. En effet, Thierry Chaudière estime que les maisons de ventes sont totalement habilitées à offrir les mêmes services que ceux proposés historiquement par les marchands, notamment par le développement de pôles consacrés au sein des maisons de ventes. La spécialisation dans cette branche du marché permettrait aux personnes impliquées de tisser une relation avec les collectionneurs tout aussi privilégiée que celle existante entre un galeriste et son client¹⁶². Ainsi, Thierry Chaudière estime qu'à l'avenir, cette pratique aboutira à ce qu'il ne reste plus que quelques galeristes proposant des objets de très haute qualité, causant par là même la disparition des marchands de moindre envergure, n'ayant pas les capacités financières de présenter des œuvres aussi prestigieuses.

L'extinction d'une part des acteurs du marché est également due à l'étendue des moyens déployés par les maisons de ventes aux enchères. Ces dernières disposent de véritables arsenaux marketing et commerciaux. Ainsi, les clients sont en permanence sollicités que ce soit par l'envoi de *newsletters* électroniques ou encore de catalogues. Un collectionneur d'art moderne recevra les catalogues des futures ventes dans le domaine, mais également ceux de domaines connexes tels que l'Art déco par exemple. Les maisons de ventes aux enchères disposent par ailleurs de moyens financiers nécessaires pour organiser des cocktails ou autres soirées, qui n'ont rien de comparable avec les vernissages effectués en galeries. Les SVV utilisent également des moyens de persuasion très efficaces afin d'accaparer les vendeurs et notamment lorsqu'il s'agit de collections. Pour ce type d'événement, les maisons de ventes convainquent les collectionneurs à l'aide de véritables plans stratégiques sous la forme d'ouvrages reliés. Ces *proposals* concentrent tous les atouts de la maison ainsi que la présentation de la préparation de la vente. À l'image des ventes prestigieuses telles que la vente Pierre Bergé – Yves Saint Laurent ou la vente Marcilhac, les maisons de ventes peuvent proposer en plus du traditionnel catalogue, un ouvrage retraçant l'histoire du collectionneur et de sa collection. De plus, les maisons de ventes peuvent jouer de leur présence internationale, leur permettant

¹⁶² Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

d'effectuer plusieurs *previews* dans différentes places importantes du marché de l'art, en plus de l'habituelle exposition de l'ensemble des lots¹⁶³. Le caractère public de la vente aux enchères permet également une plus grande couverture médiatique, élément qui joue un rôle non négligeable dans les prix obtenus. Enfin, pour des pièces d'exception, les maisons de ventes accordent à leurs clients des avances sur paiement ou encore garantissent un prix d'adjudication. Seules de très grandes capacités financières peuvent permettre ce type de prestations.

De tels moyens mis en œuvres ne donnent quasiment plus aux marchands la possibilité d'acquérir des œuvres à la source, chez les collectionneurs. Ils doivent en effet de plus en plus s'approvisionner en ventes aux enchères, ce qui crée de réels problèmes dus à la transparence des maisons de ventes et à leur obligation de communiquer les prix d'adjudication des œuvres. Selon Thierry Chaudière, cela représente une vraie difficulté pour la négociation d'une pièce achetée en vente publique. Il est en effet délicat de pouvoir justifier d'un prix de vente auprès de la clientèle dans ces conditions et cela décourage même une partie des marchands de se porter acquéreurs de certaines pièces¹⁶⁴. Mais le transfert de la clientèle vers les maisons de ventes contraint également les marchands à vendre aux enchères. C'est ainsi que nous avons pu noter la part importante de vendeurs qui sont en réalité des professionnels du marché. Selon Thierry Chaudière encore, la raison est plus d'ordre économique que déontologique et concerne la plupart du temps des œuvres de qualité moyenne qui n'ont pas pu trouver preneur lors de leur mise en vente en galerie¹⁶⁵.

Cette position de force des maisons de ventes incite également les marchands à conserver leur clientèle en prenant le rôle d'intermédiaire commissionné en salle de ventes¹⁶⁶. Cela est notamment valable pour des personnalités importantes du marché à l'image de Cheska Vallois qui enchérit pour le compte d'un collectionneur, lors de la vente Bergé – Saint Laurent, sur le fauteuil aux dragons d'Eileen Gray. Ce dernier donne à la galeriste « *carte blanche* »¹⁶⁷, lui permettant d'atteindre le prix faramineux de vingt deux millions d'euros.

¹⁶³ La vente Marcilhac a ainsi donné lieu cette année à plusieurs *previews* : New York, Londres, Hong-Kong et Paris (à l'Hôtel Marcel Dassault d'Artcurial)

¹⁶⁴ Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

¹⁶⁵ *Idem*

¹⁶⁶ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.331

¹⁶⁷ *Idem*, p.328

L'avenir de la profession de marchand d'art n'est donc pas totalement sombre. De plus, la puissance du marché en vente publique vient du fait, selon Maître Jean-Marcel Camard, que les marchands y sont actifs¹⁶⁸. Cheska Vallois ajoute :

*« Les ventes publiques confirment le travail des galeries. Les prix obtenus aux enchères ne font qu'entériner les prix pratiqués en galerie. Ils permettent de montrer aux collectionneurs que les galeristes ne se trompent pas. Mais les ventes aux enchères ne font pas le marché, c'est le travail des galeries. »*¹⁶⁹

Ce point de vue est partagé par les professionnels du marché de l'art en maison de ventes, tels que Cécile Verdier, directrice du département des arts décoratifs du XX^e siècle chez Sotheby's France, qui admet sans détours qu'elle doit son travail à Cheska Vallois car *« c'est elle qui a fait le marché »*¹⁷⁰. Enfin, la célèbre galeriste estime même que lorsque *« les ventes sont bien organisées, il y a un effet dopant en galerie. Les grands résultats chauffent les gens, notamment les sous-enchérisseurs »*¹⁷¹.

Ainsi, les relations entre le monde des ventes aux enchères et celui des marchands d'art semblent aujourd'hui très conflictuelles et antagonistes du fait de la période de mutations que connaît actuellement le marché et notamment celui de l'Art déco. L'évolution de celui-ci et sa situation actuelle permettent néanmoins d'avancer quelques hypothèses pour l'avenir.

3. Évolution et avenir du marché de l'Art déco

En un peu plus de cinq décennies, le marché de l'Art déco connaît plusieurs phases dont nous avons pu d'ores et déjà voir les contours. Ce marché est marqué par une augmentation constante des prix et un succès toujours accru auprès des professionnels du milieu, des collectionneurs et du grand public. En s'intéressant à l'évolution du marché que ce soit au niveau des prix, des lieux de ventes ou des collectionneurs, nous pourrions dresser un portrait de ces dernières années, marquées par la crise économique mondiale, afin d'envisager ce que sera l'avenir du marché de l'Art déco.

¹⁶⁸ *Op. cit.* ALVAREZ, José, p.352

¹⁶⁹ *Idem*, p.352

¹⁷⁰ *Ibid.*, p.352

¹⁷¹ AZIMI, Roxana, « Grand angle - Château de Gourdon, L'Union des artistes modernes sous le feu des enchères », *Le Journal des Arts*, n° 343, 18 mars 2011

3.1. *Évolution des prix et de la répartition géographique du marché du mobilier Art déco*

Cette partie traitant de l'évolution des prix et de la répartition du chiffre d'affaire du marché du mobilier Art déco, se fonde sur la thèse de doctorat de Laurent Noël, « Émergence, construction et dynamique du marché de l'art : le cas du marché du mobilier Art Déco » soutenue en 2009¹⁷² et dont une synthèse est incluse dans l'ouvrage de José Alvarez, *Histoires de l'Art déco*. Le champ d'étude est restreint au mobilier car il constitue le médium le plus représentatif du style Art déco et pour lequel les données sont le plus abondantes. L'étude couvre une période comprise entre 1959 et 2004.

Le médium étudié, le mobilier, est en effet très représentatif du style Art déco et permet de faire ressortir les grandes caractéristiques de ce marché, restreint par essence, puisqu'il couvre une période allant du début des années 1910 à la fin des années 1930. À l'exception de commandes spéciales, telles que celles passées par Jacques Doucet ou Jeanne Lanvin, les créateurs de mobilier ont principalement conçu des modèles destinés à être produits en plusieurs exemplaires¹⁷³. Malgré cela, les modes de fabrication ne pouvant être réellement assimilés à une production industrielle, il semblerait que la grande majorité des modèles n'aient pas excédé la dizaine d'exemplaires¹⁷⁴. Les recherches de Laurent Noël permettent de noter l'extraordinaire hausse des prix du mobilier Art déco. Ainsi, pour la période située entre 1959 et 1972, le prix annuel moyen d'un meuble est de 2 602 euros, tandis que pour la période 1999-2004, il est de 62 867 euros¹⁷⁵, soit une augmentation de 2 316%.

Laurent Noël analyse également la structure géographique du marché sur la période comprise entre 1992 et 2004¹⁷⁶, les données concernant les ventes à l'étranger n'étant disponibles en France que depuis 1992¹⁷⁷. Les chiffres démontrent que la très grande majorité du marché se partage entre New York et Paris. Si la capitale française détient 79% du marché en 1992, elle n'en détient plus que 54% en 2004 contre 44% pour New York. En un peu plus d'une décennie, nous remarquons un net transfert du marché vers la place new-yorkaise. Depuis 2004, le phénomène s'est accentué, ajoutant Londres dans la

¹⁷² Thèse dirigée par le professeur Françoise Benhamou, soutenue en octobre 2009 à l'université Paris 13.

¹⁷³ NOËL, Laurent, in ALVAREZ, José, *Histoires de l'Art Déco*, Éditions du Regard, Paris, 2010, p.346

¹⁷⁴ *Idem*, p.346

¹⁷⁵ Cf. Annexe 44, p.XXXVIII

¹⁷⁶ Cf. Annexe 45, p.XXXVIII

¹⁷⁷ *Op. cit.* NOËL, Laurent, p.362

liste des places importantes du marché de l'Art déco. Ce marché reste néanmoins, comme nous avons pu le voir précédemment, une affaire parisienne dans sa gestion, la capitale réunissant les plus grands marchands et experts ainsi que de nombreux collectionneurs et objets.

Thierry Chaudière estime que jusque dans les années 1990, la clientèle est essentiellement européenne, française et américaine. Jusqu'au milieu de cette même décennie, les collectionneurs français sont des personnes bien établies dans la société, exerçant principalement une profession libérale. Cependant, la montée des prix du mobilier des années 1920 et 1930 provoque un amenuisement de cette clientèle française et européenne au profit d'une clientèle américaine, particulièrement située sur la côte est des États-Unis de par la cohérence avec l'architecture. Vers la fin des années 2000, une clientèle russe émerge sans pour autant remplacer le potentiel des collectionneurs américains. Ces dernières années, une clientèle issue du Moyen-Orient et de Chine, notamment de Hong-Kong, a fait son apparition mais de façon toujours marginale¹⁷⁸. Ainsi, les maisons de ventes aux enchères se targuent aujourd'hui de posséder une clientèle composée à 70% d'étrangers. Certaines galeries, à l'image de la galerie Makassar, estiment que cette part est encore plus importante, comprise entre 80 et 85%. Ainsi, Maître François Tajan confie à José Alvarez sa surprise lorsqu'il constate lors d'une des dernières ventes Art déco, que « *les enchérisseurs répondaient à douze nationalités différentes, se répartissant entre le Moyen-Orient, le Canada, la Russie..., et une décoratrice indienne emporta douze lots destinés à un appartement à Bombay. De surcroît, ces personnes ne sont pas destinataires de [leur] catalogue, ce qui signifie qu'elles avaient repéré la vente sur le site d'Artcurial* »¹⁷⁹. Cette internationalisation est le fruit de la situation économique mondiale qui voit de nombreux pays autrefois « émergents », devenir des acteurs incontournables. L'argent changeant de mains, le marché de l'art suit cette réorganisation économique du monde. Le phénomène est en pleine expansion et ne doit pas être négligé bien que, selon Cheska Vallois, au niveau du marché de l'Art déco, la clientèle se compose aujourd'hui encore de 70% d'Américains¹⁸⁰. Les Français, bien qu'étant toujours des collectionneurs importants, se portent plutôt

¹⁷⁸ Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

¹⁷⁹ *Op. cit.* ALVAREZ, José, pp.323-324

¹⁸⁰ AZIMI, Roxana, « La collection Art déco de Félix Marilhac en vente à Paris », *Le Monde*, 5 mars 2014

acquéreurs de pièces moins exceptionnelles qui n'excèdent en général pas les 200 000 à 300 000 euros¹⁸¹.

3.2. *Entre crise et restriction du marché*

L'arrivée de nouvelles fortunes mondiales en dehors de l'Occident est également le fait de la crise économique débutée en 2008. Cette clientèle a poussé les grandes maisons de ventes aux enchères à s'implanter dans ces nouvelles places et notamment dans l'empire du Milieu à l'image de Sotheby's, de Christie's ou encore d'Artcurial. La crise a également permis de montrer la fiabilité toute discutable de certains secteurs d'investissement, permettant par là même de servir l'art, alors érigé en valeur refuge¹⁸². Cette nouvelle donne a maintenu le marché jusqu'à aujourd'hui, aboutissant même cette année à une hausse de 8% des ventes mondiales (aux enchères, privées et de galeries), atteignant ainsi un total de 47,4 milliards d'euros, chiffre très proche du pic de 48 milliards atteint en 2007 avant la crise des *subprimes*¹⁸³. Cette bonne santé du marché doit néanmoins être modulée puisque ces chiffres sont essentiellement dus à l'importance de la cote d'une poignée d'artistes d'après-guerre et contemporains¹⁸⁴. Les autres secteurs du marché se ressaisissent plus lentement et démontrent tous un fait : les œuvres de qualité moyenne connaissent un recul sans précédent, tandis que les œuvres d'exception se négocient à des prix toujours plus élevés. C'est ainsi que les difficultés de certains secteurs du marché de l'art, comme par exemple celui du mobilier XVIII^e, sont masquées par les annonces régulières de nouveaux records mondiaux.

Ces records sont souvent, en matière d'Art déco, réalisés lors des fameuses ventes de collections précédemment évoquées, et ce, de part le fort potentiel affectif lié à la renommée du collectionneur. Ce genre d'événements permet de transcender la conjoncture économique. L'exemple le plus représentatif reste sans aucun doute la vente Bergé – Saint Laurent qui prend place en pleine crise en 2009 et atteint néanmoins la somme totale de 206 millions d'euros¹⁸⁵ dont 59,1 millions d'euros pour la vacation concernant les arts

¹⁸¹ AZIMI, Roxana, « La collection Art déco de Félix Marcihac en vente à Paris », *Le Monde*, 5 mars 2014

¹⁸² DENAVIT, Clémence, « 2013, année record pour le marché de l'art », *Radio France Internationale*, 13 février 2014

¹⁸³ CROCHET, Alexandre, « Le marché de l'art mondial à nouveau au sommet », *Le Quotidien de l'Art*, n°562, 13 mars 2014

¹⁸⁴ *Idem*

¹⁸⁵ La vente a nécessité la publication de cinq catalogues reprenant les différentes spécialités représentées.

décoratifs¹⁸⁶. Cette année encore, la vente Marcihac¹⁸⁷ entre dans l'histoire du marché de l'Art déco en totalisant 24,7 millions d'euros pour une estimation initiale entre 8,2 et 11,7 millions d'euros¹⁸⁸. Ce ne sont pas moins de trois préemptions et vingt-et-un records mondiaux réalisés en deux jours (pour trois vacations). Ainsi, le *top lot* de cette vente est le fameux cabinet en gypse de Jean-Michel Frank, adjudé pour 3,7 millions d'euros à un collectionneur privé¹⁸⁹. Cette vente ayant été réalisée en partenariat entre Sotheby's France et Artcurial, nous avons eu la chance de participer à quelques recherches, à l'exposition des œuvres pour finalement assister à cette vente, entrée dans les annales avant même sa réalisation. Cet événement majeur pour l'Art déco a permis de braquer une fois encore les projecteurs sur ce moment dans l'histoire des arts décoratifs français.

Néanmoins, Thierry Chaudière estime qu'un marché tel que celui de l'Art déco, qui s'appuie sur la rareté des pièces, est tari par un afflux d'œuvres aussi important¹⁹⁰. En effet, l'augmentation des prix découle du fait que les œuvres Art déco d'exception sont peu nombreuses au regard du nombre de collectionneurs. C'est la théorie de l'offre et de la demande. Depuis de nombreuses années déjà, il n'est plus possible de proposer aux collectionneurs des œuvres de même qualité et aussi diversifiées, que cela pouvait être le cas auparavant, notamment dans les années 1980 et 1990. Thierry Chaudière nous raconte ainsi comment Sophie Caparis et Monique Magnan, créatrices de la galerie Makassar, ont pu participer aux États-Unis, à l'aménagement d'appartements quasiment entiers en pièces de Ruhlmann¹⁹¹. La raréfaction des pièces et l'augmentation des cotes ne permettent plus ce type de projets depuis de nombreuses années déjà.

Le marché est également régi par le goût des collectionneurs qui a évolué au cours du temps. Depuis plusieurs années déjà, le mobilier trop massif a perdu en valeur, cela étant dû notamment aux intérieurs modernes et donc plus épurés. Les pièces très décoratives ou néoclassiques typiques de 1925 ont plus de mal à se vendre que des œuvres de Jacques-Émile Ruhlmann, de Jean-Michel Frank ou encore de Pierre Legrain. Les collectionneurs sont attirés par les belles matières représentatives de l'Art déco, mais également par des meubles au dessin et à l'exécution parfaits. Selon Thierry Chaudière, l'objectif et l'envie

¹⁸⁶ ANONYME, « Nouveaux records pour la vente Saint Laurent-Bergé », *L'Express*, 25 février 2009

¹⁸⁷ La vente a eu lieu les 11 et 12 mars 2014 à la galerie Charpentier, Sotheby's France en association avec Artcurial.

¹⁸⁸ Communiqué de presse Sotheby's et Artcurial datant du 14 mars 2014

¹⁸⁹ Cf. Annexe 46, p.XXXIX

¹⁹⁰ Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

¹⁹¹ *Idem*

des collectionneurs n'est plus de recréer des intérieurs totalement Art déco, mais d'acquérir des pièces plus légères et d'exception qui sauront sans peine s'accorder avec des pièces plus contemporaines et du mobilier design¹⁹².

Enfin, les œuvres Art déco, à l'image d'autres spécialités, doivent, selon nos observations, répondre à plusieurs critères afin d'atteindre des prix importants. L'estimation d'une œuvre se fait à l'aide de prix réalisés pour une œuvre similaire. À cela s'ajoutent d'autres critères pouvant moduler l'évaluation d'une pièce. Avant tout, les qualités intrinsèques à l'objet priment. Une pièce importante est une œuvre de qualité et bien réalisée. L'état joue également un rôle non négligeable dans l'évaluation. Ainsi, Thierry Chaudière nous confie qu'un objet ne doit pas nécessiter une restauration excédant 30% de son prix, afin de ne pas faire perdre de la valeur à l'œuvre¹⁹³. Les collectionneurs sont en effet souvent rebutés par des restaurations trop importantes qui nuisent à l'authenticité d'une œuvre. Le nom de l'artiste joue incontestablement dans l'appréciation d'une pièce, d'autant plus si elle porte une estampille ou une signature. L'histoire de l'œuvre ajoute à son prestige, notamment si celle-ci a participé à des expositions marquantes telles que l'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925. L'objet considéré peut également voir son estimation augmenter s'il est entré dans la collection d'une personnalité, amenant cette part affective précédemment évoquée. Aujourd'hui enfin, une condition est devenue très importante dans le pedigree d'une œuvre : sa provenance. L'objet doit être « sain », c'est-à-dire être accompagné de la preuve de sa détention depuis de nombreuses années par le collectionneur, notamment à l'aide de factures, de registres de collection ou d'autres preuves probantes telles que des photographies par exemple. Les maisons de ventes notamment, sont très regardantes sur cet aspect, gage de l'authenticité d'une œuvre. Cette assurance est moins importante aux yeux des marchands d'art, plus enclins à la prise de risque¹⁹⁴. Enfin, l'œuvre peut voir son estimation augmentée en étant qualifiée de « vierge », signifiant qu'elle n'a jamais été l'objet d'une transaction faisant intervenir un professionnel du marché. Certaines pièces sont ainsi achetées directement auprès du créateur, puis transmises de générations en générations jusqu'à nos jours.

¹⁹² Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

¹⁹³ *Idem*

¹⁹⁴ *Ibid.*

Tous ces paramètres entrent en ligne de compte lors de l'expertise d'un objet et permettent d'attiser la convoitise des collectionneurs. Ces critères d'estimation vont vraisemblablement persister dans l'avenir, d'autres changements sont en revanche prévisibles et pour certains d'ores et déjà annoncés.

3.3. L'avenir du marché

Si la situation actuelle du marché de l'Art déco n'est certes plus aussi brillante qu'elle a pu l'être par le passé, les professionnels du milieu refusent de croire à un déclin irréversible. Ce marché, d'ores et déjà très restreint, est irrémédiablement destiné à devenir de plus en plus confidentiel. Les pièces d'intérêt ne sont plus suffisamment nombreuses et cela implique une réduction inévitable du nombre de marchands et de collectionneurs dans le domaine. De plus, la profession de marchand reste menacée par plusieurs autres facteurs précédemment avancés tels que la place toujours grandissante des maisons de ventes aux enchères. À cela s'ajoute le vieillissement de la génération des pionniers de l'Art déco. Outre certaines pertes telles que la galeriste parisienne Anne-Sophie Duval décédée en 2008, l'Art déco voit également quelques-unes de ses personnalités majeures quitter la profession à l'image cette année de Félix Marcilhac. Les marchands, avec en premier lieu Cheska Vallois, ont construit et soutenu ce marché avec professionnalisme et une totale abnégation. Cependant, la relève, si elle existe, ne semble pas pouvoir assumer la même tâche. La restriction du marché ajoutée à l'omniprésence de la première génération de marchands, n'encouragent pas les jeunes antiquaires à se lancer dans l'aventure. Ces derniers ont plus tendance à s'intéresser aux périodes postérieures des années 1950 à nos jours, leur évitant ainsi la difficulté de pénétrer le sérail de l'Art déco. L'absence de relève sérieuse ainsi que la place toujours plus grande sur le marché des maisons de ventes aux enchères, notamment anglo-saxonnes, conduiraient la France à perdre son emprise sur le marché de l'Art déco au profit de Londres et surtout de New York.

Nous avons pu également observer l'âge avancé de la majorité des collectionneurs d'Art déco. Bien que toujours active, la clientèle intéressée par ce segment du marché vieillit, induisant la question de l'avenir même de ce marché, une fois cette génération disparue. À cela, Thierry Chaudière nous répond qu'en effet la majeure partie des acheteurs est faite de personnes d'un certain âge, mais qu'il existe néanmoins une

nouvelle clientèle, plus jeune, entre quarante et cinquante ans. Les prix pratiqués pour ce type d'œuvres exigent des collectionneurs à la position sociale bien établie, ce qui exclut *de facto* la présence marquée d'une clientèle plus jeune¹⁹⁵. Quoiqu'il en soit, l'attractivité de l'Art déco est bien réelle, et ce, grâce aux qualités intrinsèques des œuvres produites durant cette période. L'avant-gardisme, l'élégance et la richesse des créations de l'époque font que l'Art déco aura continuellement une place importante dans l'histoire des arts décoratifs français, laissant ainsi présager qu'il existera toujours des amateurs prêts à toutes les folies pour acquérir les pièces les plus exceptionnelles.

L'avenir du marché de l'Art déco est en mutation, mais pas en péril. La raréfaction des pièces ne pouvant être arrêtée, certaines galeries et les maisons de ventes aux enchères ont dû, depuis quelques années, adjoindre à l'Art déco des pièces plus récentes. Dès les débuts du marché de l'Art déco, les antiquaires spécialisés s'intéressent également à l'Art nouveau. De même, de nombreuses ventes aux enchères présentent les deux spécialités, les pièces Art nouveau n'étant pas suffisamment prisées pour être proposées seules. Néanmoins, jusque très récemment, pas plus de quatre années selon Thierry Chaudière¹⁹⁶, il était possible de proposer des ventes destinées uniquement à l'Art déco. Depuis, les catalogues s'amenuisent ou présentent également du mobilier 1950, 1960, voire postérieur. Ainsi, la très grande majorité des vacations incluant de l'Art déco sont titrées désormais « Arts décoratifs du XX^e siècle », voire « Arts décoratifs du XX^e siècle et design », comme le font notamment les deux *auctioneers*. Artcurial conserve la dénomination « Art déco » pour ses ventes, bien que celles-ci comprennent des objets datant aussi bien de 1901 que de 1965¹⁹⁷. La tendance actuelle indique qu'à l'exception de collections particulières homogènes, les ventes engloberont à l'avenir, comme cela est déjà le cas dans certaines maisons de ventes, tous les arts décoratifs du XX^e siècle ainsi que le design contemporain. Cette ouverture de l'Art déco aux périodes postérieures est adoptée de la même manière chez certains galeristes, à l'image de Félix Félix Marcilhac, fils du grand marchand, expert et collectionneur qui succéda à son père à la tête de la galerie. Félix junior ouvre en effet les portes de la célèbre galerie aux arts décoratifs du XX^e, allant même jusqu'à proposer du design scandinave. D'autres, à l'image de Sophie

¹⁹⁵ Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

¹⁹⁶ *Idem*

¹⁹⁷ Catalogue *Art Déco*, vente à Paris, Hôtel Dassault, Artcurial, 27 mai 2014

Caparis, refusent de céder aux sirènes du design tout en admettant lors d'expositions, de timides incursions d'objets plus récents, notamment en matière de verrerie¹⁹⁸.

L'avenir du marché se fait également en ligne. La vente d'objets d'art sur Internet connaît une hausse exponentielle ces dernières années. Ainsi, la maison Christie's totalise quatre-vingt-cinq ventes digitales depuis décembre 2011 et vient d'annoncer une nouvelle progression de 27% de ses nouveaux clients en un an grâce à sa plate-forme Internet qui génère près d'un million de visiteurs par jour¹⁹⁹. Sotheby's crée la surprise en annonçant le 14 juillet dernier son partenariat avec le leader du courtage eBay²⁰⁰. Nous sommes loin de la levée de boucliers qu'a connu l'entreprise de courtage américaine au nom d'une certaine image et éthique du marché. Néanmoins, le succès de plates-formes telles qu'Expertissim, Artsper ou encore du géant Amazon qui s'est lancé dans ce marché en 2013, a contraint les maisons de ventes à s'intéresser de plus près à cette nouvelle manne. La place que pourrait prendre dans le futur le commerce d'art en ligne, permettrait de dématérialiser le marché et ainsi de réduire l'emprise des places fortes telles que New York ou Londres. De plus, cette pratique permettrait également de toucher une clientèle plus large et peu ou prou habituée aux salles de ventes et aux galeries. Il est évident que ce type de transactions en ligne, concerne avant tout le marché d'œuvres n'excédant pas les cinq à dix mille euros. Cela permet de dynamiser le marché intermédiaire souvent sous-estimé. L'Hôtel Drouot, incarnation des ventes intermédiaires, voit désormais ses salles attirer surtout des professionnels, tandis que les particuliers se font de plus en plus rares²⁰¹. C'est ainsi que l'Hôtel des ventes tente de corriger ce phénomène avec sa propre plate-forme en ligne, Drouot Online, permettant d'enchérir en direct via Internet mais également de participer à des ventes uniquement en ligne. Cette pratique est également de plus en plus courante dans les maisons de ventes aux enchères et notamment pour des ventes au volume important à l'instar des ventes de vin. Dans le domaine des arts décoratifs, Artcurial songe à totalement dématérialiser sur Internet ses ventes intermédiaires dites « Intérieurs du XXe siècle » afin d'en réduire les coûts. En effet, ces ventes réunissent des pièces peu onéreuses ne permettant pas d'acquérir une plus-value aussi importante que pour les ventes de prestige. Internet serait la solution. De même, nous pourrions imaginer

¹⁹⁸ Cf. Annexe 47, pp.XL-LII

¹⁹⁹ SASPORTAS, Valérie, « Enchères sur Internet : la fin du marché de l'art ? », *Le Figaro*, 18 juillet 2014

²⁰⁰ *Idem*

²⁰¹ *Ibid.*

que seules les ventes aux enchères prestigieuses se feraient encore physiquement en salle de ventes, augmentant ainsi le caractère exceptionnel de l'événement.

Les idées ne manquent pas pour assurer la pérennité du marché et du marché de l'Art déco en particulier. Sa confidentialité toujours plus grande ne fait aucun doute, mais n'est en aucun cas synonyme de son extinction. Il est plutôt question de mutations afin de s'adapter à la situation actuelle et ainsi conserver sa place toujours enviable dans le monde du marché d'œuvres d'art.

Conclusion

Le marché de l'Art déco reste ainsi une spécialité éminemment française. Paris est le berceau de la création artistique durant l'entre-deux-guerres et c'est également là que de jeunes marchands portent l'Art déco sur les fonts baptismaux dans les années 1960. La concurrence internationale est réelle et ne cesse d'accaparer toujours plus ce segment du marché. Paris défend sa position tant bien que mal, tandis que le marché se fait de plus en plus dans les salles de ventes aux enchères au détriment de la profession de marchand, vouée à muter si elle souhaite persister. Le succès de l'Art déco accentue la confidentialité de son marché. L'augmentation des prix des pièces – notamment celles d'exception – est en corrélation avec leur rareté. Cette insuffisance d'œuvres de grande qualité au regard de la quantité de collectionneurs, provoque dans les années 1990 un phénomène inévitable : l'arrivée de faux sur le marché. Qu'il s'agisse de rééditions non approuvées ou de créations pures, les faux gangrènent tous les secteurs du marché des œuvres d'art. Les professionnels du milieu sont de plus en plus vigilants face à ce problème qui ne peut que s'accroître du fait de la raréfaction des pièces. Les collectionneurs, quant à eux, réclament désormais plus souvent l'adjonction d'un certificat d'authenticité au moment de l'achat d'un objet.

Quoi qu'il en soit, le marché de l'Art déco possède encore de beaux jours devant lui et ne manquera sans doute pas de créer à nouveau l'événement lors d'une prochaine grande vente de collection. Cette année encore, celle de Félix Marcilhac a perpétué la tradition des ventes prestigieuses d'Art déco, remettant en lumière le mouvement stylistique. De même, le monde de la culture démontre à nouveau son intérêt pour cette riche période des arts décoratifs français en lui consacrant cette année une exposition : « Quand l'Art déco séduit le monde » à la Cité de l'Architecture à Paris. La Ville Lumière ne cesse donc aujourd'hui encore de célébrer ce mouvement.

Néanmoins, l'attractivité de Paris réside notamment dans le fait qu'elle réunit les plus grands experts, marchands et spécialistes de l'Art déco. La perte de ces atouts signifierait également pour Paris la fin de son monopole. Un monopole d'ores et déjà entamé par l'arrivée de Sotheby's et Christie's sur le marché français, accentuant la fuite des objets et collectionneurs outre-Atlantique et outre-Manche. Cependant, Internet peut permettre à Paris de conserver sa place. Le marché d'œuvres d'art en ligne est en pleine expansion. Marchands et maisons de ventes français doivent impérativement suivre ce tournant du marché, à l'image des deux *auctioneers* qui n'hésitent plus à s'allier avec des géants du courtage en ligne tel qu'eBay. La dématérialisation du marché sur Internet permettrait à la France de rester compétitive, à condition d'apporter en matière fiscale, les mêmes avantages qu'aux États-Unis ou que dans d'autres pays européens.

Ainsi, l'avenir du marché de l'Art déco à Paris dépend de nombreuses variables, pour certaines positives. Force est d'admettre que plusieurs paramètres s'opposent à la pérennité du statut de la capitale dans le marché de l'Art déco. La situation économique mondiale ainsi que la lourdeur toute française de la législation, peuvent définitivement mettre un terme à l'attractivité du marché dans notre pays. Seul un soutien commun de la part de tous les acteurs du marché – depuis les professionnels du marché de l'art, jusqu'aux collectionneurs, en passant par les institutions culturelles – peut permettre d'inverser la tendance. À l'image des pays anglo-saxons où ces différentes entités œuvrent ensemble, la France pourrait ainsi soutenir la comparaison et demeurer une place culturelle attractive, et ce, à tous les niveaux.

Pour ce qui est du marché de l'Art déco en soi, la qualité intrinsèque des créations de l'époque suffit à en assurer la pérennité. Ses acteurs ne seront peut-être plus à l'avenir situés en majorité en France, mais le mouvement restera invariablement associé à Paris. Dans ces conditions, nous nous plaisons à croire que la capitale restera l'épicentre de ce marché, notamment pour ce qui est des pièces et des ventes les plus exceptionnelles et emblématiques. Pierre Bergé ou encore Félix Marcilhac n'ont pas souhaité disperser leur collection ailleurs qu'à Paris, ce qui laisse penser que cette tradition va encore perdurer. En outre, l'évolution de maisons telles qu'Artcurial prouve que les acteurs du marché de l'art français ne sont pas encore prêts à céder totalement leur place. Quel que soit l'avenir du marché de l'Art déco, il sera lié, d'une manière ou d'une autre, à Paris.

Bibliographie

Ouvrages et publications

- ALVAREZ, José, *Histoires de l'Art Déco*, Éditions du Regard, Paris, 2010
- BAYER, Patricia, *Intérieurs Art Déco*, Éditions de l'Amateur, Paris, 1990
- BEAUZAC, Julie, *La vente des collections Art déco du château de Gourdon, Analyse et conséquences pour le marché de l'Art déco et de l'UAM*, mémoire de master 2, École du Louvre, 2012
- BETHENOD, Martin ; CHADELAT, Catherine ; COGEVAL, Guy ; MOUREAU, Nathalie ; VALLEE, Laurent, *Proposition en faveur du développement du marché de l'art en France, rapport du Ministère de la culture*, Documentation Française, 2008
- BRUNHAMMER, Yvonne, *Le style 1925*, Éditions Baschet, Paris, 1975
- CANNIERE, Anne Valérie de, *Artcurial sur le marché de l'art contemporain à Paris*, mémoire de master 2, École du Louvre, 2013
- CHANDERNAGOR, André, *Les conditions du développement du marché de l'art en France, rapport au Ministère de l'Éducation et de la Culture*, Documentation Française, 1994
- Conseil des ventes volontaires de meubles aux enchères publiques, *Rapport d'activité 2013, les ventes aux enchères publiques en France*, 2014
- CUZIN, Jean-Pierre ; Laclotte, Michel, *Dictionnaire de la peinture*, Larousse, Paris, 1987
- DURET-ROBERT, François, *Droit du Marché de l'art*, Éditions Dalloz, 5^{ème} édition, Paris, 2013
- DUNCAN, Alastair, *L'Art déco : encyclopédie des arts décoratifs des années vingt et trente*, Citadelles & Mazenod, Paris, 2010

- GAILLARD, Yann, *Marché de l'art, les chances de la France*, Rapport au Sénat, Paris, 1999
- GAILLEMIN, Jean-Louis, *Félix Marcilhac, Passion Art Déco*, Le Passage, Paris, 2014
- HOOG, Emmanuel ; HOOG, Michel, *Le marché de l'art*, Que Sais-je, Éditions Presses Universitaires de France, Paris, 1995
- LELLOUCHE, Pierre, *La fiscalité du marché de l'art en Europe*, rapport d'information de l'Assemblée Nationale n°639, 27 février 2003

Articles de presse

- ALLIOD, Sylvain, « Collection Saint Laurent – Bergé », *La Gazette Drouot*, n°9, 6 mars 2009
- ANONYME, « 3 façons de vivre entouré d'objets », *Connaissance des arts*, n°247, septembre 1972, p. 56-59
- ANONYME, « Collection YSL/Bergé: record dans un fauteuil de la "vente du siècle" », *La Dépêche*, 23 février 2009
- ANONYME, « Importation des œuvres d'art : la TVA ramenée à 5,5% », *Le Point*, 19 octobre 2013
- ANONYME, « La vente d'Art déco chez Christie's a rapporté 42,4 millions d'euros », *Agence France Presse*, 31 mars 2011
- ANONYME, « Le rapport annuel du CVV pointe la concentration accrue du secteur », *Le Quotidien de l'Art*, n°631, 25 juin 2014
- ANONYME, « Nouveaux records pour la vente Saint Laurent-Bergé », *L'Express*, 25 février 2009
- ANONYME, « Saint Laurent-Bergé: la vente bat des records », *L'Express*, 24 février 2009
- ANONYME, « Vente Marcilhac : Nouveau sacre pour l'Art déco », *Fin'Art Consulting*, 14 mars 2014
- ANONYME, Résultats des ventes Artcurial en Arts décoratifs du XX^e, *La Gazette Drouot*, 6 juin 2014

- AZIMI, Roxana, « La collection Art déco de Félix Marcilhac en vente à Paris », *Le Monde*, 5 mars 2014
- AZIMI, Roxana, « Grand angle - Château de Gourdon, L'Union des artistes modernes sous le feu des enchères », *Le Journal des Arts*, n° 343, 18 mars 2011
- BENHAMOU-HUET, Judith, « 2,8 millions d'euros pour une chaise », *Les Échos*, 30 mars 2011
- BENHAMOU-HUET, Judith, « Au château de Gourdon », *Le Point*, 22 mars 2011
- BENHAMOU-HUET, Judith, « Le couronnement de l'Art déco », *Les Échos*, n° 20908, 8 avril 2011
- CAPELLE, Pierre, « Analyse au cœur des enchères », *La Gazette Drouot*, Hors-série n°5, 25 octobre 2013, pp.17-24
- COJEAN, Annick, « Bergé - Saint Laurent : la collection du siècle », *Le Monde*, 26 septembre 2008
- COLONNA-CESARI, Annick, « Ce qu'il faut savoir sur la vente Yves Saint Laurent – Bergé », *L'Express*, 20 février 2009
- CROCHET Alexandre, « Paris renforce son positionnement international », *Le Quotidien de l'art*, 20 décembre 2013
- CROCHET, Alexandre, « Jean-Michel Frank, star de la collection Marcilhac », *Le Quotidien de l'Art*, n°562, 13 mars 2014
- CROCHET, Alexandre, « Le marché de l'art mondial à nouveau au sommet », *Le Quotidien de l'Art*, n°562, 13 mars 2014
- CROCHET, Alexandre, « Paris : des résultats contrastés en arts décoratifs et en design », *Le Quotidien de l'Art*, n°614, 30 mai 2014
- CROUZEL, Cécile, « Redevance télé, œuvres d'art : la facture fiscale s'alourdit », *Le Figaro*, 10 octobre 2012
- DENAVIT, Clémence, « 2013, année record pour le marché de l'art », *Radio France Internationale*, 13 février 2014
- EVIN, Florence, « 24 millions d'euros en deux heures d'enchères pour des trésors Art déco », *Le Monde*, 30 mars 2011
- EVIN, Florence, « 42, 4 millions d'euros pour l'Art déco », *Le Monde*, 2 avril 2011
- FEVRE, Anne Marie, « Les cocoricos de l'Art déco », *Libération*, 25 octobre 2013
- GUERRIN, Michel, « L'ange caché de l'Art déco », *Le Monde*, 16 novembre 2010

- KRAEMER, Gilles, « La collection privée de Félix Marcilhac vendue chez Sotheby's à Paris », *Le Curieux des Arts*, 5 mars 2014
- MARINETTI, Filippo Tommaso, « Manifeste du Surréalisme », *Le Figaro*, 20 février 1909
- MASSONNAUD, Robin, « 2013 : une année de records pour le marché de l'art », *L'Express*, 14 février 2014
- PERTHUIS, Françoise de, « L'Art déco en flèche », *La Gazette Drouot*, n°44, 22 décembre 1972, p.5
- PICARD, Grégory, « La vente Art déco d'Artcurial ranime les trésors modernistes du Maharadjah d'Indore, sans placer une historique table Dunand », *BlouinArtinfo*, 14 juin 2012
- POTARD, Marie, « Arts décoratifs du XXe, Des ventes honorables », *Le Journal des Arts*, n° 415, 6 juin 2014
- ROCHEBOUET, Béatrice de, « La nouvelle vogue Art déco », *Le Figaro*, 24 mars 2011
- ROCHEBOUËT, Béatrice de, « Saint Laurent, Bergé, les coulisses de la vente du siècle », *Le Figaro*, 16 janvier 2009
- SASPORTAS, Valérie, « Enchères sur Internet : la fin du marché de l'art ? », *Le Figaro*, 18 juillet 2014
- SASPORTAS, Valérie, « Vente Marcilhac : sa collection vendue 24,7 millions d'euros », *Le Figaro*, 13 mars 2014
- SIMONS, Pauline, « Attention, Chefs-d'œuvre Art déco! », *Le Point*, 13 février 2014
- SIMONS, Pauline, « Laurent Negro, la passion à l'encan », *Le Figaro*, 19 mars 2011
- STERN, Jérôme, « L'Art déco au top », *La Tribune*, 22 mars 2010
- VERA, André, « Le Nouveau Style », *L'art décoratif*, n°163, janvier 1912
- VIGNAL, Marion, « Des trésors Art déco en vente au Palais de Tokyo », *L'Express*, 25 mars 2011

Inventaire non exhaustif des catalogues de ventes consultés

Pour des raisons de commodité, les catalogues sont classés ici par année de publication.

- *Ancienne collection Jacques Doucet : mobilier Art déco provenant du studio Saint-James à Neuilly, meubles anciens des époques Louis XV et Louis XVI, objets d'ameublement, meubles des XVIIIe et XIXe siècles*, vente à Paris, Hôtel Drouot, 8 novembre 1972
- *Collection Karl Lagerfeld, ART DECO*, vente à Paris, Hôtel Drouot, 21 novembre 1975
- *Mobilier moderniste provenant du Palais du Maharaja d'Indore*, vente à Monte-Carlo, Sotheby Parke Bernet, 25 mai 1980
- *The Andy Warhol Collection I - Art Nouveau and Art Deco*, vente à New York, Sotheby's, 23 avril 1988
- *Collection Hélène Rochas : Important mobilier et objets d'art Art Déco*, vente à Monaco, Christie's, 9 décembre 1990
- *Arts décoratifs du XXe siècle : collection Karl Lagerfeld*, vente à Paris, Sotheby's, 15 mai 2003
- *Collection Claude et Simone Dray, Art déco*, vente à Paris, Christie's, 8 juin 2006
- *Collection Yves Saint Laurent et Pierre Bergé, vol. 4, Arts décoratifs du XXe siècle*, vente à Paris, Grand Palais, Christie's, Pierre Bergé & associés, 24 février 2009
- *Les collections du château de Gourdon, Chefs-d'œuvre du XXe siècle, vol. 1*, vente à Paris, Palais de Tokyo, Christie's, 29 mars 2011
- *Les collections du château de Gourdon, De l'Art nouveau à l'Art déco, vol. 3*, vente à Paris, Palais de Tokyo, Christie's, 31 mars 2011
- *Les collections du château de Gourdon, L'UAM et la modernité, vol. 5*, vente à Paris, Palais de Tokyo, Christie's, 30 mars 2011
- *Les collections du château de Gourdon, Mobilier et objets d'art du XXe siècle : de l'Art nouveau à l'UAM, vol. 6*, vente à Paris, Palais de Tokyo, Christie's, 29 – 30 juin 2011
- *Félix Marcilhac, collection privée*, vente à Paris, galerie Charpentier, Sotheby's et Artcurial, 11 et 12 mars 2014

- *Intérieurs du XXe siècle*, vente à Paris, Hôtel Dassault, Artcurial, 28 avril 2014
- *Arts Décoratifs du XXe siècle*, vente à Paris, Christie's, 20 mai 2014
- *Arts Décoratifs du XXe siècle & Design*, vente à Paris, Sotheby's, 22 mai 2014
- *Art Déco*, vente à Paris, Hôtel Dassault, Artcurial, 27 mai 2014

Catalogues d'exposition

- BENTON, Tim ; BENTON, Charlotte ; WOOD, Ghislaine, *Art Deco 1910-1939*, [Catalogue de l'exposition tenue au Victoria & Albert Museum, Londres, 2003], Éditions Bulfinch, Victoria & Albert Museum, 2003
- BIZOT, Chantal ; BRUNHAMMER, Yvonne ; MATHEY, François, *Cinquantenaire de l'exposition de 1925* : [exposition], Paris, Musée des Arts décoratifs, 15 octobre 1976-2 février 1977, Musée des arts décoratifs, Éditeur scientifique, Paris, 1976
- BREON, Emmanuel ; RIVOIRARD, Philippe (sous la direction de), *1925, quand l'Art Déco séduit le monde* : [exposition, Paris, Cité de l'architecture et du patrimoine, du 16 octobre 2013 au 17 février 2014], Éditions Norma, Paris, 2013
- BRUNHAMMER, Yvonne; MATHEY, François, *Les années 25* : [exposition], Paris, Musée des arts décoratifs, 3 mars-16 mai 1966, Vol. 1 : *Art déco, Bauhaus, Stijl, Esprit nouveau* ; Vol. 2 : *Collections du Musée des arts décoratifs*, Union centrale des arts décoratifs, Paris, 1966

Sitographie

- Artcurial : <http://www.artcurial.com/fr/index.asp>
- Camard & associés : <http://www.camardetassocies.com/>
- Christie's : <http://www.christies.com/>
- Conseil des ventes volontaires de meubles aux enchères publiques : <http://www.conseildesventes.fr/>
- Fondation Le Corbusier : <http://www.fondationlecorbusier.fr>
- Légifrance : <http://www.legifrance.gouv.fr/>

- Piasa : <http://piasa.fr/>
- POSSEME, Evelyne, *Le mobilier des années 10, entre l'Art nouveau et l'Art déco*, article rédigé à l'occasion de la réouverture du musée des Arts décoratifs en 2006 : <http://www2.cndp.fr/actualites/question/artsdeco/mobilier-Imp.htm>
- Site Eur-lex relatif aux droits européens : <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2001:272:0032:0036:FR:PDF>
- Sotheby's : <http://www.sothebys.com/en.html>
- Tajan : <http://www.tajan.com/fr/index.asp>

Documentation des maisons de ventes

- Bilan des ventes Artcurial
- Bilan des ventes Camard & associés
- Bilan des ventes Christie's France
- Bilan des ventes de l'Hôtel Drouot
- Bilan des ventes Piasa
- Bilan des ventes Pierre Bergé & associés
- Bilan des ventes Sotheby's France
- Bilan des ventes Tajan

Table des matières

AVANT-PROPOS	2
REMERCIEMENTS	4
INTRODUCTION	5
I. L'ART DECO : UN MOUVEMENT NON ORGANISE ET PROTEIFORME	7
1. <i>L'Art déco</i>	7
1.1. Précurseurs et sources	7
1.2. La France, berceau de l'Art déco	10
2. <i>L'Exposition internationale des arts décoratifs et industriels modernes de 1925 comme point d'orgue du mouvement</i>	13
2.1. Les sources du projet et sa concrétisation	14
2.2. L'après 1925 : épanouissement du mouvement	17
3. <i>Les Arts déco</i>	21
3.1. L'Art déco international	21
3.2. Les décorateurs-ensembliers ou l'Art déco « traditionnaliste »	22
3.3. Les « modernes » : des précurseurs à l'UAM	24
II. LA REDECOUVERTE DE L'ART DECO : UNE HISTOIRE DE MARCHANDS, DE COLLECTIONNEURS ET DE CHERCHEURS	28
1. <i>Les débuts de la redécouverte</i>	28
1.1. L'institution muséale au service de la redécouverte	29
1.2. Antiquaires, marchands et puciers, sauveteurs d'un patrimoine : le cas de Cheska Vallois et de Félix Marcihac	30
2. <i>Les grands collectionneurs : créateurs de goût et de prestige</i>	35
2.1. L'événement de la vente de la collection du studio de Jacques Doucet	35
2.2. Les collectionneurs et l'Art déco	38
III. LE MARCHE DE L'ART DECO	40
1. <i>De Paris à l'international</i>	41
1.1. Un marché international, mais d'essence parisienne	41
1.2. La législation française : un frein pour le marché de l'art	43
1.3. Artcurial ou l'atout français	46
2. <i>Les maisons de ventes aux enchères : principal moteur du marché</i>	49
2.1. Un marché du négoce en berne	49
2.2. La force des maisons de ventes aux enchères : entre moyens financiers et moyens légaux	50
3. <i>Évolution et avenir du marché de l'Art déco</i>	53
3.1. Évolution des prix et de la répartition géographique du marché du mobilier Art déco	54
3.2. Entre crise et restriction du marché	56
3.3. L'avenir du marché	59
CONCLUSION	63
BIBLIOGRAPHIE	65
TABLE DES MATIERES	72