



HAL
open science

Les défilés de mode au musée du Louvre : 1982-2019

Éliette Reisacher

► **To cite this version:**

Éliette Reisacher. Les défilés de mode au musée du Louvre : 1982-2019. Art et histoire de l'art. 2019. dumas-04477187

HAL Id: dumas-04477187

<https://dumas.ccsd.cnrs.fr/dumas-04477187>

Submitted on 26 Feb 2024

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.



Distributed under a Creative Commons Attribution - NonCommercial - NoDerivatives 4.0 International License

ÉCOLE DU LOUVRE

Eliette REISACHER

Les défilés de mode au musée du Louvre

1982 – 2019

Mémoire de recherche
(2nde année de 2^e cycle)
en muséologie
présenté sous la direction
de M^{me} Françoise MARDRUS

Membres du jury :
M^{me} Nathalie CUISINIER
M. Christophe MONIN

Septembre 2019

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

CC BY NC ND



LES DEFILES DE MODE AU MUSEE DU LOUVRE

1982 – 2019

SOMMAIRE

REMERCIEMENTS	7
AVERTISSEMENT	9
INTRODUCTION	13
CHAPITRE 1 : 1982 – 1993, UN CHOIX ASSUME DU MINISTERE DE LA CULTURE	17
LES PREMIERS DEFILES DANS LA COUR CARREE DU MUSEE DU LOUVRE : 1982 – 1983	17
LA MODE AU DEBUT DES ANNEES 1980.....	17
<i>Une période en berne</i>	17
<i>Jack Lang et la mode</i>	19
<i>La reconnaissance des couturiers</i>	21
MARS 1982 : LE PREMIER DEFILE AU MUSEE DU LOUVRE.....	24
<i>Le choix du musée du Louvre</i>	24
<i>Genèse des premiers défilés</i>	27
<i>Premiers défilés et premiers déboires</i>	29
PROBLEMES ORGANISATIONNELS ET FINANCIERS	32
<i>Mars 1982 : Un manque évident de communication</i>	32
<i>Mars 1982 : Une gestion financière complexe</i>	36
<i>1982 – 1993 : récurrence des problèmes</i>	38
DU JARDIN DES TUILERIES A LA NECESSITE DE TROUVER UN NOUVEAU LIEU : 1984 – 1993	44
LES DEFILES AU JARDIN DES TUILERIES	44
<i>Contenter mode et patrimoine</i>	44
<i>Détérioration du jardin des Tuileries</i>	45
<i>Disposition des pavillons</i>	46
DES CONVENTIONS DE GESTION POUR LEGIFERER LES RELATIONS	47
<i>Une première ébauche en 1985</i>	47
<i>La convention de gestion de 1986</i>	48
<i>Une exclusivité non assumée</i>	51
1986 – 1993 : NECESSITE DE TROUVER UN LIEU PERENNE	53
<i>Répercussion de la convention de gestion</i>	53
<i>La réflexion autour des salles du Carousel du Louvre</i>	54
LE MUSEE DU LOUVRE ET LA MODE	56
RETOMBES SUR LA PRESSE ET LE PUBLIC	56

<i>Une reconnaissance internationale</i>	56
<i>L'impact des défilés sur le public</i>	57
FAIRE DU LOUVRE UN CENTRE DE LA MODE	59
<i>Musée des Arts de la mode</i>	59
<i>Institut de la Mode</i>	60
UN BILAN CONTRASTE A LA FIN DES ANNEES 1980.....	62
<i>Un gouvernement optimiste</i>	62
<i>Contrebalancé par une morosité chez les créateurs</i>	63
CHAPITRE 2 : 1993 – 2006, UN LIEU DEDIE EN MARGE DE L'ETABLISSEMENT PUBLIC DU MUSEE DU LOUVRE	67
LES ANNEES 1990 ET LES SALLES DU CARROUSEL DU LOUVRE	67
LE CONTEXTE DE LA MODE AU DEBUT DES ANNEES 1990	67
<i>Ambiance morose parmi les couturiers</i>	67
<i>Prise de pouvoir par les financiers</i>	69
<i>Une concurrence plus accrue</i>	70
LE CARROUSEL DU LOUVRE	72
<i>Le projet du Grand Louvre</i>	72
<i>La genèse des salles du Carrousel</i>	73
<i>Les salles du Carrousel</i>	75
UN CARROUSEL BOUDE PAR LES CREATEURS.....	77
<i>Des salles inadaptées pour des créateurs aux personnalités fortes</i>	77
<i>Un coût trop important pour les possibilités offertes</i>	78
<i>Une nouvelle réflexion pour accueillir les défilés</i>	80
LES ANNEES 2000 : UN TOURNANT POUR LES DEFILES ET LE MUSEE DU LOUVRE	83
LES DEFILES-SPECTACLES	83
<i>Les sociétés de production</i>	83
<i>Médiatisation des défilés</i>	85
<i>Répondre à la concurrence et développer l'essence de la maison</i>	87
AU LOUVRE, DES CHANGEMENTS LEGISLATIFS FAVORABLES AU MECENAT ET A LA LOCATION D'ESPACE	89
<i>1993 : l'indépendance du musée du Louvre</i>	89
<i>2003 : Loi Aillagon relative au mécénat</i>	90
<i>Le mécénat au musée du Louvre</i>	91
PROJET DE FAIRE DU LOUVRE UN LIEU DE LA MODE	93
<i>Restructuration du musée des Arts de la mode</i>	93
<i>Les défilés à l'UCAD</i>	94
CHAPITRE 3 : 2007 – 2019, LOUIS VUITTON ET LE MUSEE DU LOUVRE	97

LES DEFILES LOUIS VUITTON AU MUSEE DU LOUVRE	97
DE NOUVEAUX RAPPORTS ENTRE LE MUSEE ET LES DEFILES	97
<i>Le début de la location d'espace.....</i>	97
<i>Mécénat de Louis Vuitton pour occuper la cour Carrée.....</i>	98
2007 – 2013 : L'ERE MARC JACOBS	99
<i>Les défilés de Marc Jacobs et Dior un temps.....</i>	99
<i>Scénographie</i>	102
<i>Une utilisation limitée du Louvre</i>	103
2014 – 2019 : L'ERE NICOLAS GHESQUIERE	104
<i>Contexte de la marque Louis Vuitton.....</i>	104
<i>Mars 2017, cour Marly.....</i>	106
<i>Octobre 2017 – Mars 2019</i>	107
LE MUSEE DU LOUVRE DANS LA STRATEGIE DE LOUIS VUITTON	112
L'ART DANS LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DE LOUIS VUITTON	112
<i>Légitimer la marque Louis Vuitton.....</i>	112
<i>Une activité de prêt-à-porter « jeune ».....</i>	114
<i>Artketing</i>	116
DES UTILISATIONS DIFFERENTES DU MUSEE DU LOUVRE PAR LOUIS VUITTON	119
<i>Les défilés de mode.....</i>	119
<i>La campagne publicitaire L'invitation au voyage, 2012.....</i>	121
<i>Lancement de la collection Masters de Jeff Koons.....</i>	122
LE MUSEE, ENTRE DECOR ET ARGUMENT DE VENTE	124
<i>Les défilés croisière</i>	124
<i>Quelle relation entre la couture et les beaux-arts ?.....</i>	126
<i>La maison LVMH / Arts – Talents – Patrimoine</i>	128
MECENAT ET LOCATION D'ESPACE AU LOUVRE : UN EQUILIBRE DEONTOLOGIQUE..	131
L'IMAGE DU MUSEE DU LOUVRE	131
<i>La communication du musée</i>	131
<i>La « marque Louvre »</i>	132
<i>La direction actuelle et les liens avec le secteur privé.....</i>	133
COMBLER UN DESENGAGEMENT DE L'ÉTAT	134
<i>Baisse progressive des subventions</i>	134
<i>La marchandisation du patrimoine.....</i>	135
DES REPERCUSSIONS OPPOSEES : ENTRE DEMOCRATISATION ET EXCLUSIVITE	137
<i>Le secteur privé pour atteindre de nouveaux publics.....</i>	137
<i>Du spectaculaire pour une poignée de personnes</i>	140

CONCLUSION	145
BIBLIOGRAPHIE.....	149
SOURCES PRIMAIRES.....	149
<i>Archives nationales de Pierrefitte-sur-Seine</i>	<i>149</i>
<i>Articles de presse</i>	<i>149</i>
<i>Archives audiovisuelles</i>	<i>158</i>
SOURCES SECONDAIRES.....	159
<i>Ouvrages généraux.....</i>	<i>159</i>
<i>Catalogues d'exposition.....</i>	<i>162</i>
<i>Articles dans une monographie</i>	<i>162</i>
<i>Articles dans un périodique.....</i>	<i>162</i>
<i>Sources audiovisuelles</i>	<i>163</i>
<i>Sitographie.....</i>	<i>163</i>

REMERCIEMENTS

Dans le cadre de ce travail de recherche, j'ai été amenée à discuter avec différentes personnalités du monde des musées. Je les remercie toutes pour l'éclairage et les informations d'importance qu'elles ont pu m'apporter.

En premier lieu, je tiens à remercier Madame Françoise Mardrus, cheffe de service et directrice du centre d'étude et de recherche Dominique-Vivant Denon du musée du Louvre, qui a accepté de diriger une nouvelle fois mon travail de recherche. Ses conseils avisés ainsi que sa connaissance du musée du Louvre m'ont permis de mieux saisir tous les enjeux en lien avec ce sujet.

Je remercie également les membres de mon jury. Tout d'abord, Madame Nathalie Cuisiner, sous-directrice des Évènements et des tournages au musée du Louvre, qui a pris le temps de m'expliquer en détail le fonctionnement et les liens qui unissent le musée du Louvre avec les défilés de mode. Viennent ensuite mes remerciements à Monsieur Christophe Monin, aujourd'hui directeur du Mécénat et du développement à la Cité de la musique – Philharmonie de Paris, ancien directeur du Développement et du mécénat au musée du Louvre, qui m'a exposé le fonctionnement du mécénat et les relations du Louvre avec Louis Vuitton au début des années 2000.

Parallèlement, je remercie Madame Sophie Lemahieu, régisseuse des collections de costumes à la Comédie française, avec laquelle j'ai eu une longue discussion sur les défilés et le lien entre Paris et la mode. Je remercie par ailleurs Madame Claire Avarre, chargée de l'activité événementielle au musée Rodin, qui m'a permis de comprendre le fonctionnement d'un autre musée avec des maisons de luxe. J'adresse également mes remerciements à Monsieur Thierry Le Roy, ancien directeur de cabinet de Jack Lang et directeur du Patrimoine dans les années 1980, qui m'a expliqué les liens entre le ministère de la Culture et la mode à cette époque. Enfin, une pensée pour Monsieur Jack Lang, ancien ministre de la Culture, qui n'a pas souhaité me rencontrer, mais qui a tout de même pris le temps de répondre (négativement) à ma sollicitation.

Par ailleurs, j'aimerais remercier les membres de ma famille qui, à nouveau, prirent le temps de relire ces nombreuses pages afin de faciliter la lecture de ce travail de recherche.

AVERTISSEMENT

Le choix a été fait de s'intéresser uniquement aux défilés de prêt-à-porter femme au musée du Louvre. Il ne sera question ni des défilés haute-couture ou croisière, ni des défilés masculins. De plus, les salons extérieurs aux semaines de la mode ne seront pas évoqués. Le jardin des Tuileries, propriété du musée du Louvre, accueille également des défilés de mode et des manifestations relevant de cette industrie. Il n'en a pas été question dans ce mémoire, qui prend le parti de s'intéresser véritablement aux défilés au musée, de leur aspect historique à la symbolique qu'ils revêtent aujourd'hui. Seuls les défilés ayant eu lieu aux Tuileries dans les années 1980 lors des travaux de la cour Carrée seront évoqués.

Le chapitre trois de ce mémoire est consacré à la maison Louis Vuitton et ses liens avec le musée du Louvre dans sa stratégie de marque. Nous avons fait preuve de la plus grande objectivité possible et d'un travail systématique de vérification des écrits, mais, la majorité des écrits sur Louis Vuitton étant très contrôlée par la marque elle-même, il n'est pas impossible que certains aspects de ce travail de recherche manquent d'impartialité. Nous nous en excusons par avance si tel était le cas.

« J'aime bien le fait qu'il y ait un *show*, que y ait de la mode dans cet endroit historique, j'aime bien quand les choses percutent sinon on se fait chier¹ ».

L'actrice Marina Foïs, à l'occasion du défilé Louis Vuitton automne-hiver 2019 – 2020, 5 mars 2019, dans la cour Carrée du musée du Louvre.

¹ PRIGENT Loïc, « Épisode 4 : Stella McCartney, Louis Vuitton et Balmain », série *52 minutes de Mode by Loïc Prigent*, diffusé sur la chaîne TMC le 7 mars 2019 [en ligne]. Disponible à <<https://www.tf1.fr/tmc/la-mode-by-loic-prigent/videos/5-minutes-de-mode-by-loic-prigent-7-mars-2019.html>>, dernière consultation le 26 août 2019.

INTRODUCTION

Les défilés de mode existent au musée du Louvre depuis 1982, soit désormais trente-sept ans. Si nous prenons en compte leur caractère biannuel, pas moins de soixante-quatorze nouvelles collections ont été présentées, que ce soit dans la cour Carrée, dans le jardin des Tuileries lors des travaux de cette dernière, dans les salles du Carrousel du Louvre et même dans les espaces d'exposition du musée. Ce chiffre est largement à amplifier, l'exclusivité donnée à une unique marque au Louvre n'ayant cours que depuis 2007. De 1982 à 2006, le musée du Louvre était en effet le lieu de rendez-vous de la majorité des créateurs, particulièrement dans les années 1980. Pourtant, lorsque l'on recherche des informations à ce sujet, peu de références existent. Certes, certains auteurs écrivent à ce sujet mais peu analysent véritablement l'incidence qu'ont ces événements sur le Louvre. Les théoriciens travaillant sur le rôle du musée ou bien sur l'impact du mécénat estiment les défilés au même plan que tout autre événement annexe à la vie de la collection, sans en faire une observation plus aboutie². Du point de vue des historiens de la mode, le lieu des défilés est également peu analysé. Quand l'histoire de ces manifestations est évoquée, les auteurs soutiennent leurs thèses sur l'évolution de ces événements, de simples présentations dans des boutiques à des présentations de plus en plus spectaculaires³. Ainsi, notre sujet, à la croisée de ces deux disciplines, ne trouve que peu de points de réflexion dans les ouvrages. Pourtant, ces manifestations prennent une place non négligeable dans la vie du musée d'une part, mais ont également participé, et participent d'ailleurs toujours, à l'évolution de l'histoire et de la conception du défilé de mode.

En effet, les premiers défilés ayant été organisés au musée du Louvre marquent l'apogée d'une période faste pour le secteur de la mode. Les façades de la cour Carrée sont les témoins de présentations des plus grands noms de la génération de couturiers des années 1980 : Thierry Mugler, Jean-Paul Gaultier, Azzedine Alaïa, Claude Montana pour ne citer qu'eux. Le centre du Louvre est ainsi le cœur même de l'histoire

² Par exemple BENHAMOU Françoise, *Économie du patrimoine culturel*, Paris : La Découverte, 2012 ou CHOAY Françoise, *L'allégorie du patrimoine*, Paris : Seuil, 1992.

³ Par exemple JOIN-DIETERLE Catherine, ZAZZO Anne et al., *Showtime : le défilé de mode*, catalogue de l'exposition du musée Galliera, 3 mars – 30 juillet 2006, Paris : Paris-Musées, 2006 ou SAILLARD Olivier, *Histoire idéale de la mode contemporaine, Les plus beaux défilés de 1971 à nos jours*, Paris : Éditions Textuel, 2009.

de la mode et de ses défilés. Le départ de ces événements de la cour Carrée pour les salles du Carrousel du Louvre en 1993 marque au contraire une période en berne, minée par un changement majeur dans l'industrie de la mode : la prise en main du secteur par les financiers. Depuis 2007, la cour Carrée accueille à nouveau des présentations de prêt-à-porter mais cette fois l'exclusivité est donnée à une unique marque, Louis Vuitton, qui convie ainsi une poignée d'invités à se rendre au musée pour découvrir les nouvelles créations de Marc Jacobs puis Nicolas Ghesquière à partir de 2014. Ces événements ont pris un nouveau tournant en 2017 en investissant les salles mêmes du musée et non plus uniquement les pavés de la cour Carrée. Les œuvres du musée servent de toile de fond à des mannequins déambulant parmi elles. L'architecture et les collections du musée ne sont plus passives et sont prises à parti lors de ces événements. Ces nouvelles propositions donnent ainsi une nouvelle direction au débat quant au rôle que doit jouer le musée dans la société.

Parallèlement, les retombées médiatiques à la suite de chaque présentation, aussi bien dans la presse des années 1980 que sur les réseaux sociaux aujourd'hui, en font un événement aux possibilités de communication hors normes. Mais pour les professionnels de musée dans une mouvance plus accès sur la collection, ces événements peuvent constituer des sortes d'excentricités dans le quotidien d'une institution muséale ; excentricités qui ne demandent ainsi qu'à être expliquées. Pour autant, la question n'est pas tant de savoir si ces défilés trouvent leur place parmi les nombreuses manifestations organisées dans le musée, mais plutôt de comprendre le cheminement et les raisons qui ont conduit à ces partenariats. Les études préliminaires à ce travail de recherches ont permis de distinguer trois phases dans l'évolution des défilés au musée du Louvre, comme il l'a déjà rapidement été évoqué précédemment. Ces trois périodes distinctes, 1982 – 1993, 1994 – 2006 et 2007 – 2019, sont le reflet de changements et d'évolution à la fois dans l'histoire des défilés de mode mais également au cœur même du musée du Louvre et de son administration durant ces périodes distinctes. En s'appuyant sur ce découpage chronologique, ce mémoire s'attèle ainsi à comprendre et à analyser en quoi l'évolution de la présence des défilés de mode dans la cour Carrée puis dans les salles du musée est symptomatique de l'évolution même du Louvre.

Un premier chapitre sera consacré à la période allant de 1982, date des premiers défilés dans la cour Carrée, à 1993 et les premières présentations dans les

salles du Carrousel du Louvre. Le musée du Louvre, dans lequel débutent les travaux du projet Grand Louvre, est encore grandement dépendant de son ministère de tutelle, le ministère de la Culture. C'est d'ailleurs le Ministre lui-même, Jack Lang, qui décidera de la tenue de ces manifestations dans la cour Carrée. La mode à cette période est « à la mode⁴ » et les défilés dans la cour Carrée permettent d'encourager d'autant plus le regain pour ce secteur. Mais, comme nous le verrons plus en détail, le musée du Louvre n'est que peu satisfait de cette occupation et de nombreux problèmes ont cours entre les employés du musée, le ministère et la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter, des couturiers et des créateurs de mode. Les salles du Carrousel du Louvre conçues dans le cadre du projet Grand Louvre seront la réponse à ces préoccupations. Le deuxième chapitre de ce travail de recherche propose ainsi une histoire des défilés de mode au Louvre de 1993 à 2006, période de grands changements : en ayant lieu au Carrousel du Louvre, les présentations ne sont désormais plus l'apanage du musée, mais du gestionnaire du bail du Carrousel. Durant cette même période, le musée est en proie à d'importants changements administratifs en s'émancipant de son ministère de référence. Cette indépendance nouvelle a permis un important développement du mécénat à cette période. L'ensemble de ces événements a constitué un terreau fertile pour la troisième période relative à notre sujet : le retour des défilés dans la cour Carrée en 2007 pour n'être réservés qu'à la marque Louis Vuitton. Le troisième chapitre propose ainsi d'expliquer les liens unissant le musée du Louvre et Louis Vuitton. Nous tenterons de comprendre en quoi le musée du Louvre, mais également d'autres institutions muséales, répond à la stratégie commerciale de la marque au monogramme. Ce chapitre propose également de discuter des liens unissant le musée du Louvre et le secteur privé. Il s'agit d'étudier en quoi ces partenariats sont indispensables aujourd'hui, combinés à la nécessité de trouver un équilibre pour répondre aux besoins et à la définition du terme *musée*.

⁴ NICKLAUS Olivier, « Golden Eighties », Série *Fashion !* episode 1, Arte France, diffusé le 20 octobre 2012 [en ligne]. Disponible à <<https://www.ina.fr/video/4817723001/golden-eighties-video.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

CHAPITRE 1 : 1982 – 1993, UN CHOIX ASSUMÉ DU

MINISTÈRE DE LA CULTURE

LES PREMIERS DÉFILES DANS LA COUR CARREE DU MUSÉE DU LOUVRE : 1982 – 1983

LA MODE AU DÉBUT DES ANNÉES 1980

UNE PÉRIODE EN BERNE

Le début des années 1980 voit l'arrivée progressive du prêt-à-porter bas de gamme ainsi que la hausse de pays concurrents dans le luxe. Pour répondre à ces nouveaux entrants, avoir le soutien du gouvernement est nécessaire pour la couture à cette période. Un journaliste déplore en effet en 1982 la part trop importante que prend l'habillement étranger début de gamme aux dépens du haut de gamme français : « [Jack Lang] comme beaucoup d'autres se dit que quarante-cinq millions de jeans vendus en France en 1981 pour sept milliards de francs et 7% des dépenses d'habillement, est peut-être un cap à ne pas dépasser⁵ ». Ce verbatim illustre la nécessité pour les gens de la mode de voir ces nouveaux entrants sur le marché être encadrés avec plus de rigueur pour ne pas empiéter sur le secteur français du haut de gamme. Parallèlement à ce phénomène visant de nouveaux segments, les semaines de la mode de Londres, Milan et New York acquièrent une place de plus en plus importante dans le contexte international⁶.

Afin de faire face à cette transformation du marché, la France doit avoir une réaction forte si elle ne veut pas perdre son avantage concurrentiel et sa place de capitale de la mode. Le gouvernement socialiste nouvellement élu en 1981 souhaite ainsi réduire la part grandissante des produits étrangers de l'habillement entrant sur le sol français. Une des nouvelles mesures est la création d'un « label France »

⁵ VALTON Michel, « L'étonnant pari de Jack Lang : le prêt-à-porter au Louvre », dans *L'Est républicain*, 5 mars 1982.

⁶ MILLER Judith, « Paris Fashion, Beyond Chic, is also a major moneymaker », dans *New York Times*, 30 octobre 1985 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1985/10/30/world/paris-fashion-beyond-chic-is-also-a-major-moneymaker.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

« réconciliant en quelque sorte l'industrie et la création⁷ ». Ce label est destiné à encourager les ventes des produits fabriqués en France et, par extension, la création nationale. Les industriels de la mode attendent également des mesures fortes de la part du ministère des Finances, notamment l'abaissement des charges sociales qui entachent cette industrie caractérisée par un important besoin de main-d'œuvre⁸. Celles-ci seront abaissées courant 1982⁹. Le nouveau président François Mitterrand a ainsi compris l'importance que requiert l'industrie de la mode en France en disant d'elle, lors d'un discours du 17 octobre 1984, qu'il s'agit d'un « art majeur, l'un des beaux-arts¹⁰ » avant de conclure que « les grandes époques de notre histoire sont celles de l'alliance étroite des artistes, des écrivains et des industriels¹¹ ». En 1988, le gouvernement dira qu'il s'agissait de donner une « caution officielle¹² » à cette industrie. Nous sommes ainsi loin de 1972 et de l'ancien président Georges Pompidou qui déclarait à cette période que « la haute couture et de bonnes exportations, des cognacs, du champagne, du bordeaux ou du bourgogne, c'est terminé ! La France a commencé et largement entamé une révolution industrielle !¹³ ».

Le facteur économique est certes le premier élément mis en avant lors de ces nouveaux choix politiques, mais ceux-ci ont été inspirés par des personnalités autres que la personne présidentielle. En effet, deux hommes ont joué un rôle important dans l'intérêt gouvernemental pour ce secteur. Le premier est Pierre Bergé¹⁴, président de la Chambre syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode, qui, grâce à son amitié avec François Mitterrand, a su lui insuffler des idées novatrices pour endiguer la concurrence nouvelle des métiers de la mode¹⁵. L'organisme qu'il préside est notamment chargé de l'organisation des défilés et de l'élaboration du

⁷ VALTON, 1982.

⁸ *Ibidem*.

⁹ LAMM Patrick, « M. Mitterrand annonce la création d'un Institut de la Mode », dans *Les Échos*, 18 octobre 1984.

¹⁰ *Ibid.*

¹¹ Cité dans ANONYME, « M. Mitterrand et les journées du prêt-à-porter, Le mariage de l'art et de l'industrie », dans *Le Monde*, 19 octobre 1984.

¹² Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Bilan et perspective des activités dans le domaine de la mode à la délégation aux Arts plastiques, Dominique Bozo, [1988 ?].

¹³ Cité dans GUILLAUME Hélène, « « Les groupes de luxe français sont nos Gafa » », dans *Le Figaro*, 8 novembre 2018, p. 28.

¹⁴ Pierre Bergé (1930 – 2017) est un homme d'affaire français. Il était, parmi d'autres occupations, président de la Chambre syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode, directeur de la maison Yves Saint Laurent puis président de la fondation Pierre Bergé – Yves Saint Laurent.

¹⁵ DONOVAN Carrie, « Fashion: Who makes Paris sizzle? », dans *The New York Times*, 13 octobre 1991, p. 50.

calendrier des présentations, en collaboration avec leurs homologues britanniques, italiens et nord-américains. Le bras droit de Pierre Bergé et directeur de la chambre syndicale, Jacques Mouclier¹⁶, sera, entre autres, l'ordonnateur des défilés de mode au musée du Louvre. La seconde personnalité à avoir joué un rôle d'envergure dans le développement de la mode française à Paris est le ministre de la Culture nouvellement nommé, Jack Lang. Il est véritablement celui qui a porté haut l'étendard de la haute couture et du prêt-à-porter français.

JACK LANG ET LA MODE

Jack Lang a joué un rôle de premier plan dans l'organisation des défilés de mode au musée du Louvre. Cette détermination est en lien direct avec sa conception novatrice du rôle que doit jouer le ministère de la Culture au sein du gouvernement français. À la suite d'André Malraux et la création du ministère des Affaires culturelles en 1959 sous la présidence de Charles de Gaulle, aucun ministre n'a bénéficié de la même aura que celle du dynamique Jack Lang. En effet, il bouleverse totalement la politique culturelle suite à l'élection de François Mitterrand et sa nomination. Lang, alors âgé de quarante-deux ans, entend bien jouer un rôle prépondérant dans le gouvernement et souhaite mettre en place des mesures fortes. Dès son arrivée, grâce à son amitié avec le président nouvellement élu, il impose un doublement du budget alloué au ministère de la Culture. Son objectif est d'obtenir 1% du budget global du gouvernement. Cette volonté est appuyée par une conception nouvelle de son portefeuille et de la perception de ce qu'est la culture en encourageant certaines pratiques. Celles-ci sont choisies « au gré du regard porté par le ministre¹⁷ » sur telle ou telle activité selon Xavier Greffe et Sylvie Pflieger, ce qui démontre un certain manque de cohérence dans sa politique, ses choix étant plutôt guidés par son affect. Alors essentiellement cantonné aux arts « majeurs » du type beaux-arts, musique ou édition, Jack Lang élargit son champ d'action en considérant désormais les arts « mineurs », dont certains sont fleurons de l'identité française : la gastronomie, la

¹⁶ Jacques Mouclier (1925 – 2015) était président délégué de la Chambre syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode avant d'être président de la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode.

¹⁷ GREFFE Xavier et PFLIEGER Sylvie, *La politique culturelle en France*, Paris : La documentation française, 2015, p. 8.

bande dessinée, les musiques urbaines ou encore la mode. Concernant cette dernière, il décide de « frapper un grand coup [...] [en comprenant] que la meilleure défense était l'offensive¹⁸ », comme nous le verrons plus en détail.

Il est apparu très rapidement dans nos recherches que Jack Lang avait pris la mode sous son aile de façon très marquée. Appréciait-il cette dernière par véritable goût et « anticonformisme naturel¹⁹ » ou bien était-ce plutôt par nécessité politique, économique et pour augmenter les attributions de son portefeuille ? Les deux hypothèses semblent plausibles.

Nous estimons tout d'abord qu'il n'est pas incorrect de croire que le nouveau ministre appréciait la mode de son temps, car il en était lui-même un client. Un journaliste dit avec ironie en 1982 que « l'homme de théâtre aime le costume à la scène comme il apprécie l'emballage-cadeau à la maison²⁰ ». En effet, certains esprits se rappellent encore le scandale relatif à la présence de Lang à l'Assemblée nationale sans cravate. Le 17 avril 1985, celui-ci se présente devant les parlementaires dans un costume Thierry Mugler, son couturier favori²¹, avec un col dit Mao. Avant son allocution, l'assemblée est dissipée et chahute vivement sa tenue qui cache la cravate normalement obligatoire dans un tel lieu²². Il lui est notamment demandé de « [s]'habiller « à la française »²³ ». Demande ironique, Thierry Mugler étant lui-même français. Pour le Ministre, « cette injonction [...] était éloquente de la grisaille enveloppant notre société et ses notables²⁴ ». En parallèle à ces frasques vestimentaires, Lang lie des amitiés avec des couturiers et assiste à plusieurs défilés²⁵. Un cocktail est même donné en son honneur en mars 1982 par Pierre Bergé, alors président de la Chambre syndicale des couturiers et des créateurs, qui estime que

¹⁸ VALTON, 1982.

¹⁹ *Ibid.*

²⁰ *Ibid.*

²¹ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Réponses de Jack Lang à Suzy Menkes pour le *New York Times*, 15 mars 1989. Voir l'ensemble de l'interview en Annexe 3, p. 29.

²² PRADINAUT Bernard, « Jack Lang », dans *A2 édition de la nuit*, diffusé sur *Antenne 2*, 17 avril 1985 [en ligne]. Disponible à <<https://www.ina.fr/video/CAB8501236901/jack-lang-video.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

²³ LANG Jack, « De la mode considérée comme un des beaux-arts », dans *Jardin des modes*, septembre 1987, p. 3. Voir l'article complet dans Annexe 1, p. 23.

²⁴ *Ibid.*

²⁵ SAMET Janie, « Jack Lang patronnera les prochaines collections de prêt-à-porter », dans *Le Figaro*, 4 mars 1982.

Jack Lang est « intelligent [...] d'avoir compris que le domaine très français de la mode est un des fleurons de notre culture²⁶ ».

Pour autant, il n'est pas incorrect de penser que cet intérêt pour la mode, notamment dans le cadre de son ministère, a un aspect intéressé. Personnage amateur de visibilité et de médiatisation, Jack Lang a pu considérer une nouvelle notion de la culture pour pouvoir élargir son portefeuille de responsabilités. La mode ayant été relativement délaissée par son ministère de tutelle, le ministère de l'Industrie, il a été assez aisé pour le nouveau ministre de la mettre dans son giron. Il gagne ainsi en visibilité, d'une part en côtoyant les plus grands créateurs du moment et d'autre part en tant que reconnaissance d'un point de vue économique, la mode représentant une part non négligeable des revenus français. L'industrie textile est consciente de ce double-jeu du Ministre, mais satisfaite. La journaliste de mode Janie Samet²⁷ écrit à cet effet que « le gouvernement a reconnu [les couturiers] ! Récupérés diront les méchantes langues qui n'auront pas tort » avant d'ajouter que « le Ministre a de l'appétit. Et des relations » et que « la rue de Valois est donc devenue avec Jack Lang, le dernier salon où l'on dîne²⁸ ». Samet met en évidence la personnalité très mondaine du nouveau ministre qui aime à s'entourer d'éminents individus, dans le domaine de la mode, mais également du théâtre, du cinéma ou du livre. Cela trahit une envie d'avoir une certaine mainmise sur le plus grand nombre de domaines culturels tout en bâtissant des relations privilégiées avec les principaux intéressés. Mais ces derniers sont satisfaits du nouveau traitement qu'il leur est proposé, ayant la sensation d'être enfin reconnus à leur juste valeur.

LA RECONNAISSANCE DES COUTURIERS

Pour les couturiers et financiers de la mode, il était temps que le gouvernement prenne en considération leur industrie qui « fait rentrer en devises plus d'argent à elle seule que la sidérurgie²⁹ » selon les mots de Pierre Bergé. En effet à cette période

²⁶ *Ibid.*

²⁷ Janie Samet est une journaliste de mode française, qui a notamment travaillé pour le *Figaro*. Elle était amie avec de grands couturiers, tel Yves Saint Laurent.

²⁸ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Article de Janie Samet pour le *Figaro*, « Au menu d'un déjeuner « couture-culture ». Le prochain musée de la Mode », date inconnue [1983 ?].

²⁹ SAMET, 1982.

déjà, la mode rapporte de grosses sommes à l'économie française et pourtant elle reste très peu estimée par son ministère de tutelle, le ministère de l'Industrie. Il est vrai que la mode est un électron libre parmi les différentes instances gouvernementales. Pas véritablement reliée à la culture par son aspect industriel, mais également oubliée des industries par son aspect créatif, elle ne correspond pas aux standards que se font chacun des deux ministères avant que Jack Lang ne prenne les choses en main. Pierre Bergé déplore ce manque de considération avant l'ouverture de la semaine de la mode en mars 1982 : « Personne ici ne nous a été reconnaissant [de l'apport de la mode à l'économie]. Personne ne nous invite. Personne ne nous décore. Tandis qu'une idiote qui gagne un cent mètres au crawl a droit à la Légion d'honneur !³⁰ ». Selon le président de la chambre syndicale, le précédent gouvernement de droite les dénigrait parce que « les artistes sont supposés pauvres, mais nous sommes riches³¹ ». La mode comprend que pour s'attirer les grâces du gouvernement, il faut qu'elle insiste sur le rôle économique important qu'elle joue dans les finances du pays. C'est de cette manière que Jacques Mouclier présente officiellement le projet de présenter les nouvelles collections dans la cour Carrée du Louvre. Il écrit dans un courrier adressé au ministère de la Culture en février 1982 : « L'intérêt économique que présente pour la France une manifestation d'un tel prestige international nous permet d'espérer de votre part le soutien indispensable à la réalisation de ce projet vital par surcroît pour l'ensemble de la profession³² ». Cette formule sera utilisée à plusieurs reprises quand des personnes différentes s'élèveront pour critiquer la place prise par les défilés dans l'enceinte du Louvre.

Les premiers défilés au Louvre, étudiés plus en détail dans la suite du développement, présagent un très fort regain d'intérêt pour la mode parisienne à la fois en France, mais également à l'international, 60% du chiffre d'affaires étant réalisé par l'exportation. Les organisateurs espèrent ainsi obtenir plus de la part du ministère suite à ce succès. Les propos tenus par Pierre Bergé à l'occasion des défilés de mars 1982 résument bien la situation à ce moment, à la fois positive et en attente d'une continuité :

³⁰ SAMET, 1982.

³¹ MILLER, 1985.

Texte original : « Artists are supposed to be poor, but we are rich ».

³² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Mouclier à Jack Lang, 1^{er} février 1982.

« Il faut avoir le courage de reconnaître, dit M. Pierre Bergé, qu'il y a autant de talent chez Chanel que chez Braque ou Colette. [...] Je suis touché par le geste de M. Jack Lang ; il nous apporte une reconnaissance que nous attendions. À présent, j'attends davantage.³³ »

Par davantage, il parle de subventions, mais également d'autres projets. Bien que la cour Carrée soit un magnifique lieu pour les défilés, ce n'est qu'une solution temporaire. La mode rêve d'avoir à sa disposition un véritable complexe pouvant accueillir à la fois les défilés, mais également des archives et des espaces de recherche en textile. L'ensemble de la profession espère ainsi que cette première action de Jack Lang amènera à de nouvelles décisions en ce sens, tout au long de son mandat, dont « cette maison de la mode ». Un journaliste en mars 1982 rend public le vœu de toute la profession :

« J'espère donc la mise en place d'un institut de la mode, avec un conservatoire, un musée du costume, des archives, une salle de présentation, un enseignement à l'américaine.³⁴ »

Un premier projet situe cet établissement dans le quartier des Halles, alors en plein renouveau. Le programme est déjà bien engagé avec des plans établis pour un ensemble de bâtiments composant un institut de la mode au niveau de la Bourse de Commerce. L'espace intègrera un centre de recherche, une salle d'échantillons et quatre salles qui serviront aux défilés. Il ne manque alors que le financement des cent soixante millions de francs nécessaires, attendu par la fédération du ministère de l'Industrie³⁵. Le projet ne verra finalement jamais le jour et les différentes entités prévues seront scindées sur plusieurs sites plus tard. L'Institut de la Mode, annoncé le 17 octobre 1984 par François Mitterrand, accueillera les espaces de recherche³⁶ tandis que pour le sujet nous concernant, les salles du Carrousel du Louvre seront la solution à l'accueil des défilés. Un journaliste des *Échos* salue tout de même une attitude « remarquable » du président qui « tranche avec le dédain que semblaient manifester auparavant pour les fanfreluches les précédents gouvernements³⁷ ». Ainsi,

³³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Article de C.G., « L'art de la mode », publié dans *M.A.*, 23 mars 1982.

³⁴ *Ibid.*

³⁵ SAMET, 1982.

³⁶ LAMM, 1984.

³⁷ *Ibid.*

malgré des améliorations toujours possibles à cette période, les professionnels de la mode sont reconnaissants de la notoriété qui leur est enfin accordée et des nouveaux projets qui peuvent être envisagés.

MARS 1982 : LE PREMIER DEFILE AU MUSEE DU LOUVRE

LE CHOIX DU MUSEE DU LOUVRE

Avant les premiers défilés au musée du Louvre en mars 1982, la semaine de la mode ne possédait pas de lieu propre et chaque créateur organisait ses présentations dans différents espaces parisiens non adaptés à des événements de ce type. Les défilés se faisaient généralement dans « des conditions affligeantes d'inconfort et de désorganisation³⁸ » et étaient pour les journalistes et acheteurs source de beaucoup de fatigue et de lassitude. En effet, en plus de devoir assister à des présentations dans une commodité tout à fait relative, ils sillonnaient tout Paris afin de se rendre au défilé suivant. Un journaliste fait le constat en mars 1982, que « si courir d'un quartier à l'autre est pittoresque, ce n'est guère efficace³⁹ ». Les séances avaient lieu à différents endroits de la capitale : jardin d'Acclimatation, palais des Congrès⁴⁰, forum des Halles ou encore palais de Chaillot⁴¹. Il était ainsi nécessaire pour la Chambre syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode, administratrice de l'évènement, de songer à une centralisation des présentations afin de faciliter le déroulement de cette semaine intense.

Alors qu'aujourd'hui faire le choix du Louvre pour une manifestation relève d'une stratégie commerciale très pointue, il n'était, au début des années 1980, pas question de « marque Louvre » et d'une quelconque volonté de faire le lien avec les beaux-arts. Avec le recul que nous avons aujourd'hui, il apparaît que le Louvre a été essentiellement choisi pour des raisons pragmatiques d'une part, par sa situation centrale dans Paris et l'espace disponible dans les cours Carrée et Napoléon, et pour

³⁸ SAMET, 1982.

³⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Article de C.G., « L'art de la mode », publié dans *M.A.*, 23 mars 1982.

⁴⁰ SAMET, 1982.

⁴¹ BENAÏM Laurence, « Les créateurs de mode du Louvre à La Villette », dans *Le Monde*, 24 octobre 1988, p. 12.

le symbole parisien qu'il était déjà à cette époque d'autre part. Un courrier d'Edmonde Charles-Roux⁴² de décembre 1981 présente bien cet aspect parisien du choix de la cour Carrée. En effet, celle-ci est d'abord « exclue », car sujette à travaux « pour faire un parking et [la] libérer des voitures », la mise en place des défilés de mode coïncidant avec les débuts du projet du Grand Louvre. Elle envisage alors des défilés au jardin du Palais-Royal :

« On pourrait, bien entendu, imaginer toute une animation des commerces du Palais-Royal à cette occasion. Peut-être « mettre dans le coup » le Louvre des Antiquaires [...] et voir s'il ne pourrait pas choisir, pour son exposition annuelle, un thème qui cadre particulièrement bien avec votre manifestation. Vous pourriez également préparer à l'avance une page d'informations historiques sur le cadre du Palais-Royal ainsi qu'un paragraphe consacré à toutes les célébrités (Colette, Cocteau, Bérard, entre autres) qui ont habité des appartements donnant sur ce jardin. La feuille polycopiée posée sur le siège des journalistes leur permettrait de donner un accent très parisien à leurs articles. Je me chargerais de trouver au Conseil d'État quelqu'un de susceptible de vous livrer les grandes et petites heures et même les dessous de l'histoire du Palais-Royal. [...] Tout cela pourrait être extrêmement gai et de bon aloi.⁴³ »

En parallèle, Jacques Chirac, alors maire de Paris, avait proposé d'installer les structures au Champ-de-Mars. Cet espace est également un lieu parisien très symbolique : les défilés auraient côtoyé la tour Eiffel, cadre des plus représentatifs de la capitale française s'il en est. Mais ce projet, proposé au conseil municipal de Paris, n'a pas obtenu l'unanimité nécessaire et a donc été abandonné⁴⁴.

L'idée n'est donc pas tant d'associer la mode au Louvre, temple des arts, que de « regagner le centre de Paris, et ce, dans un cadre prestigieux⁴⁵ ». Il s'agit pour la France de faire du *soft power*⁴⁶, c'est-à-dire développer l'influence du pays sur le

⁴² Connue aujourd'hui essentiellement en tant qu'ancienne présidente de l'Académie Goncourt, Edmonde Charles-Roux fut également une grande dame de la mode. En effet, en 1946 elle rentre à la rédaction du magazine *Elle* avant de rejoindre les rangs de *Vogue* deux ans plus tard. Elle en sera nommée rédactrice en chef en 1954 et elle restera dans la rédaction jusqu'en 1966. Elle commence alors une grande carrière d'autrice.

⁴³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Edmonde Charles-Roux à la Fédération française de la Couture, du Prêt-à-porter, des Couturiers et des Créateurs de la Mode, 2 décembre 1981.

⁴⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Article de C.G., « L'art de la mode », publié dans *M.A.*, 23 mars 1982.

⁴⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Mouclier au Ministère de la Culture, 4 décembre 1981.

⁴⁶ Le *soft power* ou « manière douce » en français est la « capacité d'un État ou d'un groupe d'États à rallier à ses vues un ou plusieurs autres États, grâce à l'influence prépondérante qu'il exerce dans divers

monde grâce à la mode parisienne⁴⁷. Avec ces événements, ce ne sont pas seulement les couturiers qui bénéficient d'une vitrine internationale, mais également tout un art de vivre français, caractérisé par le luxe, des monuments emblématiques et un goût raffiné pour la mode. Cela permet de faire rimer dans l'esprit d'étrangers France et élégance, dont l'écho résonne encore aujourd'hui. Pour les créateurs de mode d'autre part, avoir un espace spécifique conçu pour leurs défilés n'est pas anodin. Ils ont besoin de cette vitrine de quelques minutes « qui monopolise sur Paris l'attention du monde entier⁴⁸ ». Alors, que ce soit le musée du Louvre ou le jardin du Palais-Royal, la question importe finalement peu tant que le lieu soit suffisamment attractif et représentatif de l'esprit parisien pour les journalistes et acheteurs étrangers. L'idée d'intégrer la mode aux beaux-arts n'a très probablement pas été envisagée. Il fallait avant tout présenter la mode dans un espace digne de ce nom. A posteriori des premiers défilés, en juin 1982, Jack Lang explique la symbolique du choix du Louvre pour la mode :

« Nous sommes au centre de Paris, « ce nid magique » dont parle le poète Léon Paul Fargue [...], au centre d'un carrefour magique, à proximité des établissements de haute couture de la rue du faubourg Saint-Honoré, des maisons de prêt-à-porter de Saint-Germain et des façonniers et fabricants du quartier des Victoires et de Saint-Paul. Il s'inscrit parfaitement dans la géographie parisienne d'un secteur professionnel dont l'aire est certes nationale, mais qui trouve dans Paris ce que Roland Barthes appelait « les signes de reconnaissance ».⁴⁹ » (**Annexe 2**)

Il faut ajouter à cet inventaire de Jack Lang les anciens magasins présents dans le quartier, les *Grands Magasins du Louvre* et *Au pauvre diable* notamment qui font du secteur un lieu notable de la consommation du luxe parisien⁵⁰.

Une autre raison quant au choix du musée du Louvre peut être la démocratisation de la mode à cette période, encore faut-il être prudent face à cette hypothèse, la mode de luxe n'ayant jamais été quelque chose de « démocratique », sous-entendu accessible à l'ensemble de la population. Cela entre en résonance avec le projet du

domaines, à son rayonnement et au prestige qui lui est reconnu », d'après le *Vocabulaire des relations internationales (2014)* du ministère de la Culture et de la Communication.

⁴⁷ GUILLAUME, 2018 (c).

⁴⁸ SAMET, 1982.

⁴⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Intervention de Jack Lang lors de la présentation du projet de la création du musée national des Arts de la mode, 28 juin 1982, p. 2. Voir le discours complet en Annexe 2, p. 25.

⁵⁰ GOLBIN Pamela (dir.), *Louis Vuitton, Marc Jacobs* [exposition, Paris, musée des Arts décoratifs, 2012], Paris : les Arts décoratifs, 2012, p. 25.

Grand Louvre qui naît à cette époque et a pour idée majeure d'ouvrir le musée sur la ville. En accueillant les défilés de mode, ne sont-ils pas dans le même esprit d'ouverture et de visibilité ? En janvier de la même année, lors des défilés de haute-couture, celle-ci « descendait dans le métro et les hypermarchés de la banlieue parisienne. Faire entrer le prêt-à-porter dans l'antichambre du Louvre s'inscrit dans la même démarche⁵¹ » selon un journaliste de l'*Est républicain*.

Les premiers défilés de mars 1982 dans la cour Carrée répondent ainsi à différents éléments, aussi bien pragmatiques que symboliques. Mais malgré un choix somme toute rapide, les premiers défilés ayant lieu un an seulement après la nomination de Jack Lang, cette solution est complexe à mettre en place et n'est que temporaire, la chambre syndicale souhaitant trouver rapidement une solution pérenne à la centralisation de ses défilés.

GENESE DES PREMIERS DEFILES

Lorsque nous lisons des ouvrages évoquant les défilés dans la cour Carrée, l'organisation de la première manifestation paraît généralement assez aisée. Or, plusieurs questions subsistent à ce sujet. La première est celle concernant la personne ayant proposé ce choix. La personnalité responsable de cette décision n'est pas clairement établie, mais serait Jack Lang lui-même selon Jacques Mouclier. Ce dernier relate dans son autobiographie une rencontre en 1981 avec le nouveau ministre qui lui déclara : « La mode fait partie de notre patrimoine national, il faut que les pouvoirs publics l'aident⁵² ». Le projet d'occuper les cours Carrée et Napoléon naît à ce moment-là, d'après Jacques Mouclier⁵³. En octobre 1981, le projet est officiellement présent. La journaliste Janie Samet écrit le 15 octobre 1981 : « Estimant que la mode fait partie de notre patrimoine au même titre que Renoir, Debussy ou Rodin, M. Jack Lang milite pour qu'elles soient dorénavant présentées dans la cour Carrée du Louvre qui dépend du ministère des Affaires culturelles⁵⁴ ».

Mais les choses semblent être plus compliquées que ce qui est perçu dans l'ouvrage de Jacques Mouclier. Dans les écrits de ce dernier, il semblerait qu'à peine

⁵¹ VALTON, 1982.

⁵² MOUCLIER Jacques, *Haute Couture*, Paris : Laffont, 2004, p. 57 – 58.

⁵³ *Ibid.*

⁵⁴ Citation d'un précédent article de Janie Samet dans SAMET, 1982.

Jack Lang ait souhaité mettre à leur disposition cet espace, tout a été très facile jusqu'au déménagement dans les salles du Carrousel. Or, plusieurs difficultés à la fois physiques et organisationnelles ont eu lieu. Tout d'abord, la cour Carrée était inaccessible à cette période pour cause de travaux, mais, de plus, l'administration centrale ne semblait pas connaître cette promesse de Jack Lang. Il n'est pas à exclure que Mouclier, lors de la rédaction de son autobiographie au début des années 2000, soit presque vingt ans après les faits, ait oublié ou modifié une partie de ses souvenirs.

La difficulté d'occuper la cour Carrée est perceptible dans un courrier daté du 2 décembre 1981 envoyé à la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter, des couturiers et des créateurs de la mode par Edmonde Charles-Roux. Elle écrit à Jacques Mouclier : « J'ai saisi un membre du cabinet du ministre de la Culture de votre désir de présenter les prochaines collections de prêt-à-porter dans la cour Carrée du Louvre. Il m'a été répondu qu'on aurait accédé à votre désir avec le plus grand plaisir [...]. Malheureusement, j'ai appris [...] que de très importants travaux étaient en cours [...]. La cour Carrée est donc exclue⁵⁵ ». Comme nous l'avons déjà signalé, elle propose en revanche d'organiser les défilés de mode au jardin du Palais-Royal. Son courrier est intéressant : on comprend tout à fait que cet enjeu de centralisation est l'affaire d'arrangements internes : « il est à peu près certain que vous obtiendrez [le jardin du Palais-Royal] », « sans pouvoir vous le promettre le moins du monde, on pourrait certainement obtenir du ministère de la Culture [...] la permission de monter sur la terrasse [du Palais-Royal]⁵⁶ ». De plus, la fédération semble amplement prendre les devants quant à l'organisation des défilés, sans considérer l'accord véritable du ministère. Mouclier écrit au cabinet du ministre de la Culture le 4 décembre 1981, mettant en copie la lettre d'Edmonde Charles-Roux : « Nous examinons actuellement les problèmes techniques d'implantation de nos structures avec nos installateurs, les Établissements Belloir et Jallot. La réalisation doit être possible et nous vous tiendrons bien entendu, fidèlement au courant du suivi⁵⁷ ». Cette phrase, certes plus ou moins sortie de son contexte de l'époque qui ne permet pas d'obtenir une vision tout à fait

⁵⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Edmonde Charles-Roux à la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter, des couturiers et des créateurs de la mode, 2 décembre 1981.

⁵⁶ *Ibid.*

⁵⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Mouclier au ministère de la Culture, 4 décembre 1981.

précise des faits, semble indiquer que Mouclier fait fi d'un accord et envisage son projet sans prendre en compte l'avis du ministère, qu'il semble comme acquis, suite à sa discussion préalable avec Lang courant 1981⁵⁸. Mais malgré l'approbation du Ministre, il semblerait que le cabinet de ce dernier n'ait pas été avisé dans la prise de décision.

PREMIERS DEFILES ET PREMIERS DEBOIRES

Le 1^{er} février 1982, Jacques Mouclier demande officiellement à Jack Lang, par courrier, l'autorisation d'occuper la cour Carrée et la cour Napoléon⁵⁹, pour quarante défilés au mois de mars, ayant lieu sous des « structures provisoires »⁶⁰. L'autorisation est donnée très rapidement, car dès le 24 février 1982, le calendrier d'installation par la société Belloir et Jallot est distribué à l'ensemble de la profession pour une occupation des lieux du 5 mars au 8 avril, les défilés ayant lieu du 26 mars au 31 mars⁶¹.

La présence des défilés de mode dans la cour Carrée et la cour Napoléon est problématique à différents niveaux pour le musée du Louvre. En premier lieu, l'espace est inaccessible pour les visiteurs pendant plus d'un mois. D'après André Chabaud⁶², cela engendre de « graves contraintes » pour eux. En plus de ne pouvoir traverser la cour Carrée, ils ne peuvent jouir de la beauté des façades, représentantes mêmes de l'histoire du musée. Le Louvre a pour charge de prévoir un dispositif de signalisation pour les aiguiller, chose que ni la fédération, ni leur installateur, ne semblent avoir songé au préalable. Parallèlement, aucun véhicule, hormis ceux de la société d'installation, ne peut désormais circuler dans cet espace. Cela rend le transport des œuvres compliqué, le chargement dans les véhicules se faisant au niveau des différentes portes jalonnant la cour Carrée. Michel Laclotte⁶³ souligne que cela « entrave

⁵⁸ MOUCLIER, 2004, p. 57 – 58.

⁵⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Compte-rendu de la réunion sur la présentation des collections du prêt-à-porter, 4 mars 1982.

⁶⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Mouclier à Jack Lang, 1^{er} février 1982.

⁶¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Compte-rendu de la réunion sur la présentation des collections du prêt-à-porter, 4 mars 1982.

⁶² André Chabaud (1921 -) est nommé directeur du Louvre en 1979. Il occupera ce poste jusqu'en 1983.

⁶³ Michel Laclotte (1929 -) est conservateur du département des Peintures du musée du Louvre de 1966 à 1987 puis directeur de ce même musée de 1987 à 1995.

dangereusement⁶⁴ » le transport des tableaux par la porte Marengo, l'accès aux réserves avec du matériel de grande taille. L'installation des défilés de mode tombe d'autant plus mal qu'elle a lieu en même temps que les prêts aux expositions ouvrant à la même période. Laclotte demande ainsi « instamment » à son directeur, André Chabaud, « de bien vouloir faire assurer par la porte Marengo le passage régulier des œuvres et l'arrivée des camions⁶⁵ ». Enfin, d'un point de vue très pragmatique, il n'y a plus de possibilités de stationnement pour les employés du musée et du ministère des Finances, alors encore situé dans le pavillon de Marsan. En effet, leurs véhicules stationnaient pendant la journée dans la cour Napoléon. Un titre provisoire de stationnement est donc distribué « avec discernement et parcimonie⁶⁶ ». Encore faut-il décider de qui parmi les employés du ministère, du musée, de l'École du Louvre, etc. aura le droit à ce sésame, d'autant plus que l'interdiction totale de se garer pendant la semaine des défilés n'est pas exclue⁶⁷. Le stationnement semble être visiblement un véritable problème pour le ministère des Finances, car il se retrouve dans grand nombre de correspondances⁶⁸. Peut-être était-ce une réaction à leur départ imminent pour laisser la place au Grand Louvre, une façon de s'accrocher à ce qui leur est encore autorisé.

En fin de compte, quatre pavillons provisoires sont érigés dans l'enceinte du musée du Louvre : les pavillons « Lescot » et « Perrault » dans la cour Carrée et « Médicis » et « Sully »⁶⁹ entre les squares de la cour Napoléon et devant l'entrée Sully⁷⁰. Chaque structure temporaire peut accueillir entre six cents et mille deux cents spectateurs et dispose de podiums de quatorze et vingt-cinq mètres de long.

⁶⁴ Archives nationales de Pierrefitte, 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier de Michel Laclotte à André Chabaud et Hubert Landais, 16 mars 1982.

⁶⁵ *Ibid.*

⁶⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier d'André Chabaud à la direction des Musées de France, 24 février 1982.

⁶⁷ *Ibid.*

⁶⁸ Archives nationales de Pierrefitte, 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier de Gilles Benoist et Serge Weinbert à Gilbert Estève, 9 mars 1982 : « M. Jacques Delors et M. Laurent Fabius tiennent essentiellement à ce que la possibilité de stationnement des agents du ministère de l'Économie et des Finances soit maintenue intacte ».

⁶⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier d'André Chabaud aux inspecteurs généraux, conservateurs en chef et chefs de service du musée du Louvre, 10 mars 1982.

⁷⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Compte-rendu de la réunion sur la présentation des collections du prêt-à-porter, 4 mars 1982.

Défiler dans un tel lieu a un coût pour les maisons de couture : il faut compter pour une heure de défilé entre quarante mille et soixante mille francs de location d'espace (comprenant les installations de son et lumière), cent mille francs minimums pour les mannequins, entre deux cent mille et trois cent mille francs pour les collections sans oublier l'embauche des coiffeurs, maquilleurs et autres frais annexes⁷¹. La fédération s'occupe du nettoyage, de la construction du podium pour chaque défilé et du son et lumière⁷². Malgré un espace standardisé, chaque couturier a la possibilité de créer son propre décor et sa propre mise en scène afin de se distinguer de ses prédécesseurs et successeurs sur le podium. La scénographie est conçue et organisée par les bureaux de presse de chacune des marques⁷³. Pour les maisons de couture, chaque défilé est ainsi l'occasion de dépenses folles, qui seront compensées par une large presse au lendemain de la présentation.

L'inauguration des premières structures temporaires a lieu le 25 mars 1982 en la présence de Jack Lang⁷⁴. Pour les journalistes, c'est une réussite : « les tentes sont plus propres [...], les gardiens et huissiers plus agréables⁷⁵ ». Dès la première année, la majorité des créateurs défilent sous les tentes de la cour Carrée, mais certains décident tout de même de présenter leurs collections dans des lieux distincts. Durant toute la période des défilés de mode au Louvre, certains prendront le risque de quitter le giron protecteur des tentes de la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode. Par exemple, Valentino défile au pavillon d'Armenonville au bois de Boulogne en mars 1983⁷⁶, Givenchy à l'hôtel Georges V⁷⁷,

⁷¹ SAMET, 1982.

⁷² GROSS Michael, « At shows, sound and fury », dans *New York Times*, 28 mars 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/03/28/style/at-shows-sound-and-fury.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁷³ BETAK Alexandre de et SINGER Sally, *Betak : fashion show revolution*, Londres ; New York : Phaidon, 2017, p. 10.

⁷⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Article de C.G., « L'art de la mode », publié dans *M.A.*, 23 mars 1982.

⁷⁵ MORRIS Bernadine, « Paris Ready-to-Wear Begins Boldly », dans *New York Times*, 29 mars 1982 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1982/03/29/style/style-paris-ready-to-wear-begins-boldly.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Texte original : « The tents are cleaner this year, the guards and ushers better mannered ».

⁷⁶ MORRIS Bernadine, « Valentino Shines in Paris, Amid Strong French Shows », dans *New York Times*, 22 mars 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/03/22/style/valentino-shines-in-paris-amid-strong-french-shows.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁷⁷ MORRIS Bernadine, « Fashion Establishment Has Its Day in Paris », dans *New York Times*, 18 octobre 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/10/18/style/fashion-establishment-has-its-day-in-paris.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Charvet place Vendôme⁷⁸ ou encore Kenzo au château de Maisons-Laffitte⁷⁹ en octobre de la même année pour ne citer qu'eux. Mais défiler en dehors du centre Paris c'est prendre le risque de ne pas faire salle comble, la majorité des invités préférant rester dans le centre névralgique des manifestations pour ne pas risquer d'être pris dans des embouteillages et manquer un défilé d'exception.

PROBLEMES ORGANISATIONNELS ET FINANCIERS

MARS 1982 : UN MANQUE EVIDENT DE COMMUNICATION

Dès la première occupation des lieux par la Chambre syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode, les relations sont compliquées à la fois avec le musée, mais également en interne au ministère, avec la direction du Patrimoine, et au gouvernement.

Le musée tout d'abord n'a pas véritablement eu son mot à dire et n'a fait que subir la présence des professionnels de la mode. L'autorisation officielle est accordée par la Conservation régionale des Monuments historiques (CRMH) de Versailles, organe intrinsèque au ministère de la Culture⁸⁰. Celle-ci semble accorder cette autorisation par exigence de son ministère de tutelle sans ayant véritablement analysé l'étendu du projet⁸¹. Ainsi, avec le musée du Louvre, les relations sont très rapidement compliquées. Alors que nous évoquions plus haut les problèmes très pragmatiques de l'organisation des défilés de la cour Carrée, il apparaît que ce n'est qu'une partie des soucis relevant de ces événements. En effet, le musée souffre d'un manque évident de communication avec son ministère de tutelle qui lui impose des choix contraires à son activité et lui demande d'adapter son activité à ses dépens. André Chabaud, directeur de l'institution, est informé des futurs événements très tardivement et déplore

⁷⁸ DUKA John, « Notes on Fashion », dans *New York Times*, 18 octobre 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/10/18/style/notes-on-fashion.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁷⁹ MORRIS Bernadine, « Saint Laurent : Elegant Sensuous », dans *New York Times*, 20 octobre 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/10/20/garden/saint-laurent-elegant-sensuous.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁸⁰ Conservation régionale des monuments historiques qui gérait le musée du Louvre avant sa transformation en établissement public.

⁸¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de la CNMHS à Jack Lang, 25 janvier 1984.

justement ce manque de communication. En février 1982, en signant le calendrier d'occupation des lieux par la société Belloir et Jallot, il écrit :

« Je me suis permis de faire observer en premier lieu à mes interlocuteurs que pour la mise en œuvre d'un tel programme dont les incidences et conséquences sur le service public des musées nationaux étaient multiples, il eut été préférable que l'on réservât la possibilité d'une étude préalable autrement que dans un délai de huitaine⁸² ».

Ce courrier date du 24 février 1982 soit trois semaines après la demande officielle d'occupation des lieux par Jacques Mouclier et une semaine avant le début des installations. Le musée du Louvre n'a donc visiblement qu'eu le temps de dire « oui » sans pouvoir véritablement considérer le projet dans son ensemble. De plus, Chabaud signale que ce manque de communication a également cours entre les différents services du musée, lui-même étant très mal placé pour faire la liaison. Sa méconnaissance du dossier y joue un rôle non anodin, d'autant plus qu'il est, selon lui, « traité par la force des choses avec une grande part d'improvisation⁸³ ». Pierre Dussaule de la CNMHS⁸⁴ « était au courant des intentions du Ministre, mais [...] ignorait [...] les détails du projet ». Il propose à Chabaud d'alerter l'architecte en chef, Daufresne, en ignorant visiblement que ce dernier n'est plus en poste⁸⁵. Les différentes personnalités responsables de la bonne organisation de l'évènement, conservateurs généraux et chefs de service notamment, par ailleurs non formés pour cela, sont soudainement ensevelies sous les demandes et les mesures à prendre. Elles doivent adapter leurs processus habituels de travail pour laisser la place aux installateurs Belloir et Jallot qui ne semblent pas les avoir pris en compte dans l'élaboration de leur calendrier d'installation. Chabaud est « conscient des contraintes et servitudes engendrées [aux employés] par cette situation⁸⁶ ». La lecture de ses courriers donne

⁸² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier d'André Chabaud à la direction des Musées de France, 24 février 1982.

⁸³ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier d'André Chabaud aux inspecteurs généraux, conservateurs en chef et chefs de service du musée du Louvre, 10 mars 1982.

⁸⁴ Caisse Nationale des Monuments Historiques et des Sites, aujourd'hui Centre des Monuments nationaux (CMN).

⁸⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier d'André Chabaud à la direction des Musées de France, 24 février 1982

⁸⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier d'André Chabaud aux inspecteurs généraux, conservateurs en chef et chefs de service du Musée du Louvre, 10 mars 1982.

le ressenti qu'il se désole de ce choix du Louvre par son ministère. Il semble d'autant plus désolé qu'il en est un des premiers responsables en sa qualité de directeur du Louvre. C'est en effet lui qui fait le lien entre le ministère et le musée et semble en difficulté dans sa tâche de faire le pont entre « culture et couture ». De plus, ces échanges démontrent bien la complexité des relations à cette période, chaque protagoniste ayant un autre son de cloche et ne sachant véritablement à qui se référer. Chabaud demande une réunion de toute urgence pour clarifier le déroulement des événements et envisager tous les problèmes potentiels auxquels la fédération et le ministère ne semblent avoir songé.

Deux semaines avant les défilés, le musée n'est toujours pas prêt et, s'agissant du premier événement d'une telle envergure qu'il accueille, ignore où les problèmes vont subvenir. L'ensemble de la maison est en branle-bas de combat et reste sur le qui-vive comme l'attestent ces mots du directeur André Chabaud : « Je crains qu'un certain nombre de problèmes imprévus et imprévisibles ne surviennent⁸⁷ ».

En interne au ministère, la communication est également complexe, mais le travail doit être effectué. Gilbert Estève⁸⁸, chef de cabinet du ministre de la Culture, écrit début mars 1982 à Christian Pattyn⁸⁹, directeur du Patrimoine : « Je n'ignore pas les difficultés d'exploitation que cela va entraîner pour vos services, mais l'intérêt que représente pour la France cette manifestation justifie l'effort particulier qui vous est demandé⁹⁰ ». L'ensemble des courriers semble montrer que Jack Lang, lors de sa prise de décision, et son cabinet n'ont pas suivi le projet et ont laissé cette charge au musée et à la direction du Patrimoine alors même qu'ils n'avaient pas été consultés en premier lieu. Leurs injonctions sont justifiées par une nécessité économique indiscutable, mais ne sont pas accompagnées d'un suivi optimal.

Quant aux organes gouvernementaux homologues au ministère de la Culture, ils semblent ne pas percevoir les agissements personnels de Jack Lang. En effet, le ministère de l'Économie et des Finances, reprochant à ce dernier ses arrangements financiers avec la fédération, lui demande en 1984 d'« [inviter ses] services à se

⁸⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier d'André Chabaud aux inspecteurs généraux, conservateurs en chef et chefs de service du Musée du Louvre, 10 mars 1982.

⁸⁸ Gilbert Estève (1948 – 1996) est nommé à la tête du cabinet de Jack Lang de 1981 à 1986.

⁸⁹ Christian Pattyn (1937 -) est directeur du Patrimoine de 1978 à 1983.

⁹⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Gilbert Estève à Christian Pattyn, 1^{er} mars 1982.

conformer strictement à la réglementation domaniale en vigueur ». Dans la marge est ajouté de façon manuscrite « amusant... !⁹¹ ». Cela a probablement été écrit par un employé du musée du Louvre. Il est en effet « amusant » de demander au Louvre de s'ajuster au règlement d'usage quand l'institution elle-même n'est pas informée au préalable des volontés et agissements de son ministre de tutelle.

Enfin, d'un point de vue externe, il semblerait que les personnalités de la mode n'ont pas véritablement conscience de l'étendue des difficultés que cette manifestation d'envergure présente. La journaliste de mode Janie Samet écrit en mars 1982 que « les seuls frustrés [sont] les fonctionnaires du ministère des Finances priés d'aller garer leurs voitures ailleurs⁹² » sans réaliser que d'autres enjeux ont cours. La mode est à la fête dans cette place de choix et c'est pour les professionnels du milieu le plus important. Jack Lang entretient lui-même les apparences d'une gestion réussie de la mode au Louvre en répondant positivement et avec éloges aux industriels de la mode. En septembre 1984, alors que le ministère de l'Économie et des Finances lui reproche vivement ses agissements financiers et les employés patrimoniaux critiquent et dénoncent les atteintes au patrimoine, le Ministre écrit à Jacques Mouclier que « c'est avec grand plaisir » qu'il accorde l'utilisation des Tuileries pour les prochains défilés, en ajoutant : « Permettez-moi, à cette occasion, de souhaiter à tous les membres de votre fédération le plus grand succès⁹³ ». D'un point de vue de la mode, la location des espaces du Louvre paraît ainsi très accessible alors que la réalité est toute autre. Les écrits de Jacques Mouclier montrent tout de même que sans Jack Lang, il lui serait très difficile d'avoir accès à ces facilités. Il lui écrit en 1985 à l'occasion des défilés du printemps pour le remercier « une nouvelle fois [...] pour toute l'aide [qu'il leur] apporte à l'organisation de ces événements dont la renommée a largement dépassé aujourd'hui – grâce à [lui] – nos frontières⁹⁴ ».

L'organisation des défilés au musée du Louvre implique ainsi un nombre élevé de personnalités qui ne savent à qui se référer et reçoivent des directives de toutes parts, sans comprendre véritablement ce qui est demandé. Il semblerait que Jack Lang et

⁹¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Henri Emmanuelli à Jack Lang, 5 janvier 1984.

⁹² SAMET, 1982.

⁹³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jack Lang à Jacques Mouclier, 10 septembre 1984.

⁹⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1985 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Mouclier à Jack Lang, 14 février 1985.

Jacques Mouclier, lors de leur arrangement, aient laissé faire les choses sans se soucier de la bonne gestion du projet. Ces problèmes de communication, en plus de rendre plus complexe l'organisation de l'évènement, créent des problèmes financiers entre les différentes instances prenant part à la manifestation.

MARS 1982 : UNE GESTION FINANCIERE COMPLEXE

D'un point de vue financier, Jack Lang offre véritablement la cour Carrée à la Chambre syndicale du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode. Il précise en 1984 qu'il s'agit « d'une décision [...] prise personnellement en raison de l'intérêt de cette manifestation⁹⁵ ». En effet, aucuns frais de location d'espace ne sont envisagés suite à l'occupation des lieux. Seuls les coûts d'arrêt de chantier de la cour Carrée, alors en travaux pour le projet du Grand Louvre, sont officiellement à régler par l'industrie de la mode. Le Louvre ne perçoit ainsi aucun dédommagement suite aux difficultés liées à cet investissement des espaces. Bien qu'inhabituel, cela n'est pas illégal. En effet, la CNMHS admet qu' « aucune occupation du domaine de l'État ne peut avoir lieu à titre gratuit », mais « que le ministre peut toujours, sous sa propre responsabilité, décider personnellement d'accorder une occupation gratuite⁹⁶ ».

Les dégâts causés par les structures temporaires ne sont d'abord pas remboursés par la chambre syndicale, chose qui sera tout de même faite à l'avenir. Le montant censé être payé par cette dernière s'élève ainsi normalement à 97 600 francs, représentant le coût des arrêts de chantier pendant la période d'occupation⁹⁷. Or, bien que cette somme ait été établie avec les professionnels du domaine, elle reste sujette à négociation par la fédération. Cette question de la négociation démontre une nouvelle fois les problèmes de communication liés à cet évènement. En effet, les courriers indiquent clairement que personne ne sait véritablement qui est responsable de cet aspect financier. Des annotations manuscrites sur une note de Hubert Landais⁹⁸ datée du 20 juillet 1982 prouvent le manque d'information. Une première remarque

⁹⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jack Lang à Henri Emmanuelli, début 1984.

⁹⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de la CNMHS à Jack Lang, 25 janvier 1984.

⁹⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Hubert Landais, 20 juillet 1982.

⁹⁸ Hubert Landais (1921 – 2006) est directeur de la direction des Musées de France de 1977 à 1987.

demande si « [ce n'est] pas M. Duval ou M. [?] qui devait s'occuper de ces négociations », Duval étant l'architecte en chef du domaine. La réponse étant « Non ! [...] C'est la CRMH qui autorise les manifestations de ce type officiellement. Ce serait donc à lui [de mener une ?] telle négociation. Voir avec la CRMH [?]⁹⁹ ». On comprend grâce aux deuxièmes présentations du mois d'octobre que les négociations se font directement avec le cabinet du Ministre, c'est-à-dire très probablement Jack Lang lui-même. La négociation pour le coût de l'arrêt du chantier s'appuie sur « les contraintes esthétiques [...] imposées par le Ministre aux organisateurs [...], en contrepartie [d'] une exonération de ces frais compte tenu de l'étroitesse du budget [de la fédération] due aux conditions économiques actuelles¹⁰⁰ ». La fédération aurait même « sollicité une exonération totale des frais » pour la même raison qu'évoquée précédemment, c'est-à-dire les contraintes esthétiques qui leur sont imposées¹⁰¹. Les frais de location quant à eux restent offerts par le ministère¹⁰². La mode semble être très clairement en position dominante dans les échanges, probablement grâce à Jack Lang qui apparaît vouloir céder à la majorité de leurs demandes. Par intérêt pour l'économie française ou par intérêt plus personnel, il n'a pas été possible de le déterminer. Les frais liés au mois de mars 1982 sont remis sous forme de « don au Ministre¹⁰³ ». Fin novembre 1982, ni le CRMH ni la CNMHS n'ont eu accès aux crédits.

Le résultat final de ces négociations n'est pas connu, mais cet échange est une nouvelle preuve de la grande incompréhension dans laquelle se trouve la majorité des acteurs, malgré eux, des événements ayant eu lieu en mars. Le ministère ne semble pas apporter de soutien supplémentaire alors qu'il aurait peut-être été judicieux de guider plus efficacement ses équipes. L'argent perçu par Jack Lang semble n'avoir jamais atteint le musée du Louvre.

⁹⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Hubert Landais, 20 juillet 1982.

¹⁰⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Marc Canaut à la Direction du Patrimoine, 5 novembre 1982.

¹⁰¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Christian Pattyn à Christian Dupavillon, 25 novembre 1982.

¹⁰² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Autorisation officielle donnée le 12 octobre 1982.

¹⁰³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Christian Pattyn à Christian Dupavillon, 25 novembre 1982.

À peine les derniers problèmes liés à l'occupation de mars 1982 réglés, le musée du Louvre se met à nouveau en branle pour l'organisation d'une deuxième manifestation. Le 20 septembre 1982, André Chabaud écrit à Hubert Landais l'informant que « le cabinet du Ministre aurait autorisé, dans la cour Carrée et la cour Napoléon, une nouvelle présentation de haute-couture ¹⁰⁴ dans des conditions analogues à celles de la manifestation du printemps dernier ». Une nouvelle fois, le musée est pris de court, les employés ne sont pas tenus informés et le Louvre ne peut mettre son veto malgré ses notes récalcitrantes : Georges Duval, l'architecte en chef, « ignorait l'existence de ce projet et a fait savoir depuis lors [à Chabaud] que la direction du Patrimoine émettait un avis défavorable à sa réalisation¹⁰⁵ ». Or, cette même direction du Patrimoine a reçu le même jour, soit le 20 septembre 1982, un courrier du nouveau directeur de cabinet de Jack Lang, Jacques Sallois¹⁰⁶, reprenant quasiment mot pour mot la note d'Estève du 1^{er} mars 1982 : « Je n'ignore pas les difficultés d'exploitation que cela va entraîner par vos services, mais l'intérêt que représente pour la France cette manifestation justifie l'effort particulier qui vous est demandé¹⁰⁷ ». L'occupation est d'autant plus compliquée qu'à cette période, « le sol cour Carrée dans la moitié est [est] défoncé par les chantiers des réserves souterraines et des locaux techniques » et que l'organisation des défilés induira un arrêt des travaux du 27 septembre au 25 octobre¹⁰⁸. Mais le ministère ne prend visiblement pas en considération les vives remarques émanant du musée, ni de la direction du Patrimoine, ni de toute autre personnalité en lien direct avec ces événements. La direction du Louvre est consciente de la toute-puissance du ministère malgré la mauvaise gestion de la première manifestation. Chabaud écrit en effet le 20 septembre 1982 :

« Il me paraît donc indispensable de revoir cette affaire dans des conditions normales, c'est-à-dire compte tenu en premier lieu des impératifs du service

¹⁰⁴ Il s'agit en vérité des présentations de prêt-à-porter et non pas de haute couture qui ont lieu en janvier et juillet.

¹⁰⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier d'André Chabaud à Hubert Landais, 20 septembre 1982.

¹⁰⁶ Jacques Sallois (1941 -) était directeur du cabinet de Jack Lang de 1981 à 1984.

¹⁰⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Sallois à Christian Pattyn, 20 septembre 1982.

¹⁰⁸ *Ibid.*

public, étant entendu que nous ne saurions empêcher si M. le Ministre le désire le renouvellement de l'opération du printemps dernier¹⁰⁹ ».

Mais le « service public » semble passer au second plan pour un ministère de la Culture qui n'a à nouveau que peu de scrupules à favoriser l'industrie de la mode aux dépens du musée du Louvre. Pour le directeur du Patrimoine, Christian Pattyn, qui dépend du ministère de la Culture, cette « utilisation importante et peu rationnelle [...] se fait [...] au détriment des espaces considérés et se traduit toujours par une perte plus ou moins sensible de crédits¹¹⁰ ». Seule la somme de 97 698,12 francs sera reversée pour l'« incidence financière de l'exposition de prêt-à-porter¹¹¹ ». Un an plus tard, l'argent donné par la fédération comme compensation suite aux dommages dans la cour n'est toujours pas arrivée jusqu'au musée. En effet, Marc Canaut¹¹², conservateur régional à la CNMHS, réclame à la direction du Patrimoine des crédits supplémentaires pour les travaux nécessaires suite aux présentations de prêt-à-porter, crédits qui avaient déjà été évoqués précédemment et qui d'après une note du 12 août 1983¹¹³, ne semblent pas avoir atteint le musée. Sur le même courrier, une remarque manuscrite a été ajoutée : « N'y a-t-il pas eu un accord de la Chambre syndicale du prêt-à-porter pour les payer ? Ce serait peut-être aussi l'occasion de reposer la question du chèque « au ministre »¹¹⁴ ». Deux hypothèses non élucidées peuvent être évoquées : soit la fédération ne s'est jamais acquittée de cette somme, suite à un arrangement avec Lang, soit ce dernier, qui a reçu un « don¹¹⁵ » à l'automne 1982, n'a jamais fait suivre les crédits. La deuxième hypothèse peut, peut-être, être retenue, la remarque manuscrite anonyme¹¹⁶ évoquant le « chèque « au

¹⁰⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier d'André Chabaud à Hubert Landais, 20 septembre 1982.

¹¹⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Christian Pattyn à Christian Dupavillon, 25 novembre 1982.

¹¹¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note d'Aubry, 21 décembre 1982.

¹¹² Marc Canaut est conservateur régional de la CNMHS de 1981 à 1986.

¹¹³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1983 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Christian Pattyn à Christian Dupavillon, 12 août 1983.

¹¹⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1983 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Marc Canaut à la Direction du Patrimoine, 29 juin 1983.

¹¹⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1982 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Christian Pattyn à Christian Dupavillon, 25 novembre 1982.

¹¹⁶ Il s'agit probablement d'une remarque émanant d'un employé du musée du Louvre, le courrier se trouvant dans les archives du musée.

ministre »¹¹⁷ » ; il pourrait s'agir du fameux « don » évoqué plus haut. Les guillemets à ministre induisent une perception particulière des employés envers Jack Lang, prouvant que sa politique n'est pas au goût de toutes les personnalités de la culture. Ces problèmes de financement auront cours pendant toute la période d'occupation du domaine du Louvre et des Tuileries jusqu'à la création des salles du Carrousel.

Ces difficultés arrivent jusqu'au ministère de l'Économie et des Finances qui reprend Jack Lang à plusieurs reprises dès 1982 quant à la gratuité offerte à la fédération. La première remontrance est mise par écrit le 10 novembre 1982 par Laurent Fabius¹¹⁸, ministre délégué chargé du Budget. Henri Emmanuelli¹¹⁹, son successeur en 1983, souligne à nouveau cette irrégularité dans un courrier du 5 janvier 1984¹²⁰. Le Secrétaire d'État chargé du Budget somme le Ministre de la Culture de reconsidérer ses actions en chargeant la CNMHS de fixer elle-même les conditions juridiques et financières de l'occupation des lieux, comme elle est normalement censée le faire¹²¹. Emmanuelli reproche également vivement à son homologue de la Culture de ne pas prendre en compte l'avis du service des Domaines quant à l'autorisation d'utiliser les espaces du Louvre et des Tuileries. Une première remarque est faite dans le courrier évoqué ci-dessus et Jack Lang s'en défend argumentant que cela a été pris en compte par la CRMH en vertu du code du Domaine¹²². Suite aux présentations du printemps de cette même année, Emmanuelli renvoie une lettre quasiment identique à celle du 5 janvier, montrant que malgré ses mises en garde, il a « [constaté] avec surprise¹²³ » que ses injonctions n'ont pas été respectées.

Jack Lang, n'ayant plus véritablement le choix, décide alors, pour la manifestation du printemps 1984, « le paiement d'une redevance basée sur le tarif appliqué par la CNMHS et approuvé par [les services du secrétaire d'État chargé du Budget]¹²⁴ ».

¹¹⁷ Les guillemets sont présents dans le texte.

¹¹⁸ Laurent Fabius (1946 -) est ministre délégué au Budget de 1981 à 1983, ministre de l'Industrie et de la Recherche de 1983 à 1984 afin d'être nommé Premier Ministre de 1984 à 1986 sous le gouvernement Mitterrand.

¹¹⁹ Henri Emmanuelli (1945 -) est secrétaire d'État chargé du Budget de la Consommation de 1983 à 1986.

¹²⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Henri Emmanuelli à Jack Lang, 5 janvier 1984.

¹²¹ *Ibid.*

¹²² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jack Lang à Henri Emmanuelli, janvier 1984.

¹²³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Henri Emmanuelli à Jack Lang, juin 1984.

¹²⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Jack Lang à Henri Emmanuelli, janvier 1984.

Cette fois, la direction du Patrimoine est plus ferme quant au paiement de la redevance. Un courrier envoyé à Christian Dupavillon détaille la facture de cent trente-et-un mille deux cents francs pour les quarante-et-un jours d'occupation en précisant qu'« il est impossible de déroger aux règles fixées en matière de domanialité publique sous peine d'en rendre responsables personnellement les fonctionnaires d'autorité chargés de la direction de la CNMH et le Directeur du Patrimoine chargé de la tutelle de l'Établissement¹²⁵ ». Les principaux intéressés ont pris leurs responsabilités suite au courrier d'Henri Emmanuelli pointant du doigt les précédentes irrégularités de paiement¹²⁶. Malgré la remontrance de ce dernier, Jack Lang continue d'exiger une certaine souplesse dans la tarification de la location d'espace. Le 19 mars de la même année, alors que la somme était fixée et la facture déjà envoyée à Jacques Mouclier¹²⁷, le Ministre demande au directeur du Patrimoine, Jean-Pierre Weiss¹²⁸, d'« appliquer [des] facilités aux responsables de ces manifestations », précisant explicitement qu'il demande des tarifs préférentiels, apparemment déjà pratiqués dans le passé par la CNMHS¹²⁹. Or, la somme facturée à la fédération est déjà celle dudit tarif préférentiel.

En effet, la CNMHS pratique deux tarifications différentes : un tarif commercial et un tarif culturel moins important, appliqué pour la semaine de la mode. D'après Jean-Pierre Weiss, qui entend bien faire respecter cette fois la tarification exigée, les cent trente-et-un mille deux cents francs sont déjà « une interprétation extensive de cette réglementation », les présentations de prêt-à-porter n'ayant pas véritablement un caractère culturel dans le sens initial du mot. De plus, « les travaux complémentaires nécessaires à cette installation (élagage des arbres et remise en état) ne [sont] pas facturés¹³⁰ ». Jean-Pierre Weiss, ne voulant probablement pas froisser son ministre, précise que la CNMHS n'a jamais « appliqué d'autres tarifs que

¹²⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de la direction du Patrimoine à Christian Dupavillon, 23 février 1984.

¹²⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Henri Emmanuelli à Jack Lang, 5 janvier 1984.

¹²⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier d'André Rollier à Jacques Mouclier, 12 mars 1984.

¹²⁸ Jean-Pierre Weiss (1948 -) est directeur du Patrimoine de 1983 à 1986.

¹²⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jack Lang à Jean-Pierre Weiss, 19 mars 1984.

¹³⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Jack Lang, 2 avril 1984.

ceux en vigueur officiellement¹³¹ ». Il serait donc selon lui assez malvenu de demander une nouvelle baisse des tarifs à la CNMHS, d'autant plus compte tenu de la sévère remontrance du ministère du Budget et des Finances du 5 janvier 1984¹³². Il évoque tout de même la possibilité d'une convention pour déroger à la tarification officielle de la CNMHS ou la possibilité pour le ministère de subventionner lui-même la manifestation pour diminuer les coûts qui incombent à la fédération¹³³. Malgré ce tarif, en juillet 1984, la fédération ne s'est toujours pas acquittée de ce qu'elle doit après deux relances en mars et mai de la part de la CNMHS. Françoise Sabatier, sur demande de Christian Dupavillon, consent à revoir ces tarifs à la baisse. Alors que le tarif était de trois mille deux cents francs par jour, pour quarante-et-un jours d'occupation, soit cent trente-et-un mille deux cents francs au total, elle accepte d'appliquer un demi-tarif pour les journées de montage et de démontage. Huit jours pourraient donc être facturés à trois mille deux cents francs tandis que les trente-trois jours restants coûteraient mille six cents francs à la fédération¹³⁴. Plus tard¹³⁵, le nouveau directeur du patrimoine, Thierry Le Roy¹³⁶, réécrit à Françoise Sabatier¹³⁷ à ce sujet, l'issue n'ayant toujours pas été trouvée. Il se dit d'accord pour l'application d'une telle tarification, mais n'est pas « certain qu'une telle offre puisse suffire à susciter la bonne volonté de la Fédération française de la couture de qui il ne [lui] a pas été possible [...] d'obtenir des réponses aux propositions qui lui ont été faites¹³⁸ ». Les propositions peuvent faire également référence à la décision de convenir d'une redevance domaniale estimée entre cinquante et soixante mille francs pour chaque manifestation et décidée le 6 septembre 1984¹³⁹. Ce montant représente moins de la

¹³¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Jack Lang, 2 avril 1984.

¹³² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Henri Emmanuelli à Jack Lang, 5 janvier 1984.

¹³³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Jack Lang, 2 avril 1984.

¹³⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Françoise Sabatier à Jean-Pierre Weiss, 23 juillet 1984.

¹³⁵ La date précise n'est malheureusement pas connue.

¹³⁶ Thierry Le Roy (1947 -) est directeur de cabinet de Jack Lang de 1984 à 1986 puis directeur du Patrimoine de 1986 à 1991.

¹³⁷ Françoise Sabatier (1938 -) est directrice de la CNMHS de 1982 à 1987.

¹³⁸ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1985 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Thierry Le Roy à Françoise Sabatier [1985 ?].

¹³⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1985 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Jacques Mouclier, 26 novembre 1895.

moitié du montant initial de cent trente-et-un mille deux cents francs. Malgré ce geste fort, aucune réponse n'est parvenue à la direction du Patrimoine le 7 janvier 1985¹⁴⁰ et la somme n'est toujours pas acquittée en décembre 1985¹⁴¹ pour les défilés du printemps 1984. La première impression est que la fédération ne répond jamais positivement pour continuer à faire céder les instances patrimoniales qui préfèrent probablement revoir les tarifs à la baisse plutôt que de ne pas être dédommagées.

Ces désagréments financiers sont concomitants avec des problèmes physiques de location d'espace. En effet, les travaux du Grand Louvre induisent une impossibilité d'accès à la cour Carrée à partir de 1983. Les gens de la mode sont alors invités, par le gouvernement, au jardin des Tuileries, quelques dizaines de mètres plus loin.

¹⁴⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1985 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Thierry Le Roy à Henri Emmanuelli, 7 janvier 1985.

¹⁴¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1985 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Jacques Mouclier, 24 décembre 1985.

DU JARDIN DES TUILERIES A LA NECESSITE DE TROUVER UN NOUVEAU LIEU : 1984 – 1993

LES DEFILES AU JARDIN DES TUILERIES

CONTENTER MODE ET PATRIMOINE

La cour Carrée est occupée jusqu'aux défilés d'octobre 1983. Pour la saison suivante, les débuts des travaux du Grand Louvre empêchent une occupation de cet espace. Jack Lang songe à les déplacer au jardin des Tuileries afin de conserver la place centrale dans la ville et bénéficier d'un espace assez grand pour accueillir les quatre tentes nécessaires à la tenue des défilés. Mais à cette époque, le jardin est également en travaux. En effet, la restauration du domaine des Tuileries, alors dans un état déplorable pour cause d'« autorisations aventureuses¹⁴² », fait également partie du projet pharaonique de restructuration du musée. À sa nomination en 1981, le ministre Lang a autorisé un doublement du budget pour l'entretien du jardin. Avec les travaux du Grand Louvre, il entend ainsi « redonner à ce parc toute sa beauté, toute son élégance et toute sa propreté¹⁴³ » (**Annexe 4**). Georges Duval parle même de « renaissance¹⁴⁴ ».

Pour autant, le comportement de Jack Lang vis-à-vis de ce jardin est contradictoire. En effet, ces travaux n'amènent pas le ministre à s'enquérir d'un autre lieu pour les présentations. Il reste en effet « préoccupé de pouvoir garantir, dans la mesure du possible, aux responsables des défilés du prêt-à-porter au Louvre qu'ils pourront installer leur salon au printemps prochain dans les cours du Louvre¹⁴⁵ » quand bien même il est informé des travaux ayant lieu à ces endroits¹⁴⁶. Cela répond à une promesse faite par le nouveau ministre aux personnalités de la mode. Selon Janie

¹⁴² Jack Lang cité dans Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Philippe Sevestre à Jack Lang, 11 avril 1985. Voir Annexe 4, p. 31.

¹⁴³ *Ibid.* Voir Annexe 4, p. 31.

¹⁴⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Georges Duval à Jean-Pierre Weiss, 26 juillet 1984.

¹⁴⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1983 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Émile-Joseph Biasini, 1^{er} décembre 1983.

¹⁴⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1983 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Émile-Joseph Biasini à Jean-Pierre Weiss, 7 novembre 1983.

Samet, « Jack Lang a assuré les couturiers que le jardin des Tuileries leur est acquis à jamais pour présenter leurs collections¹⁴⁷ ». En effet, jusqu'au printemps 1985, les couturiers ont accès au domaine des Tuileries, malgré les travaux. Il est ainsi difficile une nouvelle fois de concilier intérêts économiques liés aux présentations de mode et intérêt patrimonial représenté par le jardin des Tuileries. Les promesses faites aux différents corps de métier demandent des concessions de la part de l'un ou de l'autre et ce sont les gens de la mode qui en sortent finalement gagnants. Pourtant, les instances patrimoniales avaient une nouvelle fois posé leur veto quant à la tenue de ces manifestations dans cet espace.

DETERIORATION DU JARDIN DES TUILERIES

Le projet de « renaissance¹⁴⁸ » de Jack Lang est noble, mais rentre en effet en contradiction avec les autorisations données à la fédération. Selon Jean-Pierre Weiss, ces manifestations ont une « conséquence [...] dramatique » par leur « ampleur » et entachent « les efforts de remise en état du jardin¹⁴⁹ ». Les critiques sont appuyées par Georges Duval, l'architecte en chef, qui dénonce des instructions contraires « aux efforts demandés aux jardiniers et aux surveillants militaires pour que l'aspect du jardin s'améliore¹⁵⁰ ». Philippe Sevestre du Syndicat national des affaires culturelles¹⁵¹ écrit à Jack Lang en avril 1985 s'interrogeant également sur « la cohérence de la politique » qui « [limite] l'accès aux chiens », mais qui « transforme régulièrement le domaine en espace banalisé à géométrie variable ». Il dénonce un « laxisme » du ministère et demande la conception d'un « aménagement rationnel au lieu d'installer des baraquements sur des massifs et des pelouses¹⁵² » (**Annexe 4**). Jack Lang

¹⁴⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Article de Janie Samet pour le *Figaro*, « Au menu d'un déjeuner « couture-culture ». Le prochain musée de la Mode », date inconnue [1983 ?].

¹⁴⁸ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Georges Duval à Jean-Pierre Weiss, 26 juillet 1984.

¹⁴⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Jack Lang, 2 avril 1984.

¹⁵⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Georges Duval à Jean-Pierre Weiss, 26 juillet 1984.

¹⁵¹ Philippe Sevestre est secrétaire général adjoint du Syndicat national des affaires culturelles de 1982 à 1990.

¹⁵² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Philippe Sevestre à Jack Lang, 11 avril 1985. Voir Annexe 4, p. 31.

répond de façon plutôt laconique au courrier de Philippe Sevestre, « certain que cela présente des inconvénients pour le travail minutieux des jardiniers ». Sa réponse, plutôt que d'envisager un nouvel espace pour les semaines de la mode, est en fait l'assurance de leur départ en 1986 pour retourner dans la cour Carrée, c'est-à-dire un simple déplacement du problème. En attendant, un « plus grand soin sera apporté à un contrôle renforcé des éventuelles installations », des poubelles seront installées et des actions de sensibilisation envers les usagers, en particulier pour les chiens, seront menées¹⁵³ (**Annexe 5**). Tout cela conduit à une réponse qui n'en est pas une face à l'étendue des dommages causés par les manifestations bisannuelles de la mode.

DISPOSITION DES PAVILLONS

Pour la semaine de la mode de mars 1984, les structures éphémères sont ainsi montées au jardin des Tuileries. Les pavillons sont implantés autour du bassin octogonal, à l'extrémité ouest du jardin. Chaque pavillon est relié par un tapis vert¹⁵⁴. En octobre de la même année, les structures devant être augmentées de 210m², il est envisagé de les situer sur les pelouses à l'ouest du bassin rond, dans la partie est du jardin¹⁵⁵ (**Annexe 7**). Jacques Charpillon¹⁵⁶ de la CNMHS critique vivement cette décision et souhaite que les installations temporaires soient plutôt construites sur l'esplanade côté Saint-Germain-l'Auxerrois¹⁵⁷. Or, cet espace n'est pas assez vaste pour les quatre pavillons cumulant 6 150m² et c'est tout de même au jardin des Tuileries qu'auront lieu les défilés¹⁵⁸. Pour les défilés de la saison suivante, en mars 1985, les services des Tuileries semblent adopter une certaine fatalité quant à la présence des structures temporaires. Philippe Geffré¹⁵⁹ écrit qu' « il ne faudra pas s'attendre à une amélioration notable par rapport à la manifestation de l'automne »,

¹⁵³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jack Lang à Philippe Sevestre, 3 juin 1985. Voir Annexe 5, p. 32.

¹⁵⁴ MILLER, 1985.

¹⁵⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Georges Duval à Jean-Pierre Weiss, 26 juillet 1984.

¹⁵⁶ Jacques Charpillon est sous-directeur des Monuments historiques et des palais nationaux de 1983 à 1986.

¹⁵⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Charpillon à Georges Duval, 10 août 1984.

¹⁵⁸ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Georges Duval à Jean-Pierre Weiss, 20 août 1984.

¹⁵⁹ Philippe Geffré travaille à la sous-direction des Monuments historiques et des palais nationaux.

mais que « ça ne devrait pas être plus mal¹⁶⁰ ». Il est en effet difficile de mener une restauration patrimoniale quand deux fois par an celle-ci est remise à néant par des professionnels d'un autre secteur.

Les défilés aux Tuileries auront lieu jusqu'à l'automne 1985. En 1986, ils retourneront dans la cour Carrée du musée du Louvre où ils resteront jusqu'à l'ouverture des salles du Carrousel du Louvre, en 1993, qui leur offrira les espaces pérennes attendus depuis des années. Jusqu'à cette date, une nécessaire collaboration est demandée aux parties prenantes et, pour faciliter les échanges bisannuels, une convention de gestion commence à être élaborée.

DES CONVENTIONS DE GESTION POUR LEGIFERER LES RELATIONS

UNE PREMIERE EBAUCHE EN 1985

Dès 1983, d'après la journaliste Janie Samet, Jack Lang « [assurait aux] couturiers que le jardin des Tuileries leur [était] acquis à jamais pour présenter leurs collections. Une promesse qui semblait engager l'avenir. Le sien et celui de ses successeurs¹⁶¹ ». Afin de pérenniser et rendre légale cette décision, en juin 1985 est décidée avec le concours du ministère de l'Économie et des Finances, la création d'une première convention de gestion. Celle-ci autorise la CNMHS à percevoir les redevances des « produits provenant des immeubles remis¹⁶² » plutôt que de passer par le ministère qui prend en charge la répartition par la suite. Elle prend effet rétroactivement au 1^{er} janvier 1985¹⁶³. Il est décidé qu'en 1984 les frais d'occupation du Louvre et des Tuileries par la fédération sont fixés à soixante mille francs pour chaque manifestation¹⁶⁴. Pour 1985, le choix est fait que la redevance serait de trois mille francs par jour d'occupation, alors qu'en temps normal elle est de huit mille francs par

¹⁶⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Philippe Geffré, 7 mars 1985.

¹⁶¹ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Article de Janie Samet pour le *Figaro*, « Au menu d'un déjeuner « couture-culture ». Le prochain musée de la Mode », date inconnue [1983 ?].

¹⁶² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Frédéric Saint-Geours au ministère de la Culture, 6 juin 1985.

¹⁶³ *Ibid.*

¹⁶⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1985 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Françoise Sabatier, 4 juillet 1985.

jour. Cela est justifié, car la manifestation « [participe] au développement des activités culturelles et [va] dans le sens de la politique du ministère¹⁶⁵ ». Ainsi, il semblerait que les problèmes financiers des premières manifestations évoqués précédemment aient été mis de côté pour ne se consacrer qu'aux évènements à venir.

Par ces conventions de gestion, il ne sera plus possible pour la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode de procéder à ces arrangements en direct avec le Ministre de la Culture. L'ensemble sera désormais encadré pour n'avoir qu'une seule ligne directrice. L'aspect financier n'est pas le seul élément prenant part à ce contrat de gestion ; sont évoqués également les aspects organisationnels et notamment la reconduction tacite de l'évènement deux fois par an¹⁶⁶. La première ébauche de 1985 n'est pas validée et sera reconsidérée l'année suivante afin de concorder aux règles régissant l'utilisation des monuments historiques.

LA CONVENTION DE GESTION DE 1986¹⁶⁷

La deuxième version de la convention de gestion se profile à partir de novembre 1985 pour que la fédération ait « l'assurance de continuer à pouvoir présenter à cet endroit dans l'avenir¹⁶⁸ ». Tout comme la précédente, elle est émise sous l'influence de Jack Lang qui souhaite à la fédération d'être assurée « définitivement de pouvoir utiliser la cour Carrée pour ses manifestations¹⁶⁹ ». Mais, pour Jean-Pierre Weiss, une telle convention pourrait aller à l'encontre avec celle du 2 avril 1985 de la CNMHS n'autorisant les manifestations ponctuelles qu'ayant une durée inférieure à trois

¹⁶⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1985 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Jacques Mouclier, 26 novembre 1985.

¹⁶⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Mouclier à Françoise Sabatier, 29 novembre 1985.

¹⁶⁷ Voir Annexe 6a., p. 33.

¹⁶⁸ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jacques Mouclier à Françoise Sabatier, 29 novembre 1985.

¹⁶⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Jack Lang à Thierry Le Roy, 30 janvier 1986.

mois¹⁷⁰. Pierre Bérégovoy répond à cette contrainte arguant qu'il s'agit de deux manifestations distinctes, en mars et en octobre, qui, chacune, ne dépassent pas les trois mois¹⁷¹.

Le document est établi en février 1986. Les trois signataires sont la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des créateurs et des créateurs de mode, représentée par Jacques Mouclier, le ministère de la Culture, représenté par le directeur du Patrimoine, Thierry Le Roy, et la CNMHS représentée par Françoise Sabatier. Le contrat fixe les durées d'utilisation, les conditions de remise en état ou encore les conditions tarifaires. Ces dernières sont statuées à cinq mille francs pour les jours de défilés et deux mille cinq cents francs les jours de montage et démontage. Les prix ont encore été modifiés depuis la version précédente établie en 1985. La convention est signée pour une durée de cinq ans. Il est précisé qu'elle est « précaire, révocable et susceptible de modifications, ceci en raison d'un motif d'intérêt général¹⁷² ». Des indemnités non chiffrées sont prévues si l'un ou l'autre cocontractant souhaite mettre fin au contrat¹⁷³. La convention est signée avec un cahier des charges précis sur les « conditions matérielles d'installation, d'utilisation des lieux et de sécurité », établi par l'architecte en chef du Domaine¹⁷⁴ (**Annexe 6b.**).

Cette convention amène le Louvre à accueillir ainsi sur le long terme les défilés de mode dans la cour Carrée. Mais, à aucun moment dans les négociations, la direction du musée n'a pu s'exprimer sur ce sujet, notamment au sujet des problèmes qui avaient été évoqués lors des premières manifestations, dont le transport des œuvres à travers la cour Carrée. Pourtant, la Commission historique et archéologique du Grand Louvre¹⁷⁵ s'élève « vivement¹⁷⁶ » contre les structures temporaires des semaines de la mode. Leurs critiques portent à la fois sur la détérioration du lieu,

¹⁷⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss au ministère de l'Économie et des Finances, [31 janvier 1986 ?].

¹⁷¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Pierre Bérégovoy à Jack Lang, 12 mars 1986.

¹⁷² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note du Ministère de de la Culture, 14 février 1986.

¹⁷³ *Ibid.*

¹⁷⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Convention de gestion, février 1986. Voir Annexe 6b., p. 35.

¹⁷⁵ Organe créé par le ministère de la Culture en 1983 afin de superviser les fouilles archéologiques et la gestion des vestiges dans le cadre des travaux du Grand Louvre.

¹⁷⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Émile-Joseph Biasini à Fracine Mariani-Ducray, 30 juillet 1986.

pourtant tout juste restauré, le manque de cohérence entre l'évènement et la cour et l'impossibilité pour les visiteurs de visiter cette dernière. Pour Émile Biasini¹⁷⁷, « la cour Carrée n'a pas été restaurée pour devenir un foirail auquel le public n'a pas accès¹⁷⁸ », tandis que Pierre Quoniam¹⁷⁹ estime qu'il y a également un danger « en regard de la sécurité du musée¹⁸⁰ ». La commission vote une motion « demandant que la cour Carrée soit constamment ouverte au public » qui est envoyée à François Léotard¹⁸¹, nouveau ministre de la Culture, le 7 avril 1986¹⁸².

La signature de la convention de 1986 se fait dans une grande précipitation. Comme il l'a déjà été évoqué, elle est écrite en février 1986 et directement envoyée à Pierre Bérégovoy¹⁸³, ministre de l'Économie et des Finances. Jack Lang demande son aval précisant que la « Fédération souhaiterait être fixée très rapidement¹⁸⁴ » ce qui montre bien la promptitude avec laquelle il aimerait que cette convention soit actée. Celle-ci est signée le 26 février 1986.

Cette célérité n'est pas sans lien avec les élections législatives de mars 1986 qui se profilent. La victoire de la droite, portée par Jacques Chirac, conduira en effet à un remaniement ministériel et à l'éviction de Jack Lang à la Culture le 20 mars de cette année. Pressentant son départ, le Ministre encore en poste assure alors la continuité de son travail en garantissant contractuellement l'accès à la cour Carrée pour la fédération. Cette théorie est d'autant plus probable que Jack Lang lui-même y fait allusion. Alors qu'en mars 1986 un journaliste lui demande si son départ va changer quelque chose à l'occupation de la cour Carrée, l'ancien Ministre répond « avec un

¹⁷⁷ Émile Biasini (1922 – 2011) est président du musée du Louvre de 1982 à 1988.

¹⁷⁸ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Émile-Joseph Biasini à Fracine Mariani-Ducray, 30 juillet 1986.

¹⁷⁹ Pierre Quoniam (1920 – 1988) est directeur du musée du Louvre de 1972 à 1978.

¹⁸⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Compte-rendu de la réunion de la Commission historique et archéologique du Grand Louvre, 17 mars 1986.

¹⁸¹ François Léotard (1942 -) est ministre de la Culture et de la Communication de 1986 et 1988, entre deux mandats de Jack Lang.

¹⁸² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Compte-rendu de la réunion de la Commission historique et archéologique du Grand Louvre, 17 mars 1986.

¹⁸³ Pierre Bérégovoy (1925 – 1993) est ministre de l'Économie, des Finances et du Budget de 1984 à 1986 puis à nouveau de 1988 à 1992.

¹⁸⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jack Lang à Pierre Bérégovoy, février 1986.

sourire taquin, « j'ai établi il y a quelques semaines un contrat de quatre ans pour garder les défilés au Louvre »¹⁸⁵ ».

La rapidité de la signature de la convention a entraîné la CNMHS à l'approuver sans même y référer à son conseil d'administration. Selon Max Querrien¹⁸⁶, son président, « il était indispensable, compte tenu des délais de montage, que les organisateurs ne procèdent pas à une installation sans autorisation et que la convention n'apparaisse pas comme une régularisation¹⁸⁷ ». Il a ainsi mieux valu signer le contrat sans consulter son administration plutôt que d'être épinglé après la tenue de la manifestation.

UNE EXCLUSIVITE NON ASSUMEE

L'occupation du domaine du Louvre et des Tuileries est assujettie à une autorisation donnée au préalable par la CRMH. Celle-ci étudie le dossier en question et valide ou refuse la tenue de l'évènement dans ces espaces. Tout le monde peut donc se voir autoriser l'espace à condition de respecter le règlement du jardin. Celui-ci interdit par exemple la vente de toutes sortes d'objets ou de nourriture¹⁸⁸. Les défilés de mode organisés par la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode répondent aux exigences de la CRMH, comme d'autres évènements par ailleurs. Or, lorsque la Fédération française du prêt-à-porter féminin, organisation distincte de la fédération présidée par Pierre Bergé, souhaite occuper les mêmes espaces que leurs homologues, elle se voit refuser sa demande. L'évènement ressemble pourtant à celui de la fédération concurrente : « manifestation commerciale de prestige pour les sociétés vendant des produits hauts de gamme et destinée essentiellement aux acheteurs et journalistes étrangers¹⁸⁹ ». L'argument

¹⁸⁵ GROSS, 1986 (b).

Texte original : « Then, with an impish smile, he added, "I made a four-year contract to keep the shows at the Louvre just a few weeks ago." ».

¹⁸⁶ Max Querrien (1921 – 2019) est président du conseil d'administration de la CNMHS de 1981 à 1986.

¹⁸⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Max Querrien au conseil d'administration de la CNMHS, 28 février 1986.

¹⁸⁸ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Jean-Pierre Weiss à Christian Dupavillon, 31 janvier 1984.

¹⁸⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». William Lauriol à Françoise Sabatier, 7 août 1985.

premier concerne les dégâts inévitables d'une telle manifestation. Thierry Le Roy expose également la difficulté de « concilier la fréquentation domaine des Tuileries et son utilisation aux fins souhaitées [par la Fédération française du prêt-à-porter féminin]¹⁹⁰ ». Or, ces problèmes ne semblent pas exister lorsqu'il est question de la fédération dirigée par Jacques Mouclier. Il y avait ainsi une sorte d'exclusivité implicite entre la fédération et la CRMH, ou plus probablement, avec le ministère, la CRMH étant en effet un organe du ministère de la Culture.

La signature de la convention de gestion de 1986 qui légifère l'occupation du domaine par la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode pose d'autant plus la question de cette exclusivité et de sa légalité. Réserver la cour Carrée à une seule institution deux fois par an induit « un traitement privilégié à son bénéficiaire par rapport à tout autre demandeur potentiel¹⁹¹ ». Cela n'interdit pas l'occupation des lieux par d'autres professionnels si elle est « compatible avec la destination de ce domaine¹⁹² », mais la réalité est bien évidemment tout autre, les défilés de la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode ayant droit d'occuper les espaces la moitié de l'année.

Avec François Léotard, cette exclusivité est plus nuancée. Le nouveau ministre semble plus enclin à autoriser d'autres professionnels de la mode à exercer sur le domaine du Louvre et des Tuileries. Pour mars 1987 est par exemple autorisée la tenue du « France Fashion Show » aux Tuileries en marge de la semaine des défilés dans la cour Carrée¹⁹³. En 1986, a également lieu aux Tuileries « une manifestation concernant les jeunes créateurs internationaux¹⁹⁴ ». Le jardin est ainsi un lieu privilégié pour les événements de mode, au détriment des volontés patrimoniales. Mais la cour Carrée est belle et bien réservée aux défilés de la Fédération française de la couture,

¹⁹⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Thierry Le Roy à Yves Robineau, 27 août 1985.

¹⁹¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss au Ministère de l'Économie et des Finances, [31 janvier 1986 ?].

¹⁹² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Pierre Bérégovoy à Jack Lang, 12 mars 1986.

¹⁹³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Michel Boyon à Jean-Pierre Bady, 24 novembre 1986.

¹⁹⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Bilan et perspective des activités dans le domaine de la mode à la délégation aux Arts plastiques, Dominique Bozo, [1988 ?].

du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode. Les organismes ayant accès aux Tuileries bénéficient tout de même de l'aura, de la renommée et du public des défilés se tenant quelques dizaines de mètres plus loin.

1986 – 1993 : NECESSITE DE TROUVER UN LIEU PERENNE

REPERCUSSION DE LA CONVENTION DE GESTION

Après le départ de Jack Lang le 20 mars 1986, la convention établie plus tôt cette année-là permet aux couturiers de continuer d'accéder à la cour Carrée, qui leur était rendue depuis 1985. La politique ne change pas avec François Léotard, en poste du 20 mars 1986 au 10 mai 1988, qui maintient les positions de l'ancien ministre dans ce domaine et assiste lui aussi à certains défilés¹⁹⁵. Les relations sont tout de même de plus en plus difficiles avec le musée du Louvre, par la personne d'Émile-Joseph Biasini qui fait voter une motion de censure durant le premier semestre 1986 et estime « qu'il paraît nécessaire [...] que soit dénoncé l'accord selon lequel les professionnels de la mode se sentent habilités à interdire la cour Carrée à son public pendant un tiers de l'année¹⁹⁶ ». Le 30 juillet 1986, soit le même jour que celui de la rédaction du courrier ci-dessus, une dépêche AFP confirme le soutien de Léotard aux couturiers : « le gouvernement considère toujours [la mode] comme un art à part entière. [...] Le ministre a affirmé notamment que la cour Carrée du Louvre, offerte aux couturiers par son prédécesseur pour leurs présentations de prêt-à-porter, leur serait à nouveau accordée en octobre prochain, ainsi, a-t-il ajouté, que pour les saisons à venir¹⁹⁷ ». La convention signée quelques mois plus tôt a ainsi porté ses fruits. Le Louvre est bien évidemment fort mécontent de cette décision. Cela crée un climat négatif de devoir accepter des ordres qui vont à l'encontre même de la définition de musée et de ses obligations de conservation¹⁹⁸. Le musée n'est pas la seule institution insatisfaite ; les usagers du la cour au quotidien et le grand public expriment également leur

¹⁹⁵ GROSS, 1986 (b).

¹⁹⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Note de Émile-Joseph Biasini à Fracine Mariani-Ducray, 30 juillet 1986.

¹⁹⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Dépêche AFP, « Soutien du ministre aux couturiers », 30 juillet 1986.

¹⁹⁸ Définition du terme *musée* par l'ICOM, adoptée le 24 août 2007.

contrariété. La préfecture recense en effet de nombreuses plaintes dont certaines viennent de la mairie du 1^{er} arrondissement¹⁹⁹.

LA REFLEXION AUTOUR DES SALLES DU CARROUSEL DU LOUVRE

La présence des structures des défilés de mode a des conséquences assez dévastatrices sur les espaces occupés, que ce soit dans la cour Carrée ou au jardin des Tuileries. Comme nous l'avons vu, régulièrement des personnalités du patrimoine s'insurgent et demandent à ce que les gens de la mode trouvent un autre endroit à Paris. Le choix de la cour Carrée était initialement prévu pour être temporaire jusqu'à ce qu'une solution pérenne soit envisagée. Or, à la fin des années 1980, les défilés ont toujours lieu dans cet espace et ce choix ne contente plus beaucoup de personnes, pas même les premiers concernés, les couturiers.

Jean-Pierre Weiss, directeur du Patrimoine, demande déjà en 1984 à Jack Lang d'envisager le Grand Palais, la place du Trocadéro ou encore le château de Vincennes²⁰⁰ qui constituent également une image parisienne forte, de grande taille et qui, pour les deux premiers notamment, restent centraux. La Commission historique et archéologique du Grand Louvre argue également qu'en plus de la détérioration des lieux, l'utilisation de la cour Carrée contrevient au projet Grand Louvre et à l'idée d'ouvrir le musée, et notamment cet espace, sur la ville. En effet, la cour Carrée est interdite au public pendant plusieurs mois par an « pour un usage au surplus tout à fait indifférent au site²⁰¹ » alors que les travaux de réaménagement du musée entendaient rendre cet espace aux Parisiens et aux touristes.

La mode également, pourtant très satisfaite en 1982, commence également à être lassée par cette organisation. Les structures temporaires ne sont pas adaptées pour des défilés et ne sont visuellement pas optimales pour l'industrie du luxe. La journaliste de mode Janie Samet, pourtant très satisfaite en 1982, critique vivement ces installations dans un article faisant suite aux présentations d'octobre 1984 :

¹⁹⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Bilan et perspective des activités dans le domaine de la mode à la délégation aux Arts plastiques, Dominique Bozo, [1988 ?].

²⁰⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Jean-Pierre Weiss à Jack Lang, 2 avril 1984.

²⁰¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier d'Émile-Joseph Biasini à François Léotard, 7 avril 1986.

« Bravo monsieur le Ministre de couvrir une industrie qui, pour légère qu'elle puisse paraître, rapporte tout de même ses 11 milliards à l'exportation ! Mais comme nous l'avons dit, votre mécénat est insuffisant ! L'évènement que représente à Paris le plus grand rassemblement de mode international mérite mieux que ces installations provisoires qui, depuis dix ans, promènent les défilés de la porte Maillot à la cour du Louvre.²⁰² »

Jacques Mouclier a deux autres lieux en tête, mais tous deux présentent des inconvénients. Le premier est le Grand Palais dont le large espace sous nef est adapté à de telles présentations. Or, la semaine de la mode présentant les collections printemps-été a lieu à la même période que d'autres évènements, notamment la FIAC, ce qui interdit à la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode l'accès à ce lieu. La deuxième option serait le Palais des congrès, porte Maillot, qui peut accueillir jusqu'à quatre mille personnes, mais sa décentralisation risque de ternir l'image très parisienne du Louvre et des Tuileries qui fait la renommée de la semaine de la mode française²⁰³.

Malgré les contestations fusant de toutes parts, les défilés continuent à avoir lieu saison après saison dans la cour Carrée jusqu'en 1993. Les remarques négatives émanant du musée sont toujours présentes, mais visiblement toujours ignorées par le ministère. Ainsi, bien qu'il soit alors nécessaire à la mode de trouver des quartiers centraux plus adaptés à leurs besoins, et que l'association « couture et culture » apparaît d'un point de vue de la communication tout à fait plausible et positive, il paraît difficile de combiner ces deux mondes de manière optimale avec un rapport de force non équilibré.

Le Louvre, malgré lui en quelque sorte, devient ainsi un espace privilégié des professionnels de la mode, représentant à l'international une partie de l'essence même de la mode française. L'organisation des défilés dans la cour Carrée, mais également les autres projets gravitant autour induisent des retombées en matière d'image aussi bien en France qu'à l'international.

²⁰² SAMET Janie, « Mode : Paris cherche un palais », dans *Le Figaro*, 25 octobre 1984.

²⁰³ Jacques Mouclier, cité dans SAMET, 1984.

LE MUSEE DU LOUVRE ET LA MODE

RETOMBEES SUR LA PRESSE ET LE PUBLIC

UNE RECONNAISSANCE INTERNATIONALE

Pour la presse étrangère, les défilés de la cour Carrée marquent un tournant dans l'organisation de la semaine de la mode parisienne. Dès les premières présentations de mars 1982, les critiques félicitent les programmeurs français pour les efforts notables qui ont été entrepris. L'organisation est plus efficace, les tentes plus propres. Bernadine Morris²⁰⁴ du *New York Times* rapporte que « les Français semblent finalement ravis de [les] avoir ici » et « ne sont plus si arrogants²⁰⁵ ». D'après elle toujours, pour la deuxième édition en octobre 1982, « tous les tracassés sur le danger qu'encourt [Paris] sur la peur d'être remplacée en tant que centre du monde de la mode ont été dissipés par la scène dans la cour extérieure du Louvre²⁰⁶ ». Lors des défilés d'octobre 1985, la journaliste américaine Judith Miller rend compte de l'importance qu'a prise la mode dans la capitale française : « Si Paris a pendant longtemps été synonyme de mode, le rôle que joue l'industrie en tant que pilier financier de la ville a rarement été aussi apparent qu'il l'a été ce mois-ci²⁰⁷ ». En mars 1986, les éloges continuent de pleuvoir et Michael Gross, journaliste au *New York Times*, déclare que « Paris a retrouvé sa place légitime au sommet de la pyramide de la mode²⁰⁸ ».

²⁰⁴ Bernadine Morris (1926 – 2018) était une journaliste de mode américaine qui écrivait notamment pour le *New York Times*. Elle a eu un rôle prépondérant dans la presse de mode et a notamment été félicitée d'un prix en 1987 par le Conseil des créateurs de mode américains.

²⁰⁵ MORRIS Bernadine, « At Paris Shows, Collections with a Special Impact », dans *New York Times*, 4 avril 1982 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1982/04/04/style/at-paris-shows-collections-with-a-special-impact.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Texte original : « The French actually seemed pleased to have us here this time. [...] They're no longer so arrogant ».

²⁰⁶ MORRIS Bernadine, « Paris Openings: Flamboyant and Full of Flair », dans *New York Times*, 18 octobre 1982 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1982/10/18/style/paris-openings-flamboyant-and-full-of-flair.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Texte original : « Any worry that this city is in danger of being displaced as the center of the world's fashion action has been dispelled by the scene in the courtyard outside the Louvre ».

²⁰⁷ MILLER, 1985.

Texte original : « While Paris has long been synonymous with fashion, the industry's role as one of city's financial mainstays has rarely been as apparent as it was this month ».

²⁰⁸ GROSS Michael, « Notes on Fashion », dans *New York Times*, 25 mars 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/03/25/style/notes-on-fashion.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Texte original : « Paris has regained its rightful place atop fashion's pyramid ».

À l'international, en partie grâce à son rôle déterminant dans l'industrie de la mode, Jack Lang est probablement le ministre français de la Culture le plus connu. Suzy Menkes écrit en 1989 qu'il est « reconnu dans le monde entier pour avoir soutenu l'industrie française de la mode, et en particulier pour avoir accepté la mode en tant qu'art et permis que les défilés soient tenus dans la cour du Louvre²⁰⁹ » (**Annexe 3**).

Le musée du Louvre bénéficie de ces retombées positives. Bien qu'il soit impossible aujourd'hui de jauger l'impact en matière de fréquentation que ces défilés ont pu avoir, il est quasiment certain que la curiosité des visiteurs présents tout comme la citation du nom du musée dans les articles de presse dédiés à l'évènement ont permis au musée de présenter d'un aspect novateur le palais. Bien que les journalistes ne louent pas les façades architecturées qui sont l'écrin des défilés, il paraît impensable qu'ils n'aient pas remarqué le lieu dans lequel ils se trouvaient et, de ce fait, participé en quelque sorte à son rayonnement. Accueillir des évènements impliquant des retombées journalistiques si grandes, tant en France qu'à l'étranger, permet d'offrir au musée une nouvelle tribune dont il ne bénéficiait pas auparavant. Il est tout de même prudent de noter que les considérations concernant les niveaux de fréquentation ne relevaient pas du même enjeu dans les années 1980 qu'aujourd'hui et qu'une augmentation des publics n'était pas toujours très bien perçue par les conservateurs des musées. De plus, le public lui-même ne trouve pas logiquement satisfaction face à ces manifestations qui peuvent ne pas trouver sens dans un espace muséal.

L'IMPACT DES DEFILES SUR LE PUBLIC

Les passants, qu'ils soient parisiens ou touristes, font de vives remarques quant à l'installation des semaines de la mode dans la cour Carrée ou aux Tuileries. Concernant les périodes d'occupation dans la cour Carrée, les critiques sont moins vives que celles concernant les Tuileries, les piétons ayant peu accès à cet espace, surtout dévolu aux professionnels du musée. Les reproches sont bien plus virulents concernant les installations dans le jardin des Tuileries. L'architecte Duval le constate lui-même dans un courrier adressé à Jean-Pierre Weiss en juillet 1984, reconnaissant

²⁰⁹ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Réponses de Jack Lang à Suzy Menkes pour le *New York Times*, 15 mars 1989. Voir Annexe 3, p. 29.

« des réactions assez vives du public à l'occasion de la dernière présentation des collections en mars 84, lorsque les pavillons furent implantés aux abords du bassin octogonal²¹⁰ ». Le ministère est également la cible de reproches de passants « [choqués] de voir que non seulement des palissades multicolores nuisaient à la vue sur les bâtiments du Louvre, mais qu'en plus de grandes tentes bleues gâchaient la perspective de l'Arc de Triomphe²¹¹ ». Selon un autre promeneur, l'occupation du jardin des Tuileries est « inutile », « inesthétique », « antidémocratique » et est un « acte de gestion déplorable du patrimoine national²¹² ». Les remarques vont jusqu'à critiquer la politique du ministère de la Culture « bien faible, laxiste, prête à se laisser séduire jusqu'au passe-droit pour une cause à la mode²¹³ ». Il faut dire que les installations temporaires dans les Tuileries ne sont pas peu visibles. Les quatre chapiteaux empiètent sur les pelouses et leur masse imposante entache l'aspect esthétique du lieu, rompant également la perspective allant de la place du Carrousel à la place de la Concorde, et plus loin l'Arc de Triomphe. Des photographies prises lors des présentations de mars 1984 montrent bien les grandes installations temporaires envahissant la quasi-totalité du jardin des Tuileries, augmentées de panneaux publicitaires et de conduits d'aération, sans compter les voitures stationnant à proximité²¹⁴ (**Annexe 7**). Aujourd'hui encore des pavillons temporaires jalonnent parfois le jardin des Tuileries pour les semaines de la mode, mais ceux-ci se contentent de l'esplanade des Feuillants le long de la rue de Rivoli ou du carré du Sanglier dans la partie sud-ouest du jardin.

Dans les années 1980, accueillir les événements de la mode au Louvre ou aux Tuileries, relevaient, comme cela a déjà été souligné précédemment, d'une volonté politique, corrélée à une envie de faire du centre de Paris un lieu privilégié pour tous

²¹⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Georges Duval à Jean-Pierre Weiss, 26 juillet 1984.

²¹¹ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de François Bouley, passant, au ministère de la Culture, 2 avril 1985.

²¹² Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de Hubert Dehollain, passant, au ministère de la Culture, 3 avril 1985.

²¹³ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1984 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Courrier de François Bouley, passant, au ministère de la Culture, 2 avril 1985.

²¹⁴ Voir Annexe 7, p. 42.

les aspects de la mode, et non pas uniquement les présentations de nouvelles collections de prêt-à-porter.

FAIRE DU LOUVRE UN CENTRE DE LA MODE

MUSEE DES ARTS DE LA MODE

La semaine de la mode n'est pas le seul évènement d'envergure qui place le Louvre comme théâtre de la mode dans les années 1980. Le 28 juin 1982, Jack Lang annonce la création du musée des Arts de la mode dans le palais du Louvre, au niveau du pavillon de Marsan, à côté de l'Union centrale des arts décoratifs²¹⁵. Le Ministre présente ce nouveau musée comme étant « la synthèse d'un héritage fastueux et de cette création sans cesse renouvelée qui caractérise la mode²¹⁶ ». L'ensemble de l'allocution présentant le projet de cette nouvelle institution muséale est un éloge aux arts de la mode et à sa légitime place aux côtés des « arts majeurs » : « il peut y avoir autant acte de culture dans le dessin d'une robe, le design d'un objet ou l'élaboration d'un film annonce-publicitaire que dans l'écriture musicale, l'art graphique ou l'architecture²¹⁷ » (**Annexe 2**). Dans les années 1980 en effet, le débat est encore vif sur la différence entre arts « majeurs » et arts « mineurs » que Jack Lang tend à endiguer. Pour le Ministre, il ne fait pas de doute que ce musée a sa place dans le palais du Louvre. Collections en mouvement durant les défilés et collections statiques dans le musée bénéficieront d'une aura réciproque, particulièrement durant les semaines de la mode. Lang entend bien d'ailleurs inviter les couturiers contemporains à collaborer dans ce nouveau musée qui sera tout dédié à leur art. En 1984, à l'occasion des défilés automne-hiver 1985, il invite une partie de la presse et des créateurs à visiter le site en construction. Les couturiers Yves Saint Laurent, Sonia

²¹⁵ L'Union centrale des arts décoratifs, ou UCAD, est fondée en 1882 et abrite le musée des Arts décoratifs au 107 rue de Rivoli.

²¹⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Intervention de Jack Lang lors de la présentation du projet de la création du musée national des Arts de la mode, 28 juin 1982, p. 2. Voir Annexe 2, p. 25.

²¹⁷ *Ibid.* Une partie plus complète du discours est disponible en Annexe 2, p. 25.

Rykiel, Jean-Charles de Castelbajac ou encore Alix Grès sont présents à cette visite²¹⁸.

Cette annexe du musée des Arts décoratifs est conçue dans le contexte du Grand Louvre. Un journaliste du *Parisien* souligne cette proximité en faisant l'hypothèse « que [cette] décision d'en finir aussitôt que possible avec l'aménagement du pavillon de Marsan en musée des Arts du costume » est lié au risque que le Grand Louvre puisse « englober les surfaces du pavillon de Marsan et leur retirer leur relative autonomie actuelle²¹⁹ ». Une première ouverture du musée est en effet rapidement prévue pour septembre 1985 avec l'inauguration des quatre derniers étages, lieu des expositions temporaires²²⁰. Des salles de réception, notamment pour les défilés de mode, prendront place aux premier et deuxième étages tandis que les troisième et quatrième niveaux accueilleront un centre de recherche et un centre textile. Il s'agit ainsi de concevoir un véritable temple de la mode, préservant à la fois les collections passées, mais encourageant également les jeunes créateurs à pratiquer leur art en s'inspirant de leurs aînés grâce à une visibilité et une mise en valeur des œuvres anciennes. Le musée est finalement inauguré avec quelques mois de retard, le mardi 28 janvier 1986 à l'occasion des présentations de haute-couture²²¹. Le reste des travaux prendra fin en 1987, mais ce musée ne verra finalement jamais véritablement le jour, en proie à différents problèmes administratifs²²².

INSTITUT DE LA MODE

En plus de la création d'un musée des Arts de la mode, se trouve parmi les projets phares pour la mode dans les années 1980 la création d'un Institut de la mode.

²¹⁸ MORRIS Bernadine, « At Opening of the Paris Shows, the Japanese turn to color », dans *New York Times*, 23 mars 1984 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1984/03/23/style/at-opening-of-the-paris-shows-the-japanese-turn-to-color.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

²¹⁹ CAZAUX Maurice, « Le musée des Arts de la mode pose un couvercle sur le pavillon de Marsan », dans *Le Parisien*, 10 août 1983.

²²⁰ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Article de Janie Samet pour le *Figaro*, « Au menu d'un déjeuner « couture-culture ». Le prochain musée de la Mode », date inconnue [1983 ?].

²²¹ MORRIS Bernadine, « Paris openings: short skirts and polo shirts », dans *New York Times*, 28 janvier 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/01/28/style/paris-openings-short-skirts-and-polo-shirts.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

²²² Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Article de Janie Samet pour le *Figaro*, « Au menu d'un déjeuner « couture-culture ». Le prochain musée de la Mode », date inconnue [1983 ?].

François Mitterrand annonce sa création lors d'un discours d'octobre 1984 à l'occasion d'une réception « en grande pompe²²³ » réunissant à l'Élysée grands créateurs, actrices devenues des icônes de la mode et autres personnalités : Yves Saint Laurent et Thierry Mugler aux côtés de Catherine Deneuve, Isabelle Huppert ou encore Stéphanie de Monaco²²⁴. Discourant sur l'importance de la mode dans l'économie française, sa place légitime en tant qu'« art majeur » dans le contexte du futur musée des Arts de la mode, il achève son allocution par l'Institut de la Mode qu'il entend situer aux Tuileries²²⁵. L'objectif de cet établissement est d'offrir une formation pour les « têtes pensantes des maisons de couture et de prêt-à-porter²²⁶ », c'est-à-dire de former de futurs cadres de l'industrie de la mode. Il s'agit de la première occurrence d'une telle décision, à laquelle la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode, sous l'égide de Pierre Berger, participe. Le dessein de ce projet n'est pas clairement connu, d'autant plus que seulement deux années auparavant Jacques Mouclier le projetait dans le quartier des Halles²²⁷. Cette annonce permet tout de même de rendre compte de l'importance que prend la mode dans cet espace parisien et de la volonté de faire du musée du Louvre et de ses alentours un centre névralgique pour cette industrie en plein essor dans les années 1980. Pour autant, ce projet ne verra jamais le jour, tout du moins pas à l'endroit espéré et l'Institut français de la mode ne sera inauguré qu'en 1986.

Ces deux nouveaux organismes, pensés au début des années 1980 pour faire du Louvre un centre de la mode, sont symptomatiques de l'effervescence dont ce secteur a bénéficié à cette période. Jack Lang, mais également Pierre Bergé, grâce à ses bonnes relations avec François Mitterrand, a déclenché un processus de mise en valeur de cette industrie sans prendre en compte les autres parties prenantes. Ils ont décidé ensemble de déplacer à la fois les défilés dans la cour Carrée, de créer un musée des Arts de la mode ainsi qu'un institut de formation, mais également voulu organiser des Oscars de la mode pour récompenser des couturiers. Cet événement eu lieu pour la première fois en 1985, à l'opéra Garnier et couronna Azzedine Alaïa²²⁸.

²²³ ANONYME, 1984.

²²⁴ *Ibid.*

²²⁵ LAMM, 1984.

²²⁶ MOUCLIER, 2004, p. 191 – 192.

²²⁷ SAMET, 1982.

²²⁸ NICKLAUS, 2012.

En fin de compte, aucune de ces décisions n'a porté leurs fruits : les défilés ont été pendant longtemps source de discorde, le musée a vivoté quelques années avant de ne devenir qu'un département du musée des Arts décoratifs, l'Institut de la mode n'a jamais eu l'occasion de s'implanter dans le cœur parisien et les Oscars de la mode n'ont été un succès qu'une fois et ont été abandonnés après la seconde édition de 1986²²⁹.

UN BILAN CONTRASTE A LA FIN DES ANNEES 1980

UN GOUVERNEMENT OPTIMISTE

Les années 1980 ont été une période très fastueuse pour la mode. Le réalisateur du documentaire *Golden Eighties*, Olivier Nicklaus, dit d'ailleurs que « la mode devient à la mode²³⁰ » durant cette décennie. Cette croissance a été facilitée par un gouvernement prenant en charge son développement et soutenant différents évènements pour encourager son amplification. Pour le gouvernement, l'objectif était de donner une « caution officielle²³¹ » à cette industrie jusqu'ici délaissée. Les Oscars de la mode en 1985, la création du musée des Arts de la mode ou encore la première Journée internationale de mode en 1987²³² sont autant d'exemples de cette volonté politique forte, mais très vite avortée. Jack Lang se félicite que « la France [soit] peut-être le seul pays au monde où la mode est véritablement considérée comme un art majeur²³³ ». Le gouvernement ne veut pas relâcher ses efforts, mais veut créer « un véritable dialogue » et mettre en place une « stratégie cohérente ». Mais les financements sont en baisse. L'autorité politique justifie cela en accordant « des aides financières dont le montant aura une portée symbolique bien supérieure à sa valeur réelle²³⁴ », discours de langue de bois qui masque maladroitement la baisse effective

²²⁹ MOUCLIER, 2004, p. 114.

²³⁰ NICKLAUS, 2012.

²³¹ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Bilan et perspective des activités dans le domaine de la mode à la délégation aux Arts plastiques, Dominique Bozo, [1988 ?].

²³² *Ibid.*

²³³ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Projet de réponse aux questions adressées à Jack Lang pour le journal australien *Studio collections*, [1988 ?].

²³⁴ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Bilan et perspective des activités dans le domaine de la mode à la délégation aux Arts plastiques, Dominique Bozo, [1988 ?].

de subventions. Mais le soutien gouvernemental est toujours officiellement présent. La preuve en est notamment la création de cours d'histoire et de conservation du costume à l'École du Louvre et à l'Institut national du Patrimoine²³⁵ qui montrent l'évolution accordée à ce domaine. D'art mineur, voire industriel, la mode est désormais enseignée dans les cursus patrimoniaux. De plus, Jack Lang envisage de rapatrier en France les ateliers de production qui s'étaient délocalisés en Italie²³⁶. Mais, malgré des volontés gouvernementales, dès 1986, les journalistes évoquent une « crise », dont les dépôts de bilan de maisons qui se font racheter pour créer des conglomérats en sont la preuve²³⁷.

CONTREBALANCE PAR UNE MOROSITE CHEZ LES CREATEURS

À partir de la seconde moitié des années 1980, les couturiers commencent progressivement à délaisser la cour Carrée du Louvre alors que la majorité des défilés y ont lieu. L'essence même des défilés de mode évolue vers plus de spectaculaire et d'inventivité. Jean-Paul Gaultier, créateur adulé par la critique, défile à la Villette sous le Grand Hall en mars 1986²³⁸ et octobre 1987²³⁹. L'ambiance est totalement différente des espaces plus stéréotypés de la cour Carrée du Louvre. Parallèlement, la vague d'attentats à l'automne 1986²⁴⁰ entraîne également le départ d'un certain nombre de couturiers pour des espaces plus intimistes²⁴¹. Indépendamment au risque terroriste, Kenzo diminue le nombre de ses invités, « [sentant] que le temps [est] venu d'arrêter

²³⁵ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». « Une politique pour la mode », 1989.

²³⁶ BRAMPTON Sally, « Paris Game set and Match », dans *The Sunday Times*, 26 mars 1989.

²³⁷ Archives nationales de Pierrefitte. 19910409/9, Dossier « Louvre et Tuileries 1986 – Fédération française du prêt-à-porter (Mouclier) ». Dépêche AFP, « Soutien du ministre aux couturiers », 30 juillet 1986.

²³⁸ MORRIS Bernadine, « In the front rank: Lagerfeld and Montana », dans *New York Times*, 25 mars 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/03/25/style/in-the-front-rank-lagerfeld-and-montana.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

²³⁹ GROSS Michael, « Notes on Fashion », dans *New York Times*, 20 octobre 1987 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1987/03/24/style/notes-on-fashion.html>>, dernière consultation le 27 août 2019

²⁴⁰ Celui de la rue de Rennes notamment, survenu le 17 septembre et qui fit sept morts, mais également les attaques perpétrées par le groupement anarchique Action directe.

²⁴¹ GROSS Michael, « Security at Paris à Paris shows a concern », dans *New York Times*, 2 octobre 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/10/02/garden/security-at-paris-shows-a-concern.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

ces grands défilés²⁴² ». Pour Thierry Mugler également, « il [est] temps de montrer exclusivement ses vêtements²⁴³ » dans ses magasins plutôt que sur les podiums. Azzedine Alaïa refuse même le calendrier officiel des semaines de la mode et présente ses collections deux mois plus tard, ne supportant plus le rythme de plus en plus effréné des impératifs des présentations publiques²⁴⁴. Le manque d'individualité n'est pas la seule raison quant au départ des créateurs de la cour Carrée. Les journalistes, pourtant enchantés en 1982, déplorent progressivement des conditions de travail dans des structures qui « relèvent parfois du camping²⁴⁵ ». Les installations temporaires, initialement prévues pour mille deux cents journalistes, ne suffisent plus aux désormais deux mille invités²⁴⁶.

Les années 1980 sont ainsi une période faste pour les créateurs de mode. Les couturiers ont enfin la sensation d'être reconnus et appréciés à leur juste valeur par le gouvernement français. Écoutée et mise à l'honneur dans la cour Carrée du Louvre, la mode fait également l'objet de projets novateurs afin d'encourager son développement : musée des Arts de la mode, Institut de la mode, etc. Pourtant, au tournant des années 1990, le secteur de la mode est en crise. Deux raisons différentes mais complémentaires sont invoquées. D'une part, le faste des défilés présentés dans la cour Carrée n'est plus apprécié. Les chapiteaux éphémères proposés au cœur du musée du Louvre ne contentent plus les couturiers qui préfèrent défiler dans des lieux pouvant mieux refléter leur personnalité. D'autre part, la prise de pouvoir des industriels et des financiers dans un secteur auparavant aux mains des couturiers, assombrit la créativité des faiseurs de mode. Dominique Strauss-Kahn²⁴⁷, ministre de l'Industrie et du Commerce extérieur, souhaite désormais que cette industrie fasse

²⁴² Ariel de Ravenal, porte-parole de Kenzo, citée dans GROSS Michael, « Paris security is tight for shows », dans *New York Times*, 15 octobre 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/10/15/garden/paris-security-is-tight-for-shows.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Texte original : « "Kenzo felt it was time to stop these big shows," she said ».

²⁴³ Didier Grumbach, Président de Thierry Mugler, cité dans GROSS, 1986 (d).

Texte original : « "It was time for Thierry to show his clothes more purely," he said, "without the excesses the runway obliged him to do." ».

²⁴⁴ BENAÏM, 1988.

²⁴⁵ *Ibid.*

²⁴⁶ *Ibid.*

²⁴⁷ Dominique Strauss-Kahn (1949 -) est ministre de l'Industrie et du Commerce extérieur de 1991 à 1993 puis ministre de l'Économie, des Finances et de l'Industrie de 1997 à 1999.

preuve « d'une meilleure capacité d'adaptation et d'influence sur le marché²⁴⁸ », ce qui implique de développer de nouvelles formes de gestion. Les lieux d'accueil des défilés de mode évoluent avec les nouvelles conceptions de cette activité. C'est durant cette période morose que sont créés de nouveaux espaces pérennes pour présenter les nouvelles collections : les salles du Carrousel du Louvre.

²⁴⁸ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Courrier de Dominique Strauss-Kahn à Jack Lang, 29 octobre 1991.

CHAPITRE 2 : 1993 – 2006, UN LIEU DEDIE EN MARGE DE L'ETABLISSEMENT PUBLIC DU MUSEE DU LOUVRE

LES ANNEES 1990 ET LES SALLES DU CARROUSEL DU LOUVRE

LE CONTEXTE DE LA MODE AU DEBUT DES ANNEES 1990

AMBIANCE MOROSE PARMY LES COUTURIERS

L'ouverture des salles du Carrousel du Louvre en 1993 intervient à une période où la mode est passée de mode. L'impressionnant vent de folie qui avait soufflé durant les années 1980 s'est éteint pour laisser place à une nouvelle conception du métier. Alors que les premiers défilés de la cour Carrée en 1982 avaient fédéré l'ensemble des couturiers français en leur offrant un cadre hors du commun et un regroupement qui leur a permis un rayonnement à l'international, la recette ne prend plus au début des années 1990. Selon Monique Lang²⁴⁹, en mars 1993, c'est désormais « chacun pour soi²⁵⁰ » et chaque maison défile dans le lieu de son choix. L'ouverture des salles du Carrousel survient ainsi au moment où le soufflé de la mode française, qui avait vent dans les années 1980, retombe. L'ensemble de la profession s'accorde à dire que l'ambiance générale est morose. La journaliste Laurence Benaïm l'avait déjà prophétisé en octobre 1990 :

« L'arc-en-ciel n'aura duré que quelques saisons : le retour de l'émotion annoncé comme l'antidote aux années 80 froides, sombres, minimales, semble, après une semaine de défilés à Paris (près de 90 au total, dont 40 à la cour Carrée du Louvre), bien compromis. Le drapeau noir flotte sur l'été 91, tel l'étendard éphémère d'une crise morale affectant assez profondément le milieu de la mode pour qu'il fasse de celle-ci une tendance.²⁵¹ »

²⁴⁹ Monique Lang, né Buczynski (1939 -) est la femme de Jack Lang. Elle fait partie de ses principaux conseillers en communication.

²⁵⁰ BENAÏM Laurence, « Mode de crise », dans *Le Monde*, 22 mars 1993, p. 1.

²⁵¹ BENAÏM Laurence, « Images inquiètes. La semaine du prêt-à-porter vient de s'achever. Bilan d'une époque entre deux feux », dans *Le Monde*, 29 octobre 1990, p. 7.

Benaïm soutient à nouveau cette considération la saison suivante, en mars 1991 : « Mais la transition est là. La mode des créateurs ridée par les soucis, les tracasseries financiers et industriels, pousse la complainte de l'époque ²⁵² ». Ginette Sainderichin²⁵³, rédactrice en chef du *Jardin des Modes*, se pose la question en 1995 si « la mode des années 90 aura-t-elle seulement existé ?²⁵⁴ ». Comme nous le verrons plus tard, ce changement de mentalité implique un changement dans la conception des défilés et leur localisation. Ainsi, pour les nouvelles collections de la saison automne-hiver 1993 – 1994, qui sont celles des premiers défilés au Carrousel du Louvre, seules vingt-deux présentations ont lieu dans ces espaces contre trente-cinq dans la cour Carrée la saison passée²⁵⁵.

Durant les années 1990, certains couturiers, pour des raisons parfois autres que celles concernant les salles du Carrousel du Louvre, quittent même le giron des semaines de la mode durant quelques saisons. Martin Margiela, connu pour ses décisions anticonformistes, annule certains de ses défilés, notamment celui d'octobre 1996. Azzedine Alaïa ne paie plus ses cotisations à la Chambre syndicale du prêt-à-porter et fait donc sécession avec l'organisation officielle des semaines de la mode²⁵⁶. Le rythme effréné des nouvelles collections, lié à des préoccupations financières que nous détaillerons plus tard, plutôt que d'encourager la création, incite certains créateurs à rompre avec ce milieu en voix de démesure.

Paris maintient tout de même sa place importante dans la mode en tant que ville dans laquelle il faut être, comme le démontre la présence du couturier américain Oscar de la Renta. Celui-ci en effet délaisse New York au profit de la capitale française pour la présentation de ses collections, ce qui est un événement assez important pour que de nombreux journalistes de la profession le notifient²⁵⁷. Malgré l'arrivée de ces grands noms internationaux, les couturiers ne sont plus à la fête, malmenés par la conquête de la profession par les financiers et industriels d'une part et par la concurrence directe

²⁵² BENAÏM Laurence, « Les fantômes du réalisme », dans *Le Monde*, 25 mars 1991, p. 11.

²⁵³ Ginette Sainderichin (1922 – 2017) était la rédactrice en chef du journal féminin *Le Jardin des modes*, paru de 1922 à 1997.

²⁵⁴ SAINDERICHIN Ginette, *La mode épinglée...sous toutes ses coutures*, Paris, Editions n°1, 1995, p. 189.

²⁵⁵ BENAÏM, 1993.

²⁵⁶ BENAÏM Laurence, « Paris, capitale assiégée du prêt-à-porter féminin », dans *Le Monde*, 8 octobre 1996, p. 25.

²⁵⁷ SMITH Liz, « An American show in Paris – Oscar de la Renta », dans *The Times*, 18 mars 1991.

du bas de gamme et de nouveaux acteurs étrangers sur le marché mondial d'autre part.

PRISE DE POUVOIR PAR LES FINANCIERS

Ce manque d'entrain de la part des couturiers est partiellement lié à l'apparition de nouveaux acteurs dans les affaires de la mode : les industriels. Les grands groupes français du luxe naissent dans les années 1990 et leur apparition occasionne de fortes batailles juridiques et financières pour les acquisitions de telle ou telle marque : LVMH naît en 1987 du rapprochement de Moët Hennessy et Louis Vuitton tandis que Pinault-Printemps-Redoute (PPR), désormais Kering, se lance dans le luxe en 1999 avec le rachat partiel de Gucci. Louis Vuitton fait partie des acteurs phares de cette transformation du secteur. En 1977, Henri Racamier²⁵⁸, gendre de Gaston Vuitton, est nommé à la tête de l'entreprise à la mort de ce dernier. C'est lui qui transformera la marque en compagnie multinationale et élargira considérablement son marché en délocalisant les ateliers en Asie et en opérant au rapprochement avec Moët-Hennessy²⁵⁹. Les couturiers possédant encore leur marque cèdent peu à peu leur place à des membres de conseils d'administration pour qui les chiffres ont plus d'importance que la créativité. La journaliste Laurence Benaim constate lors des défilés de mars 1992 que « quelque chose est en train de craquer²⁶⁰ ». Selon elle, « après la sacralisation du créateur, on en revient au réel, l'argent et l'emploi²⁶¹ ». Pierre Bergé fait le même état des lieux. Pour lui qui « [a] créé la chambre syndicale à l'époque des créateurs artistiques », « aujourd'hui est venu le temps des commerciaux. Maintenant toutes les maisons parisiennes de couture sont gérées par des commerciaux et les créateurs de mode n'ont plus le droit de dire quoi que ce soit²⁶² ». Dirigeant lui-même une maison de luxe, Yves Saint Laurent, il est confronté

²⁵⁸ Henri Racamier était le mari d'Odile Vuitton, une des filles de Gaston Vuitton. Il reprend les rênes de l'entreprise Vuitton en 1977. D'après BONVICINI, 2004, il est « le premier entrepreneur de haut niveau à entrer dans la famille ». C'est lui qui transformera l'ensemble de la production de maroquinerie pour l'adapter au marché de masse. Il fusionne avec Alain Chevalier pour créer Louis Vuitton Moët Hennessy (LVMH) en 1987 avant de perdre la majorité du capital en 1989 au profit de Bernard Arnault.

²⁵⁹ BONVICINI Stéphanie, *Louis Vuitton, une saga française*, Paris : Fayard, 2004, p. 325.

²⁶⁰ BENAÏM Laurence, « La mode broie du noir », dans *Le Monde*, 30 mars 1992, p. 15.

²⁶¹ BENAÏM Laurence, « L'armes d'or », dans *Le Monde*, 26 octobre 1992, p. 15.

²⁶² SPINDLER Amy M., « Patterns », dans *The New York Times*, 9 février 1993, p. 19.

à ces nouveaux enjeux financiers. En effet en 1993, Saint Laurent est vendu pour plus de la moitié de son capital au groupe Elf-Sanofi avant d'être revendu à PPR en 1999. Pierre Bergé en garde tout de même le contrôle tandis que Yves Saint Laurent n'est plus que le génie dessinant les collections.

Les réponses des couturiers face à ce vent de changement diffèrent. Certaines maisons continuent à défilé dans les mêmes circonstances tandis que d'autres s'inscrivent véritablement à contre-courant, à l'instar des défilés de Martin Margiela qui, d'après la journaliste du *New York Times* Anne-Marie Schiro « [gagnent] l'Oscar dans deux catégories : l'emplacement le plus difficile à localiser et l'accès d'entrée le plus compliqué²⁶³ ».

UNE CONCURRENCE PLUS ACCRUE

Les changements dans l'organisation même du secteur répondent à l'arrivée d'une concurrence de plus en plus accrue dans le prêt-à-porter, avec des marques souvent étrangères ciblant une clientèle plus jeune en leur proposant des vêtements moins chers, mais tout autant en vogue.

En effet, en parallèle de ces événements financiers, les distributeurs d'habillement bas de gamme prennent de la distance avec les maisons de couture, pourtant rendues plus accessibles par leurs lignes de prêt-à-porter. Ces nouveaux entrants sur le marché puisent leur inspiration dans les créations des grands couturiers pour produire des vêtements parfois plus que similaires à des prix plus abordables. Désormais, ces distributeurs ont leurs propres créateurs qui inventent leur propre mode²⁶⁴. Une nouvelle concurrence entre ainsi dans le jeu : s'habiller dans des enseignes « grand public » n'est pas forcément synonyme de ringardise. Des marques comme Naf Naf, Kookaï, Camaïeu ou Promod tirent leur succès par leur ciblage jeune et leur grande diffusion dans les centres commerciaux. Entre 1983 et 1993 par exemple, le chiffre

Texte original : « "I created the Chambre Syndicale at a time of fashion designers," he said. "Now is the time of the businessman. Now all the couture houses in Paris are run by businessmen, and fashion designers do not have the authority to say anything." ».

²⁶³ SCHIRO Anne-Marie, « Fashion crushes », dans *The New York Times*, 25 octobre 1992, p. 5.

Texte original : « Martin Margiela wins the Oscar in two categories: hardest location to find and hardest show to get into ».

²⁶⁴ BENAÏM, 1993.

d'affaires de Kookaï est passé de 35 millions de francs à 500 millions de francs, de quoi commencer à inquiéter les créateurs de mode²⁶⁵.

L'ensemble de ces facteurs est corrélé à une augmentation croissante des échanges internationaux qui érode doucement la place de Paris comme capitale du style. La métropole française n'a plus le monopole de la mode et semble ne pas savoir vers quelle direction se tourner pour cultiver sa différence et revenir sur le premier et unique plan de la scène internationale. Certaines nationalités étrangères viennent encore défiler à Paris, à l'instar des couturiers japonais dans la première moitié des années 1980²⁶⁶. Ce sont désormais les Italiens et les Américains qui arrivent sur le devant de la scène parisienne tandis que les autres capitales de la mode, Milan, New York et Londres, nées à la fin des années 1970, ont désormais atteint leur maturité²⁶⁷. En France, alors que la vivacité des politiques au début des années 1980 avait permis la renaissance du secteur, il est nécessaire de se remettre à nouveau au goût du jour. Le couturier Olivier Lapidus fait le constat d'une « vision [...] trop passéiste » qui nécessite un changement de cap dans les créations²⁶⁸. Le problème majeur selon lui est le manque de remise en question de la capitale française, qui se fonde sur son statut de « capitale mondiale de la mode » sans considérer sérieusement la concurrence émergente.

Ainsi, le contexte de la mode au tournant des années 1990 montre un essoufflement des couturiers et des changements majeurs dans la conception du secteur. Ces modifications apparaissent alors que la pyramide du Louvre est inaugurée quelque temps auparavant, le 29 mars 1989, et que le musée achève progressivement sa transformation.

²⁶⁵ SAINDERICHIN, 1995, p. 173.

²⁶⁶ MORRIS Bernadine, « Japan goes own way in Paris », dans *New York Times*, 15 octobre 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/10/15/style/japan-goes-own-way-in-paris.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

²⁶⁷ BENAÏM Laurence, « Mode fin de siècle. Pour la semaine du prêt-à-porter, créateurs et couturiers fixent les images de l'époque », dans *Le Monde*, 21 octobre 1991, p. 1.

²⁶⁸ BENAÏM Laurence, « Paris redevient la vitrine mondiale de la mode », dans *Le Monde*, 14 mars 1995, p. 28.

LE CARROUSEL DU LOUVRE

LE PROJET DU GRAND LOUVRE

Les années 1990 sont une période de grands changements à la fois au musée du Louvre et dans l'industrie de la mode. Cette dernière, comme nous l'avons vu, subit une transformation dont on ressent encore les évolutions aujourd'hui avec la prise en main du secteur par les financiers en lieu et place des créateurs. Concernant le musée du Louvre, le projet Grand Louvre touche à sa fin et des changements d'ordre administratif, en plus des aspects physiques, vont profondément marquer la mue du musée en une institution évoluant désormais dans une aire internationale.

Le Grand Louvre est un projet phare du mandat de François Mitterrand. L'ensemble du musée est repensé pour à la fois développer l'étendue des collections, mais également prévoir des facilités d'accueil pour un public de plus en plus nombreux. Pour le Président Mitterrand, il s'agissait d'« adapter les temps modernes au monument ancien²⁶⁹ » et permettre au Louvre de s'étendre et d'avoir une architecture à la hauteur de ses ambitions. L'idée est également d'ouvrir le musée sur la ville en rendant accessible la cour Carrée aux touristes et aux Parisiens. Les espaces du musée sont augmentés grâce au départ du ministère des Finances qui occupait alors l'aile Richelieu. L'ensemble du palais est désormais dédié aux arts et le Louvre « [perd] cette image de barrière lugubre qu'il présentait pour les piétons²⁷⁰ ».

Parmi les travaux d'envergure se trouve la création des espaces d'accueil en sous-sol, menant directement aux stationnements pouvant accueillir les véhicules touristiques. Ces places de parking sous-terraines permettent d'endiguer le nombre de véhicules présents aux alentours du musée et offrent une solution pour les usagers des anciens stationnements auparavant situés dans les différentes cours du musée et supprimés dans le cadre du projet Grand Louvre. Les touristes véhiculés ont directement accès à l'entrée du musée, par la pyramide inversée. Créer ce parc de stationnement nécessite ainsi l'édification d'une galerie souterraine menant au musée, dans laquelle l'ancien rempart de Charles V est visible. Ces vestiges sont les premiers

²⁶⁹ INA Politique, « François Mitterrand et le Grand Louvre – Archive INA », 4 mars 1988 [en ligne]. Disponible à <<https://www.youtube.com/watch?v=VrN1p2Oirok>>, dernière consultation le 27 août 2019.

²⁷⁰ ROUDOT Jean-François, *Le Grand Louvre 1983 – 1993* [documentaire vidéo], 53mn, 1993.

contacts qu'ont les touristes avec le Grand Louvre en quittant leur véhicule²⁷¹. C'est dans des espaces attenants à la muraille que sont justement conçues les salles spécifiquement pensées pour les défilés de mode, qui prendront le nom de salles du Carrousel du Louvre.

LA GENESE DES SALLES DU CARROUSEL

En octobre 1988, Jacques Mouclier annonce la création des salles du Carrousel pour de premières manifestations en ces lieux en 1990²⁷². Dans son autobiographie publiée en 2004, il attribue cette idée « grandiose, magnifique²⁷³ » à Jack Lang lui-même qui l'aurait eu six ans auparavant, soit dès 1982²⁷⁴. Comme nous l'avons déjà souligné précédemment concernant l'ouvrage de Mouclier, cette date est à considérer avec discernement, les sources archivistiques n'ayant pu confirmer cette information.

Deux espaces distincts seront construits dans le cadre de la deuxième phase des travaux du Grand Louvre pour la mode. Le premier est celui sous le pavillon de Marsan, déjà prévu par le musée des Arts de la mode qui deviendra alors les réserves du musée²⁷⁵. Le second sont les salles de présentation dans la galerie marchande, financée par des fonds privés²⁷⁶. Pour le financement, il est initialement prévu de demander de l'aide à l'Union des arts décoratifs et aux créateurs eux-mêmes²⁷⁷. Ces derniers auraient donc été en quelque sorte propriétaires de leurs propres espaces de défilés. L'idée première est intéressante : il s'agirait d'inviter les maisons de couture à être partie prenante de leurs futurs podiums. Mais malgré une proposition potentiellement séduisante, il s'agit d'un cadeau empoisonné. En acceptant de participer au financement, les créateurs, qui ont déjà tendance à défiler parfois dans leurs propres espaces, se seraient retrouvés piégés, devant utiliser des espaces sans grande envie. Le complexe, dont le coût s'élève à neuf cents millions de francs pour

²⁷¹ Michel Macary dans ROUDOT Jean-François, *Le Grand Louvre 1983 – 1993* [documentaire vidéo], 53mn, 1993.

²⁷² ANONYME, « Les défilés sous le Carrousel », dans *Le Monde*, 31 octobre 1988, p. 10.

²⁷³ MOUCLIER, 2004, p. 81.

²⁷⁴ *Ibid.*

²⁷⁵ *Ibid.*

²⁷⁶ Archives nationales de Pierrefitte. 20060377/54. Dossier « Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 ». Bilan et perspective des activités dans le domaine de la mode à la délégation aux Arts plastiques, Dominique Bozo, [1988 ?].

²⁷⁷ ANONYME, 1988.

le Carrousel, est finalement financé par la SARI, succursale de la Compagnie générale des eaux²⁷⁸, et les salles du Carrousel sont tout de même louées en priorité à la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter, des couturiers et des créateurs de mode.

La galerie marchande jouxtant ces salles prévoit quant à elle d'accueillir soixante boutiques de luxe et de métiers d'art pour faire écho aux défilés et créer un centre complet de commerces de luxe²⁷⁹. Le projet est ambitieux, mais n'arrive pas à prendre, d'autant plus que la création de la galerie a suscité de vives critiques, les accusateurs « craignant l'invasion des « marchands du temple »²⁸⁰ ». En mars 1993, seulement 10% des boutiques trouvent locataires et ces derniers ne sont pas aussi luxueux qu'escomptés. On trouve certes Lalique d'une part, mais également Body Shop, Nature et Découvertes ou encore Virgin Mégastore, locomotive de cette nouvelle galerie marchande²⁸¹. Ces enseignes ne bénéficient en effet pas de la même aura que les marques défilant dans les salles attenantes. Pour Serge Louveau²⁸², secrétaire général de l'Établissement public du Grand Louvre²⁸³, ce projet est une « catastrophe pour l'image du Louvre » qui a perdu son pari de faire du Carrousel une « avenue Montaigne bis²⁸⁴ », reprenant l'avenue parisienne célèbre pour ses nombreuses boutiques de luxe. Il faut dire que la perspective d'implanter des commerces relevant d'un certain niveau de vie dans un centre commercial en sous-sol dans lequel seront déversées des hordes de touristes n'est pas forcément séduisante. En 1999, le constat de réussite n'est toujours pas au beau fixe avec une galerie commerciale qui a « du mal à trouver sa vocation entre Parisiens et touristes²⁸⁵ ». Aujourd'hui, les boutiques de luxe ne sont toujours pas arrivées, remplacées par des commerces haut de gamme, tels Lancel, Maje, Sandro ou Tommy

²⁷⁸ BAUER Anne, « Le « Carrousel du Louvre » ouvre ses portes au public », dans *Les Échos*, 14 octobre 1993, p. 12.

²⁷⁹ ANONYME, 1988.

²⁸⁰ GRAVELAINE (DE) Frédérique et LEBRAT Jean, *Le Grand Louvre, de la Pyramide à l'Orangerie : un parcours architectural exceptionnel*, Paris : Le Moniteur, 1999, p. 164.

²⁸¹ BENAÏM, 1993.

²⁸² Serge Louveau était secrétaire général du musée du Louvre.

²⁸³ L'Établissement public du Grand Louvre (EPGL) est créé par décret n°83-958 le 2 novembre 1983 afin de « concevoir et de conduire l'aménagement du domaine national du Louvre et des Tuileries en vue d'en faire un ensemble culturel original à caractère muséologique qui sera dénommé Grand Louvre, ainsi que de permettre l'insertion de cet ensemble dans son environnement ».

²⁸⁴ GUERRIN Michel, « Musée et centre commercial au risque de la cohabitation », dans *Le Monde*, 19 novembre 1993, p. 7.

²⁸⁵ DENIS Anne, « Le Carrousel : les marchands du Temple ont fait leur trou », dans *Les Échos*, 7 avril 1999, p. 63.

Hilfiger, avec en figure de proue une succursale de la chaîne de grands magasins, Printemps.

LES SALLES DU CARROUSEL

L'ouverture de ces nouveaux espaces, bien avant que l'on ne remarque leur inadaptabilité, est sans cesse repoussée. Alors que Jacques Mouclier annonçait en 1988 une ouverture pour 1990²⁸⁶, cette date est écartée d'année en année. En octobre 1989, elle est annoncée pour 1992, puis pour mars 1993 en octobre 1991 avant d'être finalement repoussée pour octobre 1993 en mars 1992. L'inauguration du Carrousel a finalement lieu le 14 octobre 1993²⁸⁷. Pour Jacques Mouclier, c'est une réussite. Il attendait depuis plus de dix ans ces espaces pérennes qu'il trouve « très beaux²⁸⁸ ». Les espaces ont été conçus par Gérard Grandval²⁸⁹, dans l'esprit de Ieoh Ming Pei : les couleurs sont dans les mêmes tonalités beiges tandis que l'architecture est, au contraire des nouveaux espaces du musée, toute en courbes²⁹⁰.

Les premiers défilés ont lieu dans les salles du Carrousel lors de la semaine de la mode de haute couture qui débute le 24 janvier 1994. Seuls treize créateurs sur vingt investissent ce nouvel espace, les autres préférant leurs boutiques ou de grands palaces parisiens. Les journalistes trouvent le Carrousel « clair, lisse et propre » avec une « organisation efficace » et une « visibilité parfaite grâce à des structures en amphithéâtre²⁹¹ ». Des gradins sont effectivement prévus et sont réglables en hauteur afin de les adapter au public²⁹². Les salles sont au nombre de quatre et peuvent accueillir six cents, huit cents et mille cinq cents spectateurs. Chaque défilé nécessite jusqu'à trois heures de montage et démontage, voire plus en fonction de la complexité du décor. Les quatre salles distinctes permettent d'enchaîner les défilés et de ne pas subir les temps de pose et de dépose prévus pour chaque spectacle. Les invités se déplacent ainsi de salle en salle pour voir les différents défilés pour lesquels ils sont

²⁸⁶ ANONYME, 1988.

²⁸⁷ BAUER, 1993.

²⁸⁸ GUERRIN, 1993.

²⁸⁹ Gérard Grandval (1930 -) est un architecte français dont le style se caractérise par des ensembles urbanistiques des années 1970.

²⁹⁰ GRAVELAINE (DE), LEBRAT, 1999, p. 164.

²⁹¹ BENAÏM Laurence, « Premiers pas au Carrousel : succès et polémique », dans *Le Monde*, 24 janvier 1994, p. 9.

²⁹² GRAVELAINE (DE), LEBRAT, 1999, p. 164.

accrédités²⁹³. Ils sont loin du désordre qui avait lieu chaque saison dans la cour Carrée et celle-ci est désormais accessible à tout moment de l'année.

Le projet initial impliquait pour ces espaces, lorsqu'ils ne sont pas occupés par les défilés de mode, une transformation en un lieu d'exposition pour les métiers d'art²⁹⁴ grâce à des gradins escamotables pouvant se transformer en plancher²⁹⁵. Finalement, en dehors des deux périodes de défilés de prêt-à-porter femme, ils accueillent divers événements dont le propos diffère de l'industrie de la mode : dîners et assemblées générales d'entreprises, salons, débats, etc. En parallèle, un accord est signé entre la SARI et la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter, des couturiers et des créateurs de mode pour leur réserver les salles deux mois dans l'année²⁹⁶. La Fédération loue ainsi les salles à la SARI pour ensuite les sous-louer aux maisons de mode pour une somme étant comprise entre cent cinquante mille et deux cent soixante-dix mille francs^{297,298}. Pendant sept années, de 1993 à 2000, le bail du Carrousel est géré par la SARI. Le 1^{er} janvier 2000, celui-ci est repris par Unibail pour une durée de quatre-vingts ans, contrat qui est encore en cours aujourd'hui²⁹⁹.

Le musée du Louvre ne touche ainsi aucune somme quant à la location de ces espaces par les créateurs de mode, la totalité revenant à l'opérateur privé. L'établissement public perçoit uniquement les redevances dues par l'exploitation de la galerie par la société privée³⁰⁰. Les défilés de mode dans les salles du Carrousel ne sont ainsi pour le musée pas une source directe de revenus. La nouvelle localisation de ces présentations n'est pour autant pas un manque à gagner pour le Louvre, compte tenu de la très faible perception de crédits octroyés par le ministère de la Culture pour l'occupation de la cour Carrée précédemment. Ce nouveau fonctionnement pourrait même être pour le musée un certain soulagement. En effet,

²⁹³ PENICAUT Nicole, « Défiler, une course contre la monde », dans *Libération*, 12 octobre 1995, p. 24.

²⁹⁴ BENAÏM Laurence, « Les défilés déménagent », dans *Le Monde*, 27 octobre 1989, p. 19.

²⁹⁵ GRAVELAINE (DE), LEBRAT, 1999, p. 164.

²⁹⁶ GUERRIN, 1993.

²⁹⁷ BENAÏM Laurence, « Cher et froid Carrousel du Louvre », dans *Le Monde*, 8 octobre 1996, p. 25.

²⁹⁸ Il est intéressant de constater que dans MOUCLIER, 2004, p. 143, l'auteur écrit que la fédération « [prêtait] gracieusement les salles du Carrousel du Louvre pour les manifestations [de mode] », ce que toutes les autres sources contredisent. Cela permet une nouvelle fois de douter de l'objectivité de cet ouvrage.

²⁹⁹ DE VRIESE Muriel et PETIT-AUGARDE Chloé, « Espaces commerciaux », dans BRESCH-BAUTIER Geneviève (dir.), *Histoire du Louvre III, Dictionnaire thématique et culturel*, Paris : Louvre éditions et Fayard, 2016, p. 157 – 162.

³⁰⁰ Article 23 du Décret n°92-1338 du 22 décembre 1992 portant création de l'Établissement public du musée du Louvre.

celui-ci n'a plus à concilier demandes ministérielles, professionnels de la mode et spécialistes de la culture.

UN CARROUSEL BOUDE PAR LES CREATEURS

DES SALLES INADAPTEES POUR DES CREATEURS AUX PERSONNALITES FORTES

Les couturiers et professionnels de la mode attendaient depuis longtemps la création d'espaces pérennes pour la présentation de leurs collections, les défilés dans la cour Carrée étant quelque peu chaotiques. Quand le Carrousel du Louvre est finalement inauguré pour répondre à cette demande, il s'avère que les premiers concernés ne sont plus intéressés par un tel endroit. Différentes raisons expliquent ce changement d'avis.

En premier lieu, ces espaces se sont fait attendre pendant des années au point que finalement la mode soit passée de mode. Dans les années 1990 en effet, la couture revient à des volontés plus personnelles, chaque maison préférant un lieu avec une identité qui lui est propre. Investir le Carrousel du Louvre est synonyme pour les maisons de mode de rentrer dans un moule. Malgré un espace pratique et fonctionnel, les pierres beiges ne permettaient pas d'exprimer tout le potentiel et l'imaginaire de la marque. Les défilés sont désormais des « déclarations d'intention intellectuelle ou spirituelle³⁰¹ » des directeurs artistiques, qui ont envie d'espace neutre dans lequel ils peuvent exprimer librement leur créativité et créer des scénographies de plus en plus folles ou au contraire beaucoup plus intimistes. Les créateurs de mode ont besoin de défiler dans un microcosme qui reflète véritablement leur personnalité quitte à « créer des images, des ambiances, des attitudes plutôt que d'habiller les femmes³⁰² ».

L'architecture ne plaît ainsi pas aux couturiers qui ont désormais des envies nouvelles. En effet, les salles conçues par Gérard Grandval reprennent l'esthétisme très épuré et quasiment brut de la galerie commerciale et du hall Napoléon du musée du Louvre. Les salles du Carrousel, mise à part la beauté des espaces qui reste,

³⁰¹ LE BLEVENNEC Nolwenn, « Il n'y aura plus de défilés au Carrousel du Louvre », dans *Le Figaro*, 17 juin 2010, p. 29.

³⁰² LICHT Daniel, « A la mode comme à la scène », dans *Libération*, 16 mars 1996, p. 20 – 21.

comme tout sujet relevant du goût, subjective, sont également peu fonctionnelles, malgré leur mobilité. Pour le couturier Christian Lacroix, le podium est trop bas sous les gradins et donc le public trop loin. Les salles du Carrousel lui « [rappellent] les stades de volley-ball qui [le] terrifiaient à l'école³⁰³ ». De plus, plusieurs voix ironisent sur l'aspect sous-terrain du lieu. La journaliste Bernadine Morris du *New York Times* écrit en mars 1993 qu' « à la place des tentes, les nouveaux vêtements seront montrés dans les catacombes³⁰⁴ ». Un certain nombre de maisons de mode se rend ainsi plutôt dans les habituels grands hôtels, opéra Garnier, palais de Chaillot, Carreau du Temple, théâtres ou encore des boîtes de nuit, des espaces de stationnements et autres lieux incongrus³⁰⁵.

UN COUT TROP IMPORTANT POUR LES POSSIBILITES OFFERTES

Considérations esthétiques et pratiques mises à part, défilé dans les salles du Carrousel a un coût que toutes les maisons, notamment les plus jeunes, ne peuvent se permettre. Le prix de location d'une salle varie entre cent cinquante mille francs et deux cent soixante-dix mille francs en fonction de l'espace choisi et de la durée d'occupation³⁰⁶. Ces tarifs sont problématiques pour les petites maisons qui ont particulièrement besoin d'utiliser ces salles, celles-ci ayant l'avantage de maintenir les spectateurs en un seul et même lieu. Un couturier moins reconnu peut en effet tirer profit du défilé précédent ou prochain d'un couturier plus connu pour conserver son assistance. L'enjeu est de taille : dépenser une somme folle pour avoir un auditoire conséquent ou choisir une salle plus intimiste et prendre le risque de voir son public être réduit ? Les deux options sont à évaluer, d'autant plus quand de grosses maisons ne défilent pas au Carrousel. Le styliste Angelo Tarlazzi, censé défilé dans les sous-sols du Louvre en octobre 2001, annule sa manifestation. Son argumentation quant à cette annulation repose sur la présentation précédente dans le calendrier officiel qui est celle d'Alexandre McQueen et qui a lieu au Stade français à l'ouest de Paris, bien

³⁰³ BENAÏM Laurence, « Paris promue capitale de la mode », dans *Le Monde*, 13 octobre 1995, p. 27.

³⁰⁴ MORRIS Bernadine, « From Lagerfeld, Legs in sheer black skirts », dans *The New York Times*, 16 mars 1993, p. 8.

Texte original: « Instead of tents, new clothes will be introduced in catacombs ».

³⁰⁵ BOULAY Anne, « Dix jours et cent scènes de prêt-à-porter 1995-1996 », dans *Libération*, 14 mars 1995, p. 22.

³⁰⁶ BENAÏM, 1996 (b).

loin du centre de la ville où demeure le Louvre. Le créateur italien a préféré tout annuler plutôt que de prendre le risque de présenter sa nouvelle collection devant des gradins à moitié vides³⁰⁷. Pour contrecarrer ces effets et encourager les jeunes talents à présenter leurs nouveaux modèles au Carrousel, la fédération invite chaque saison un ou deux créateurs à défiler sous le Louvre. Les frais de location leur sont offerts, mais il reste à leur charge l'ensemble des répétitions, l'embauche des mannequins, etc.³⁰⁸. Un jeune couturier dont le nom n'est pas connu témoigne dans les pages du *Monde* en octobre 1996 qu'« être invité au Carrousel du Louvre, c'est aller au casse-pipe. La moindre répétition, le moindre spot se monnaie...³⁰⁹ ».

Tous les lieux alternatifs ne présentent pour autant pas des prix beaucoup plus intéressants. Il est certes moins cher de défiler dans d'autres espaces que ceux du Carrousel, mais cela représente tout de même un coût pour les maisons. Un couturier doit par exemple déboursier quatre-vingt mille francs pour un défilé au Carreau du Temple, une vaste halle conçue en 1863 dans le troisième arrondissement de Paris³¹⁰. C'est pourquoi certaines maisons font le choix de défiler dans leurs propres boutiques ou dans des lieux beaucoup plus alternatifs à l'instar de Martin Margiela qui choisit des terrains vagues ou des stationnements désaffectés.

Le constat est finalement assez maussade pour la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode qui a de plus en plus de mal à attirer les créateurs et, par extension, à atteindre son seuil de rentabilité. En mars 1995, soit un an seulement après les premiers défilés de prêt-à-porter au Carrousel, à peine la moitié des défilés a lieu dans ces espaces (quarante-et-un sur quatre-vingt-huit)³¹¹. En octobre de la même année, ils sont quarante tandis qu'un an plus tard ils ne sont plus que trente³¹². À l'automne 1997, leur nombre a encore baissé pour être réduit à vingt-quatre. Cette baisse n'est pas linéaire avec parfois de nouveaux regains de popularité, notamment en octobre 1998 où trente-huit défilés (sur quatre-vingt-douze au total, c'est-à-dire un nombre également plus élevé) ont lieu au

³⁰⁷ SAMET Janie, « Angelo Tarlazzi, « Pourquoi j'ai annulé mon défilé » », dans *Le Figaro*, 8 octobre 2001, p. 35.

³⁰⁸ BOULAY 1995.

³⁰⁹ BENAÏM Laurence, « Paris, capitale assiégée du prêt-à-porter féminin », dans *Le Monde*, 8 octobre 1996, p. 25.

³¹⁰ PRIGENT Loïc, « Trop cher, trop vite, frustrant... Le défilé en rebute plus d'un », dans *Libération*, 15 octobre 1997, p. 32.

³¹¹ BENAÏM, 1995 (a).

³¹² BENAÏM, 1996 (b).

Carrousel. Cette diminution est tout de même conséquente et elle est la preuve d'un désintérêt massif de la part des maisons de couture pour ces espaces³¹³. Pour la Fédération de la couture, du prêt-à-porter et des créateurs de mode, la situation commence à devenir critique. En effet, le seuil de rentabilité nécessite la présence d'au moins trente-trois défilés pour une saison de présentations, nombre qui est difficilement atteint³¹⁴. Le coût de la location des salles auprès de la SARI puis Unibail n'est pas remboursé par la sous-location des couturiers.

UNE NOUVELLE REFLEXION POUR ACCUEILLIR LES DEFILES

Finalement arrivent alors les mêmes remarques négatives qui avaient cours avant 1982 : les journalistes et acheteurs se plaignent de devoir traverser tout Paris pour assister aux différents défilés pour lesquels ils sont invités. La fédération, fataliste, accepte que ses cotisants n'utilisent pas obligatoirement les espaces du Carrousel du Louvre, mais leur demande tout de même d'organiser des présentations aux alentours du musée pour plus de commodité. Ils usent également de mesures incitatives pour occuper les salles souterraines : la priorité dans le choix des dates du calendrier officiel de la semaine de la mode établi par la fédération est donnée à ceux qui louent les salles du Carrousel³¹⁵ et les jeunes créateurs ont un tarif préférentiel de trente mille francs le dimanche³¹⁶. En mars 1999, Didier Grumbach³¹⁷, nouvellement nommé à la tête de la Fédération française de la couture en 1998, indique dans une interview vouloir « ramener les défilés en centre-ville [...] et offrir enfin un service d'accueil efficace, avec location de voitures, réservation restaurant, etc. installé dans la salle des fossés Charles V³¹⁸ ». Il entend donc réaménager les espaces du Carrousel en proposant des services complets pour les marques et les invités afin d'encourager les créateurs à revenir dans ces espaces. Cette interview intervient quatre ans après les

³¹³ SAMET Janie, « Zoom sur les prochaines collections », dans *Le Figaro*, 1^{er} octobre 1998, p. 13.

³¹⁴ BENAÏM Laurence, « Paris, capitale de la mode, sous l'empreinte des années Saint-Laurent », dans *Le Monde*, 15 octobre 1997, p. 31.

³¹⁵ WHITE Constance C.R., « Patterns », dans *New York Times*, 21 octobre 1997, p. 7.

³¹⁶ QUILLERET Anne Laure, « Le marathon mondial de la mode fait étape à Paris », dans *Le Monde*, 10 mars 1999, p. 27.

³¹⁷ Didier Grumbach (1937 -) est un homme d'affaire français spécialisé dans la mode. Il est président de la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode de 1998 à 2014. Il est l'auteur de *Histoires de la mode*, Paris : Éditions du Regard, 2008.

³¹⁸ SAMET Janie, « L'hiver 2000 en avant-première », dans *Le Figaro*, 4 mars 1999, p. 17.

premiers défilés au Carrousel du Louvre et montre tout l'échec lié à la rapidité de conception de ces salles, qui avaient l'avantage de proposer des espaces pérennes, mais n'ont pas songé à tous les facteurs environnants. Le constat est là : le Carrousel a échoué dans son projet et il semble ambitieux de repenser à un nouveau projet à la fin des années 1990. Il ne semble penser qu'aux journalistes et acheteurs, fatigués de traverser tout Paris pendant une semaine, mais quid des créateurs de mode ? À l'aune du nouveau millénaire et après avoir essaimé dans tous les lieux les plus incongrus de la capitale, ont-ils à nouveau envie de se voir contraints dans des espaces qu'ils n'ont pas choisis ? Pour la journaliste spécialiste de mode Janie Samet, la réponse à cette question ne fait aucun doute : « L'originalité du lieu devient la moitié du succès³¹⁹ ». Les maisons de mode doivent ainsi trouver des lieux qu'elles affectionnent d'une certaine manière. Et aux journalistes de continuer à courir à travers la capitale française, et aux agences d'évènementiel de se démultiplier et faire florès³²⁰.

Ainsi, face à la baisse continue de l'occupation des espaces du Carrousel, en 2010, la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode s'avoue vaincue et quitte les lieux. En mars de cette année, elle n'accueillait plus que deux défilés par jour, de créateurs qui ne font pas forcément la première page des journaux³²¹. Le président, Didier Grumbach, prend ainsi la décision de ne plus louer d'espaces pour les défilés, le modèle économique de la sous-location n'étant plus efficace, les marques préférant être en relation directe avec les lieux qu'elles choisissent. Cette décision intervient trois ans après que Louis Vuitton ait finalement eu accès à la cour Carrée du Louvre. L'abandon du Carrousel par les créateurs de mode, bien qu'il soit finalement ancien comme nous l'avons déjà vu, peut être corrélé à l'arrivée de la marque au monogramme au sein du musée. En effet, à quoi bon pour une maison de couture, défilé dans le même lieu que celui du mastodonte Louis Vuitton qui bâtit, comme nous le verrons plus tard, une partie de sa communication sur sa présence au Louvre ? De plus, la maison du malletier a accès à un bien plus bel espace que le sous-sol du musée : la cour Carrée.

Louis Vuitton et les raisons évoquées précédemment ne sont de loin pas les seules raisons quant à l'absence des créateurs dans ces espaces. En effet, le Carrousel est

³¹⁹ SAMET Janie, « Bêtes de mode et « fashion victims » », dans *Le Figaro*, 24 février 2000, p. 15.

³²⁰ DE SANTIS Sophie, « Elle court, elle court la mode », dans *Le Figaro*, 3 octobre 2001, p. 4 – 9.

³²¹ LE BLEVENNEC, 2010.

potentiellement également délaissé pour des raisons organisationnelles : quelle maison a envie de faire traverser une galerie commerciale bondée de touristes à des célébrités de premier plan ? Un article du *Figaro* du 17 juin 2010 rappelle en effet que venir dans les salles du Carrousel signifie « passer devant des marchands de balais, de bonbons et de cravates³²² » installés dans la galerie commerciale.

Le tournant des années 2000 marque ainsi un nouveau changement à la fois dans l'histoire des défilés, mais également au sein même du musée du Louvre. L'organisation des présentations des nouvelles collections est désormais le ressort d'agences spécialisées qui tendent vers toujours plus de spectaculaire tandis que l'organisation financière du Louvre est elle-même en mutation avec le développement du mécénat rendu possible grâce à une émancipation du musée vis-à-vis de son ministère de tutelle.

³²² *Ibid.*

LES ANNEES 2000 : UN TOURNANT POUR LES DEFILES ET LE MUSEE DU LOUVRE

LES DEFILES-SPECTACLES

LES SOCIETES DE PRODUCTION

Dès les années 1990, les marques mettent en scène des défilés de plus en plus scénographiés durant lesquels les vêtements ne se suffisent plus à eux-mêmes. Les présentations sont organisées avec faste dans des lieux de plus en plus importants ou prestigieux. Parmi les manifestations les plus phénoménales se trouve celle d'Yves Saint Laurent le 12 juillet 1998. Quelques minutes avant le coup d'envoi de la finale de la Coupe du monde de football, dont la France sortira victorieuse, trois cents mannequins s'élancent sur le terrain recouvert d'une toile bleu ciel flanquée du sigle Yves Saint Laurent. Ce défilé est l'apothéose d'une décennie de changements avant d'entrer de pleins pieds dans le nouveau millénaire. À partir des années 2000, les défilés deviennent de plus en plus impressionnants. Une façon pour une marque de se démarquer de ses concurrentes et de bénéficier d'un maximum de visibilité dans la presse puis, plus tard, dans la presse numérique et les réseaux sociaux. De plus, l'arrivée des financiers crée une logique de rentabilité est de plus en plus poussée. Afin de dépasser la situation d'équilibre, les marques conçoivent tout un univers en plus des collections vestimentaires.

Ces manifestations de plus en plus impressionnantes sont le fait de sociétés qui, pour la première notamment, La Mode en Images par Olivier Massart, naissent au début des années 1980 afin de répondre à la demande croissante des marques. Massart, à qui l'on doit le défilé Yves Saint Laurent précédemment cité et qui produit les défilés Louis Vuitton actuels, pourrait d'ailleurs être considéré comme l'« inventeur du défilé de mode d'aujourd'hui³²³ ». Il affectionne particulièrement « faire de la

³²³ BRIAND Soizic, « Cet homme est devenu un des rouages-clés de la mode et du luxe », dans *Challenges*, 11 octobre 2015 [en ligne]. Disponible à <https://www.challenges.fr/media/publicite/cet-homme-est-devenu-un-des-rouages-clés-de-la-mode-et-du-luxe_63171>, dernière consultation le 27 août 2019.

Idée reprise dans SAINT-JEAN Catherine, « Les extravagances des mises en scène », dans *Le Figaro*, 11 octobre 2000, p. 30.

création sur la création³²⁴ » et travailler dans des lieux chargés d'histoire : place de la Concorde, palais Farnèse, opéra Garnier ou, plus exotique, la muraille de Chine³²⁵. Pour le scénographe, cela permet de combattre « la litanie des habitudes et la torpeur de l'ennui³²⁶ » des présentations classiques de collections. Aujourd'hui, les trois plus grands producteurs de défilés de mode à Paris sont La Mode en Images, désormais propriété de l'agence de communication Mazarine, Bureau Betak, du nom de son fondateur, Alexandre de Betak, qui crée sa société en 1990³²⁷ et Etienne Russo, créateur de la société Villa Eugénie qui signe aujourd'hui les célèbres défilés Chanel. Les présentations sont désormais considérées avec une approche « architecturale, artistique et émotionnelle plutôt que comme des événements contraints³²⁸ ».

Le processus de création du défilé débute en collaboration entre le directeur artistique et son équipe et le bureau de création. Les premières idées sont établies au moment du dévoilement par le directeur artistique des premières intentions concernant la nouvelle collection, soit trois à six mois avant le défilé³²⁹. Chez Louis Vuitton, la tâche revient à Faye McLeod, directrice de l'image et Ansel Thompson, son bras droit, qui discutent avec le directeur artistique, Marc Jacobs ou Nicolas Ghesquière plus tard, afin de cerner les lignes directrices de sa prochaine collection. La discussion se fait également avec la société La Mode en Images qui produit les défilés de la marque et qui établit tout le processus et l'organisation de mise en espace³³⁰. Avec cette équipe peut s'ajouter un ou une scénographe externe à la société de production. Par exemple, la marque Louis Vuitton fait parfois appel à la décoratrice britannique Es Devlin pour certains de ses défilés. L'équipe visuelle Louis Vuitton réfléchit au décor, le scénographe le conceptualise de manière plus concrète avec des maquettes détaillées tandis que la production le met en œuvre. Le travail du scénographe et du bureau de production est complet : il ne s'agit pas seulement de concevoir le décor, mais

³²⁴ Olivier Massart cité dans SAVIGNON Jérôme, *Faiseur de rêves*, Paris : Assouline, 2013, p. 126.

³²⁵ Défilé Pierre Cardin, le 20 septembre 2018.

³²⁶ SAVIGNON Jérôme, *Faiseur de rêves*, Paris : Assouline, 2013, p. 205.

³²⁷ BETAK, SINGER, 2017, p. 11.

³²⁸ *Idem*, p. 7.

Texte original : « by approaching them as architectural, artistic, and emotional expressions rather than the constrained events that they were before ».

³²⁹ GUILLAUME Hélène, « Alexandre de Betak, l'homme aux mille défilés », dans *Le Figaro*, 28 septembre 2018, p. 33.

³³⁰ GOLBIN, 2012, p. 144.

également de travailler sur les lumières et sur le parcours que les mannequins auront à arpenter³³¹.

MEDIATISATION DES DEFILES

Ce développement des défilés-spectacles est symptomatique à la fois du changement du type de management dans le secteur, avec l'arrivée des financiers et une logique de rentabilité plus poussée, mais également du début du règne des médias numériques qui invitent à toujours plus d'excentricité à cause d'une visibilité accrue.

À partir des années 2000, l'ensemble de la société prend un virage avec la démocratisation d'internet. Les défilés sont visibles quasiment instantanément et le nombre de personnes intéressées par la mode croît grâce à ce nouveau médium. Didier Grumbach, président de la Fédération française de la couture en fait le constat en mars 2009 à l'occasion des présentations automne-hiver 2009-2010 : « La mode intéresse de plus en plus de gens et de médias, tels ces sites internet qui n'existaient pas il y a peu³³² ». Aujourd'hui, avec notamment l'avènement du réseau social Instagram³³³ qui permet la diffusion en ligne d'images léchées, la scénographie du défilé de mode prend encore une importance supplémentaire et nécessite une mise en valeur particulière pour être certaine d'attirer le regard sur les réseaux sociaux. Pour Sébastien Girard, auteur de *Instagramming, l'art de développer une marque de luxe sur Instagram*, cette plateforme photographique pourrait même être « l'outil qui va présider à la définition d'idée créative d'un défilé³³⁴ ». Les vêtements ne sont plus nécessairement à l'origine même du défilé ; les besoins de communication de la marque de luxe mettant plus en valeur l'esthétisme de leurs scénographies plutôt que le savoir-faire de la maison. De plus, les réseaux sociaux permettent désormais de

³³¹ GUILLAUME, 2018 (b).

³³² LORELLE Véronique, « L'élégance à la française », dans *Le Monde*, 14 mars 2009, p. 23.

³³³ Instagram, aujourd'hui propriété de Facebook, est une application créée en 2010 par Kevin Systrom et Mike Krieger. Les utilisateurs peuvent partager des photographies qu'ils ont prises sous forme de *post* qui peuvent générer des « j'aime » ou des commentaires ou bien les partager dans des *stories*. Au 9 juillet 2019, le site Socialblade.com comptabilise 8,5 millions de comptes Instagram dans le monde.

³³⁴ GIRARD Sébastien, *Instagramming, L'art de développer une marque de luxe sur Instagram*, Paris : Meltem Editions, 2018, p. 153.

faire des *teasing*³³⁵ des défilés, c'est-à-dire donner des aperçus rapides de ce que va être l'évènement³³⁶. Le lieu et la scénographie sont les éléments plébiscités pour ces formats, la maison ne souhaitant pas montrer des pièces de sa nouvelle collection avant le jour J. On peut alors voir sur Instagram des extraits des décors.

Chez Louis Vuitton, c'est en 2001 que la marque réalise qu'elle a besoin d'offrir un contenu différent lors de ses présentations afin de captiver un maximum de son audience. Elle traduit cette nécessité en invitant pour la première fois un artiste contemporain à collaborer avec la marque : Stephen Sprouse, qui dessine des graffitis sur la fameuse toile au monogramme. Aujourd'hui encore, ce partenariat insolite apparaît comme une « preuve à la fois d'anarchisme et de génie marketing³³⁷ ». Le défilé en lien avec cette collection est le premier défilé original de la marque avec des grooms à l'air patibulaire portant les sacs gribouillés par Sprouse. Jane Whitfield, directrice de style chez Louis Vuitton, explique, dans le catalogue de l'exposition *Louis Vuitton, Marc Jacobs* du musée des Arts décoratifs de Paris, que « tout a commencé avec ce défilé de 2001 et dès lors, c'est devenu de la folie³³⁸ ». En analysant les scénographies des défilés, nous pouvons remarquer que c'est essentiellement à partir de 2010 et du défilé printemps-été 2011 présenté le 6 octobre que les changements sont les plus impressionnants : la mise en scène noire et or est accompagnée de faux tigres donnant une allure bestiale chic à l'ensemble de la présentation³³⁹ (**Annexe 11**). Whitfield analyse que « ce que les gens attendent désormais, c'est le défilé tout entier, jusqu'au bout³⁴⁰ ».

Les maisons de mode se mettent alors à concevoir des défilés de plus en plus grandioses afin de captiver les spectateurs et les médias. Ces défilés sont le reflet de l'âme de leur nouvelle collection et permettent d'offrir un univers à leur clientèle, évolution à laquelle le Carrousel du Louvre n'a pu répondre.

³³⁵ Le *teasing* ou aguichage en français est la « phase initiale d'une campagne publicitaire se présentant sous forme d'énigme, destinée à susciter et à maintenir l'attention du public », d'après le *Larousse*, 2019.

³³⁶ GIRARD, 2018, p. 155.

³³⁷ ELLISON Jo et RYTTER Louise, *Louis Vuitton : défilés*, Paris : La Martinière, 2018, p. 13.

³³⁸ GOLBIN, 2012, p. 144.

³³⁹ Voir les scénographies de l'ensemble des défilés Marc Jacobs pour Louis Vuitton au musée du Louvre en Annexe 11, p. 52.

³⁴⁰ GOLBIN, 2012, p. 144.

REpondre A LA CONCURRENCE ET DEVELOPPER L'ESSENCE DE LA MAISON

L'aspect trop aseptisé du Carrousel du Louvre aurait pu convenir dans les années 1980 quand la mode se focalisait essentiellement sur les vêtements plutôt que sur les scénographies. Cette nouvelle envie de créer un spectacle sur mesure n'est pas uniquement liée aux volontés fantasques du créateur, mais répond également à un impératif commercial. En effet, bien que les présentations de nouvelles collections bénéficient d'une large presse, elles ne sont pas rentables pour les créateurs. Les défilés spectacles sont désormais l'occasion de vendre l'univers de la marque, en plus des vêtements, et de donner l'impression à un public moins aisé d'avoir envie d'acheter des accessoires, de la parfumerie ou des cosmétiques de telle marque, plus accessibles pour sa bourse et bien plus rentables pour la marque. L'argent tiré de ces activités permet ainsi de financer des défilés de plus en plus chers, et ce dès les années 1990³⁴¹.

De plus, la concurrence se faisant plus rude et les financiers détenant les grandes marques demandant des bénéfices concrets, les maisons de couture ont besoin de se singulariser et de marquer les esprits par des images visuelles fortes ou des musiques entêtantes. Cela se fait dans la majorité des fois au détriment des collections qui perdent, selon les journalistes de mode de l'époque, peu à peu de leur saveur et de leur originalité³⁴². Lors des présentations d'octobre 1996, la journaliste de mode Laurence Benaïm pose une question qui résume toute l'étendue de la situation : « Jusqu'à quand Paris pourra-t-elle entretenir cette course à la médiatisation [...] ?³⁴³ ». De plus en plus de connaissances et de qualités sont demandées aux créateurs de mode, qui ne sont véritablement plus des artistes, mais bien des « directeurs » artistiques dont la dénomination reflète le changement relatif à la profession : auparavant génie de la création artistique, le *designer* est désormais devenu avant tout un commercial³⁴⁴.

Le défilé est au cœur même de la collection, il s'agit de l'apothéose d'un travail ayant été en gestation durant quasiment six mois. Il faut alors marquer les esprits de

³⁴¹ PRIGENT 1997.

³⁴² LICHT, 1996.

³⁴³ BENAÏM, 1996 (a).

³⁴⁴ ERNER Guillaume, *Victimes de la mode ?*, Paris : La découverte, 2004, p. 44.

Il parle notamment du cas Tom Ford qui, mis à la tête de Gucci en 1990, « assume sans état d'âme son sens commercial ».

manière forte afin que les nouvelles pièces proposées aient du succès avant même qu'elles ne soient disponibles en magasin. Les sociétés produisant ces nouvelles présentations font ainsi le maximum pour emporter le temps de quelques minutes les invités dans un univers parfois plus que loufoque. La profusion de paillettes et de feux d'artifice associés à ces événements permet de faire rêver le spectateur et lui donner envie de rejoindre le monde merveilleux de telle ou telle marque. Roland Barthes écrivait déjà en 1967 dans *Système de la mode*, que « pour obnubiler la conscience comptable de l'acheteur, il est nécessaire de tendre devant l'objet un voile d'images, de raisons, de sens, [...] bref de créer un simulacre de l'objet réel³⁴⁵ ». Le défilé est justement ce simulacre dans lequel le client se projette. En contemplant les images et le monde que la marque lui propose, il souhaite l'intégrer et, pour parvenir à cette fin, acheter les objets provenant de cet univers. Acheter un sac aperçu lors du dernier défilé Louis Vuitton, ce n'est pas que posséder une pièce de maroquinerie, c'est également s'approprier la scénographie et le spectacle qui ont été proposés.

Parallèlement, cette création d'un monde est à la fois une nécessité commerciale, mais permet également au créateur d'exprimer son univers quitte à « créer des images, des ambiances, des attitudes plutôt que d'habiller les femmes³⁴⁶ ». Investir le Carrousel du Louvre était synonyme pour les maisons de mode de rentrer dans un moule. Malgré un espace pratique et fonctionnel, les pierres beiges ne permettaient pas d'exprimer tout le potentiel et l'imaginaire de la marque. Les défilés sont désormais des « déclarations d'intention intellectuelle ou spirituelle³⁴⁷ » des directeurs artistiques, qui ont envie d'espaces neutres dans lequel ils peuvent exprimer librement leur créativité et créer des scénographies de plus en plus folles.

Ce vent de changement dans la mode va ainsi entraîner une augmentation de la volonté des marques à défilé dans des lieux prestigieux reflétant l'essence même de leur maison. Au sein du musée du Louvre, certains grands noms de la mode vont exercer une pression de plus en plus forte pour pouvoir occuper ses espaces. Alors que le musée rejetait en bloc les défilés dans les années 1980, divers événements débutants par le projet du Grand Louvre vont progressivement permettre la location d'espace lors des défilés de prêt-à-porter.

³⁴⁵ BARTHES Roland, *Système de la mode*, Paris : Seuil, 1967, p. 10.

³⁴⁶ LICHT, 1996.

³⁴⁷ LE BLEVENNEC, 2010.

AU LOUVRE, DES CHANGEMENTS LEGISLATIFS FAVORABLES AU MECENAT ET A LA LOCATION D'ESPACE

1993 : L'INDEPENDANCE DU MUSEE DU LOUVRE

La transformation physique du musée du Louvre lors du projet Grand Louvre est corrélée à une transformation juridique. L'institution gagne en indépendance en devenant en 1993 un Établissement public à caractère administratif³⁴⁸ placé sous la tutelle du ministère de la Culture. Le musée se voit doter d'un président-directeur, Michel Laclotte, en décembre 1991, remplacé par Pierre Rosenberg en octobre 1994. Le rôle de celui-ci est désormais plus important. En effet, il est « responsable du fonctionnement général du musée [...], a autorité sur l'ensemble du personnel du musée [...] [et] coordonne l'activité scientifique et muséologique des départements du musée³⁴⁹ » d'après l'arrêté relatif à cette transformation juridique.

De plus, le musée gère désormais son propre budget et développe sa propre stratégie et organisation. Pendant les cinq années suivantes, à partir de 1993, le budget du Louvre augmente considérablement. Il atteint les 527,8 millions de francs en 1998³⁵⁰. Les postes de revenus sont divers : recettes de la billetterie, de la boutique, de la location d'espace, du mécénat, des produits financiers, des redevances, etc. Cette embellie est relative, le musée devant de plus développer ses ressources propres, ce qui génère finalement de nouvelles dépenses.

En effet, cette augmentation du financement interne est contrebalancée par un désengagement de l'État depuis le début du XXI^e siècle. Le musée doit ainsi chercher de nouvelles sources de revenus, l'augmentation du prix du billet d'entrée ne pouvant être l'unique solution face au déficit budgétaire, malgré une élasticité-prix quasiment nulle³⁵¹, les touristes étrangers étant peu réceptifs à une augmentation des tarifs d'entrée du musée³⁵². Un nouveau modèle économique est ainsi nécessaire pour

³⁴⁸ Un établissement public à caractère administratif ou EPA est « une personne morale de droit public disposant d'une certaine autonomie administrative et financière afin de remplir une mission d'intérêt général autre qu'industrielle et commerciale, précisément définie, sous le contrôle de l'État ou d'une collectivité territoriale ».

³⁴⁹ Article 3, Arrêté du 8 décembre 1987 portant organisation du musée du Louvre.

³⁵⁰ MATHIEU Brice, « Budget », dans BRESCH-BAUTIER, 2016 (b), p. 56 – 59.

³⁵¹ L'élasticité-prix mesure la réaction de la demande d'un produit suite à une variation de son prix. Une élasticité-prix nulle signifie qu'une variation du prix, qu'elle soit positive ou négative, n'a pas d'impact sur la demande. Les consommateurs continueront d'acheter ce bien ou ce service.

³⁵² GINSBURGH Victor et THROSBY David, *Handbook of the Economics of Art and Culture*, North Holland, 2006, p. 1021.

l'établissement. Cela se traduira en partie par une augmentation des revenus perçus grâce au mécénat, dont la loi Aillagon encouragera le développement.

2003 : LOI AILLAGON RELATIVE AU MECENAT

Françoise Benhamou fait remonter la mise en valeur du mécénat en France dès les années 1960. La création de la Fondation de France en 1968 marque un tournant³⁵³, dans un pays pourtant peu habitué à impliquer des mécènes et où le rôle de l'État est primordial dans le financement de la culture³⁵⁴. Deux lois précèdent la loi Aillagon de 2003 et sont déjà porteuses d'incitations fiscales : la loi du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat³⁵⁵ et la loi du 4 juillet 1990 sur les fondations d'entreprise³⁵⁶. Mais c'est véritablement Jean-Jacques Aillagon, ministre de la Culture et de la Communication de 2002 à 2004, qui fera voter une loi des plus incitatives. La mise en place de la loi Aillagon en 2003 est en effet un fait sans précédent en France et dans les autres pays. Deux mesures encourageantes vis-à-vis des mécènes sont conçues avec, concernant les entreprises, une exonération d'impôts de 60% du montant du don et jusqu'à 90% pour le cas des « trésors nationaux ». Cette nouvelle disposition a apporté un soutien considérable aux institutions culturelles qui pouvaient désormais envisager des financements plus importants de la part du secteur privé. Mais cette avancée, bien que présentée comme positive pour les musées, est aussi la traduction d'un désengagement de plus en plus marqué de l'État français, justifié par l'expression de « libération de l'initiative³⁵⁷ » par Jacques Chirac, alors Président de la République.

La deuxième mesure incitative est la possibilité d'obtenir des contreparties pour le mécène en échange de sa générosité. Ces contreparties peuvent être de différentes formes : visites privées, entrées gratuites, événements particuliers, etc. Ces compensations sont légiférées par la loi de 2003 qui interdit aux musées d'offrir plus de 25% du montant du don à l'entreprise mécène en contrepartie. Il ne doit ainsi pas

³⁵³ BENHAMOU Françoise, *Les dérèglements de l'exception culturelle*, Paris : Seuil, 2006, p. 151.

³⁵⁴ ALLINNE Jean-Pierre et CARRIER Renaud (dir.), *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*, Paris : Harmattan, 2010, p. 22.

³⁵⁵ Loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat.

³⁵⁶ Loi n° 90-559 du 4 juillet 1990 créant les fondations d'entreprise et modifiant les dispositions de la loi n° 87-571 du 23 juillet 1987 sur le développement du mécénat relatives aux fondations.

³⁵⁷ Cité dans ALLINNE, CARRIER, 2010, p. 34.

y avoir de « contrepartie directe » et, si elle existe, celle-ci doit faire preuve d'une « disproportion marquée », codifiée par les 25%. Le principe officiel du mécénat est également de financer un projet particulier, dans lequel l'entreprise mécène se retrouve : restauration, acquisition, développement de programmes, etc. La charte du mécénat proposé par l'Admical³⁵⁸ indique qu'une « politique de mécénat est le fruit d'une stratégie, d'une réflexion sur la personnalité du mécène et ce qu'il peut apporter à la société³⁵⁹ » et que cela serait « sans impact direct³⁶⁰ » sur les activités marchandes du mécène. Il s'agit d'un don désintéressé dans le but d'une « démarche d'attention et d'ouverture à la société³⁶¹ ». Ces propos peuvent paraître somme toute assez naïfs, le mécénat « [étant] une affaire de mœurs au moins autant que d'avantages fiscaux³⁶² », comme le souligne Françoise Benhamou. Le mécénat permet en effet aux entreprises, sous couvert de générosité et d'ouverture culturelle, des avantages fiscaux, des retombées d'images positives, ainsi qu'une insertion dans des réseaux et une certaine légitimité pour le chef d'entreprise³⁶³. De plus, le mécénat profite majoritairement aux grands établissements culturels, qui bénéficient d'une renommée à laquelle il est bon d'être associé³⁶⁴.

LE MECENAT AU MUSEE DU LOUVRE

Le mécénat des entreprises au Louvre existe essentiellement depuis les années 1980, bien avant la politique incitative de Jean-Jacques Aillagon en 2003. Les années 1990 marquent un tournant avec le développement d'une philanthropie tournée vers l'étranger³⁶⁵. La loi de 2003 n'a pas autorisé le mécénat, mais l'a entouré d'un cadre légal. Les entreprises à l'époque mitterrandienne avaient déjà en tête l'idée d'associer leur société à une image de marque et à un projet culturel d'envergure. Bien que les deux premiers présidents-directeurs, Michel Laclotte et Pierre Rosenberg, étaient

³⁵⁸ L'association Admical est fondée en 1979 afin de développer le mécénat d'entreprise en France. Henri Loyrette, ancien directeur du musée du Louvre, en était d'ailleurs le président de 2013 à 2015.

³⁵⁹ Article 5 de la *Charte du mécénat* proposée par l'Admical. Disponible en ligne à <http://admical.org/sites/default/files/uploads/charte_du_mecenat_admical_mai_2017.pdf>, dernière consultation le 27 août 2019.

³⁶⁰ Article 6 de la *Charte du mécénat*.

³⁶¹ Article 7 de la *Charte du mécénat*.

³⁶² BENHAMOU, 2006, p. 156.

³⁶³ *Id.*, p. 157.

³⁶⁴ *Id.*, p. 158.

³⁶⁵ BRESCH-BAUTIER, 2016 (b), p. 196.

moins tournés vers le mécénat que leur successeur, Henri Loyrette, ils avaient tous deux une vision très pragmatique des finances et le mécénat a toujours existé au sein du musée. Loyrette portera tout de même plus loin la politique de mécénat du musée. Son arrivée au Louvre en 2001 a lieu dans un contexte favorable à ce nouveau type de financement : il a de grandes ambitions culturelles que la loi Aillagon deux ans plus tard lui permettra de mener. Il professionnalise le secteur du mécénat en 2002 avec la création d'un service du Mécénat et des Ressources propres relevant de la direction du Développement culturel puis crée en 2008 la direction du Développement et du Mécénat. Auparavant, le mécénat relevait de la compétence du service de la Communication, créé en 1988. Cette direction, dont le nom démontre toute l'importance que Loyrette y donnait, disparaîtra en 2014, sous l'impulsion du nouveau président-directeur Jean-Luc Martinez, qui la rattache à la direction des Relations extérieures et n'en fait qu'un service intégré.

La personnalité de Henri Loyrette, outre son ambition culturelle, est également un encouragement vers le mécénat. Membre de la bourgeoisie parisienne, il est très connecté avec le monde des affaires et a un excellent relationnel³⁶⁶. Il lui est donc plus aisé de « vendre » son musée auprès de financiers ou d'industriels. Pour autant, bien qu'il ait pu faciliter tel ou tel contrat de mécénat, il n'a jamais encouragé la mise en relation avec une personnalité précise et les liens de mécénat ne sont pas le fruit d'une « consanguinité entre [Loyrette] et un univers social³⁶⁷ ». Jean-Luc Martinez quant à lui, est plus axé conservation lors de sa nomination. À son arrivée, il souhaite stopper de manière assez brutale la marchandisation de son établissement. La suppression de la direction du Développement et du Mécénat en est la preuve.

En parallèle de ces changements législatifs et administratifs qui entraînera la présence de Louis Vuitton au musée plus tard, le dessein annoncé par Jack Lang dans les années 1980 de faire du Louvre le centre parisien de la mode est toujours évoqué, mais dans des considérations bien moindres.

³⁶⁶ Entretien avec Françoise Mardrus, le 3 mai 2019.

³⁶⁷ Entretien téléphonique avec Christophe Monin, le 7 mai 2019.

PROJET DE FAIRE DU LOUVRE UN LIEU DE LA MODE

RESTRUCTURATION DU MUSEE DES ARTS DE LA MODE

Le musée des Arts de la mode connaît un dessein plus complexe que celui des défilés : il n'a pas bénéficié du même engouement que celui qui existait pour les collections « vivantes », les défilés. La conservatrice Yvonne Deslandres³⁶⁸ avait réussi dans les années 1980 à obtenir des espaces d'une très grande surface pour l'exposition textile, mais, malgré cela ainsi qu'un soutien gouvernemental combiné à une inauguration en grande pompe en 1986, la pérennité n'était pas encore assurée. L'idée de faire de cet endroit un grand centre de la mode est progressivement remplacée par une simple envie d'établir un musée du textile.

En 1991, l'UCAD bénéficie de nouveaux espaces dans le palais du Louvre grâce à Jack Lang. Le pavillon de Marsan, dans lequel se trouvait le musée des Arts de la Mode, est délaissé au profit de l'aile Rohan. Quatre étages seront aménagés pour les collections permanentes des textiles. Les deux autres seront utilisés pour un centre de documentation et un musée de la Publicité. Le nouveau musée, qui porte désormais le nom moins pompeux de musée de la Mode et du textile, est inauguré en janvier 1997. L'architecture est signée Daniel Kahane, dans une « muséographie discrète mise au service de ces œuvres fragiles que sont les costumes³⁶⁹ ». Les collections évoluent sur 1 500m², ce qui en fait alors le plus grand espace d'exposition consacré à des collections de ce type³⁷⁰. Pour la conservatrice Lydia Kamitsis³⁷¹, en 1997, ce n'est que « la première étape d'une aventure plus vaste³⁷² ».

Malgré cette haute ambition, le musée de la Mode restera sous cette forme et sera intégré plus tard en tant que département au musée des Arts décoratifs. Aujourd'hui, ce dernier fait toujours la part belle aux collections textiles, notamment grâce à des expositions de grande envergure qui intéressent à la fois les spécialistes et le grand

³⁶⁸ Yvonne Deslandres (1923 – 1986) était conservatrice du musée des Arts de la mode. Elle a écrit trois ouvrages sur l'histoire de la mode ainsi qu'un ouvrage sur le couturier Paul Poiret.

³⁶⁹ BEZOMBES Dominique et BERGERON Catherine (dir.), *Le Grand Louvre : histoire d'un projet*, Paris : Grand Louvre : le Moniteur, 1993, p. 168.

³⁷⁰ MADPARIS, « Mode / Textile », dans *MadParis* [en ligne]. Disponible à <<https://madparis.fr/francais/musees/musee-des-arts-decoratifs/collections/departements/mode-textile>>, dernière consultation le 27 août 2019.

³⁷¹ Lydia Kamitsis est historienne de la mode, conservatrice à l'UCAD responsable des collections contemporaines, du programme et de la recherche du musée des Arts de la mode jusqu'en 2003.

³⁷² BENAÏM Laurence, « Le musée de la mode s'ouvre sur fond de polémique », dans *Le Monde*, 27 janvier 1997, p. 19.

public, à l'instar de la rétrospective *Christian Dior, couturier du rêve*, présentée du 5 janvier 2017 au 7 janvier 2018. Mais l'idée originelle d'en faire un grand centre parisien de la mode ne verra finalement jamais le jour.

LES DEFILES A L'UCAD

Malgré la restructuration et le déménagement du musée des arts de la mode et du textile, l'Union centrale des Arts décoratifs n'est pas tout à fait mise à l'écart des semaines de la mode. En 1988, il était prévu de concevoir un espace de mille cinq cents places dans son sous-sol pour accueillir les défilés de la Fédération des couturiers, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode en parallèle des espaces du Carrousel³⁷³. Les défilés ont finalement plutôt lieu sous la nef dont l'architecture est tout avisée pour des présentations de ce type : son aspect longiligne et élégant en fait un espace privilégié pour la mise en place d'un podium et ses 450m² de surface totale permettent d'accueillir de nombreux invités. L'éclairage zénithal mettant en valeur les reliefs des parois sculptées peut facilement s'intégrer dans la scénographie d'un défilé. L'esthétisme de la salle voûtée, haute de presque seize mètres, est bien plus riche et léché que celui des espaces du Carrousel, critiqué par les créateurs pour son aspect aseptisé.

De plus, située à deux pas des salles en sous-sol du musée du Louvre, cette nef s'insère sensiblement bien dans le paysage géographique des semaines de la mode. D'après la journaliste du *Figaro* Sophie Carquain en 2000, il est d'ailleurs considéré comme le « nec plus ultra » de défiler dans les « petites salles qui côtoient les grandes », à l'instar donc des espaces du musée voisin du Louvre, mais également la rotonde des abonnés de l'opéra Garnier ou la cour du Murier de l'école des Beaux-arts. Le musée des Arts de la mode et du textile est ainsi « très [couru] parce qu'à deux pas du Palais, tout en y étant pas³⁷⁴ ». En effet, lorsque les invités se rendent au défilé de tel créateur ayant lieu dans la nef, ils rentrent également dans le palais du Louvre. De grands noms de la profession y prennent leur quartier pendant la période des défilés : Chanel, Balmain, Montana ou encore Martine Sitbon dans les années

³⁷³ Archives nationales de Pierrefitte, dossier 20060377/54, Dossier Mode, Haute Couture, 1983 – 1993 Délégalion aux arts plastique : bilan et perspective des activités dans le domaine de la mode du BDAP.

³⁷⁴ CARQUAIN Sophie, « Les derniers salons où l'on défile », dans *Le Figaro*, 11 octobre 2000, p. 29.

1990³⁷⁵. Moins cher que son voisin le Carrousel du Louvre, l'espace du musée des Arts de la mode et du textile nécessite tout de même le déboursement de cent trente mille francs en 2000, somme non accessible aux plus modestes créateurs.

Aujourd'hui encore, cet espace est le théâtre de présentations de nouvelles collections. Le dernier en date est le défilé Givenchy haute-couture automne-hiver 2019-2020 qui a eu lieu le 2 juillet 2019, mis en scène par la société de production événementielle Villa Eugénie³⁷⁶ (**Annexe 17**).

Le projet né dans les années 1980 de faire de l'ensemble du palais du Louvre un lieu dédié à la mode est ainsi progressivement abandonné au début des années 2000. La période débutant avec le départ des défilés de la cour Carrée jusqu'à leur retour en 2007 est celle d'un déclin de ces rapports privilégiés, mais contraints, qu'entretenait le musée avec ce secteur. Cet affaiblissement des relations résulte d'une mauvaise communication dès les premiers défilés entre les gens de la mode et les professionnels du musée. Par cette mésentente, aucun projet n'a pu être véritablement mené à bien. Alors que les salles du Carrousel du Louvre auraient dû être une réponse à ces problèmes, il apparut dès les premières présentations de nouvelles collections que ce lieu n'avait pas suffisamment été pensé pour les couturiers et les présentations elles-mêmes. Les nouvelles salles, malgré leur praticité évidente, ne répondaient pas aux besoins personnels des maisons de mode.

Pour autant, cette période allant de 1993 à 2006 n'est pas à considérer comme un manquement en tant que tel. Au contraire, les différents écueils soulevés permirent de mieux comprendre les attentes des marques lors de leurs défilés. Parallèlement, les évolutions administratives et législatives propres au musée du Louvre et au monde muséal permirent d'élaborer un terreau fertile pour accueillir, cette fois de manière réfléchie et consentie, de nouveaux défilés dans la cour Carrée en 2007. Désormais, la cour Carrée ne sera plus l'épicentre de la semaine de la mode en accueillant une majorité des défilés mais réservera son espace à une seule marque : Louis Vuitton.

³⁷⁵ *Ibid.*

³⁷⁶ Voir Annexe 17, p. 75.

CHAPITRE 3 : 2007 – 2019, LOUIS VUITTON ET LE MUSEE DU LOUVRE

LES DEFILES LOUIS VUITTON AU MUSEE DU LOUVRE

DE NOUVEAUX RAPPORTS ENTRE LE MUSEE ET LES DEFILES

LE DEBUT DE LA LOCATION D'ESPACE

Comme il a déjà été évoqué, au début des années 2000 il y a un foisonnement parmi les créateurs et les agences d'évènementiel pour organiser des défilés de plus en plus spectaculaires afin d'imprimer la rétine des spectateurs. Bien que présents au Louvre depuis une vingtaine d'années, les créateurs n'ont jamais véritablement défilé pour le musée. D'abord offerts par le ministère de la Culture et de la Communication pendant les années de la cour Carrée, les frais de location reviennent ensuite à l'opérateur privé du Carrousel du Louvre. Dans les deux cas, le musée n'a pu faire le choix d'accueillir ces événements.

La marchandisation du musée change avec l'arrivée de Henri Loyrette au poste de président-directeur en 2001. Comme nous l'avons déjà signalé précédemment, il encourage la politique en faveur du mécénat et de la location d'espace. Alors que Pierre Rosenberg avait peu d'ambitions culturelles et que Michel Laclotte bénéficiait encore des crédits du ministre, Loyrette comprend la nécessité de travailler en étroite collaboration avec le secteur privé. Concernant les professionnels de la mode, Christophe Monin, ancien directeur du Développement et du mécénat,³⁷⁷ explique qu'ils étaient les bienvenus au musée dans les espaces d'accueil comme le hall Napoléon et pour des visites privées, mais qu'il était impensable de les faire défiler, encore moins dans les salles accueillant des œuvres d'art. Dès lors qu'une marque souhaitait défilé dans l'enceinte même du musée du Louvre, les services compétents la redirigeaient vers le Carrousel, bien plus apte à accueillir des événements de ce

³⁷⁷ Christophe Monin a travaillé au musée du Louvre de 1988 à 2014. Il fut successivement directeur de la Communication, directeur adjoint au Développement culturel puis directeur du Développement et du mécénat avant de quitter l'établissement à la nomination de Jean-Luc Martinez en tant que président-directeur du musée du Louvre. Il est aujourd'hui directeur du Mécénat et du développement à la Cité de la musique – Philharmonie de Paris.

genre³⁷⁸. Pourtant, malgré une localisation quasiment identique à celle du musée, les maisons de couture continuent à faire pression pour présenter les collections dans les espaces comme la cour Carrée. Cela permet d'une certaine façon de renouer avec le faste d'antan et la période exceptionnelle qu'étaient les années 1980. Au début des années 2000, la concurrence est de plus en plus rude entre les différents créateurs et le défilé prend une importance exponentielle dans la stratégie de communication de la marque ; il faut donc trouver des lieux dignes d'intérêt pour les spectateurs et, pour ce faire, les marques n'hésitent pas à dépenser d'importantes sommes d'argent³⁷⁹.

MECENAT DE LOUIS VUITTON POUR OCCUPER LA COUR CARREE

Pour le musée du Louvre, au début des années 2000, il est donc impensable d'accueillir des défilés dans des lieux autres que ceux proposés dans leur plaquette de location d'espace. Le musée a une philosophie claire quant aux utilisations privées de ses espaces : il n'est pas envisageable de procéder à de la location pour un évènement de ce type. Mais chaque principe est fait pour être contourné et l'utilisation de la cour Carrée par Louis Vuitton en est un exemple. LVMH, propriétaire de Louis Vuitton, est un acteur de poids dans le domaine philanthropique français face auquel il semble difficile de résister. Au fur et à mesure de l'insistance croissante de la marque envers le musée, celui-ci reconsidère progressivement ses positions sur la location d'espace jusqu'à trouver une solution pour contourner le problème : les défilés Louis Vuitton peuvent être organisés au Louvre à la condition qu'il s'agisse d'une contrepartie en faveur de mécénat. En effet, la loi Aillagon de 2003 prévoit l'autorisation de contreparties pour le mécène exigeant que celles-ci n'excèdent pas 25% du montant du don. Le Louvre maintenait ses positions et donc son prestige pour finalement s'incliner devant une personnalité privée ayant de plus gros arguments. Il est calculé à l'époque que la location de la cour Carrée coûte cent mille euros. Louis Vuitton devient donc mécène du musée du Louvre à hauteur de deux fois cinq cent mille euros par an pour bénéficier de la cour Carrée à deux reprises chaque année³⁸⁰. Grâce à la réduction d'impôt de 60%, cet important montant est biannuellement réduit

³⁷⁸ Entretien téléphonique avec Christophe Monin, le 7 mai 2019.

³⁷⁹ *Ibid.*

³⁸⁰ *Ibid.*

à trois cent mille euros pour la marque et est ainsi indirectement soutenu en partie par le gouvernement français.

L'idée première du mécénat est qu'il s'agit d'un « soutien matériel apporté, sans contrepartie directe de la part du bénéficiaire³⁸¹ », donc désintéressé, alloué à un projet spécifique ; nous avons affaire ici à un schéma totalement inverse avec un don intéressé affecté sans grand intérêt à tel ou tel projet. Une convention de mécénat sur trois ans est établie entre la marque Louis Vuitton et le musée du Louvre à partir de 2011, afin de simplifier les relations entre les deux parties prenantes. Cela donne le droit à la marque au monogramme d'utiliser deux fois par an la cour Carrée pour ses présentations de prêt-à-porter³⁸². Cet aspect diffère du schéma classique du mécénat donné par Karen Nielsen³⁸³ qui en distingue quatre types différents : une volonté « charismatique », une volonté « métaphorique » miroir de l'entreprise, un investissement social ou un mécénat de « reconnaissance »³⁸⁴.

2007 – 2013 : L'ERE MARC JACOBS

LES DEFILES DE MARC JACOBS ET DIOR UN TEMPS

Le premier défilé Louis Vuitton au musée du Louvre est organisé le dimanche 4 mars 2007. Avant d'investir ce lieu iconique, la marque dont le prêt-à-porter est né en 1998 présentait ses collections dans la serre du parc André Citroën, d'octobre 1998 à mars 2005, puis pour trois saisons au Petit Palais, d'octobre 2005 à octobre 2006. Ces défilés étaient, dans un premier temps, peu spectaculaires, très tournés vers la collection. C'est en voyant les défilés créés par Karl Lagerfeld pour Chanel que la marque commence doucement sa mue. En effet, à partir des années 2000, les défilés Chanel deviennent de plus en plus impressionnants³⁸⁵. Le défilé Louis Vuitton en collaboration avec Stephen Sprouse pour la collection printemps-été 2001 le 11 octobre 2000 a été la première présentation d'envergure pour la marque avec une

³⁸¹ Arrêté du 6 janvier 1989 relatif à la terminologie économique et financière.

³⁸² Entretien avec Nathalie Cuisinier, le 7 décembre 2018.

³⁸³ Karen Nielsen est aujourd'hui directrice adjointe de la Culture au Conseil régional Sud Provence Alpes Côte d'Azur. Elle écrit sur le mécénat.

³⁸⁴ ALLINNE, CARRIER, 2010, p. 57 – 58.

³⁸⁵ ANONYME, « Karl Lagerfeld : ses défilés Chanel les plus fous », dans *Purepeople*, 19 février 2019 [en ligne]. Disponible à <http://www.purepeople.com/article/karl-lagerfeld-ses-defiles-chanel-les-plus-fous_a325175/1>, dernière consultation le 27 août 2019.

scénographie innovante : les premiers sacs de la collection sont portés par des grooms à l'air patibulaire³⁸⁶.

En mars 2007, à l'occasion du premier défilé au musée du Louvre, la presse ne semble accorder que peu d'importance à l'évènement malgré le tournant que cela augure pour la marque. L'obtention de la cour Carrée coïncide avec les dix ans de Marc Jacobs chez Louis Vuitton³⁸⁷. Les journaux étrangers semblent tout de même être plus loquaces à ce sujet que leurs homologues nationaux. Suzy Menkes dans le *New York Times* cite simplement le lieu en précisant tout de même « dans le grand ensemble de la cour Carrée³⁸⁸ » et le journal canadien *NewsWire* parle d'un « chapiteau éphémère dans le prestigieux ensemble de la cour Carrée du Louvre³⁸⁹ ». Les journalistes saluent plutôt la collection inspirée par les tableaux du peintre hollandais Johannes Vermeer. Scarlett Johansson³⁹⁰, égérie Louis Vuitton et vedette du film *La jeune fille à la perle*³⁹¹ sorti quelques années auparavant, vole la vedette à la cour Carrée du musée du Louvre³⁹². Le prix de la présentation la plus « parisienne » de cette semaine de défilés est, pour nombre de journalistes, le défilé Nina Ricci ayant lieu dans le jardin des Tuileries, dans une tente à ciel ouvert qui laissait entrevoir les arbres du domaine³⁹³.

À partir de cette première saison en mars 2007, les défilés Louis Vuitton de prêt-à-porter femme ne quitteront plus le domaine du Louvre, exceptés entre les présentations des collections de printemps-été 2015 à printemps-été 2017 pendant lesquelles la marque au monogramme utilisera ses nouveaux espaces de la fondation Louis Vuitton puis le futur magasin du 2 place Vendôme pour le printemps-été 2017. Pendant cette période, elle sera remplacée au Louvre par Dior, dont la marque

³⁸⁶ GOLBIN, 2012, p. 144.

³⁸⁷ ELLISON, RYTTER, 2018, p. 11.

³⁸⁸ MENKES Suzy, « Theyskens offers a first show for Nina Ricci », dans *The New York Times*, 4 mars 2007.

Texte original: « In the grand surroundings of the cour Carrée du Louvre ».

³⁸⁹ ANONYME, « Closing of Paris Fashion Week – First row at Louis Vuitton's show for Fall Winter 2007-2008, dans *Canada NewsWire*, 4 mars 2007.

Texte original : « under an ephemeral marquee in the prestigious surroundings of the cour Carrée du Louvre ».

³⁹⁰ Scarlett Johansson (1984 -) est une actrice américaine connue pour ses rôles dans *Lost in translation*, *L'homme qui murmurait à l'oreille des chevaux* ou encore *Match Point*.

³⁹¹ WEBBER Peter, *La jeune fille à la perle*, 2003.

³⁹² MOWER Sarah, « Louis Vuitton », dans *Vogue*, 4 mars 2007 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2007-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 mai 2019.

³⁹³ MILLAR Kate, « Paris fashion predicts short dark winter », dans *AFP – Journal internet AFP*, 6 mars 2007.

appartient également au groupe LVMH. À l'automne 2016, ni Louis Vuitton ni Dior, dont la nouvelle directrice artistique, Maria Grazia Chiuri³⁹⁴, vient d'être nommée, ne défilent au Louvre.

Comme en 1982, le scénario concernant la réaction des employés du musée se répète. Les professionnels, dont la majorité n'était probablement pas encore dans la maison dans les années 1980, le vivent à nouveau comme un « traumatisme absolu³⁹⁵ ». Cela se passe d'autant plus à une époque où les bureaux donnent encore tous sur la cour Carrée. Les conservateurs peuvent donc observer à loisir les allées et venues des techniciens dans « leur » espace. Mais, contrairement à la gestion de la communication sous le ministère Lang, les employés du musée sont tenus au courant des projets ayant cours dans leur établissement. La direction du Développement et du Mécénat a à cœur de démontrer que le généreux mécénat de Louis Vuitton est profitable pour l'ensemble du musée. Elle insiste également sur l'expertise technique qui est demandée à la marque concernant le montage et le démontage des installations, et souligne enfin l'ouverture de la cour Carrée au public pendant tout le temps de l'événement, excepté pendant la demi-journée de présentation, les défilés de quatorze minutes environ n'ayant pas forcément lieu les mardis³⁹⁶. Malgré cet inconvénient, le public semble peu intéressé à ces considérations et être gêné par la fermeture de la cour Carrée, hormis peut-être les Parisiens qui ont pris l'habitude de la traverser pour se rendre quelque part³⁹⁷. Des panneaux explicatifs sont apposés et aucune communication supplémentaire ne semble être nécessaire³⁹⁸.

Lorsque les travaux de la fondation Louis Vuitton au bois de Boulogne sont achevés, la marque quitte momentanément le musée du Louvre pour défilé dans la nouvelle architecture de Frank Gehry. Louis Vuitton n'arrête pas son mécénat au Louvre pour autant et se fait remplacer durant son absence par Dior dans la cour Carrée. Parfums Christian Dior est également soutien du Louvre en tant que mécène depuis 2011. De plus, les deux marques appartiennent au regroupement LVMH. Jusqu'à l'arrivée de Maria Grazia Chiuri en 2016, c'est donc la marque connue pour son univers frais et fleuri qui occupera les pavés de la cour Carrée.

³⁹⁴ Maria Grazia Chiuri (1964 -) est la directrice artistique de Dior depuis 2016. Elle officiait avant chez Fendi puis Valentino depuis 1999.

³⁹⁵ Entretien téléphonique avec Christophe Monin, le 7 mai 2019.

³⁹⁶ *Ibid.*

³⁹⁷ Entretien avec Nathalie Cuisinier, le 7 décembre 2018.

³⁹⁸ Entretien téléphonique avec Christophe Monin, le 7 mai 2019.

SCENOGRAPHIE

Les premiers défilés de Marc Jacobs pour Louis Vuitton, présentés pendant longtemps dans la serre du parc André Citroën, se concentrent essentiellement sur la collection et la notion de scénographie est peu, voire totalement absente. La première présentation scénographiée est celle correspondant au défilé printemps-été 2001, présenté le 11 octobre 2000. Ce défilé est précurseur pour deux raisons : il s'agit de la première collaboration de la marque avec un artiste contemporain, Stephen Sprouse, qui a apposé sur différents modèles phares de la marque des graffitis « Louis Vuitton » ou simplement « LV ». Le défilé débute par des porteurs habillés en noir qui présentent les sacs customisés par Sprouse avant d'être suivis par les mannequins. Pour Jane Whitfield, de l'équipe de Marc Jacobs, c'est là que « tout a commencé [...] et dès lors, c'est devenu de la folie³⁹⁹ ». Depuis, certaines des présentations Louis Vuitton sont rentrées dans les annales des défilés les plus incroyables du prêt-à-porter, particulièrement à partir de la présentation automne-hiver 2010-2011 qui laisse visible le bassin au centre de la cour Carrée. Parmi les scénographies les plus connues et les plus impressionnantes, nous pouvons citer la fontaine, les cages d'ascenseur en fer gardées par des grooms tout en noir, le grand carrousel blanc duquel descendaient les mannequins, l'énorme locomotive mobile abritant les mannequins qui en sortent une à une lorsque la locomotive est à l'arrêt ou encore l'impressionnant défilé réalisé en collaboration avec l'artiste Daniel Buren qui a vu l'installation de quatre escaliers mécaniques dans la tente installée dans la cour Carrée⁴⁰⁰ (**Annexe 11**). Le dernier défilé de Jacobs pour la collection printemps-été 2014 reprendra certains éléments de ces défilés : carrousel, escaliers mécaniques, ascenseurs, grillages et horloge rappelant le hall de gare de la locomotive. L'ensemble du décor est peint en noir tout comme sa collection qui ne présente pas de touches de couleur, hormis quelques pièces en jeans⁴⁰¹ (**Annexe 11n.**).

Les scénographies des défilés Marc Jacobs sont ainsi de plus en plus impressionnantes, certaines nécessitant de grandes compétences techniques, à

³⁹⁹ GOLBIN, 2012, p. 144.

⁴⁰⁰ Automne-Hiver 2010-2011, présenté le 10 mars 2010 ; Automne-Hiver 2011-2012, présenté le 9 mars 2011 ; Printemps-Été 2012, présenté le 5 octobre 2011 ; Automne-Hiver 2012-2013, présenté le 7 mars 2012 ; Printemps-Été 2013, présenté le 3 octobre 2012. Voir Annexe 11, p. 52.

⁴⁰¹ Voir Annexe 11n., p. 59.

l'instar des escaliers mécaniques installés au beau milieu de la cour Carrée. Il est tout de même à noter que, malgré le lieu prestigieux dans lequel ses événements ont lieu, les mises en scène n'utilisent pas l'espace environnant du musée.

UNE UTILISATION LIMITEE DU LOUVRE

Marc Jacobs possède une place de choix pour ses défilés de mode à partir de mars 2007. Pour autant, le directeur artistique n'utilise pas la cour Carrée comme toile de fond à ses présentations. Malgré la vidéo publicitaire *L'invitation au voyage* de 2012 qui a lieu dans la cour Carrée et que nous étudierons plus tard, celle-ci n'apparaît pas dans les défilés durant l'ère Jacobs. Il ne semble ainsi pas y avoir de liens entre la stratégie publicitaire de la marque et les choix scénographiques de son directeur artistique, ce qui démontre un marketing mix⁴⁰² encore en élaboration. En effet, les défilés de Marc Jacobs, bien qu'impressionnants, restent, pour la majorité, cantonnés à l'espace fermé du chapiteau qui les accueille. Le défilé du 10 mars 2010 utilise la fontaine préexistante à la cour Carrée et le toit de la tente est transparent ce qui rend l'architecture du musée visible⁴⁰³ (**Annexe 11g.**). Il s'agit de la seule véritable utilisation de l'espace architectural environnant.

Le premier défilé de Nicolas Ghesquière pour la marque, présenté dans une structure temporaire transparente le 5 mars 2014, laissera apparaître les façades de la cour Carrée, message de renouveau dans les défilés de la marque. Pourtant, lorsque nous étudions la communication de la marque sur les réseaux sociaux à l'époque de Marc Jacobs, il apparaît qu'elle met tout de même en avant le cadre prestigieux dans lequel les défilés ont lieu. Nous pouvons en effet voir dans les publications Instagram, dont la première date de septembre 2012, que chaque nouvel événement au Louvre génère au minimum une photographie de l'architecture du musée. La toute première photographie publiée par le compte @louisvuitton date du

⁴⁰² Le *marketing mix* « regroupe l'ensemble des décisions et actions marketing prises pour assurer le succès d'un produit, service, marque ou enseigne sur son marché. On considère traditionnellement que les décisions et actions du marketing mix sont prises dans quatre grands domaines qui sont : la politique produit ; la politique de prix ; la politique de communication ; la politique de distribution », d'après BATHELOT Bertrand, « Définition : Marketing Mix », 27 janvier 2017 [en ligne]. Disponible à <<https://www.definitions-marketing.com/definition/marketing-mix/>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁰³ Voir Annexe 11g., p. 55.

26 septembre 2012. Le lendemain est publié leur troisième post. Il s'agit d'un détail du pavillon de l'Horloge du musée du Louvre, ayant comme légende « Couting down the show », pouvant être traduit par « le compte à rebours vers le défilé »⁴⁰⁴. Très rapidement donc, les photographies *teasing* du défilé au Louvre ponctuent le compte Instagram de la marque⁴⁰⁵ (**Annexe 18**). Ainsi, bien que Marc Jacobs ne souhaite pas utiliser son environnement, celui-ci est tout de même mis à l'honneur.

2014 – 2019 : L'ÈRE NICOLAS GHESQUIERE

CONTEXTE DE LA MARQUE LOUIS VUITTON

Le 4 novembre 2013, Nicolas Ghesquière est nommé directeur artistique du prêt-à-porter féminin de Louis Vuitton. Ce Français qui a fait ses armes de 1997 à 2012 chez Balenciaga prend la suite de l'américain Marc Jacobs. Son style est radicalement différent de celui de Jacobs : son travail se caractérise par des anachronismes, des vêtements au style futuriste, toujours dans le thème du voyage, essence même de la marque. Il travaille avec les nouvelles technologies et a à cœur d'ajouter des touches de modernité aux collections de maroquinerie, en intégrant des écrans LED ou des chargeurs de téléphone dans les sacs⁴⁰⁶. Avec son arrivée, ont également lieu les premiers défilés croisière⁴⁰⁷ au mois de mai pour présenter les collections hivernales. Le rythme du directeur artistique est ainsi de plus en plus effréné, mais Ghesquière accepte et relève le défi avec passion et succès.

Le premier défilé pour Louis Vuitton de Nicolas Ghesquière a lieu dans la cour Carrée le mercredi 5 mars 2014. Prenant totalement le contrepied du dernier défilé de son prédécesseur, qui avait plongé les spectateurs dans un décor entièrement peint en noir, la scénographie est au contraire aérée et symbolique de la nouvelle ère qui

⁴⁰⁴ Voir Annexe 18, p. 76.

⁴⁰⁵ Pour plus de détails, voir Annexe 18, p. 76.

⁴⁰⁶ ELLISON, RYTTER, 2018, p.16.

⁴⁰⁷ Les défilés croisière existe depuis les années 1920 et ont été utilisé par Coco Chanel et Jean Patou. Depuis 2000, il y a un véritable renouveau de ces défilés, notamment par l'intermédiaire de Karl Lagerfeld chez Chanel. Il s'agit de proposer une vitrine aux précollections hivernales qui n'étaient connues que par des *lookbooks*. Aujourd'hui, les défilés croisière ont lieu en mai aux quatre coins du monde afin de satisfaire également une clientèle aisée loin des capitales de la mode.

Pour plus d'informations voir SIASSIA Aphélandra, « Les défilés Croisière, à quoi ça sert ? », dans *Marie Claire*, 29 avril 2019, [en ligne]. Disponible à <<https://www.marieclaire.fr/defiles-croisiere,722759.asp>>, dernière consultation le 27 août 2019.

s'ouvre chez Louis Vuitton : le décor est très épuré, posé à même les pavés de la cour, et, quelques secondes avant que la première mannequin ne s'élanche sur le podium, les persiennes entourant la salle se relèvent pour laisser apparaître la lumière du jour et les façades de la cour Carrée⁴⁰⁸. Cette dernière est enfin appréciée à sa juste valeur, après n'avoir été qu'un simple espace accueillant les gros chapiteaux protégeant les scénographies alambiquées de Marc Jacobs. Les stores vénitiens s'ouvrant sont à la fois le symbole du renouveau de la marque avec Nicolas Ghesquière, mais également, avec le recul que nous avons aujourd'hui, l'ouverture plus grande encore de Louis Vuitton au Louvre. Désormais, les prochains défilés du nouveau créateur au Louvre tout autant que dans d'autres musées et édifices architecturaux, feront la part belle à la structure des lieux, jusqu'à la remplacer totalement par un autre musée lors du défilé du 5 mars 2019 qui proposera une réplique du centre Pompidou⁴⁰⁹ (**Annexe 14f.**). Le scénographe Alexandre de Betak explique d'ailleurs que, parfois, le choix du lieu de présentation permet de « signifier une transition significative, un changement dans le message de la marque⁴¹⁰ », plus particulièrement s'il y a un changement dans la direction artistique. Concernant Louis Vuitton, nous sommes en plein dans ce cas de figure avec l'arrivée de Ghesquière.

Suite à ce premier défilé de mars 2014, les cinq suivants ont lieu en dehors des espaces du musée du Louvre. D'octobre 2014 à mars 2016, la nouvelle fondation Louis Vuitton sert d'écrin à leurs défilés tandis qu'en octobre 2016 la présentation est montrée dans la future boutique de la marque, 2 place Vendôme, alors encore en travaux. Pour Louis Vuitton, défiler dans sa propre fondation ou son futur magasin, c'est essentiellement en faire la publicité. Chaque présentation d'une nouvelle collection générant des centaines d'articles par la suite, cela permet de faire connaître au monde entier la prochaine ouverture de leur nouveau grand acte philanthropique. Les influenceurs⁴¹¹ et journalistes invités découvrent également les lieux et leur donnent de la visibilité sur les réseaux sociaux, notamment Instagram.

⁴⁰⁸ DEENY Godfrey, « Louis Vuitton, nouvelle ère », dans *Le Figaro*, 6 mars 2014, p. 27.

⁴⁰⁹ Voir Annexe 14f., p. 67.

⁴¹⁰ BETAK, SINGER, 2017, p. 17.

Texte original : « Sometimes you choose a venue to signify a significant transition, a change in the brand's message ».

⁴¹¹ Un influenceur est « un individu qui par son statut, sa position ou son exposition médiatique peut influencer les comportements de consommation dans un univers donné », d'après BATHELOT Bertrand, « Définition : Influenceur », dans *Définitions marketing*, 1^{er} décembre 2017, [en ligne]. Disponible à <https://www.definitions->

En mars 2017, les défilés reviennent au Louvre dans un tout nouveau format. La distance de la fondation vis-à-vis du centre de Paris et des autres défilés n'est pas optimale dans un calendrier déjà très intense et il est plus confortable de donner rendez-vous à l'ensemble de la profession au cœur même de la ville. Durant l'absence de Louis Vuitton au Louvre, la cour Carrée accueille à quatre reprises, d'octobre 2014 à mars 2016, la maison Dior, également propriété de LVMH. En octobre 2016, le Louvre est vide de défilés, Louis Vuitton étant place Vendôme et Dior, qui a vu arriver Maria Grazia Chiuri, la nouvelle directrice artistique, quelque temps auparavant, établit ses quartiers au musée Rodin, établissement dans lequel il défile encore aujourd'hui. Une fois de plus, l'arrivée d'un nouveau designer influe sur la politique de la maison en matière de présentation des défilés, Dior comme Louis Vuitton s'associant désormais de manière plus forte avec un musée.

MARS 2017, COUR MARLY

En mars 2017, les défilés au musée du Louvre prennent un nouveau tournant. Louis Vuitton, qui a quitté les lieux pendant quelques saisons pour présenter ses collections dans la fondation éponyme, revient en grande pompe au musée du Louvre. Le retour de la marque ne se fait pas dans les conditions précédentes, c'est-à-dire dans l'espace restreint et déjà utilisé de nombreuses fois de la cour Carrée. La maison fait le choix audacieux d'organiser son défilé dans les salles mêmes du musée, dans la cour Marly. Les mannequins déambulent parmi les sculptures françaises des XVII^e et XVIII^e siècles dans des vêtements de style plutôt futuriste, emblématique des collections de Nicolas Ghesquière, adepte des anachronismes. La musique envoûtante de Frank Ocean ajoute un aspect subjuguant à l'événement, dont le titre, *Pyramids*, entre en résonance avec le lieu⁴¹². Pour Nicolas Ghesquière, défiler dans la cour Marly est un « rêve qui devient réalité⁴¹³ ». La mode présente, voire future, est

marketing.com/definition/influenceur/?fbclid=IwAR15WtogrCtd2oW_8CMlr3Ex3l-MXRpiNDDswtKDOgickck2bPodygXuyS8/, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴¹² Voir *Highlights from the Louis Vuitton Women's Fall-Winter 2017 Fashion Show* posté le 10 mars 2017 sur la chaîne Louis Vuitton sur YouTube [en ligne]. Disponible à <<https://www.youtube.com/watch?v=EkzSMNJ83Cg>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴¹³ MENKES Suzy, « #SuzyPFW Louis Vuitton : A sensational setting », dans *Vogue UK*, 8 mars 2017 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/article/suzypfw-louis-vuitton-a-sensational-setting>>, dernière consultation le 27 août 2019.

présentée à niveau égal avec les œuvres du passé et les deux se mettent mutuellement en valeur. Les journalistes faisant le compte-rendu des semaines de la mode citaient généralement le lieu du défilé, la cour Carrée, sans épiloguer longtemps dessus. Pour le défilé cour Marly, ils ne tarissent pas de superlatifs et d'adjectifs pour louer l'espace de présentation. Celui-ci semble presque avoir volé la vedette à une collection pourtant très qualitative. Suzy Menkes titre d'ailleurs son article pour *Vogue UK* : « A sensational setting », qui évoque donc essentiellement le lieu du défilé plutôt que la collection. C'était pour elle et les spectateurs un moment « véritablement incroyable » avec des invités qui ont ressenti un « grand privilège d'être à cet endroit, au milieu de ces créations historiques si belles et éternellement élégantes⁴¹⁴ ». Côté français, pour *Le Monde*, c'est un lieu « à la hauteur des ambitions [de Louis Vuitton] », « un dépaysement loin du fracas de la mode⁴¹⁵ » tandis que pour leurs homologues de *Libération*, nous avons là la certification de la « mode comme outil à la fois culturel, artistique, patrimonial et de circulation⁴¹⁶ ».

OCTOBRE 2017 – MARS 2019

Six mois après la présentation cour Marly, Louis Vuitton marque à nouveau les esprits en invitant les spectateurs dans un endroit plus méconnu du musée : le Louvre médiéval nouvellement restauré. L'aspect très brut du lieu, avec les remparts en pierre taillée, tranche à la fois avec le décor du défilé précédent, mais également avec les inspirations très avant-gardistes de Nicolas Ghesquière. L'ensemble du défilé est totalement anachronique avec des mannequins mi-futuristes mi-sorties directement du XVIII^e siècle, déambulant parmi des ruines médiévales où, dans le fond, trône un grand sphinx égyptien en granit⁴¹⁷. La première mannequin s'élance sur une musique de

⁴¹⁴ MENKES, 2017.

Texte original : « The setting for the Louis Vuitton show in the Louvre's home of classic statuary in the Cour Marly was, in that overused fashion phrase, truly awesome. The audience felt a sense of privilege to be there, among these historical creations of such beauty and eternal elegance ».

⁴¹⁵ BIZET Carine, « Échappées belles », dans *Le Monde*, 9 mars 2017, p. 24.

⁴¹⁶ CHAMPENOIS Sabrina et VON BARDELEBEN Elvire, « Fashion Week Corps et décors raccord », dans *Libération*, 10 mars 2017, p. 20.

⁴¹⁷ *Grand sphinx*, trouvé à Tanis, granit, H. : 1,83 m. ; l. : 4,80 m. ; L. : 1,54 m.

Woodkid, *Otto*, dont la polyphonie féminine, résonnant dans les remparts de l'enceinte Charles V, donne un aspect luxueux, mystérieux, voire mystique, à l'évènement⁴¹⁸.

En mars 2018, pour présenter la collection automne-hiver 2018 – 2019, Louis Vuitton investit la cour Lefuel, habituellement fermée au public. Le décor est, à cette occasion, augmenté d'un revêtement une nouvelle fois futuriste qui tranche avec les sculptures animalières en bronze de Pierre Louis Rouillard. Le défilé commence dans le noir quasiment complet, seules étant éclairées les statues animalières. De l'eau s'écoule de la gueule des deux loups se faisant face et, pendant un temps, il s'agit de l'unique son que les spectateurs perçoivent. L'ambiance étrange est accentuée par les premières notes pesantes et angoissantes de *Hausman Bvd* de Woodkid. La première mannequin s'élanche par la droite du haut de la rampe du Manège en même temps que la voix de Woodkid s'élève. L'ensemble reste plongé dans le noir, elle est simplement suivie par un faisceau lumineux. Lorsqu'elle atteint l'extrémité de la rampe et commence sa marche sur le sol recouvert de motifs futuristes, sorte de navette spatiale mise à plat, l'ensemble de la cour s'éclaire et le reste des mannequins continue la procession. Arrivée à l'extrémité du podium, le parcours impose un demi-tour et la mannequin remonte la rampe par le bras gauche. Lorsque le dernier mannequin amorce la remontée de la rampe, la cour est à nouveau plongée dans le noir, seul l'intérieur du musée, dont la lumière chaude contraste avec l'éclairage blanc du podium, est encore visible, sorte de refuge et de retour à la réalité après cet interlude futuriste. L'ensemble des mannequins se déverse ensuite plus rapidement, de part et d'autre de la rampe, pour le final du défilé qui se fait sur une musique moins angoissante et des lumières plus chaleureuses. L'aspect visuel est très réussi avec les deux colonnes de mannequins qui ondulent suivant la forme en fer à cheval de l'architecture⁴¹⁹. Afin de ne pas être troublés par la météo, les organisateurs du défilé ont couvert la cour d'un toit transparent rappelant celui de la cour Marly. Les mannequins défilent à quelques mètres des gradins, ce qui est inhabituel pour un défilé qui est normalement conçu pour découvrir les vêtements et donc les présenter au plus

⁴¹⁸ Voir *Louis Vuitton Spring-Summer 2018 Fashion Show Highlights* posté le 5 octobre 2017 sur la chaîne Louis Vuitton sur YouTube [en ligne]. Disponible à <<https://www.youtube.com/watch?v=EkzSMNJ83Cg>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴¹⁹ Voir *Louis Vuitton Women's Fall-Winter 2018 Fashion Show* posté le 7 mars 2018 sur la chaîne Louis Vuitton sur YouTube [en ligne]. Disponible à <<https://www.youtube.com/watch?v=Mv--9E2rSzw>>, dernière consultation le 27 août 2019.

proche des spectateurs⁴²⁰. Comment se faire un avis sur une collection si celle-ci n'est uniquement visible que dans les grandes lignes ? Ce choix est révélateur de la nouvelle conception des défilés, qui perd en intérêt dans la réalité pour être exploitable au maximum sur les réseaux sociaux où elle sera partagée et scrutée avec plus de minutie. Le défilé apparaît alors « aussi plat qu'un post Instagram⁴²¹ » selon la journaliste mode du *Figaro*, Hélène Guillaume. Les invités doivent ainsi essentiellement retenir l'aspect visuel de la présentation de la collection qui doit être à la hauteur des attentes des réseaux sociaux.

Le 2 octobre 2018, Louis Vuitton quitte ces espaces moins connus du musée pour inscrire la déambulation de ses mannequins dans une scénographie épurée, mais visuellement forte. Tout autour de la fontaine de la cour Carrée se déploie un couloir lumineux blanc dans lequel les invités prennent place de part et d'autre, « comme un écho aquatique à la pyramide de Pei⁴²² ». La forme est visuellement très impressionnante vue du ciel, d'autant plus que les lumières blanches contrastent avec le noir de la nuit et la mise en valeur dorée des façades du Louvre. Au début du défilé, l'ensemble de la structure est plongé dans le noir. Les premières notes d'une musique électronique entêtante aux inspirations orientales créée par Woodkid se font entendre et la première mannequin arrive depuis le pavillon de l'Horloge. L'image est très forte : elle marche en ligne droite pendant cinq secondes avec en arrière-plan la pyramide du Louvre se détachant dans la pénombre de la nuit. Le mur de photographes est situé à l'extrémité de cette ligne, juste avant que les mannequins ne bifurquent à gauche pour continuer leur marche dans l'ensemble de la cour Carrée. Les images qui ont été prises par les professionnels et ainsi relayées dans la presse sont donc visuellement très fortes : il ne fait aucun doute que le défilé ait lieu au musée du Louvre. Le podium s'éclaire progressivement au fur et à mesure de l'avancée du premier mannequin. La marche que les top-modèles ont à faire est particulièrement longue. Les bords du couloir lumineux sont bordés par de l'eau, ce qui donne l'impression d'une structure flottante. La lumière s'éteint progressivement à la suite du dernier mannequin avant de se rallumer entièrement pour le passage final⁴²³.

⁴²⁰ GUILLAUME Hélène, « La guerre des étoiles », dans *Le Figaro*, 8 mars 2018, p. 30.

⁴²¹ *Ibid.*

⁴²² BIZET Carine, « Paris a l'esprit ailleurs », dans *Le Monde*, 4 octobre 2018, p. 20.

⁴²³ Voir *Louis Vuitton Women's Spring-Summer 2019 Show* posté le 4 octobre 2018 sur la chaîne Louis Vuitton sur YouTube [en ligne]. Disponible à <https://www.youtube.com/watch?v=PJleMAHoKek&t=180s>, dernière consultation le 27 août 2019.

Le dernier défilé de prêt-à-porter au Louvre en date est celui du mardi 5 mars 2019. Cette fois-ci, Louis Vuitton est retourné à ses premières habitudes au musée : défiler dans la cour Carrée, comme au temps de Marc Jacobs. Pour autant, il ne s'agit pas là du défilé le moins intéressant de la marque. Conviés au Louvre comme habituellement, les invités ont effectivement eu la surprise de voir la collection automne-hiver 2019-2020 être présentée au centre Pompidou, tout du moins dans une réplique du musée parisien. En effet, Louis Vuitton et les équipes de La Mode en Images ont recréé l'architecture caractéristique conçue par Renzo Piano et Richard Rogers. Les mannequins ont déambulé le long des tuyaux colorés verts, bleus, jaunes et rouges dont l'esthétique avait fait scandale à l'époque de la construction du nouveau musée. Pour Nicolas Ghesquière, il s'agit de jouer justement sur cette indignation visuelle et notamment sur l'aspect d'un bâtiment, et par mimétisme d'une mode, « énormément critiqué à l'époque, mais [...] finalement devenu d'une grande importance pour la culture⁴²⁴ ». Les vêtements de la collection 2019-2010 ne sont pas inspirés des années 1970, mais plutôt des années 1980 et de la foule excentrique et éclectique des alentours de Beaubourg⁴²⁵. La scénographie du défilé est particulièrement intéressante du fait de sa présence au Louvre. En effet, cela peut relever de l'insolence que de recréer un musée à l'intérieur même d'un musée différent. Une insolence que seul Louis Vuitton, marque toute-puissante, peut se permettre. Le contexte de cette présentation est également à prendre en compte. En effet, ce défilé a lieu alors même que se pose la question du renouvellement du contrat entre la maison née à Asnières et le musée du Louvre. La convention sur trois ans, débutée en 2017, s'achève à la fin 2019. Va-t-elle être renouvelée ? Le parti-pris de la scénographie pourrait indiquer d'une certaine manière que Louis Vuitton et Nicolas Ghesquière ont fait le tour de ce que l'image du Louvre a à leur offrir et que le moment est venu d'apposer leur griffe sur d'autres institutions muséales. Ou bien il pourrait uniquement s'agir d'une expression symbolique du pouvoir de la marque en ayant accès à un lieu prestigieux – le Louvre – qu'elle n'exploite finalement pas. Est-ce que Dior, au musée Rodin depuis 2013 aurait l'audace de faire défiler ses mannequins dans une réplique d'un autre

⁴²⁴ MADSEN Anders Christian, « Louis Vuitton », dans *Vogue UK*, 5 mars 2019 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/shows/autumn-winter-2019-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Texte original : « I love the fact that this creation was so criticised at the time but became so important for culture ».

⁴²⁵ *Ibid.*

musée ? La question mérite d'être posée, mais la réponse semble d'une certaine façon plus évidente, la marque n'ayant pas une stratégie de communication revêtant la même effronterie que sa concurrente.

LE MUSEE DU LOUVRE DANS LA STRATEGIE DE LOUIS VUITTON

L'ART DANS LA STRATEGIE DE COMMUNICATION DE LOUIS VUITTON

LEGITIMER LA MARQUE LOUIS VUITTON

Une des raisons pour lesquelles Louis Vuitton choisit le musée du Louvre comme lieu de réception pour ses défilés et autres évènements de la marque, est sa quête de légitimité. Le luxe français, considéré par lui-même comme le plus raffiné, voire le seul existant au monde, a besoin de s'inscrire dans une filiation et une histoire longue pour pouvoir se nommer comme tel⁴²⁶. Par ailleurs, le besoin de légitimation de Louis Vuitton est d'autant plus prégnant que la marque de prêt-à-porter est jeune, celle-ci étant née en 1998 de la volonté de Bernard Arnault. La réponse à cette nécessité se traduit par un *storytelling*⁴²⁷ adapté avec notamment la mise en avant du récit de la création de la marque française. La présence de cette dernière au musée du Louvre constitue également pour la stratégie de communication de Louis Vuitton un angle important par les valeurs que cela génère.

Le premier principe de filiation de Louis Vuitton est commun à toutes les marques françaises de luxe parce qu'il répond à la définition et à l'histoire données à ce dernier. Le luxe tirerait ses origines de la France de Louis XIV. Avant cela, il n'existerait apparemment pas de produits luxueux⁴²⁸. Oubliés les objets d'art médiévaux français ou toute production de haute qualité du Proche ou Extrême-Orient. Dans son ouvrage *Luxe, mensonge et marketing*, Marie-Claude Sicard pointe par ailleurs l'absence de filiation depuis la Renaissance, période pourtant faste en productions d'exception. La raison, selon la théoricienne, se situe dans les origines de la Renaissance. Celle-ci en effet ne naît pas en France, mais en Italie. Il est ainsi plus

⁴²⁶ ASSOULY Olivier, « La justification du luxe entre nationalité et simplicité », dans ASSOULY Olivier (dir.), *Le luxe : essais sur la fabrique de l'ostentation*, Paris : Institut français de la mode, 2011, p. 203 – 222.

⁴²⁷ Le *storytelling* est « le nouveau terme générique qui permet de désigner un discours qui tient l'audience captive, influe sur ses croyances, lui dicte son comportement. Sans définition exacte ni de ses origines ni de son fonctionnement, le mot sert à désigner une forme de propagande passant par la narration », d'après BERUT Benjamin, « *Storytelling* : une nouvelle propagande par le récit ? », dans *Quaderni*, n°72, printemps 2010 [en ligne]. Disponible à <<https://journals.openedition.org/quaderni/479>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴²⁸ SICARD Marie-Claude, *Luxe, mensonge et marketing*, Paris : Pearson éducation (3^e édition), 2010, p. 50 – 51.

commun de faire débiter le luxe plus tardivement, pour nier toute filiation avec un pays étranger⁴²⁹. La France a donc toujours été, de ce point de vue généralisé, mais surtout autoproclamé⁴³⁰, le berceau de la notion de luxe avec des artisans remarquables passés à la postérité par le pouvoir et le bon goût du Roi Soleil. Cette descendance va jusqu'au nom donné à l'association réunissant « les maisons françaises de luxe et des institutions culturelles ». Elle a été baptisée Comité Colbert⁴³¹, d'après celui qui, simplement, « a fondé la renommée du savoir-faire français à travers le monde⁴³² ». Louis Vuitton, par ailleurs membre de ce comité, n'inscrit pas son histoire de manière aussi lointaine, mais insiste bien sur son origine au XIX^e siècle et son savoir-faire français.

Le deuxième principe de filiation, également massivement utilisé par de nombreuses maisons de luxe, mais particulièrement visible chez Louis Vuitton, est la filiation historique de la marque en soi. L'histoire de Louis Vuitton est connue et idéalisée avec des personnages mis en avant par la marque et des faits soigneusement oubliés, comme la collaboration de la famille Vuitton avec le régime de Vichy. Est mise en avant l'histoire d'une entreprise familiale née à Asnières-sur-Seine dans la banlieue parisienne, « symbole du succès personnel et commercial de la famille Vuitton depuis 1859 ». Dans l'onglet *Une histoire légendaire* du site de la marque, la présentation de la maison porte le titre « Quand tout a commencé » et débute en ces termes : « Alors qu'il n'avait que seize ans, Louis Vuitton a pris une décision qui n'allait pas uniquement changer sa vie, mais aussi celle de ses descendants : il devient malletier ». La lecture a un aspect biblique, prophétique, montrant la haute estime que la marque a d'elle-même, et surtout de son destin sacré de fournir le monde d'équipements optimaux pour voyager. Le reste du texte présente le caractère quasi mythologique de la création de la marque marquée par la marche initiatique du jeune Louis Vuitton, quittant à quatorze ans son Jura natal pour se rendre à pied à Paris, en faisant des arrêts chez divers artisans pour apprendre le métier. Cette notion mystique est accentuée par la mise en valeur des deux ancêtres notables,

⁴²⁹ SICARD, 2010, p. 50 – 51.

⁴³⁰ ASSOULY, 2011, p. 203 – 222.

⁴³¹ Le Comité Colbert est une association fondée en 1954 qui œuvre, voire fait du lobbying, pour la promotion de l'industrie française du luxe, tant en France qu'à l'étranger. Quatre-vingt-une maisons de luxe en sont membres.

⁴³² COMITE COLBERT, *Histoire* [en ligne]. Disponible à <<http://www.comitecolbert.com/histoire.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Louis et son fils Georges, qui ont mis leur génie au service de leur métier. Est aussi présente la nécessaire inscription dans un temps long : il est bien précisé que ce premier voyage a eu lieu en 1837 et qu'Asnières est la maison-mère depuis 1859⁴³³. Aujourd'hui encore, la marque insiste sur sa production exclusivement française, les ateliers d'Asnières étant soutenus par des ateliers en Vendée et Maine-et-Loire⁴³⁴. Il est également intéressant de noter que la marque n'utilise jamais le mot « entreprise » ou « usine » pour décrire ses activités et ses sites de production ; seuls les termes « maison » et « atelier » sont utilisés par la maison⁴³⁵. Cela permet de donner l'impression d'une production d'exception dans des quantités limitées.

En achetant un vêtement ou accessoire griffé Louis Vuitton, le client ou la cliente a véritablement la sensation de se procurer un objet d'exception fabriqué main. Le grand public le ressent, car, lorsqu'on demande à un échantillon de cent soixante-deux répondants de classer différents items évoquant la marque Louis Vuitton, la maroquinerie apparaît en premier, puis, en troisième position sur sept, se trouve le « Savoir-faire français ». Entre les deux, la réponse « Appartenance à un grand groupe (LVMH) » est le deuxième élément le plus évocateur⁴³⁶ (**Annexe 20**). Louis Vuitton réussit donc sa stratégie sur l'artisanat et le savoir-faire français, bien que, comme nous l'évoquons dans la partie suivante, l'origine du prêt-à-porter de la marque pourrait être étoffée.

UNE ACTIVITE DE PRET-A-PORTER « JEUNE »

À la différence de la majorité des maisons de couture qui ont commencé par la production de vêtements avant de se diversifier dans les accessoires, Louis Vuitton

⁴³³ Ce récit quasi mythologique se retrouve dans la majorité des publications de la marque. LOUIS VUITTON, *Une histoire légendaire* [en ligne]. Disponible à <<https://fr.louisvuitton.com/fra-fr/notre-histoire/une-histoire-legendaire#the-workshop/page4>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴³⁴ CHODORGE Simon, « Dans les ateliers de Louis Vuitton, l'alliance de l'agilité et du savoir-faire », dans *L'usine nouvelle*, 28 mars 2018, [en ligne]. Disponible à <<https://www.usinenouvelle.com/article/reportage-l-alliance-de-l-agilite-et-du-savoir-faire-dans-les-ateliers-louis-vuitton.N672949>>, dernière consultation le 27 août 2019.

À noter qu'il est très difficile de connaître les vrais sites de production de LVMH, l'entreprise rendant d'une part l'accès à ces informations très fastidieuses et, d'autre part, obstruant l'information en possédant de nombreux groupes de presse tels *Les Échos*, *Le Parisien*, *Connaissance des arts* et *Investir*.

⁴³⁵ *Ibid.*

⁴³⁶ Sondage réalisé dans le cadre de ce travail de recherche. Voir la méthodologie ainsi que les résultats en Annexe 20, p. 95.

est avant tout une marque de maroquinerie née en 1859 de la main de son fondateur éponyme. Ce n'est qu'en 1997 que Bernard Arnault prend la décision de diversifier les activités Vuitton en développant le prêt-à-porter afin de rivaliser avec les autres marques de luxe qui officiaient déjà dans ce domaine. Pour ce faire, il confie à Marc Jacobs la lourde tâche de créer une collection, à partir de rien hormis des lignes de maroquinerie. En mars 1998, celui-ci présente la « Collection Zéro » dont l'aspect minimaliste provient de la première malle Vuitton, reconnaissable par sa toile Trianon grise. Cette première proposition connaît un succès tout relatif, paraissant trop épurée pour la presse. Marc Jacobs réoriente alors son propos pour la collection suivante et définit la femme Vuitton comme ayant « une âme extravertie [...] peu sensible à la discrétion⁴³⁷ ».

La marque reste avare de commentaires sur cette création tardive du prêt-à-porter, notamment sur leur site internet qui fait pourtant la part belle à l'héritage Louis Vuitton. Aucun onglet ne mentionne la date d'inauguration de cette nouvelle spécialité ce qui laisse entendre qu'elle aurait été créée en même temps que l'activité de malletier. De plus, il est intéressant de noter que Louis Vuitton ne bénéficie pas de la même aura française que ses homologues Chanel et Dior. En effet, lorsque nous demandons à un panel de cent soixante-deux personnes quelles sont les marques de prêt-à-porter françaises qui viennent en premières à leur esprit, Chanel se démarque largement en étant cité cent dix-neuf fois, puis vient Dior quatre-vingt-six fois. Louis Vuitton apparaît en quatrième position, juste après Yves Saint Laurent, avec cinquante-neuf occurrences, soit moitié moins que Chanel^{438, 439} (**Annexe 20b.**). Ce classement montre un *storytelling* efficace de la part de Louis Vuitton, mais qui pourrait être amélioré pour inscrire au mieux la marque dans un contexte français.

Une des stratégies utilisées par la marque pour ce faire est, en plus d'inscrire la maison dans un temps long français, d'utiliser le palais et musée du Louvre, symbole d'un passé national luxueux. Cette façon d'utiliser les institutions culturelles et l'art dans les stratégies de communication des entreprises se dénomme l'*artketing*.

⁴³⁷ ELLISON, RYTTER, 2018, p. 11.

⁴³⁸ Voir Annexe 20b., p.133.

⁴³⁹ LVMH est également cité six fois. Il n'est pas impensable qu'il existe une confusion entre la marque Louis Vuitton et le groupe LVMH. Dans la même idée, Karl Lagerfeld est cité quatre fois ; il n'est pas à exclure que le répondant le confonde avec la marque Chanel.

ARTKETING

Depuis quelques années déjà, les chercheurs en marketing ont théorisé un nouveau concept aux pratiques commerciales nous concernant dans cette étude : l'*artketing*, mot formé de l'alliance de marketing et art. Bertrand Chovet, directeur général France d'Interbrand, cabinet de conseil en stratégie et création de marques, définit cette notion comme telle :

« Utilisation de l'art par une marque à des fins marketing, l'*artketing* s'illustre comme l'appropriation par la marque de l'art et réciproquement. L'*artketing* est ainsi appliqué par toutes les grandes marques, quel que soit leur secteur d'activité : des produits de grande consommation à ceux du luxe. [...] L'art représente un moyen pour les marques de gagner en expérience comme en engagement avec ses publics. Il permet de répondre en les renforçant aux trois missions d'une marque forte – constituer un repère sur son marché, justifier la supériorité de ses prix et engendrer la fidélité des consommateurs.⁴⁴⁰ »

Ainsi, les stratégies de communication des marques de luxe relèvent à la fois de la publicité et de l'évènement culturel et s'adressent à un public aguerri⁴⁴¹. La définition donnée par Chovet peut également couvrir un autre aspect de l'utilisation de l'art par le secteur privé. Des entreprises à image potentiellement négative, telle celle de Total, peuvent faire acte de mécénat pour « [renvoyer] une image d'insertion « citoyenne »⁴⁴² » et ainsi faire oublier au consommateur les aspects négatifs de leur activité.

Louis Vuitton utilise l'*artketing* du point de vue de la définition donnée par Chovet. Il y a tout d'abord, comme il l'a déjà été développé ici, l'utilisation d'espaces muséaux pour la présentation de ses nouvelles collections de vêtements de prêt-à-porter : musée du Louvre, mais également fondation Louis Vuitton, musée d'art contemporain de Niterói au Brésil, musée Miho au Japon et fondation Maeght à Saint-Paul-de-Vence pour les défilés croisière. Mais les institutions muséales ne sont pas l'unique support d'*artketing* pour la marque au monogramme. Celle-ci crée également des lignes de maroquinerie avec des artistes contemporains. Le dernier exemple en date est la collection *Artycapucines*, sortie en janvier 2019, du nom de la rue où se trouvait la

⁴⁴⁰ CHOVET Bertrand, « L'Artketing, ou l'art au service de la marque », dans *La revue des marques*, juillet 2016, n°95, p. 35 – 38.

⁴⁴¹ MARION Gilles, « Objets et marques de luxe », dans ASSOULY, 2011, p. 293 – 317.

⁴⁴² ALLINNE, CARRIER, 2010, p. 53.

première boutique Louis Vuitton dans la seconde moitié du XIX^e siècle. Six artistes contemporains ont été invités à redessiner la toile du sac iconique de la marque, *Capucines*. Ainsi, les clientes peuvent désormais se procurer des sacs signés Sam Falls, Urs Fischer, Nicholas Hloblo, Alex Israel, Tschabalala Self ou encore Jonas Wood⁴⁴³. La première collaboration de la marque avec un artiste date de 2001 avec l'invitation à l'initiative de Marc Jacobs de Stephen Sprouse afin de « barbouiller le monogramme sacré⁴⁴⁴ ». Les sacs, accessoires et vêtements de la marque ont ainsi été défigurés par des graffitis. Depuis, la marque a continué ses collaborations avec des artistes contemporains, notamment Takashi Murakami, Richard Prince, Yayoi Kusama, Kansai Yamamoto ou encore Jeff Koons et sa célèbre collection « Masters » qui reprend des classiques de l'histoire de la peinture.

Par ailleurs, Louis Vuitton utilise le principe de l'*artketing* dans sa pratique du mécénat. Bien qu'il ait déjà été signalé que leur générosité envers le musée du Louvre soit intéressée, la marque est tout de même très impliquée dans la philanthropie. Pour Bernard Arnault, le mécénat « porte les valeurs de savoir-faire, d'excellence, de créativité de [ses] Maisons en les inscrivant pleinement dans leur environnement artistique, culturel, social⁴⁴⁵ ». Ainsi, en plus de leur activité directe de mécénat avec des institutions culturelles, le groupe LVMH a inauguré en octobre 2014 la fondation Louis Vuitton dans le bois de Boulogne à Paris, dont la vocation est de « soutenir la création artistique contemporaine française et internationale et la rendre accessible au plus grand nombre au travers d'une collection permanente, d'expositions temporaires, de commandes artistiques et de nombreux événements pluridisciplinaires⁴⁴⁶ ». Ce nouveau musée, dont la spectaculaire architecture conçue par Frank Gehry dénote dans l'environnement du bois de Boulogne, est un véritable succès avec des expositions battant tous les records⁴⁴⁷.

⁴⁴³ LOUIS VUITTON, « Introducing Artycapucines by Louis Vuitton », dans *Louisvuitton.com* [en ligne]. Disponible à <<https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/articles/artycapucines-introducing-the-collection>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁴⁴ ELLISON, RYTTER, 2018, p. 13.

⁴⁴⁵ LVMH, *Art & culture* [en ligne]. Disponible à <<https://www.lvmh.fr/groupe/engagements/art-culture/>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁴⁶ LVMH, *Fondation Louis Vuitton* [en ligne]. Disponible à <<https://www.lvmh.fr/groupe/engagements/art-culture/fondation-louis-vuitton-initiative-lvmh/>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁴⁷ Nous pensons notamment à l'exposition *Icônes de l'art moderne. La collection Chtchoukine* qui s'est tenue du 22 octobre au 5 mars 2017 et qui a attiré plus de 1,2 millions de visiteurs. Elle a été prolongée de deux semaines et, à partir du 27 février 2017, les horaires d'ouverture étaient étendus de 7h à 23h.

De plus, Louis Vuitton s'affiche littéralement en tant que protecteur des arts par ses commandes spéciales de malles sur mesure conçues pour le transport des œuvres d'art. La première occurrence de ce type de commande remonte, d'après la marque elle-même, à 1927⁴⁴⁸ : le marchand d'art René Gimpel aurait commandé une malle pour transporter ses tableaux lors de ses nombreux déplacements professionnels. Cette malle « de grand format » « s'ouvre sur des tiroirs où des châssis précieux peuvent trouver refuge sans risque d'être endommagé pendant le transport⁴⁴⁹ ». Le dernier exemple en date de ce type de commande spéciale est la malle ayant servi au transport de *La laitière* de Johannes Vermeer conservée au Rijksmuseum à Amsterdam. Dans le cadre de son déplacement pour le Royal Museum de Tokyo à l'occasion de l'exposition *Making the difference: Vermeer and Dutch Art* qui s'est tenue du 5 octobre 2018 au 3 février 2019, la marque a fabriqué une malle spécifique, « méticuleusement conçue pour accueillir le tableau [...] [avec] des bandes personnalisées peintes à la main ainsi qu'un intérieur de couleur jaune évoquant les couleurs principales du chef-d'œuvre⁴⁵⁰ ».

Louis Vuitton fait ainsi une utilisation majeure de ce nouveau concept d'*artketing* afin d'asseoir sa légitimité et d'assouvir une certaine position dans le domaine du luxe. Par des partenariats qualitatifs avec des artistes renommés, des événements dans de célèbres institutions muséales, des expositions de très grandes envergures et sa protection littérale des arts, Louis Vuitton se place comme un élément majeur de la vivacité culturelle française et internationale. Cela lui permet de bénéficier d'une aura supplémentaire, de cibler une clientèle éclairée et potentiellement aisée et, de manière plus pragmatique, de justifier de pratiques tarifaires élevées. L'*artketing* participe ainsi à l'expérience client⁴⁵¹: le consommateur n'achète pas seulement une pièce Louis

⁴⁴⁸ Date retenue dans SAILLARD Olivier, *Volez, Voguez, Voyagez* [exposition. Paris, Grand Palais, 2015], New York : Rizzoli, 2015, p. 159.

Cependant, l'article « Le savoir-faire de la malle customisée « La Laitière » » sur le site de Louis Vuitton date cette commande de 1924 [en ligne]. Disponible à <<https://ca.louisvuitton.com/fra-ca/articles/savoir-faire-for-the-custom-the-milkmaid-trunk>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁴⁹ SAILLARD Olivier, *Volez, Voguez, Voyagez* [exposition. Paris, Grand Palais, 2015], New York : Rizzoli, 2015, p. 159.

⁴⁵⁰ « Le savoir-faire de la malle customisée « La Laitière » », sur [louisvuitton.fr](https://ca.louisvuitton.com/fra-ca/articles/savoir-faire-for-the-custom-the-milkmaid-trunk), 15 octobre 2018 [en ligne]. Disponible à <<https://ca.louisvuitton.com/fra-ca/articles/savoir-faire-for-the-custom-the-milkmaid-trunk>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁵¹ « L'expérience client désigne l'ensemble des émotions et sentiments ressentis par un client avant, pendant et après l'achat d'un produit ou service. C'est le résultat de l'ensemble des interactions qu'un client peut avoir avec la marque ou l'entreprise », d'après BATHELOT Bertrand, « Définition : Expérience

Vuitton, mais peut également avoir la sensation de participer en un sens à l'encouragement de la pratique artistique en supportant indirectement leur mécénat et en se rendant aux expositions de la fondation. Par l'*artketing*, c'est tout un univers artistique auquel le consommateur a désormais accès. Son acte d'achat ne se résume plus à simplement porter une pièce Louis Vuitton, mais également à se placer en tant que protecteur des arts.

DES UTILISATIONS DIFFERENTES DU MUSEE DU LOUVRE PAR LOUIS VUITTON

LES DEFILES DE MODE

L'histoire de Louis Vuitton n'est pas foncièrement liée au musée du Louvre. La première véritable collaboration entre les deux institutions ne se fait qu'en mars 2007, à l'occasion du premier défilé organisé par Marc Jacobs dans la cour Carrée. Pourtant, dans le *storytelling* de la marque au monogramme, le musée, ou plutôt le quartier environnant, est bel et bien présent. Le jeune Louis Vuitton apprend le métier de « layetier-coffretier-emballeur » à proximité du musée, dans l'atelier de Monsieur Maréchal situé au 327 rue Saint-Honoré. En 1954, sa formation achevée, Vuitton ouvre sa première boutique au 4 rue Neuve-des-Capucines près de la rue de la Paix⁴⁵². Ces emplacements sont caractéristiques de l'époque pendant laquelle la majorité des artisans avait pignon sur rue dans ces quartiers. Mais il est tout de même commode pour la marque de rappeler ces origines géographiques pour justifier son inscription dans le centre de Paris aujourd'hui. Antoine Arnault, fils de Bernard Arnault et directeur général de Berluti, à l'occasion du tournage de la publicité *L'invitation au voyage* de Louis Vuitton réalisée au Louvre, légitime la présence de la marque au musée arguant que « l'histoire de Louis Vuitton a commencé dans ce quartier ». Et au journaliste Stéphane Reynaud d'ajouter que le jeune malletier emballait les toilettes de l'impératrice Eugénie, qui elle-même vivait au palais du Louvre⁴⁵³. La boucle est donc bouclée et Louis Vuitton légitimé pour occuper le Louvre.

client », dans *Définitions marketing*, 14 avril 2018 [en ligne]. Disponible à <<https://www.definitions-marketing.com/definition/experience-client/>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁵² GOLBIN, 2012, p. 23.

⁴⁵³ REYNAUD Stéphane, « Dans les coulisses d'un tournage de haut vol », dans *Le Figaro*, 12 novembre 2012, p. 39.

Les défilés dans la cour Carré sont une manière de s'inscrire dans l'histoire de la mode et de ses périodes plus fastes, à une époque où la marque ne pratiquait pas encore le prêt-à-porter. En effet, en présentant ses collections dans l'espace qui a accueilli durant dix années les défilés de mode de noms mythiques, Louis Vuitton entre dans le panthéon des grandes marques des années 1980 qui ont connu ces moments forts. Le pari est réussi : la journaliste du *Figaro* Virginie Mouzat écrit à propos du défilé de mars 2009 que « dans la cour Carrée du Louvre, on croit revivre les plus beaux moments du luxe des années 1980⁴⁵⁴ ». Grâce à des défilés d'envergure dans un espace emblématique de la mode parisienne, Louis Vuitton prêt-à-porter fait oublier à la profession son existence particulièrement jeune et ne reposant pas sur un couturier de génie ayant bâti sa propre marque. Mais le choix du lieu n'est pas qu'une volonté stratégique de la part de la marque. Pour le scénographe Alexandre de Betak, « l'emplacement du défilé apporte sa propre narration et aide à raconter l'histoire de la collection, particulièrement quand cela juxtapose des éléments⁴⁵⁵ ».

L'utilisation nouvelle du Louvre à partir de mars 2017 induit une stratégie différente, mais complémentaire à celle-ci. Inviter les spectateurs dans des espaces luxueux, parfois même interdits au public telle la cour Lefuel, illustre la toute-puissance de la marque. L'image de la pyramide du Louvre est très forte, la marche d'intronisation d'Emmanuel Macron en mai 2017 en est un bon exemple, et Louis Vuitton l'a bien compris. Lorsque ses mannequins, lors du défilé d'octobre 2018, débutent leur marche avec la pyramide de Pei dans le dos, une sensation de force et de pouvoir se dégage des photographies du défilé⁴⁵⁶ (**Annexe 14e.**). Louis Vuitton, en s'associant avec un musée parmi les plus connus au monde, assoit ainsi sa supériorité de première marque française de luxe⁴⁵⁷. Bernard Arnault définit lui-même la marque Louis Vuitton comme « symbole de l'élitisme⁴⁵⁸ », dont la vision se retrouve dans l'utilisation du Louvre.

⁴⁵⁴ MOUZAT Virginie, « Contes d'hiver », dans *Le Figaro*, 13 mars 2009, p. 31.

⁴⁵⁵ BETAK, SINGER, 2017, p. 17.

Texte original : « A location brings its own narrative and help to tell the story of the collection, especially when it juxtaposes elements ».

⁴⁵⁶ Voir Annexe 14e., p. 66.

⁴⁵⁷ D'après le classement Brandz 2019, Kantar.

⁴⁵⁸ ARNAULT Bernard et MESSAROVITCH Yves, *La passion créative : entretiens avec Yves Messarovitch*, Paris : Pocket, 2001, p. 68.

Louis Vuitton, bénéficiant ainsi d'un accès privilégié au Louvre, utilise ce dernier pour d'autres pratiques commerciales que simplement pour les défilés. Une partie de leur communication est en effet associée à l'image forte du musée.

LA CAMPAGNE PUBLICITAIRE L'INVITATION AU VOYAGE, 2012

En 2012, Louis Vuitton publie une vidéo promotionnelle intitulée *L'invitation au voyage* réalisée par le duo néerlandais de photographes, Inez et Vinoodh. Il s'agit du premier spot publicitaire d'une telle ampleur filmé au Louvre. À nouveau, Louis Vuitton, grâce à son mécénat exceptionnel, se voit ouvrir des portes de plus en plus grandes dans le musée parisien⁴⁵⁹. Christophe Monin, dans un article du *Figaro*, précise que ce tournage a été rendu possible suite à « l'engagement [de Louis Vuitton qui] a permis la mise en œuvre d'expositions aux propos ambitieux touchant les domaines les plus divers⁴⁶⁰ ». Or, comme il en a été question précédemment, la générosité de Louis Vuitton est intéressée et porte visiblement bien ses fruits.

La vidéo met en scène la mannequin Arizona Muse se rendant au musée du Louvre depuis le jardin des Tuileries, marchant rue de Rivoli, avant de pousser une des lourdes portes de la cour Carrée. Le téléspectateur la retrouve ensuite dans la salle des États, passant devant les *Noces de Cana* de Véronèse à une hauteur telle qu'il a la sensation qu'elle appartient au tableau. La mannequin regarde ensuite d'un œil méfiant et défiant la *Joconde* de Léonard de Vinci au sourire imperturbable. Elle ouvre une malle Louis Vuitton qui contient une unique lettre dont nous ignorons tout du contenu. Sa course se termine dans la cour Carrée où l'attend une montgolfière rouge et blanche, souvenir des jouets pour enfants. Elle monte dans la nacelle et le ballon décolle en survolant le palais du Louvre, la tour Eiffel dans le fond, invitant le spectateur au voyage⁴⁶¹.

Ce spot publicitaire démontre l'envie de la marque Louis Vuitton de s'apparenter au musée du Louvre, dans lequel il défile alors déjà depuis cinq années. Il s'agit de la suite logique aux dix derniers défilés de la marque. Il est intéressant de noter que la

⁴⁵⁹ REYNAUD, 2012.

⁴⁶⁰ *Ibid.*

⁴⁶¹ Voir *L'invitation au voyage – The Louis Vuitton Advertising Campaign Film* posté le 11 décembre 2012 sur la chaîne *siuoo* sur YouTube [en ligne]. Disponible à https://www.youtube.com/watch?v=1BMPdXN_jb0, dernière consultation le 27 août 2019.

vidéo d'une minute ne fait pas apparaître une seule fois la pyramide de Pei. Pourtant, il est habituel pour les réalisateurs de la filmer dans son ensemble, ou un détail des losanges de verre, pour situer l'action. Ici, Louis Vuitton fait le choix de s'intéresser au palais historique et non pas à la touche de modernité apportée dans les années 1980. Le choix du musée du Louvre par Louis Vuitton relevant d'une volonté de légitimation historique est d'autant plus accentué par cette décision de ne pas présenter la pyramide. En se focalisant sur les bâtiments plus anciens, la marque s'ancre par la même occasion dans l'histoire du palais dont les premières façades filmées remontent à François I^{er}. Les clients et spectateurs de la vidéo oublient que le prêt-à-porter Louis Vuitton est finalement très récent.

LANCEMENT DE LA COLLECTION MASTERS DE JEFF KOONS

Parmi l'utilisation du Louvre par Louis Vuitton, un événement a particulièrement marqué les esprits en raison de son caractère inhabituel. Le 11 avril 2017, soit environ un mois après le défilé novateur de la cour Marly, la marque réinvestissait les salles du musée. En effet, pour le lancement de la collection de sacs en collaboration avec l'artiste contemporain Jeff Koons, Vuitton a invité deux cents personnalités de la mode et de la culture pour un dîner dans la salle des États⁴⁶² (**Annexe 15**). Quatre longues tables ont été dressées entre la *Joconde* et les *Noces de Cana*. Dans la galerie Daru était présentée l'ensemble de la collection de maroquinerie : des sacs à l'effigie de célèbres peintures, dont *Mona Lisa*. Les célébrités y étaient prises en photo par le fameux photographe de mode Patrick Demarchelier. Leonard de Vinci n'est pas le seul peintre à voir son œuvre être reprise par Louis Vuitton et Jeff Koons : Titien, Rubens, Fragonard et Van Gogh ont également eu droit au même traitement. Michael Burke, le président de Louis Vuitton, estime, lors de la sortie de la deuxième collection *Masters* six mois plus tard, que cette sélection d'œuvres permet à la marque de « [raconter] quatre siècles d'art » et de « [participer] de la pédagogie⁴⁶³ ». En effet, à l'intérieur de chaque sac est inscrite en lettres dorées une courte biographie du peintre dont l'œuvre

⁴⁶² Voir Annexe 15, p. 68.

⁴⁶³ GUILLAUME Hélène, « Collaboration Louis Vuitton x Jeff Koons, acte II : sous la lumière de Claude Monet », dans *Le Figaro*, 26 octobre 2017 [en ligne]. Disponible à <<http://madame.lefigaro.fr/style/louis-vuitton-presente-le-deuxieme-volet-de-sa-collaboration-avec-jeff-koons-sacs-masters-2-261017-134970>>, dernière consultation le 27 août 2019.

est reprise et de Jeff Koons, ainsi que des explications sur le tableau⁴⁶⁴. La journaliste du *Monde* Emmanuelle Jardonnet estime que cela « devrait au passage drainer des clients curieux de découvrir la version originale des œuvres qui ornent leurs épaules⁴⁶⁵ ». Cette hypothèse reste à prouver, cette mesure étant difficile à estimer et semblant assez optimiste et naïve.

La collection en elle-même induit beaucoup de questions, notamment sur ce qu'on nomme art ou artiste, mais notre sujet n'implique pas une discussion quant à cette ligne de maroquinerie. Il est tout de même intéressant de noter que la *Joconde* ait été le premier support publicitaire pour le lancement de la collection, notamment sur Instagram. Le 7 avril 2017, la marque poste sur son compte une première photographie d'une boîte en bois flanquée du monogramme sur laquelle est posée une étiquette « FRAGILE ». La description associée dit, en anglais : « À manier avec précaution... La nouvelle collaboration Louis Vuitton est emballée et prête à être révélée le 11 avril⁴⁶⁶ ». Plus tard dans la journée, la marque poste une photographie d'un cadre vide, décrivant : « Le cadre, mais pas le sourire⁴⁶⁷ » (**Annexe 18**). Le fond caractéristique beige de l'image est celui du mur soutenant la *Joconde* et le commentaire confirme cette intuition. Il s'agit de la seule peinture présentée uniquement de cette manière, preuve de sa célébrité. Son aura est telle que Louis Vuitton souhaite fêter la nouvelle collaboration devant cette œuvre en organisant un dîner dans la salle des États⁴⁶⁸ (**Annexe 15**).

Cet événement pose des questions de déontologie en matière de disposition d'espace. Il était, avant cette date, impossible de penser à organiser un dîner pour une entreprise à côté des œuvres. Jean-Luc Martinez va plus loin que ses prédécesseurs en autorisant une telle manifestation. Alors que les présentations de nouvelles collections dans la cour Carrée s'inscrivaient dans une histoire longue des défilés de mode, et que le défilé cour Marly qui a eu lieu juste avant cet événement mettait en

⁴⁶⁴ JARDONNET Emmanuelle, « Jeff Koons et Louis Vuitton mettent le Louvre à sac », dans *Le Monde*, 13 avril 2017 [en ligne]. Disponible à <https://www.lemonde.fr/arts/article/2017/04/13/jeff-koons-et-louis-vuitton-mettent-le-louvre-a-sac_5110960_1655012.html>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁶⁵ *Ibid.*

⁴⁶⁶ Voir Annexe 18, p. 84.

Texte original : « Handle with care... The new Louis Vuitton collaboration is packed and ready to be revealed on April 11 ».

⁴⁶⁷ Voir Annexe 18, p. 84.

Texte original : « The frame, but not the smile ».

⁴⁶⁸ Voir Annexe 15, p. 68.

valeur à la fois les œuvres d'art et les vêtements, ce dîner ne semble être qu'une débauche de moyens par Louis Vuitton et interroge la place du Louvre dans cette utilisation d'espace par les entreprises. Doit-on vraiment tout leur accorder sous prétexte de financements supplémentaires ?

LE MUSEE, ENTRE DECOR ET ARGUMENT DE VENTE

LES DEFILES CROISIERE

Comme nous l'avons déjà signalé, l'arrivée de Nicolas Ghesquière chez Louis Vuitton est synonyme de changements dans la maison. Parmi ceux-ci se trouve la présentation des premiers défilés croisière. Les précollections existaient déjà avec Marc Jacobs, mais elles étaient moins ambitieuses et ne bénéficiaient pas d'un défilé spécifique. Ghesquière et son équipe présentent chaque mois de mai un nouveau défilé depuis 2015. Aujourd'hui au nombre de six, les défilés croisière ont eu lieu chacun dans un endroit différent du globe, dans des architectures remarquables. Parmi les lieux mis en valeur par la marque, trois sont des musées : le musée d'art contemporain de Niteroi à Rio de Janeiro (28 mai 2016), le musée Miho près de Kyoto (14 mai 2017) et la fondation Maeght à Saint-Paul-de-Vence (28 mai 2018). Les deux premiers ont été réalisés dans les architectures impressionnantes, sans être au contact des œuvres. Au contraire, pour le défilé de la collection croisière 2019, la marche des mannequins faisait écho aux statues de Giacometti exposées dans le jardin de la fondation Maeght⁴⁶⁹ (**Annexe 16e.**). Le travail de Ghesquière a également été conçu en relation avec les œuvres exposées, arguant que « le volume et les formes des statues ici ont définitivement influencé [ses] silhouettes⁴⁷⁰ ». Concernant les trois autres défilés, le premier, le 17 mai 2014 a eu lieu sur la place du palais de Monaco, dans une structure temporaire. En mai 2015, le défilé croisière est présenté dans la maison de Bob et Dolores Hope à Palm Springs, curiosité architecturale de John Lautner. Enfin, le dernier en date, ayant eu lieu le 9 mai 2019, s'est déroulé dans le

⁴⁶⁹ Voir Annexe 16e., p.73.

⁴⁷⁰ Ghesquière cité dans MENKES Suzy, « Louis Vuitton : Art and craft on the French Riviera », dans *Vogue UK*, 29 mai 2018 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/gallery/louis-vuitton-art-and-craft-on-the-french-riviera>>, dernière consultation le 27 août 2019.

TWA Flight Center, un terminal inusité de l'aéroport John F. Kennedy de New York, qui rappelle les origines de la marque, basées sur le voyage⁴⁷¹ (**Annexe 16**).

Pour Nicolas Ghesquière, le voyage, thème cher à la marque et à son directeur artistique, n'est pas uniquement dans les localisations de ces différents défilés, mais également dans les bâtiments qui les abritent. Selon le designer, « les gens voyagent beaucoup pour l'architecture, pas seulement pour les monuments » et, par extension, « cette exploration et le voyage de Louis Vuitton pouvaient également être un voyage architectural⁴⁷² ».

Nicolas Ghesquière pourrait avoir joué un rôle non négligeable dans ces nouvelles approches envers le patrimoine par la marque. Alors que Marc Jacobs avait déjà accès au musée du Louvre, du moins dans l'espace de la cour Carrée, ce n'est qu'avec l'arrivée du nouveau directeur artistique français que la marque utilise véritablement l'écrin dans lequel elle défile. Le premier défilé de Ghesquière dans la cour Carrée, bien que partant du principe de la tente au milieu du quadrilatère comme son prédécesseur, met déjà en quelque sorte l'architecture du musée en valeur par l'utilisation de stores vénitiens qui laissent entrapercevoir l'extérieur de l'édifice temporaire. C'est également Ghesquière qui sera à l'origine des défilés au sein même du Louvre. Ces nouveaux espaces de présentation résonnent avec sa manière de travailler et son inspiration. Comme il est précisé dans la version anglaise de *Vogue* en mars 2018, Nicolas Ghesquière « est fasciné par la tension entre le passé et le futur⁴⁷³ ». Cela se ressent ainsi à la fois dans ses collections, mais également dans les décors accueillant ses défilés qui, particulièrement depuis les présentations au Louvre, font la part belle à l'histoire et à l'art, sans préférence particulière pour telle ou telle période. Cette influence provient d'un goût personnel pour l'histoire de l'art. Ghesquière fréquente les musées pour ses défilés, mais pas uniquement : il a puisé

⁴⁷¹ Pour l'ensemble des défilés croisière, voir Annexe 16, p. 69.

⁴⁷² MENKES Suzy, « Louis Vuitton's Nicolas Ghesquière : in his own words », dans *Vogue UK*, 8 mai 2015 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/gallery/louis-vuittons-nicolas-ghesquiere-in-his-own-words>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Texte original : « People travel a lot for architecture, not only for monuments [...], the exploration and voyage side of Louis Vuitton could be an architectural journey ».

⁴⁷³ MADSEN Anders Christian, « Louis Vuitton », dans *Vogue UK*, 6 mars 2018 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/shows/autumn-winter-2018-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Texte original : « Ghesquière is fascinated with the tension between the past and the future ».

de l'inspiration au Metropolitan museum de New York⁴⁷⁴, au Louvre dans lequel il a toujours rêvé de défilé⁴⁷⁵ ou encore à la fondation Maeght qu'il a visitée à l'âge de vingt-deux ans⁴⁷⁶.

Ainsi, il peut être exact d'affirmer que le directeur artistique arrivé en 2013 a joué un rôle important dans le nouveau lien de parenté qui existe entre la marque et les musées. Friand d'anachronisme et d'architecture, il a pu vouloir défilé dans les musées par goût personnel. Cela lui a été rendu possible grâce à la toute-puissance du groupe LVMH qui avait déjà, depuis presque la création de la marque de prêt-à-porter, commencé à travailler en direction d'un plus grand lien avec l'art⁴⁷⁷.

QUELLE RELATION ENTRE LA COUTURE ET LES BEAUX-ARTS ?

Selon les Français, le luxe et ainsi la couture ont un statut différent de la conception qu'en ont leurs homologues européens. En effet, il y a une tradition du savoir-faire qui perdure en France, tout du moins une « valeur hautement statutaire⁴⁷⁸ » de cet art, malgré la marginalité de ce dernier aujourd'hui. Pour Marie-Claude Sicard, experte en stratégie des marques, le luxe français « doit être cher, vénérable, et conférer du prestige à qui s'en rend acquéreur⁴⁷⁹ ». D'une certaine façon alors, la couture n'est pas seulement un art créatif, mais véritablement un objet de renom gageur d'un certain prestige social. Pour autant, cette vision française est contraire aux perceptions qui existent chez nos voisins européens ou outre-Atlantique. Lorsque nous quittons les frontières de notre pays, le luxe n'est presque plus que synonyme de logos, diamants et autres moyens de monstration de richesse. Ainsi, la perception de la couture comme un art en soi peut être quelque peu altérée.

Pour rassurer ceux qui doutaient de cela, Louis Vuitton, en présentant ses nouvelles collections au Louvre, place la mode et la couture sur un pied d'égalité avec les chefs-d'œuvre passés. En associant son image avec celle du musée le plus visité

⁴⁷⁴ MADSEN Anders Christian, « Louis Vuitton », dans *Vogue UK*, 3 octobre 2017 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/shows/spring-summer-2018-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁷⁵ MENKES, 2017.

⁴⁷⁶ MENKES, 2018.

⁴⁷⁷ Par exemple, le projet de la fondation Louis Vuitton est lancé dès 2001.

⁴⁷⁸ SICARD, 2010, p. 10.

⁴⁷⁹ *Ibid.*

au monde, la marque entérine la supériorité de ses collections par rapport aux cycles courts et rapidement démodés de la *fast fashion*⁴⁸⁰. Les pièces de Marc Jacobs et Nicolas Ghesquière sont désormais à niveau égal avec les sculptures présentées dans la cour Marly et, pour Louis Vuitton, « s'associer à l'art, c'est puiser dans l'intemporel pour que la marque transcende le temps⁴⁸¹ ». L'écart entre perception de la réalité et réalité des pièces, caractéristique de la clientèle de luxe qui accepte de payer bien plus cher ce qu'elle sait valoir moins⁴⁸², se creuse d'autant plus que les collections sont présentées dans un espace luxueux et intemporel, tel le musée du Louvre.

Par ailleurs, la question de l'acceptation de la couture en tant qu'art à part entière ne semble désormais plus avoir cours, la marque s'autoadoubant de ce point de vue-là. Les nombreuses expositions, à succès, sur le thème de la couture démontrent bien que ce débat n'a plus lieu d'être : par les expositions monographiques au musée des Arts décoratifs de Paris, telles *Louis Vuitton – Marc Jacobs*⁴⁸³ ou *Christian Dior, couturier du rêve*⁴⁸⁴, ou les mises en regard avec des œuvres plus anciennes, à l'instar de l'exposition *L'impressionnisme et la mode* au musée d'Orsay⁴⁸⁵ ou *Balenciaga, l'œuvre au noir* au musée Bourdelle⁴⁸⁶, la couture a sa place parmi les traditionnels beaux-arts. De plus, Louis Vuitton, en présentant ses collections aux côtés mêmes des œuvres du Louvre, proposant simultanément une nouvelle présentation de celles-ci par un éclairage original, entérine cette idée de la porosité de la mode avec ce qui est considéré comme les beaux-arts. Et si le grand public en doutait encore, les publi-expositions⁴⁸⁷ de la marque, telle la présentation itinérante *Volez, Voguez, Voyagez*

⁴⁸⁰ La *fast fashion*, qui peut se traduire par la mode rapide ou jetable, est caractérisée par un renouvellement des collections très rapide, parfois plusieurs fois par mois. Les vêtements sont vendus à prix extrêmement bas et sont destinés à n'être portés que pendant une courte période. La garde-robe est ainsi régulièrement renouvelée. Dans le luxe, bien que le terme ne s'applique pas directement, cette volonté de proposer régulièrement des nouvelles collections existe depuis les années 1990. Le développement des défilés croisière en plus des défilés de prêt-à-porter et de haute-couture en est un excellent exemple.

⁴⁸¹ AUCKENTHALER Brice et MAHY Antoine, « Marques et art, « Arty » ou artifice », dans *La revue des marques*, juillet 2016, n°95, p. 57 – 62.

⁴⁸² SICARD, 2010, p. 40.

⁴⁸³ *Louis Vuitton – Marc Jacobs*, Paris, musée des Arts décoratifs, du 9 mars au 16 septembre 2012.

⁴⁸⁴ *Christian Dior, couturier du rêve*, Paris, musée des Arts décoratifs, du 5 juillet 2017 au 7 janvier 2018.

⁴⁸⁵ *L'impressionnisme et la mode*, Paris, musée d'Orsay, du 25 septembre 2012 au 20 janvier 2013.

⁴⁸⁶ *Balenciaga, l'œuvre au noir*, Paris, musée Bourdelle, du 8 mars au 16 juillet 2017.

⁴⁸⁷ Une publi-exposition désigne « une exposition consacrée à une marque et à ses produits et réalisée en collaboration avec un musée ou une autre institution culturelle. L'exposition est alors créée à l'initiative de la marque et la collaboration peut prendre la forme d'un mécénat culturel ou d'une simple location de salle », d'après BATHELOT Bertrand, « Définition : Publi-exposition », dans *Définitions marketing*, 10 octobre 2017, [en ligne]. Disponible à <<https://www.definitions-marketing.com/definition/publi-exposition/>>, dernière consultation le 27 août 2019.

présentée en France au Grand Palais du 4 décembre 2015 au 21 février 2016 avant de s'exporter à Tokyo, Séoul, New York, et Shanghai⁴⁸⁸, authentifie les pièces de la marque comme œuvres d'art à part entière.

La mode, par sa présentation et représentation, légitime sa place au milieu des arts majeurs, quand bien même celle-ci décroît lorsque le vêtement quitte les espaces de d'exposition pour être exhibé hors des podiums. Pour le scénographe Alexandre de Betak, « la mode devient un art par la manière dont elle est présentée⁴⁸⁹ » pour n'être qu'une simple pièce de tissus lorsqu'elle est portée dans la rue. Mais la cliente aura toujours l'impression de porter une pièce d'exception, celle-ci ayant été par exemple présentée au milieu des plus grands artistes du Louvre et ayant nécessité un savoir-faire particulier semblable au talent des génies du passé.

LA MAISON LVMH / ARTS – TALENTS – PATRIMOINE

En 2020 ouvrira non loin de la fondation Louis Vuitton un nouvel espace muséal conçu par la marque au monogramme. Celui-ci portera le nom de « Maison LVMH / Arts – Talents – Patrimoine » et s'érigera en lieu et place de l'ancien musée des Arts et traditions populaires dans le bois de Boulogne. Frank Gehry, architecte de la fondation Louis Vuitton, et Thomas Dubuisson ont été mandatés pour remettre au goût du jour ce bâtiment des années 1970 dont les collections ont été déplacées au musée des Civilisations de l'Europe et de la Méditerranée (MuCEM) de Marseille. Le nouveau musée sera dédié « à la création artistique, au spectacle vivant ainsi qu'aux métiers d'art et aux savoir-faire artisanaux qui sont au cœur du patrimoine parisien et français⁴⁹⁰ ». Cette idée de mettre en valeur le savoir-faire d'artisans qualifiés se retrouve dans la maison Chanel et ses collections « Métiers d'art » révélant « le savoir-faire des orfèvres, bottiers, brodeurs, paruriers, plumassiers et chapeliers des maisons

⁴⁸⁸ Tokyo, Kojimachi, du 23 avril au 19 juin 2016 ; Séoul, Dongdaemun Design Plaza, du 8 juin au 27 août 2017 ; New York, American Stock Exchange Building, du 27 octobre 2017 au 7 janvier 2018 ; Shanghai, Shanghai Exhibition Center, du 16 novembre 2018 au 1^{er} février 2019.

⁴⁸⁹ BETAK, SINGER, 2017, p. 7.

Texte original : « Some would say that fashion itself is an art form, while others would argue that fashion becomes art through the way in which it is presented ».

⁴⁹⁰ LVMH, *La MAISON LVMH / Arts – Talents – Patrimoine* [en ligne]. Disponible à <<https://www.lvmh.fr/groupe/engagements/art-culture/maison-lvmh-arts-talents-patrimoine-initiative-lvmh/>>, dernière consultation le 27 août 2019.

d'art de Chanel⁴⁹¹ ». Le dernier défilé en date de la marque a d'ailleurs été présenté au Metropolitan museum de New York, le 4 décembre 2018, ce qui illustre la logique similaire de la marque, autrefois symbolisée par Karl Lagerfeld, à celle de Bernard Arnault.

Ce dernier, déjà propriétaire du site de la fondation Louis Vuitton et du jardin d'Acclimatation, a récupéré l'ancien bâtiment du musée des Arts et traditions populaires auprès de la Ville de Paris qui ne savait quoi en faire, mais ne pouvait le vendre par de son classement aux Monuments historiques. LVMH a ainsi saisi l'occasion de se porter gestionnaire de l'architecture en payant une redevance annuelle de cent cinquante mille euros à la Ville de Paris pour pouvoir créer un centre de savoir-faire : des ateliers, une académie des métiers d'art, un institut des métiers d'excellence, etc. tout cela sous l'égide du tout puissant conglomérat du luxe qui en aura la charge pendant soixante-dix ans. En 2017, le coût des travaux est estimé être de cent cinquante-huit millions d'euros, dont la plus grande partie sera défiscalisée au titre de mécénat ⁴⁹².

De la même manière que par les défilés au Louvre, Louis Vuitton pérennise le savoir-faire de sa maison en l'inscrivant dans un musée, intemporel par définition. Il élève ses créations et créateurs au rang d'artistes en les plaçant derrière des vitrines destinées aux « publics scolaires et [aux] jeunes des quartiers populaires⁴⁹³ ». Derrière cette bien-pensance, se cache, de manière maladroite, mais assumée, une nouvelle forme de publicité pour la marque née à Asnières au XIX^e siècle. Elle immortalise son art et élève ses clients et clientes au rang de personnes éclairées qui savent reconnaître le bon goût et la qualité, puisque les pièces qu'ils et elles portent sont exposées dans un musée. Par cet acte de mécénat hors norme, LVMH démontre également que le groupe a à cœur de faire bénéficier l'ensemble de la population de sa virtuosité et se place à nouveau en protecteur des arts et des traditions, qui n'auront

⁴⁹¹ « Collection Métiers d'art », sur [chanel.com](https://www.chanel.com/fr_CA/mode/collection/collection-metiers-art-2018-19-New_York.html) [en ligne]. Disponible à <https://www.chanel.com/fr_CA/mode/collection/collection-metiers-art-2018-19-New_York.html>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁹² LARROCHELLE Jean-Jacques et VULSER Nicole, « Bernard Arnault va faire rénover le Musée des arts et traditions populaires par Frank Gehry », dans *Le Monde*, 8 mars 2017 [en ligne]. Disponible à <https://www.lemonde.fr/architecture/article/2017/03/08/lvmh-va-transformer-le-musee-des-arts-et-traditions-populaires_5091031_1809550.html>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁴⁹³ LVMH, *La MAISON LVMH / Arts – Talents – Patrimoine* [en ligne]. Disponible à <<https://www.lvmh.fr/groupe/engagements/art-culture/maison-lvmh-arts-talents-patrimoine-initiative-lvmh/>>, dernière consultation le 27 août 2019.

désormais plus rien de populaires, dans cet établissement. En ajoutant à ce chantier celui de la Samaritaine, bâtiment du Second Empire restauré pour en faire des bureaux et des logements sociaux⁴⁹⁴, Bernard Arnault développe enfin son image de défenseur de l'architecture parisienne, au même titre que son concurrent François Pinault qui restaure la Bourse de Commerce de Paris pour en faire un lieu d'exposition. Ainsi, lorsque nous achetons du Louis Vuitton, nous pouvons avoir la sensation de faire partie des défenseurs du patrimoine parisien et français.

⁴⁹⁴ LVMH, *La Samaritaine* [en ligne]. Disponible à <https://www.lvmh.fr/les-maisons/autres-activites/samaritaine/>, dernière consultation le 27 août 2019.

MECENAT ET LOCATION D'ESPACE AU LOUVRE : UN EQUILIBRE DEONTOLOGIQUE

L'IMAGE DU MUSEE DU LOUVRE

LA COMMUNICATION DU MUSEE

La question de l'image du musée du Louvre et de sa communication est somme toute assez récente. Dans le chapitre « Communication » du troisième tome de *l'Histoire du Louvre*, les auteurs distinguent trois phases différentes pour cet aspect : une communication simple gérée par la direction des Musées de France entre 1960 et 1988 suivie par la création d'un service dédié et une communication essentiellement dédiée aux expositions entre 1988 et 2002. La phase moderne, à partir de 2002, voit la mise en place d'une véritable stratégie de communication pour le musée⁴⁹⁵.

La gestion des défilés de mode fait partiellement écho à cette classification. L'occupation de la cour Carrée sous l'égide du ministère de la Culture à partir de 1982 ne répond en rien à une quelconque volonté stratégique. Le musée « subit » ces installations et ne tire pas profit de la présence de grandes marques de luxe en son sein. La phase 1988 – 2002 proposée par les auteurs pourrait correspondre au déménagement des défilés dans le Carrousel du Louvre à partir de 1993, période pendant laquelle le musée n'a plus de liens avec les créateurs de mode. A contrario, la phase débutant en 2002 selon les auteurs de *l'Histoire du Louvre* marque le début d'une nouvelle conception de l'image du Louvre qui amènera, cinq années plus tard, au premier défilé Louis Vuitton, géré directement par le musée, dans la cour Carrée.

C'est à partir de 2002, suite à l'arrivée de Henri Loyrette l'année précédente, qu'un tournant se fait ressentir dans la gestion du Louvre, mais également de son image. L'ensemble de la profession « se [résout] à entrer dans une sorte d'âge de la raison [...] où l'innovation cède le pas devant la gestion⁴⁹⁶ ». Le musée connaît ainsi un souffle nouveau avec des transformations internes telles que la réouverture de la salle des États en 2005, l'inauguration du nouveau département des Arts de l'Islam et

⁴⁹⁵ LEROLLE Aggy, MADEC David, BEATRIX Anne-Laure (et al.), « Communication », dans BRESCH-BAUTIER, 2016 (b), p. 68 – 69.

⁴⁹⁶ BENHAMOU, 2006, p. 16.

du Louvre-Lens en 2012, et également le début de la réflexion sur la notion de « marque Louvre » qui se vend à prix d'or avec le projet du Louvre Abu Dhabi.

LA « MARQUE LOUVRE »

En 2007, le musée concède son nom à la puissance proche-orientale des Émirats arabes unis pour une durée de trente ans et six mois et une somme avoisinant le milliard d'euros⁴⁹⁷. Pour Guillaume Fonkenell⁴⁹⁸, la réflexion est plus grande que juste la notion de vendre une marque. Lorsque le musée travaille en étroite collaboration avec une entité privée ou publique, le contrat relève de préoccupations plus profondes qu'une simple stratégie de communication :

« Avant d'être une « marque », voire une histoire, le « Louvre » est surtout un mythe, un mot susceptible de prendre, en fonction de celui qui l'emploie, les significations les plus variées : son potentiel dépasse désormais la simple addition d'une histoire de palais, de collections d'art et d'institution⁴⁹⁹ ».

Pour le musée du Louvre, travailler avec telle ou telle marque, c'est lui donner ainsi accès à son réseau et à son prestige. Pendant longtemps, le musée a donc considéré soigneusement les projets qui s'offraient à lui pour ne pas entacher le prestige de son nom. Concernant les défilés de mode, l'accès à la cour Carrée a été refusé pendant longtemps aux maisons de luxe. En leur refusant l'entrée en son sein principalement pour des raisons déontologiques, le musée créait par la même occasion la rareté. Le Louvre était d'autant plus convoité que celui qui arriverait à le faire ployer jouirait du prestige supplémentaire d'être le premier à occuper ces lieux dans de telles circonstances, les occupations de la cour Carrée dans les années 1980 n'étant pas du ressort direct du musée.

Aujourd'hui, associer le musée avec une marque comme Louis Vuitton c'est positionner l'établissement sur un créneau de grande qualité internationale, le malletier ayant une reconnaissance qui dépasse amplement les frontières françaises. D'une autre façon, c'est aussi aller à l'encontre de sa volonté de démocratisation. En effet,

⁴⁹⁷ DE FONT-REULX Dominique, « Louvre Abu Dhabi », dans BRES-C-BAUTIER, 2016 (b), p. 188 – 190.

⁴⁹⁸ Guillaume Fonkenell était conservateur chargé de l'histoire du Louvre de 2006 à 2014. Il est aujourd'hui conservateur de la sculpture et de l'architecture au musée national de la Renaissance au château d'Écouen.

⁴⁹⁹ BRES-C-BAUTIER Geneviève, FONKENELL Guillaume et MARDRUS Françoise (dir.), *Histoire du Louvre II, De la Restauration à nos jours*, Paris : Louvre éditions et Fayard, 2016, p. 756.

en travaillant avec une marque de luxe de la sorte que seule une poignée de personnes fortunées puisse s'offrir, le musée du Louvre se rend d'une certaine façon inaccessible de la même manière. L'image d'un temple dont seuls des privilégiés et initiés, à l'image des invités aux défilés de mode, ont accès peut survenir dans l'esprit de certaines personnes. Alors que la culture populaire a permis de faire venir au musée un public varié grâce à des personnalités comme Dan Brown, auteur du *Da Vinci Code*, ou Beyoncé, la présence de Louis Vuitton peut avoir un effet inverse en ne s'adressant qu'à un public très restreint et élitiste.

LA DIRECTION ACTUELLE ET LES LIENS AVEC LE SECTEUR PRIVE

Les relations entre le Louvre et les entreprises ont pris un nouveau tournant avec l'arrivée de Jean-Luc Martinez à sa présidence en 2013. Au début de son mandat, le nouveau garant de l'image du musée a souhaité une gestion totalement différente de celle de son prédécesseur, Henri Loyrette. De ce fait, il a mis un terme au mécénat d'envergure qui s'était développé au musée, en dissolvant la direction du Développement et du mécénat en tant que simple service de la direction des Relations extérieures. Cela a mené au départ de Christophe Monin, directeur de la direction précédemment citée, présent depuis 1988 au musée du Louvre et instigateur du grand développement du mécénat au musée⁵⁰⁰. Les sources de revenus du Louvre ont ainsi considérablement chuté, pour n'atteindre que sept millions d'euros en 2015, le plus bas montant depuis 2003⁵⁰¹, ce qui entrave le musée dans un premier temps dans l'acquisition d'œuvres par les différents départements (**Annexe 19**). Didier Rykner, chef de publication de *La Tribune de l'Art* à la plume aiguisée, parle même d'une sorte de nouveau « mépris » du musée envers certains collectionneurs et mécènes, alors que d'autres seraient apparemment reçus avec plus de chaleur⁵⁰². Ces dernières assertions restent à relativiser, mais illustrent tout de même un changement flagrant dans la politique du mécénat durant ces premières années Martinez. Pourtant, il est

⁵⁰⁰ DAGEN Philippe et EVIN Florence, « Le musée du Louvre fait sa mue », dans *Le Monde*, 7 mai 2014 [en ligne]. Disponible à <https://www.lemonde.fr/culture/article/2014/05/07/le-musee-du-louvre-fait-sa-mue_4412631_3246.html>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁵⁰¹ Voir Annexe 19, p. 94.

⁵⁰² RYKNER Didier, « Le bilan très peu mitigé de Jean-Luc Martinez au Louvre », dans *La Tribune de l'Art*, 6 janvier 2018 [en ligne]. Disponible à <<https://www.latribunedelart.com/le-bilan-tres-peu-mitige-de-jean-luc-martinez-au-louvre-7055-7055-7055>>, dernière consultation le 27 août 2019.

celui qui aujourd'hui va encore plus loin que ses prédécesseurs : il semblerait qu'en se rendant compte de la baisse drastique du budget du musée suite à l'arrêt de la politique de mécénat, il ait répondu au manque d'argent en développant à bien plus grande échelle les partenariats avec le privé plutôt qu'en reprenant là où tout s'était arrêté en 2014. On lui doit notamment pour notre sujet les défilés Louis Vuitton dans les salles mêmes du musée ainsi que le lancement en grande pompe de la collection en partenariat avec Jeff Koons dans la salle des États, mais également le clip de Beyoncé et Jay-Z ou, encore plus récemment, le partenariat avec Airbnb^{503,504}. Ces sollicitations de plus en plus nombreuses s'expliquent en partie par la baisse des subventions étatiques.

COMBLER UN DESENGAGEMENT DE L'ÉTAT

BAISSE PROGRESSIVE DES SUBVENTIONS

Le ministère de la Culture prévoit des subventions annuelles pour les institutions culturelles qui dépendent elles-mêmes du budget alloué par le gouvernement à son ministère. Ces enveloppes budgétaires ne sont pas fixes et ont tendance à baisser au fil des années. Xavier Greffe et Sylvie Pflieger, dans leur ouvrage *La politique culturelle en France*⁵⁰⁵, distinguent trois phases dans l'attribution du budget au ministère de la Culture et de la Communication. Il est intéressant de noter que ces trois phases peuvent coïncider, de près ou de loin, à différentes étapes de la relation du musée avec le secteur privé et les défilés de mode particulièrement. La première phase, 1981 – 2005, est celle d'une croissance constante avec notamment une très forte progression durant la période 1981 – 1983, correspondant à l'arrivée de la gauche au pouvoir et, au Louvre, à l'attribution de la cour Carrée à la Fédération française de la couture, du prêt-à-porter des couturiers et des créateurs de mode. Le budget alloué à la culture est en effet passé de 454 millions d'euros en 1981 à 2 805 millions en

⁵⁰³ SAIZ Rick, « APES**T – THE CARTERS », vidéoclip de Beyonce Knowles et Jay-Z, sur *Youtube*, 16 juin 2018 [en ligne]. Disponible à <https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=kbMqWXnpXcA>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁵⁰⁴ AIRBNB, « Redécouvrez le Louvre grâce à AirBnB », sur *AirBnb* [en ligne]. Disponible à <<https://www.airbnb.fr/b/louvre>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁵⁰⁵ GREFFE, PFLIEGER, 2015.

2005⁵⁰⁶. À partir de 2005 démarre la deuxième phase, qui durera jusqu'en 2011, et qui correspond à une croissance bien plus modérée, mais toujours existante grâce à une « sanctuarisation » du budget de la Culture⁵⁰⁷. Le premier défilé Louis Vuitton au musée du Louvre, qui marque le grand retour de ces manifestations au musée, a lieu deux années après le début de cette deuxième phase, le 4 mars 2007. La culture reconnaît des manques à venir de la part de l'État et semble accepter alors des collaborations avec de nouvelles institutions, tel le musée du Louvre acceptant le mécénat de Louis Vuitton. La troisième période proposée par Greffe et Pflieger démarre en 2011 et a encore cours aujourd'hui : il s'agit d'une baisse évidente du budget alloué à la Culture, et par répercussion, aux établissements culturels qui enregistrent entre 2010 et 2015 une baisse des subventions de 5% par an en moyenne. Cette diminution encourage les acteurs du monde culturel à progressivement s'intéresser aux ressources financières indépendantes de la politique gouvernementale, tel que le mécénat, la location d'espace ou encore les produits dérivés, en plus des recettes de billetterie⁵⁰⁸.

Cette évolution se retrouve dans le budget alloué au musée du Louvre par le ministère de la Culture : jusqu'en 2010, la subvention offerte au musée est croissante, avec un pic à 129 millions d'euros en 2009, soit 53% des recettes du musée. En 2010, la part ministérielle des recettes du musée culmine à 56%. Après cette date, la baisse des subventions est progressive pour n'atteindre que les 101 millions d'euros, soit 41% des recettes du Louvre, en 2017. C'est en 2013 que la dotation est au plus bas, avec une enveloppe de 98 millions d'euros⁵⁰⁹ (**Annexe 19**). Le schéma ainsi proposé par Greffe et Pflieger se retrouve dans les rapports d'activité du musée du Louvre et permet d'expliquer le rapport croissant qu'entretient l'institution culturelle avec ses mécènes et notamment l'arrivée de Louis Vuitton en ses murs.

LA MARCHANDISATION DU PATRIMOINE

Dans les années 1990, l'augmentation des besoins en apport de mécénat, autant au Louvre que dans d'autres musées, est concomitante avec une

⁵⁰⁶ *Id.*, p. 75.

⁵⁰⁷ *Id.*, p. 76 – 77.

⁵⁰⁸ *Ibid.*

⁵⁰⁹ Voir Annexe 19, p. 94.

marchandisation progressive des espaces patrimoniaux, aussi bien dans le milieu des monuments historiques que des lieux d'exposition⁵¹⁰. L'expression « valorisation économique » est utilisée pour parler de rentabilité de lieux culturels⁵¹¹, terme plus flatteur que celui de « marchandisation du patrimoine ». D'après François Rouet, économiste du patrimoine, cette terminologie induit des événements ou services « [tirant] parti [du monument] tout en le respectant dans sa lisibilité et sa capacité à fonder ultérieurement des services patrimoniaux d'une autre nature⁵¹² ». Pour Rouet, il est nécessaire de trouver un juste équilibre entre les deux parties prenantes, musée et domaine privé, pour éviter une « exploitation sans « âme » du patrimoine⁵¹³ ». Parallèlement, l'historienne des théories et des formes urbaines et architecturales Françoise Choay, dont l'avis sur la marchandisation du patrimoine penche vers un rejet complet de ces pratiques, estime que cette utilisation économique du patrimoine a ses limites :

« Poussée à ses limites, l'animation devient l'exact inverse de la mise en scène du monument qu'elle transforme en théâtre ou en scène. L'édifice entre en concurrence avec un spectacle ou un « événement » qui lui est imposé, dans son autonomie. Expositions, concerts, opéras, représentations dramatiques, défilés de mode sont associés à un patrimoine qui les valorise et qu'ils peuvent, à leur tour, à l'issue de cette étrange relation antagonique, magnifier encore, déprécier ou réduire à néant.⁵¹⁴ »

Françoise Choay fustige à la fois les dirigeants des musées, mais également le législateur qui, par la loi musée 2000-5 du 4 janvier 2002 qui fait notamment de la Réunion des musées nationaux un EPIC, établissements à caractère industriel et commercial, prouve pour la théoricienne de l'évolution du rôle du musée dans la société, lié à une logique de rentabilité du secteur⁵¹⁵. Elle pointe également du doigt l'ambiguïté que cette notion relève : alors que les musées parlent de pédagogie ou de

⁵¹⁰ ROUET François, « La valorisation du patrimoine : articuler qualification et ingénierie » dans BARRERE Christian, BARTHELEMY Denis, NIEDDU Martin [et al.], *Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ?*, Paris : L'Harmattan, 2005, p. 249 – 259, p. 255.

⁵¹¹ *Ibid.*

⁵¹² *Ibid.*

⁵¹³ *Id.*, p. 258.

⁵¹⁴ CHOAY Françoise, *L'allégorie du patrimoine*, Paris : Seuil, 1992, p. 161 – 162.

⁵¹⁵ CHOAY Françoise, *Le patrimoine en questions. Anthologie pour un combat*, Paris : Éditions du Seuil, 2009, p. xxxvii.

démocratisation culturelle, ces termes ne sont pour Choay qu'un « alibi [dissimulant] une visée mercantile⁵¹⁶ ».

Les défilés de mode sont ainsi un des effets de cette marchandisation du patrimoine, le musée acceptant en quelque sorte de ne devenir plus que toile de fond des productions vestimentaires de Nicolas Ghesquière et perdant de la même manière le caractère sacré propre à l'étymologie même du terme *musée*. Cette idée est appuyée par Françoise Benhamou qui estime que cette consommation vient jusqu'à « s'émanciper de l'histoire des lieux dans lesquels le patrimoine s'est initialement déployé⁵¹⁷ ».

DES REPERCUSSIONS OPPOSEES : ENTRE DEMOCRATISATION ET EXCLUSIVITE

LE SECTEUR PRIVE POUR ATTEINDRE DE NOUVEAUX PUBLICS

Collaborer avec le secteur privé donne deux images opposées du musée du Louvre à ses visiteurs. En premier lieu, cela permet de faire connaître l'institution à des publics qui ne s'y intéressent pas de prime abord. Mais les partenariats et la location d'espace, particulièrement celle qui engendre une grosse communication, peuvent donner un aspect au contraire très fermé du musée.

Les défilés de Louis Vuitton bénéficient d'une large communauté sur les réseaux sociaux. Au 27 août 2019, la marque est suivie par 33 953 329 personnes sur Instagram, 7 395 804 personnes sur Twitter, 323 858 sur YouTube et 23 347 301 usagers de Facebook. Chacune de ses publications est donc vue par un nombre important de personnes. En moyenne sur Instagram, une publication est « aimée » par 87 847 abonnés. Il n'a pas été possible de connaître le nombre exact de vues sur chaque publication et sur chaque *story* mais la moyenne des mentions « j'aime » permet tout de même de se faire une idée de l'impact de la marque. Louis Vuitton fait d'ailleurs partie des marques de luxe les plus suivies sur Instagram après Chanel et Gucci. Le compte est classé cinquante-troisième des utilisateurs possédant le plus d'abonnés sur cette plateforme⁵¹⁸. Les défilés de mode, sur Instagram

⁵¹⁶ CHOAY Françoise, « Du temple de l'art au supermarché de la culture », dans *Villes en parallèle*, n°20-21, décembre 1994, p. 208 – 221, p. 215.

⁵¹⁷ BENHAMOU Françoise, *Économie du patrimoine culturel*, Paris : La Découverte, 2012, p. 54.

⁵¹⁸ L'ensemble de ces statistiques se retrouve sur le site socialblade.com. Celles-ci datent du 27 août 2019.

essentiellement, sont également abondamment partagés par les invités à ces présentations, qu'il s'agisse de mannequins, célébrités, professionnels de la mode ou influenceurs, dont le travail consiste justement à partager des images de telle ou telle marque sur les réseaux sociaux. Ainsi, pour le Louvre, même si lui ne communique pas à propos des défilés sur les médias, il s'agit d'un moment de visibilité accrue. Les invités partagent également des images du musée ou tout du moins généralement des photographies prises devant la Pyramide. Ainsi, même si le lieu de présentation n'est pas explicitement cité, les abonnés à ces comptes voient tout de même sur leur fil Instagram une photographie du musée, ce qui apporte d'une certaine manière de la visibilité à l'institution. Uniquement sur le compte @louisvuitton, l'architecture du musée apparaît au total plus d'une quarantaine de fois⁵¹⁹.

Le musée n'a pas étudié l'impact de ces défilés de mode sur le nombre de visiteurs fréquentant le Louvre, il n'est donc pas possible d'affirmer qu'il y ait une corrélation entre les deux. La théorie n'est pas à exclure et la question mérite d'être étudiée plus en détail. Il faut tout de même être prudent quant à cette hypothèse, les défilés de mode restant l'apanage d'un microcosme auquel peu de gens ont accès. Mais les célébrités ou influenceurs peuvent d'une certaine façon être prescripteurs d'une visite au musée.

Si la retombée sur le grand public est peu perceptible, il faut tout de même noter que les défilés ont le mérite de mettre en valeur des espaces parfois peu connus du musée et, l'événement de manière générale, « fait briller une petite lumière sur ce que l'on n'aurait peut-être pas remarqué⁵²⁰ ». La cour Marly marque l'esprit des visiteurs par l'originale muséographique de ses œuvres, que le défilé met d'autant plus en valeur par une luminosité innovante. Le Louvre médiéval et la cour Lefuel ont une renommée plus relative auprès du grand public. Les anciennes fondations du palais font partie du parcours de visite de l'histoire du Louvre et du département d'art égyptien, mais ne constituent pas pour autant un moment fort de la visite. Nathalie Cuisinier rapporte que certains invités à la présentation de la nouvelle collection de Ghesquière ignoraient tout du Louvre médiéval, jusqu'à penser que les remparts avaient été montés pour la scénographie du défilé⁵²¹. Ainsi, sa mise en valeur originale et notamment l'éclairage par le sol lors du défilé permet d'apprécier le lieu sous un

⁵¹⁹ Dernière vérification le 27 août 2019.

⁵²⁰ BENHAMOU Françoise, *Politique culturelle, fin de partie ou nouvelle saison ?*, Paris : La documentation française, 2015, p. 103.

⁵²¹ Entretien avec Nathalie Cuisinier, le 7 décembre 2018.

nouveau jour. Quant à la cour Lefuel, sa fermeture au public la rend méconnue de la quasi-totalité des visiteurs. Il est nécessaire de posséder un savoir particulier du palais pour la connaître. La seule possibilité pour l'entrapercevoir se fait depuis les salles du musée, sans mise en valeur spécifique. Le défilé Louis Vuitton organisé à cet endroit a permis de présenter sous un nouveau jour cet espace, avec un éclairage faisant valoir la beauté des statues de Pierre Louis Rouillard. L'éclairage rend hommage à ces sculptures animalières du XIX^e siècle dont la texture est habilement soulignée par un subtil équilibre entre ombre et lumière.

Une étude réalisée dans le cadre de ce mémoire portant sur un panel de cent soixante-deux personnes, dont la moitié (85/162) se rend moins de cinq fois par an au musée, permet de rendre compte que quarante-cinq personnes ignoraient tout des trois espaces du Louvre ayant été utilisés par Louis Vuitton. Pour 43%⁵²² des répondants, voir des photographies des trois défilés Vuitton ayant eu lieu dans les salles « donne plus particulièrement envie de visiter le musée⁵²³ » (**Annexe 20**). Les défilés, par la mise en œuvre des salles et leur large diffusion, peuvent ainsi, d'une certaine façon, être prescripteurs d'une visite au Louvre.

Les réseaux sociaux et notamment Instagram permettent donc de partager ces visuels avec le monde entier et potentiellement encourager certaines populations moins enclines à s'intéresser à l'art à se rendre au musée. Cet aspect a montré ses preuves suite au clip *Apesh*t* du couple Beyoncé – Jay-Z réalisé par Rick Saiz en 2018 au Louvre⁵²⁴ dont un parcours de visite a été créé reprenant les œuvres phares de la vidéo⁵²⁵. Celui-ci débute avec la *Victoire de Samothrace* et s'achève avec le *Portrait d'une femme noire* de Marie-Guillemine Benoist. Tout au long du parcours, les visiteurs découvrent des œuvres variées, de la Renaissance italienne au XIX^e siècle français et de l'Antiquité égyptienne à la *Vénus de Milo*. L'impact n'est pas tant en matière de chiffre sur la billetterie, mais plutôt dans le profil des visiteurs se rendant au Louvre

⁵²² 42,96% exactement. 38,73% ont répondu « non » tandis que les 18,31% restants ont répondu « sans opinion ». Voir Annexe 20, Q.11, p. 123.

⁵²³ Question posée dans le cadre de l'enquête : « Est-ce que voir ces photographies vous donne plus particulièrement envie de visiter le musée ? ». Voir Annexe 20, Q.11, p. 123.

⁵²⁴ SAIZ, 2018.

⁵²⁵ Ce parcours est disponible à « JAY-Z et Beyoncé au Louvre », sur *louvre.fr* [en ligne]. Disponible à < <https://www.louvre.fr/routes/jay-z-et-beyonce-au-louvre>>, dernière consultation le 27 août 2019.

spécifiquement après le visionnage de ce clip. Pour Pierre-Hadrien Poulouin, médiateur au musée, le Louvre devient grâce à cela une « marque cool⁵²⁶ ».

Travailler avec Louis Vuitton relève également de la volonté de présenter le musée sous une nouvelle marque, non pas « cool » comme pour la musique pop, mais tournée vers le luxe. Chacune des collaborations entre l'institution et une marque ou une célébrité permet de donner une nouvelle image à un musée connu de tous. Après des plus jeunes et des plus éloignés de la culture, les espaces muséaux semblent peu attrayants, parfois même « poussiéreux », et considérés comme des endroits dans lesquels les interdits sont nombreux⁵²⁷. Ouvrir le musée à une célébrité comme Beyoncé montre que le Louvre peut être un espace de joie et de création et qu'il n'est pas seulement un établissement où même parler trop fort est prohibé. Concernant Louis Vuitton, l'ouverture à un public défavorisé est plus relative, mais montrer que d'autres milieux que l'histoire de l'art ont accès à ces espaces vaut au musée d'être ouvert sur son temps et d'être associé à de la modernité. Cela est d'autant plus vrai pour Louis Vuitton qui, d'une certaine façon, a la même stratégie commerciale : la marque insiste beaucoup sur sa création historique dans les ateliers d'Asnières, mais le travail de Nicolas Ghesquière est toujours teinté d'une certaine pointe de futurisme, que ce soit dans les coupes, les matières utilisées ou l'usage des nouvelles technologies, à l'instar des sacs à main possédant un écran, dévoilés durant le défilé croisière 2020⁵²⁸.

DU SPECTACULAIRE POUR UNE POIGNEE DE PERSONNES

A contrario, ouvrir les portes du Louvre à une marque telle Louis Vuitton, pour beaucoup majoritairement perçue comme un satellite de LVMH, c'est se poser la question de la légitimité de la présence d'une telle société dans un lieu comme le

⁵²⁶ AUFFRET Simon, « Avec Jay-Z et Beyoncé, « le Louvre devient une marque cool » », dans *Le Monde*, 23 juillet 2018 [en ligne]. Disponible à <https://www.lemonde.fr/culture/article/2018/07/23/avec-jay-z-et-beyonce-le-louvre-devient-une-marque-cool_5335012_3246.html>, dernière consultation le 11 juin 2019.

⁵²⁷ Le *hashtag* #nepas repris par les internautes sur Twitter permet d'avoir un aperçu des interdictions parfois absurdes que l'on trouve dans les musées.

⁵²⁸ CLAUDEL Maxime, « Une certaine vision de l'enfer : des sacs Louis Vuitton équipés d'écrans flexibles Royole », dans *Numérama*, 14 mai 2019 [en ligne]. Disponible à <<https://www.numerama.com/tech/512795-une-certaine-vision-de-lenfer-des-sacs-louis-vuitton-equipés-decrans-flexibles-royole.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

Louvre⁵²⁹ (**Annexe 20**). En effet, est-ce qu'un groupe du Cac40 a sa place dans ce qui est parfois considéré comme le « temple des arts » ? La question de la présence des marques fait débat au Louvre, notamment concernant Total ou plus récemment AirBnB⁵³⁰. Parallèlement, peut se poser la question d'une sorte de frustration et d'incompréhension. En effet, pourquoi est-ce que la cour Lefuel, habituellement fermée au public, peut être exceptionnellement ouverte et subir une importante transformation sous prétexte de la collaboration avec une grande marque ? À qui est donnée la priorité des espaces du Louvre ? Le visiteur pourrait en effet ressentir une certaine frustration à l'idée de passer après Louis Vuitton sur l'échelle des priorités du musée du Louvre quant à l'ouverture des espaces au public, tandis que pour les invités de la marque, le privilège d'être invité et donc d'avoir accès à ces espaces restreints est d'autant plus important.

Alors que l'ouverture permet une mise en valeur particulière des œuvres, mais surtout d'engendrer une part importante des recettes du musée, ainsi permettre l'accès au lieu à un groupe réduit de personnes alors que les espaces sont généralement bondés pour le commun des mortels fait nous poser des questions quant à la démocratisation du musée. Le Louvre est ce que Françoise Benhamou appelle un « bien de club », un bien défini par « plusieurs individus [pouvant] bénéficier en même temps de la visite d'un site » et que, par extension, « la satisfaction d'un individu dépend alors du nombre d'usagers qui bénéficient de la même visite en même temps⁵³¹ ». Les visiteurs lambda du Louvre répondent ainsi à cette définition. Pourtant, le musée est désormais également un bien de prestige, disponible pour une poignée de personnes. Cela nécessite alors une communication adaptée de la part du musée, dont Christophe Monin a assuré l'existence durant sa période de fonction⁵³². Dans la même idée, depuis 2017 et le premier défilé dans les salles, les présentations ont lieu le mardi, jour de fermeture du musée. Pour Nathalie Cuisinier, il est impensable de fermer des espaces du Louvre durant tout le montage, démontage et durée du

⁵²⁹ En effet, lorsque l'on demande à 162 personnes ce qu'elles associent le plus à Louis Vuitton, « appartenance à un grand groupe (LVMH) » vient en deuxième position. Voir Annexe 20, Q.3, p. 103.

⁵³⁰ Airbnb a en effet collaboré avec le Louvre au printemps 2019 afin d'offrir « une nuit inoubliable sous l'emblématique Pyramide, des visites exclusives lorsque les portes du musée sont fermées au public et une série de concerts intimiste » [en ligne]. Disponible à <<https://fr.airbnb.ca/b/louvre>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁵³¹ BENHAMOU Françoise, *Économie du patrimoine culturel*, Paris : La Découverte, 2012, p. 21 – 22.

⁵³² Entretien téléphonique avec Christophe Monin, le 7 mai 2019.

défilé⁵³³. La mise en place du décor et du podium se fait exclusivement durant les heures de fermeture du musée, essentiellement le soir, quand les derniers visiteurs sont partis. Le résultat reste invisible durant les heures d'ouverture. Ainsi, pour le défilé s'étant tenu au Louvre médiéval, le podium était constitué de lumières LED blanches qui ont été progressivement installées toutes les nuits et recouvertes tous les matins par le plancher de bois pour ne pas gêner le visiteur⁵³⁴.

Parallèlement, certaines manifestations de Louis Vuitton s'inscrivant hors du cadre des semaines de la mode qui, elles, se justifient sans grandes difficultés, posent de plus grands problèmes déontologiques : alors qu'il est interdit de manger dans les salles du musée, Louis Vuitton a eu l'autorisation d'organiser un dîner dans la salle des États⁵³⁵ (**Annexe 15**). Les justifications et explications sont plus difficiles à trouver.

D'autre part, en autorisant les manifestations ne relevant pas directement de l'histoire de l'art ou de la muséologie, fais exister le risque de « dénaturation du patrimoine ». Ce principe vaut, pour Benhamou, essentiellement lors que le monument est utilisé à des fins de « loisirs », terme qui ne trouve pas entière résonance dans les défilés de mode. Mais le risque associé à ces pratiques peut être le même : le monument historique, défini « à la faveur du temps qui passe » et « la mise en œuvre d'un projet de préservation systématique », tend alors « à perdre son caractère historique pour n'être alors qu'un simple monument⁵³⁶ ». Le musée du Louvre doit alors songer à contenir ces événements et ne pas les autoriser sans grande réflexion au risque de perdre son essence même. Le musée Rodin a pris ces considérations en compte et, pour le défilé Dior haute-couture 2020 ayant eu lieu en juillet 2019, a exceptionnellement refusé la présence la marque pour cet événement, malgré les gains financiers que cela aurait engendré. La direction estime que l'installation temporaire du défilé prend trop de place dans le jardin et ôte au lieu tout son charme⁵³⁷. En effet, une grosse installation temporaire dénature totalement le jardin de l'hôtel Biron, élément majeur de la visite du musée Rodin.

Ainsi, pour éviter une « disneylandisation⁵³⁸ » du patrimoine, il convient de réfléchir aux propositions qui sont faites et définir des limites précises sur le rôle que joue le

⁵³³ Entretien avec Nathalie Cuisinier, le 7 décembre 2018.

⁵³⁴ *Ibid.*

⁵³⁵ Voir Annexe 15, p. 68.

⁵³⁶ BENHAMOU, 2012, p. 54.

⁵³⁷ Entretien téléphonique avec Claire Avarre, le 24 avril 2019.

⁵³⁸ BENHAMOU, 2012, p. 54.

musée avec les entreprises. Celles-ci, par prétexte financier, ne doivent pas être seules responsables des décisions du musée quant à la location de ses espaces. Concernant les défilés au musée du Louvre, il a déjà été expliqué que ceux-ci s'inscrivent dans une démarche à la fois historique et esthétique, mais également dans le respect des œuvres, des espaces et des visiteurs.

Les premiers défilés de la marque Louis Vuitton au musée du Louvre en 2007 marquent ainsi une conception novatrice des liens unissant le musée et la marque au monogramme. Ces présentations résultent d'un ensemble de facteurs et de besoins émanant des deux parties prenantes. Les changements d'ordre administratif au sein du Louvre et les évolutions législatives concernant le mécénat ont rendu possible la gestion directe des défilés par le musée. Parallèlement, le besoin d'individualité, d'inscription d'une marque dans un contexte et de légitimation ont encouragé Louis Vuitton à exercer une certaine forme de pression pour pouvoir être présenté dans la cour Carrée puis dans les salles mêmes. Le musée, comme la marque, en tire des avantages.

Pour le Louvre, ces défilés représentent un important gain financier mais sont également l'occasion de se présenter comme un lieu ouvert, dynamique mais tout de même élitiste – ce qui pourrait aller à l'encontre d'une volonté de démocratisation. Pour la marque Louis Vuitton, l'impact en matière d'image de marque est au cœur de ce choix du Louvre : la maison se place en tant que protectrice des arts, voire même en tant que productrice d'art en présentant ses collections dans un lieu exposant des chefs-d'œuvre depuis plus de trois cents ans.

CONCLUSION

Depuis 1982, le musée du Louvre a des liens privilégiés avec le secteur de la mode par les présentations de nouvelles collections qui y ont lieu deux fois par an. Ce rapport n'a pas toujours été linéaire et positif, le musée n'ayant pas été véritablement consulté en premier lieu. Mais la situation a su évoluer, corrélée à l'évolution même du musée du Louvre, d'un point de vue administratif mais également en matière de communication. Alors que cette relation était tout d'abord imposée et perçue comme négative au sein de l'administration de l'établissement, l'institution culturelle a su répondre aux demandes nouvelles des maisons de mode et a réussi à tirer profits des événements ayant lieu dans son cadre. Les années 1980 étaient marquées par des rapports contraints, imposés par le ministère de la Culture et de la Communication, entre le musée et les professionnels de la mode. Cette relation imposée a frustré les deux parties prenantes : les employés du Louvre ont pu ressentir une sorte d'envahissement tandis que les gens de la mode ont pu être insatisfaits de ne pouvoir proposer un service de haute qualité à ses invités au cœur de la cour Carrée. Alors même que la mode connaissait un haut niveau d'intérêt et que le Louvre revenait sur le devant de la scène par le projet Grand Louvre, les deux mondes entraient en opposition. Les salles du Carrousel ont été pensées comme étant la réponse à cette insatisfaction. Les professionnels du musée se voyaient rendre « leur » cour Carrée et n'avaient plus à gérer cette location d'espace tandis que la mode bénéficiait d'espaces adaptés et pérennes dans un cadre toujours prestigieux. Pour autant, cette solution ne put satisfaire le secteur du prêt-à-porter, les salles du Carrousel n'étant finalement pas optimales pour une mode quelque peu passée de mode. C'est en 2007 que le musée du Louvre a su enfin tirer profit de l'intérêt des maisons de mode pour ses espaces grâce à une autonomie financière acquise depuis les années 1990 mais surtout d'une dynamique politique de mécénat. Alors que Louis Vuitton et d'autres marques insistaient en effet depuis quelques temps pour avoir accès à ce lieu privilégié, le musée a accepté un mécénat important de la part de la marque au monogramme. La somme était équivalente à quatre fois la somme des frais de location de la cour Carrée afin de correspondre à la législation régularisant les montants des contreparties de mécénat. Le musée a ainsi ouvert ses bras il y a plus de dix ans à la marque phare de LVMH afin de bénéficier de ses financements.

Alors que la question de la légitimité des défilés de mode au sein du musée pouvait se poser, ce travail de recherche, en plus de mettre en valeur les parallèles entre l'histoire des défilés de mode et celle du musée du Louvre, a indirectement proposé une piste de réponse à cette problématique. Il apparaît en effet que, par son histoire désormais longue avec le milieu muséal, une maison de prêt-à-porter de luxe est à même d'avoir accès à des lieux culturels. Louis Vuitton et le musée du Louvre n'en sont d'ailleurs pas le seul et unique exemple. En effet, de nombreux musées français, mais également étrangers, proposent également ce type de prestation. Lors de la dernière *fashion week* parisienne en date, de nombreux établissements muséaux ont ouvert leurs portes aux professionnels de la mode : musée Rodin pour le défilé Dior, musée Picasso pour le défilé Jacquemus, l'opéra Garnier pour le défilé Stella McCartney, etc. À l'international, le Metropolitan museum de New York est un exemple phare de ces liens entre mode et musée, par les défilés qui y ont lieu mais surtout par son traditionnel gala annuel.

Mais la question des défilés de mode au sein des musées pose d'autres interrogations qu'uniquement celle de leur légitimité. Elle interroge également sur le rôle que le musée doit jouer dans la société, de ses relations avec le secteur du privé. Ces dernières restent floues et les débats, notamment sur le mécénat, trouvent continuellement de nouvelles sources de discussion. Les critiques portent entre autres sur la « subvention déguisée⁵³⁹ » que cela induit, 60% du montant donné dans le cadre du mécénat relevant d'un manque à gagner pour l'État. Cette interrogation relève probablement d'un questionnement encore différent de celui que nous avons évoqué durant notre développement mais n'est pas moins intéressante pour autant. Le cas de Louis Vuitton au Louvre nécessite tout de même des éclaircissements quant à la distinction entre mécénat et *sponsoring*. Le premier diffère du second par son désintéressement et la « disproportion marquée » entre le montant et les contreparties. Le *sponsoring* induit des contreparties directes non plafonnées par un pourcentage. Bien que les sommes offertes au Louvre soient équivalentes à plus de quatre fois le coût de la location d'espace au musée du Louvre, la différence se pose tout de même. Le mécénat de Louis Vuitton est initialement intéressé⁵⁴⁰ et les contreparties offertes sont telles que le nom de la marque est clairement associé à

⁵³⁹ BENHAMOU, 2012, p. 94.

⁵⁴⁰ Entretien téléphonique avec Christophe Monin, le 7 mai 2019.

celui du musée. Cela répond-il alors encore à la définition et à la législation du mécénat ? Benhamou pointe le risque d'une « certaine forme de privatisation de l'espace public proposé en contrepartie des sommes offertes⁵⁴¹ ». Concernant ce point, le Louvre a une politique stricte : il est inconcevable d'autoriser des événements privés nécessitant la fermeture de salles de visite⁵⁴². Les défilés de mode dans les salles ont ainsi lieu les mardis, jour de fermeture du musée.

Le mécénat n'est pas le seul élément potentiellement mis en cause, la déontologie l'est tout autant. La définition du musée donnée par l'ICOM en 2007⁵⁴³ ne prend pas en considération les changements rapides face auxquels la profession doit trouver des réponses. C'est pourquoi une nouvelle définition sera donnée à Kyoto en septembre 2019 prenant en compte « d'autres moyens de faire connaître les collections », mais devant, d'une part, « énoncer clairement les objectifs du musée et les valeurs sur lesquelles il se base » et, d'autre part, « exprimer la responsabilité et la transparence » sur l'acquisition et l'utilisation de ressources financières⁵⁴⁴. Bien que le budget soit nécessaire dans la bonne tenue d'un musée et l'enrichissement de ses collections, celui-ci ne doit pas prévaloir face aux questions relevant directement du rôle du musée, telle la conservation, la médiation, l'éducation, etc. La nouvelle définition actuellement soumise au vote à Kyoto précise bien que « les musées n'ont pas de but lucratif⁵⁴⁵ ». Les relations avec les entreprises, malgré leur rôle plus qu'important aujourd'hui, doivent être régies par des règles déontologiques strictes et les exceptions doivent être considérées avec soin pour ne pas vendre le musée au plus offrant.

La place des défilés de mode dans ces aspects déontologiques est tout de même plus complexe qu'un simple cas de location d'espace. En effet, l'essence même de la manifestation élève le débat à un niveau différent : le défilé induit une création artistique, un travail de scénographie et une immersion forte pour les spectateurs. Ces trois éléments se retrouvent lors d'une visite au musée. De plus, la mise en espace de

⁵⁴¹ BENHAMOU, 2012, p. 94.

⁵⁴² Entretien avec Nathalie Cuisinier, le 7 décembre 2018.

⁵⁴³ « Le musée est une institution permanente sans but lucratif, au service de la société et de son développement, ouverte au public, qui acquiert, conserve, étudie, expose et transmet le patrimoine matériel et immatériel de l'humanité et de son environnement à des fins d'études, d'éducation et de délectation ».

⁵⁴⁴ ICOM, « Définition du musée » [en ligne]. Disponible à <<https://icom.museum/fr/activites/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>>, dernière consultation le 27 août 2019.

⁵⁴⁵ ICOM, « La création d'une nouvelle définition de musée – colonne vertébrale de l'ICOM » [en ligne]. Disponible à <<https://icom.museum/fr/activites/normes-et-lignes-directrices/definition-du-musee/>>, dernière consultation le 26 août 2019.

certain défilés peut rappeler des installations d'art contemporain. Le défilé Dior printemps-été 2015 a eu lieu dans la cour Carrée et proposait aux invités d'entrer dans un grand cube entièrement recouvert de miroirs dans lesquels les façades architecturales se reflétaient. Un peu moins d'un an plus tard, du 12 avril au 28 avril 2016, la plasticienne Eva Jospin proposait une installation semblable au centre de cette même cour, intitulée *Panorama*. Les visiteurs étaient invités à entrer dans une architecture octogonale dont la surface était faite de miroirs. Bien que les utilisations et propos soient de natures opposées, il est intéressant de comparer ces deux architectures et de se rendre compte de leurs similitudes. Le scénographe Alexandre de Betak considère d'ailleurs le défilé comme une « forme d'art⁵⁴⁶ ». Il a proposé que le dôme de fleurs installés dans la cour Carrée pour le défilé Dior printemps-été 2016 soit laissé plus longtemps en place afin d'en faire une installation artistique⁵⁴⁷. L'esthétisme même de la scénographie du défilé, qualifié par Betak comme « l'art des défilés de mode⁵⁴⁸ », permet ainsi d'accepter sa présence dans un lieu historique.

⁵⁴⁶ BETAK Alexandre de et SINGER Sally, *Betak : fashion show revolution*, Londres ; New York : Phaidon, 2017, p. 192.

⁵⁴⁷ *Id.*, p. 48 – 49.

⁵⁴⁸ *Id.*, p. 277.

BIBLIOGRAPHIE

SOURCES PRIMAIRES

ARCHIVES NATIONALES DE PIERREFITTE-SUR-SEINE

19870301/41, Culture, Cabinet et services rattachés au Ministre, Cabinet, Conseiller technique (1981 – 1986) : Mode, Défilés de mode : organisation des salons du prêt-à-porter dans la cour du Louvre ; autorisation, estimation des coûts aide du ministère de la Culture pour l'organisation des défilés, 1982 – 1985.

19910409/9, Culture, Direction du Patrimoine, Sous-direction des monuments historiques, Division affaires générales, protection (1908 – 1987) : cour Carrée du Louvre, Manifestations du prêt-à-porter 1982 à 1986.

20060377/54, Culture, Délégation aux arts plastiques, Département soutien à la création et à la diffusion, Bureau diffusion (1963 – 1999) : Action par métiers d'art, La haute couture, 1982 – 1993.

20130438/6, Opérateur du Patrimoine et des projets immobiliers de la Culture, Établissement public du Grand Louvre, Service des marchés, conventions et contrat : Conventions et contrats passés avec l'EPGL relatifs aux occupations et installations temporaires.

ARTICLES DE PRESSE

Les articles sont classés ici par langue de rédaction, français puis anglais, puis par ordre alphabétique. Vous trouverez en annexe les mêmes articles classés par ordre chronologique pour suivre l'ordre de présentation des nouvelles collections.

Presse française

ANONYME, 1984

ANONYME, « M. Mitterrand et les journées du prêt-à-porter, Le mariage de l'art et de l'industrie », dans *Le Monde*, 19 octobre 1984.

ANONYME, 1988

ANONYME, « Les défilés sous le Carrousel », dans *Le Monde*, 31 octobre 1988, p. 10.

ANONYME, 2019

ANONYME, « Karl Lagerfeld : ses défilés Chanel les plus fous », dans *Purepeople*, 19 février 2019 [en ligne]. Disponible à <http://www.purepeople.com/article/karl-lagerfeld-ses-defiles-chanel-les-plus-fous_a325175/1>, dernière consultation le 27 août 2019.

AUFFRET, 2018

AUFFRET Simon, « Avec Jay-Z et Beyoncé, « le Louvre devient une marque cool » », dans *Le Monde*, 23 juillet 2018 [en ligne]. Disponible à <https://www.lemonde.fr/culture/article/2018/07/23/avec-jay-z-et-beyonce-le-louvre-devient-une-marque-cool_5335012_3246.html>, dernière consultation le 27 août 2019.

BAUER, 1993

BAUER Anne, « Le « Carrousel du Louvre » ouvre ses portes au public », dans *Les Échos*, 14 octobre 1993, p. 12.

BENAIM, 1988

BENAIM Laurence, « Les créateurs de mode du Louvre à La Villette », dans *Le Monde*, 24 octobre 1988, p. 12.

BENAIM, 1989

BENAIM Laurence, « Les défilés déménagent », dans *Le Monde*, 27 octobre 1989, p. 19.

BENAIM, 1990

BENAIM Laurence, « Images inquiètes. La semaine du prêt-à-porter vient de s'achever. Bilan d'une époque entre deux feux », dans *Le Monde*, 29 octobre 1990, p. 7.

BENAIM, 1991 (a)

BENAIM Laurence, « Les fantômes du réalisme », dans *Le Monde*, 25 mars 1991, p. 11.

BENAIM, 1991 (b)

BENAIM Laurence, « Mode fin de siècle. Pour la semaine du prêt-à-porter, créateurs et couturiers fixent les images de l'époque », dans *Le Monde*, 21 octobre 1991, p. 1.

BENAIM, 1992 (a)

BENAIM Laurence, « Jean-Paul Gaultier en liberté », dans *Le Monde*, 23 mars 1992, p. 13.

BENAIM, 1992 (b)

BENAIM Laurence, « La mode broie du noir », dans *Le Monde*, 30 mars 1992, p. 15.

BENAIM, 1992 (c)

BENAIM Laurence, « L'armes d'or », dans *Le Monde*, 26 octobre 1992, p. 15.

BENAIM, 1993

BENAIM Laurence, « Mode de crise », dans *Le Monde*, 22 mars 1993, p. 1.

BENAIM, 1994

BENAIM Laurence, « Premiers pas au Carrousel : succès et polémique », dans *Le Monde*, 24 janvier 1994, p. 9.

BENAIM, 1995 (a)

BENAIM Laurence, « Paris redevient la vitrine mondiale de la mode », dans *Le Monde*, 14 mars 1995, p. 28.

BENAIM, 1995 (b)

BENAIM Laurence, « Paris promue capitale de la mode », dans *Le Monde*, 13 octobre 1995, p. 27.

BENAIM, 1996 (a)

BENAIM Laurence, « Paris, capitale assiégée du prêt-à-porter féminin », dans *Le Monde*, 8 octobre 1996, p. 25.

BENAIM, 1996 (b)

BENAIM Laurence, « Cher et froid Carrousel du Louvre », dans *Le Monde*, 8 octobre 1996, p. 25.

BENAIM, 1997 (a)

BENAIM Laurence, « Le musée de la Mode s'ouvre sur fond de polémique », dans *Le Monde*, 27 janvier 1997, p. 19.

BENAIM, 1997 (b)

BENAIM Laurence, « Paris, capitale de la mode, sous l'empreinte des années Saint Laurent », dans *Le Monde*, 15 octobre 1997, p. 31.

BIZET, 2017

BIZET Carine, « Échappées belles », dans *Le Monde*, 9 mars 2017, p. 24.

BIZET, 2018

BIZET Carine, « Paris a l'esprit ailleurs », dans *Le Monde*, 4 octobre 2018, p. 20.

BOULAY, 1995

BOULAY Anne, « Dix jours et cent scènes de prêt-à-porter 1995-1996 », dans *Libération*, 14 mars 1995, p. 22.

BRIAND, 2015

BRIAND Soizic, « Cet homme est devenu un des rouages-clés de la mode et du luxe », dans *Challenges*, 11 octobre 2015 [en ligne]. Disponible à <https://www.challenges.fr/media/publicite/cet-homme-est-devenu-un-des-rouages-cles-de-la-mode-et-du-luxe_63171>, dernière consultation le 27 août 2019.

CARQUAIN, 2000

CARQUAIN Sophie, « Les derniers salons où l'on défile », dans *Le Figaro*, 11 octobre 2000, p. 29.

CAZAUX, 1983

CAZAUX Maurice, « Le musée des Arts de la mode pose un couvercle sur le pavillon de Marsan », dans *Le Parisien*, 10 août 1983.

CHAMPENOIS, VON BARDELEBEN, 2017

CHAMPENOIS Sabrina et VON BARDELEBEN Elvire, « Fashion Week Corps et et décors raccord », dans *Libération*, 10 mars 2017, p. 20.

CHODORGE, 2018

CHODORGE Simon, « Dans les ateliers de Louis Vuitton, l'alliance de l'agilité et du savoir-faire », dans *L'usine nouvelle*, 28 mars 2018, [en ligne]. Disponible à <https://www.usinenouvelle.com/article/reportage-l-alliance-de-l-agilite-et-du-savoir-faire-dans-les-ateliers-louis-vuitton.N672949>>, dernière consultation le 27 août 2019.

CLAUDEL, 2019

CLAUDEL Maxime, « Une certaine vision de l'enfer : des sacs Louis Vuitton équipés d'écrans flexibles Royole », dans *Numérama*, 14 mai 2019 [en ligne]. Disponible à <https://www.numerama.com/tech/512795-une-certaine-vision-de-lenfer-des-sacs-louis-vuitton-equipés-decrans-flexibles-royole.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

DAGEN, 2014

DAGEN Philippe et EVIN Florence, « Le Musée du Louvre fait sa mue », dans *Le Monde*, 7 mai 2014 [en ligne]. Disponible à https://www.lemonde.fr/culture/article/2014/05/07/le-musee-du-louvre-fait-sa-mue_4412631_3246.html>, dernière consultation le 27 août 2019.

DE SANTIS, 2001

DE SANTIS Sophie, « Elle court, elle court la mode », dans *Le Figaro*, 3 octobre 2001, p. 4 – 9.

DEENY, 2014

DEENY Godfrey, « Louis Vuitton, nouvelle ère », dans *Le Figaro*, 6 mars 2014, p. 27.

DENIS, 1999

DENIS Anne, « Le Carrousel : les marchands du Temple ont fait leur trou », dans *Les Échos*, 7 avril 1999, p. 63.

GUERRIN, 1993

GUERRIN Michel, « Musée et centre commercial au risque de la cohabitation », dans *Le Monde*, 19 novembre 1993, p. 7.

GUILLAUME, 2017

GUILLAUME Hélène, « Collaboration Louis Vuitton x Jeff Koons, acte II : sous la lumière de Claude Monet », dans *Le Figaro*, 26 octobre 2017 [en ligne]. Disponible à <http://madame.lefigaro.fr/style/louis-vuitton-presente-le-deuxieme-volet-de-sa-collaboration-avec-jeff-koons-sacs-masters-2-261017-134970>>, dernière consultation le 27 août 2019.

GUILLAUME, 2018 (a)

GUILLAUME Hélène, « La guerre des étoiles », dans *Le Figaro*, 8 mars 2018, p. 30.

GUILLAUME, 2018 (b)

GUILLAUME Hélène, « Alexandre de Betak, l'homme aux mille défilés », dans *Le Figaro*, 28 septembre 2018, p. 33.

GUILLAUME, 2018 (c)

GUILLAUME Hélène, « « Les groupes de luxe français sont nos Gafa » », dans *Le Figaro*, 8 novembre 2018, p. 28.

JARDONNET, 2017

JARDONNET Emmanuelle, « Jeff Koons et Louis Vuitton mettent le Louvre à sac », dans *Le Monde*, 13 avril 2017 [en ligne]. Disponible à https://www.lemonde.fr/arts/article/2017/04/13/jeff-koons-et-louis-vuitton-mettent-le-louvre-a-sac_5110960_1655012.html, dernière consultation le 27 août 2019.

LAMM, 1984

LAMM Patrick, « M. Mitterrand annonce la création d'un Institut de la Mode », dans *Les Échos*, 18 octobre 1984.

LANG, 1987

LANG Jack, « De la mode considérée comme un des beaux-arts », dans *Jardin des modes*, septembre 1987, p. 3.

LARROCHELLE, VULSER, 2017

LARROCHELLE Jean-Jacques et VULSER Nicole, « Bernard Arnault va faire rénover le Musée des arts et traditions populaires par Frank Gehry », dans *Le Monde*, 8 mars 2017 [en ligne]. Disponible à https://www.lemonde.fr/architecture/article/2017/03/08/lvmh-va-transformer-le-musee-des-arts-et-traditions-populaires_5091031_1809550.html, dernière consultation le 27 août 2019.

LAUNET, 2002

LAUNET Edouard, « Grand Palais : à louer, travaux à prévoir », dans *Libération*, 13 août 2002, p. 18 – 19.

LE BLEVENNEC, 2010

LE BLEVENNEC Nolwenn, « Il n'y aura plus de défilés au Carrousel du Louvre », dans *Le Figaro*, 17 juin 2010, p. 29.

LICHT, 1996

LICHT Daniel, « A la mode comme à la scène », dans *Libération*, 16 mars 1996, p. 20 – 21.

LORELLE, 2009

LORELLE Véronique, « L'élégance à la française », dans *Le Monde*, 14 mars 2009, p. 23.

MABRUT, 2002

MABRUT Claire, « Le style « croisière », du soleil en hiver », dans *Le Figaro*, 21 novembre 2002, p. 14.

QUILLERIET, 1999

QUILLERIET Anne Laure, « Le marathon mondial de la mode fait étape à Paris », dans *Le Monde*, 10 mars 1999, p. 27.

PENICAUT, 1995

PENICAUT Nicole, « Défiler, une course contre la monde », dans *Libération*, 12 octobre 1995, p. 24.

PRIGENT, 1997

PRIGENT Loïc, « Trop cher, trop vite, frustrant... Le défilé en rebute plus d'un », dans *Libération*, 15 octobre 1997, p. 32.

REYNAUD, 2012

REYNAUD Stéphane, « Dans les coulisses d'un tournage de haut vol », dans *Le Figaro*, 12 novembre 2012, p. 39.

RYKNER, 2018

RYKNER Didier, « Le bilan très peu mitigé de Jean-Luc Martinez au Louvre », dans *La Tribune de l'Art*, 6 janvier 2018 [en ligne]. Disponible à <https://www.latribunedelart.com/le-bilan-tres-peu-mitige-de-jean-luc-martinez-au-louvre-7055-7055-7055>, dernière consultation le 27 août 2019.

SAINT-JEAN, 2000

SAINT-JEAN Catherine, « Les extravagances des mises en scène », dans *Le Figaro*, 11 octobre 2000, p. 30.

SAMET, 1982

SAMET Janie, « Jack Lang patronnera les prochaines collections de prêt-à-porter », dans *Le Figaro*, 4 mars 1982.

SAMET, 1984

SAMET Janie, « Mode : Paris cherche un palais », dans *Le Figaro*, 25 octobre 1984.

SAMET, 1998

SAMET Janie, « Zoom sur les prochaines collections », dans *Le Figaro*, 1^{er} octobre 1998, p. 13.

SAMET, 1999

SAMET Janie, « L'hiver 2000 en avant-première », dans *Le Figaro*, 4 mars 1999, p. 17.

SAMET, 2000

SAMET Janie, « Bêtes de mode et « fashion victims » », dans *Le Figaro*, 24 février 2000, p. 15.

SAMET, 2001

SAMET Janie, « Angelo Tarlazzi, « Pourquoi j'ai annulé mon défilé » », dans *Le Figaro*, 8 octobre 2001, p. 35.

VALTON, 1982

VALTON Michel, « L'étonnant pari de Jack Lang : le prêt-à-porter au Louvre », dans *L'Est républicain*, 5 mars 1982.

Presse étrangère**ANONYME, 2007**

ANONYME, « Closing of Paris Fashion Week – First row at Louis Vuitton's show for Fall Winter 2007-2008 », dans *Canada NewsWire*, 4 mars 2007.

BRAMPTON, 1989

BRAMPTON Sally, « Paris Game set and Match », dans *Sunday Times*, 26 mars 1989.

DONOVAN, 1991

DONOVAN Carrie, « Fashion : Who makes Paris sizzle ? », dans *New York Times*, 13 octobre 1991, p. 50.

DUKA, 1983

DUKA John, « Notes on Fashion », dans *New York Times*, 18 octobre 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/10/18/style/notes-on-fashion.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

GROSS, 1986 (a)

GROSS Michael, « Notes on Fashion », dans *New York Times*, 25 mars 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/03/25/style/notes-on-fashion.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

GROSS, 1986 (b)

GROSS Michael, « At shows, sound and fury », dans *New York Times*, 28 mars 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/03/28/style/at-shows-sound-and-fury.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

GROSS, 1986 (c)

GROSS Michael, « Security at Paris à Paris shows a concern », dans *New York Times*, 2 octobre 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/10/02/garden/security-at-paris-shows-a-concern.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

GROSS, 1986 (d)

GROSS Michael, « Paris security is tight for shows », dans *New York Times*, 15 octobre 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/10/15/garden/paris-security-is-tight-for-shows.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

GROSS, 1987

GROSS Michael, « Notes on Fashion », dans *New York Times*, 20 octobre 1987 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1987/03/24/style/notes-on-fashion.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

HARRIS, 2017

HARRIS Sarah, « Louis Vuitton », dans *Vogue UK*, 7 mars 2017 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/shows/autumn-winter-2017-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MADSEN, 2017

MADSEN Anders Christian, « Louis Vuitton », dans *Vogue UK*, 3 octobre 2017 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/shows/spring-summer-2018-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MADSEN, 2018

MADSEN Anders Christian, « Louis Vuitton », dans *Vogue UK*, 6 mars 2018 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/shows/autumn-winter-2018-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MADSEN, 2019

MADSEN Anders Christian, « Louis Vuitton », dans *Vogue UK*, 5 mars 2019 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/shows/autumn-winter-2019-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MENKES, 2007

MENKES Suzy, « Theyskens offers a first show for Nina Ricci », dans *New York Times*, 4 mars 2007.

MENKES, 2015

MENKES Suzy, « Louis Vuitton's Nicolas Ghesquière : in his own words », dans *Vogue UK*, 8 mai 2015 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/gallery/louis-vuittons-nicolas-ghesquiere-in-his-own-words>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MENKES, 2017

MENKES Suzy, « #SuzyPFW Louis Vuitton : A sensational setting », dans *Vogue UK*, 8 mars 2017 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/article/suzypfw-louis-vuitton-a-sensational-setting>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MENKES, 2018

MENKES Suzy, « Louis Vuitton : Art and craft on the French Riviera », dans *Vogue UK*, 29 mai 2018 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.co.uk/gallery/louis-vuitton-art-and-craft-on-the-french-riviera>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MILLER, 1985

MILLER Judith, « Paris Fashion, Beyond Chic, is also a major moneymaker », dans *New York Times*, 30 octobre 1985 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1985/10/30/world/paris-fashion-beyond-chic-is-also-a-major-moneymaker.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MILLAR, 2007

MILLAR Kate, « Paris fashion predicts short dark winter », dans *AFP – Journal internet AFP*, 6 mars 2007.

MORRIS, 1982 (a)

MORRIS Bernadine, « Paris Ready-to-Wear Begins Boldly », dans *New York Times*, 29 mars 1982 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1982/03/29/style/style-paris-ready-to-wear-begins-boldly.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1982 (b)

MORRIS Bernadine, « At Paris Shows, Collections with a Special impact », dans *New York Times*, 4 avril 1982 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1982/04/04/style/at-paris-shows-collections-with-a-special-impact.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1982 (c)

MORRIS Bernadine, « Paris Openings: Flamboyant and Full of Flair », dans *New York Times*, 18 octobre 1982 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1982/10/18/style/paris-openings-flamboyant-and-full-of-flair.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1983 (a)

MORRIS Bernadine, « Valentino Shines in Paris, Amid Strong French Shows », dans *New York Times*, 22 mars 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/03/22/style/valentino-shines-in-paris-amid-strong-french-shows.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1983 (b)

MORRIS Bernadine, « Japan goes own way in Paris », dans *New York Times*, 15 octobre 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/10/15/style/japan-goes-own-way-in-paris.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1983 (c)

MORRIS Bernadine, « Fashion Establishment Has Its Day in Paris », dans *New York Times*, 18 octobre 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/10/18/style/fashion-establishment-has-its-day-in-paris.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1983 (d)

MORRIS Bernadine, « Saint Laurent : Elegant Sensuous », dans *New York Times*, 20 octobre 1983 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1983/10/20/garden/saint-laurent-elegant-sensuous.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1984

MORRIS Bernadine, « At Opening of the Paris Shows, the Japanese turn to color », dans *New York Times*, 23 mars 1984 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1984/03/23/style/at-opening-of-the-paris-shows-the-japanese-turn-to-color.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1986 (a)

MORRIS Bernadine, « Paris openings: short skirts and polo shirts », dans *New York Times*, 28 janvier 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/01/28/style/paris-openings-short-skirts-and-polo-shirts.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1986 (b)

MORRIS Bernadine, « In the front rank : Lagerfeld and Montana », dans *New York Times*, 25 mars 1986 [en ligne]. Disponible à <<https://www.nytimes.com/1986/03/25/style/in-the-front-rank-lagerfeld-and-montana.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

MORRIS, 1993

MORRIS Bernadine, « From Lagerfeld, Legs in sheer black skirts », dans *New York Times*, 16 mars 1993, p. 8.

MOWER, 2007

MOWER Sarah, « Louis Vuitton », dans *Vogue*, 4 mars 2007 [en ligne]. Disponible à <<https://www.vogue.com/fashion-shows/fall-2007-ready-to-wear/louis-vuitton>>, dernière consultation le 27 août 2019.

SCHIRO, 1992

SCHIRO Anne-Marie, « Fashion crushes », dans *New York Times*, 25 octobre 1992, p. 5.

SMITH, 1991

SMITH Liz, « An American show in Paris – Oscar de la Renta », dans *Times*, 18 mars 1991.

SPINDLER, 1993

SPINDLER Amy M., « Patterns », dans *New York Times*, 9 février 1993, p. 19.

WHITE, 1997

WHITE Constance C.R., « Patterns », dans *New York Times*, 21 octobre 1997, p. 7.

ARCHIVES AUDIOVISUELLES**PRADINAUT, 1985**

PRADINAUT Bernard, « Jack Lang », dans *A2 édition de la nuit*, diffusé sur *Antenne 2*, 17 avril 1985 [en ligne]. Disponible à <<https://www.ina.fr/video/CAB8501236901/jack-lang-video.html>>, dernière consultation le 27 août 2019.

SOURCES SECONDAIRES

OUVRAGES GENERAUX

Musées et patrimoine

ALLINNE, CARRIER, 2010

ALLINNE Jean-Pierre et CARRIER Renaud (dir.), *La culture au risque du marché. Le mécénat face à ses acteurs*, Paris : Harmattan, 2010.

BARRERE, 2005

BARRERE Christian, BARTHELEMY Denis, NIEDDU Martin [et al.], *Réinventer le patrimoine. De la culture à l'économie, une nouvelle pensée du patrimoine ?*, Paris : L'Harmattan, 2005.

BARRERE, SANTAGATA, 2005

BARRERE Christian et SANTAGATA Walter, *La mode : une économie de la créativité et du patrimoine à l'heure du marché*, Paris : la Documentation française ; Ministère de la culture et la communication, Département des études, de la prospective et des statistiques, 2005.

BENHAMOU, 2006

BENHAMOU Françoise, *Les dérèglements de l'exception culturelle*, Paris : Seuil, 2006.

BENHAMOU, 2012

BENHAMOU Françoise, *Économie du patrimoine culturel*, Paris : La Découverte, 2012.

BENHAMOU, 2015

BENHAMOU Françoise, *Politique culturelle, fin de partie ou nouvelle saison ?*, Paris : La documentation française, 2015.

BETTIO, COLLOT, PERLOT, 2016

BETTIO Nathalie, COLLOT Pierre-Alain, PERLO Nicoletta [et al.], *La valorisation économique des biens culturels locaux en France et en Italie : actes du colloque tenu le 21 novembre 2014 à l'Université Toulouse Capitole*, Paris : l'Harmattan, 2016.

BEZOMBES, BERGERON, 1993

BEZOMBES Dominique et BERGERON Catherine (dir.), *Le Grand Louvre : histoire d'un projet*, Paris : Grand Louvre : le Moniteur, 1993.

BRESC-BAUTIER, 2016 (a)

BRESC-BAUTIER Geneviève (dir.), *Histoire du Louvre II, De la Restauration à nos jours*, Paris : Louvre éditions et Fayard, 2016.

BRESC-BAUTIER, 2016 (b)

BRESC-BAUTIER Geneviève (dir.), *Histoire du Louvre III, Dictionnaire thématique et culturel*, Paris : Louvre éditions et Fayard, 2016.

CHOAY, 1992

CHOAY Françoise, *L'allégorie du patrimoine*, Paris : Seuil, 1992.

CHOAY, 2009

CHOAY Françoise, *Le patrimoine en questions. Anthologie pour un combat*, Paris : Éditions du Seuil, 2009.

GRAVELAINE (DE), LEBRAT, 1999

GRAVELAINE (DE) Frédérique et LEBRAT Jean, *Le Grand Louvre, de la Pyramide à l'Orangerie : un parcours architectural exceptionnel*, Paris : Le Moniteur, 1999.

GREFFE, PFLIEGER, 2015

GREFFE Xavier et PFLIEGER Sylvie, *La politique culturelle en France*, Paris : La documentation française, 2015.

GUIARD, 2002

GUIARD Michel, *Protéger le patrimoine pour l'ouvrir au public*, Saint-Marcel : CNPP Entreprises, 2002.

LANG, 2010

LANG Jack, *Les batailles du Grand Louvre*, Paris : RMN, 2010.

LAURENT, 2008

LAURENT Martin, *Jack Lang : une vie entre culture et politique*, Paris : Éd. Complexe, 2008.

ORY, GASCAR, LASCAULT, 1992

ORY Pascal, GASCAR Pierre, LASCAULT Gilbert [et al.], *Chronique d'une décennie culturelle : 1981 – 1991*, Paris : Centre national de la photographie, 1992.

Mode, luxe et marketing**ARNAULT, MESSAROVITCH, 2001**

ARNAULT Bernard et MESSAROVITCH Yves, *La passion créative : entretiens avec Yves Messarovitch*, Paris : Pocket, 2001.

BARTHES, 1967

BARTHES Roland, *Système de la mode*, Paris : Seuil, 1967.

BELFANTI, 2014

BELFANTI Carlo Marco, *Histoire culturelle de la mode*, Paris : Institut français de la mode : Ed. du Regard, 2014.

BETAK, SINGER, 2017

BETAK Alexandre de et SINGER Sally, *Betak : fashion show revolution*, Londres ; New York : Phaidon, 2017.

BONVICINI, 2004

BONVICINI Stéphanie, *Louis Vuitton, une saga française*, Paris : Fayard, 2004.

DEBORD, 1996

DEBORD Guy, *La société du spectacle*, Paris : Gallimard, 1996.

ELLISON, RYTTER, 2018

ELLISON Jo et RYTTER Louise, *Louis Vuitton : défilés*, Paris : La Martinière, 2018.

ERNER, 2004

ERNER Guillaume, *Victimes de la mode ?*, Paris : La découverte, 2004.

GIRARD, 2018

GIRARD Sébastien, *Instagramming, L'art de développer une marque de luxe sur Instagram*, Paris : Meltem Editions, 2018.

GRUMBACH, 1993

GRUMBACH Didier, *Histoires de la mode*, Paris : Editions du Seuil, 1993.

MARSEILLE, 1999

MARSEILLE Jacques (dir.), *Le luxe en France du siècle des « Lumières » à nos jours*, Paris : Association pour le développement de l'histoire économique (ADHE), 1999.

MENDES, DE LA HAYE, 2000

MENDES Valérie D. et DE LA HAYE Amy, *La mode au XXe siècle*, Londres ; Paris : Thames & Hudson, 2000.

MOUCLIER, 2004

MOUCLIER Jacques, *Haute Couture*, Paris : Laffont, 2004.

ROUTIER, 2003

ROUTIER Airy, *L'ange exterminateur, la vraie vie de Bernard Arnault*, Paris : Albin Michel, 2003.

SAINDERICHIN, 1995.

SAINDERICHIN Ginette, *La mode épinglée...sous toutes ses coutures*, Paris, Éditions n°1, 1995.

SAVIGNON, 2013

SAVIGNON Jérôme, *Faiseur de rêves*, Paris : Assouline, 2013.

SICARD, 2003

SICARD Marie-Claude, *Luxe, mensonge et marketing*, Paris : Pearson éducation (3^e édition), 2010.

SAILLARD, 2009

SAILLARD Olivier, *Histoire idéale de la mode contemporaine, Les plus beaux défilés de 1971 à nos jours*, Paris : Editions Textuel, 2009.

SALESSES, 2013

SALESSES Lucile (dir.), *Management et marketing de la mode*, Paris : Dunod, 2013.

*CATALOGUES D'EXPOSITION***GOLBIN, 2012**

GOLBIN Pamela (dir.), *Louis Vuitton, Marc Jacobs* [exposition, Paris, Musée des Arts décoratifs, 2012], Paris : les Arts décoratifs, 2012.

JOIN-DIETERLE, ZAZZO, 2006

JOIN-DIETERLE Catherine, ZAZZO Anne et al., *Showtime : le défilé de mode*, catalogue de l'exposition du musée Galliera, 3 mars – 30 juillet 2006, Paris : Paris-Musées, 2006.

SAILLARD, 2015

SAILLARD Olivier, *Volez, Voguez, Voyagez* [exposition. Paris, Grand Palais, 2015], New York : Rizzoli, 2015.

*ARTICLES DANS UNE MONOGRAPHIE***ASSOULY, 2011**

ASSOULY Olivier, « La justification du luxe entre nationalité et simplicité », dans ASSOULY Olivier (dir.), *Le luxe : essais sur la fabrique de l'ostentation*, Paris : Institut français de la mode, 2011, p. 203 – 222.

MARION, 2011

MARION Gilles, « Objets et marques de luxe », dans ASSOULY Olivier (dir.), *Le luxe : essais sur la fabrique de l'ostentation*, Paris : Institut français de la mode, 2011, p. 293 – 317.

*ARTICLES DANS UN PERIODIQUE***CHOAY, 1994**

CHOAY Françoise, « Du temple de l'art au supermarché de la culture », dans *Villes en parallèle*, n°20-21, décembre 1994, p. 208 – 221.

CHOVET, 2016

CHOVET Bertrand, « L'Artketing, ou l'art au service de la marque », dans *La revue des marques*, juillet 2016, n°95, p. 35 – 38.

JAN, 2011

JAN Morgan, « Le défilé de mode : spectaculaire décor à corps », dans *Sociétés & Représentations*, n°31, janvier 2011, p. 125 – 136.

SAILLARD, POINSOT, 2015

SAILLARD Olivier et POINSOT Marie, « Paris et la mode, une relation capitale ? », dans *Hommes & migrations*, n°1310, 2015.

SOURCES AUDIOVISUELLES

AIRBNB

AIRBNB, « Redécouvrez le Louvre grâce à AirBnB », sur *AirBnb* [en ligne]. Disponible à <https://www.airbnb.fr/b/louvre>, dernière consultation le 27 août 2019.

NICKLAUS, 2012

NICKLAUS Olivier, « Golden Eighties », Série *Fashion !* episode 1, Arte France, diffuse le 20 octobre 2012, [en ligne]. Disponible à <https://www.ina.fr/video/4817723001/golden-eighties-video.html>, dernière consultation le 27 août 2019.

ROUDOT, 1993

ROUDOT Jean-François, *Le Grand Louvre 1983 – 1993* [documentaire vidéo], 53mn, 1993.

SAIZ, 2018

SAIZ Rick, « APES**T – THE CARTERS », vidéoclip de Beyonce Knowles et Jay-Z, sur *Youtube*, 16 juin 2018 [en ligne]. Disponible à https://www.youtube.com/watch?time_continue=1&v=kbMqWXnpXcA, dernière consultation le 27 août 2019.

SITOGRAPHIE

COMITE COLBERT, *Histoire* [en ligne]. Disponible à <http://www.comitecolbert.com/histoire.html>, dernière consultation le 27 août 2019.

LA MODE EN IMAGES, *Yves Saint-Laurent* [en ligne]. Disponible à <https://www.lamodeenimages.com/fr/yves-saint-laurent>, dernière consultation le 27 août 2019.

LOUIS VUITTON, *Une histoire légendaire* [en ligne]. Disponible à <https://fr.louisvuitton.com/fra-fr/notre-histoire/une-histoire-legendaire#the-workshop/page4>, dernière consultation le 27 août 2019.

LOUIS VUITTON, *Introducing Artycapucines by Louis Vuitton* [en ligne]. Disponible à <https://eu.louisvuitton.com/eng-e1/articles/artycapucines-introducing-the-collection>, dernière consultation le 27 août 2019.

LVMH, *Art & culture* [en ligne]. Disponible à <https://www.lvmh.fr/groupe/engagements/art-culture/>, dernière consultation le 27 août 2019.

LVMH, *Fondation Louis Vuitton* [en ligne]. Disponible à <https://www.lvmh.fr/groupe/engagements/art-culture/fondation-louis-vuitton-initiative-lvmh/>, dernière consultation le 27 août 2019.

LVMH, *La MAISON LVMH / Arts – Talents – Patrimoine* [en ligne]. Disponible à <https://www.lvmh.fr/groupe/engagements/art-culture/maison-lvmh-arts-talents-patrimoine-initiative-lvmh/>, dernière consultation le 27 août 2019.