

Paris Capitale du luxe ?

XIXe, XXe siècles

Marc de Ferrière le Vayer, Professeurs des Universités,

Université François-Rabelais, Tours

La question de l'existence d'une capitale du luxe et du fait que Paris en soit une, voire soit la seule, mérite d'être posé pour essayer de comprendre de quoi il s'agit.

En fait, il se passe au XIXe et au XXe siècles un processus industriel particulier qui est d'une certaine façon un héritage des siècles précédents.

1/ Les bases artistiques et artisanales

a/ l'héritage

En effet, la particularité politique et administrative de la France, qui installe durablement et très tôt, dès le Moyen-Âge en réalité, un pouvoir central et puissant à Paris à pour effet de permettre une importante activité économique de fournisseurs de la cour, en particulier dans le domaine des arts décoratifs.

On en connaît bien par exemple les effets, dès la Renaissance sur les orfèvres.

Une très importante communauté se développe alors, dont les orfèvres survivants du Paris du XXe siècle sont les lointains héritiers. La mise en place de la monarchie absolue accentue le phénomène de manière considérable. Louis XIV, mais ses successeurs font de même en décidant que sa résidence, Versailles, et sa cour sont des éléments de son pouvoir, se révèle un d'honneur d'ordres très important.

On assiste alors à la création de manufactures, Gobelins, glaces, etc. pour fournir non seulement la cour mais aussi la monarchie. Ces producteurs acquièrent ainsi suffisamment de prestige pour devenir aussi les fournisseurs des autres cours. Un des meilleurs exemples pourrait être François-Thomas Germain, surnommé « l'orfèvre des Rois » qui vend au Portugal, en Russie, etc.

Contrairement à ce qu'on pourrait penser, la Révolution n'interrompt pas le processus, bien au contraire. En effet, Napoléon rétablit une cour, qui si elle peut paraître à certains un peu « nouveau riche », n'en est pas moins aussi « brillante » que celle des souverains précédents. Mais, et peut être surtout, la révolution puis l'empire permettent l'émergence d'une nouvelle élite qui doit s'équiper, souvent à grand frais et contribue ainsi au maintien et au développement de toute cette activité artisanale.

b/ Les enjeux de la révolution industrielle

D'une certaine façon, la Restauration s'avère problématique pour cette activité. La noblesse est ruinée, et donc peu encline à investir dans du superflu ; la cour est moins brillante et moins

prestigieuse, l'activité de luxe, telle qu'on l'avait jusqu'alors connue, pourrait disparaître s'il n'y avait la révolution industrielle.

En effet, cette dernière induit deux transformations très importantes. Tout d'abord, elle donne naissance, à son tour, à une nouvelle élite, la bourgeoisie d'affaire, petite et moyenne. Cette dernière ressent très rapidement le besoin de s'équiper à la manière des aristocraties du passé, mais sans nécessairement posséder tous les codes du goût, en particulier du bon goût, et surtout sans vouloir y investir les sommes que l'aristocratie y consacrait. Et c'est la deuxième transformation permise par la révolution industrielle, la possibilité pour les producteurs, d'adopter de nouveaux procédés de fabrication qui réduisent les coûts tout en augmentant la production.

Un des premiers à effectuer la transition semble être Odier, qui dès la fin de l'empire équipe ses ateliers avec une machine à Vapeur qui s'avère très rapidement surdimensionnée. Plutôt que de renoncer, il décide alors de changer de méthode de travail, et de ne plus produire à la commande mais de fabriquer puis de vendre. On passe ainsi d'une logique très artisanale à une logique industrielle.

Cette démarche, novatrice en 1815, devient rapidement celle de la plupart des fabricants. On le voit très clairement dans le secteur du meuble, au faubourg Saint-Antoine, dans celui de la bijouterie, ou dans des productions très nouvelles, comme celle du piano. C'est le cas avec Pleyel.

La révolution industrielle est effet également à l'origine de changements techniques nombreux. On l'oublie trop souvent, les premières tentatives de production en séries, de relative standardisation, commence alors. On le retrouve dans le meuble avec la sortie d'éléments identiques grâce aux nouvelles machines à découper, on le retrouve dans le verre avec une amélioration des procédés de moulage, dans la porcelaine avec la mise au point des chromos, dans le métal avec la galvanoplastie, etc.

S'ajoute à cela, une première internationalisation, un début de vraie mondialisation qui ouvre des perspectives commerciales très importantes. C'est le cas avec les colonies qui deviennent un réel débouché pour les industriels français, mais aussi avec certains nouveaux états, Argentine, Brésil, Chili, Bolivie ou Mexique par exemple.

Il ne faut pas négliger dans cette affaire l'influence très forte de l'action politique mais aussi d'une certaine culture. Depuis le premier empire, se déroulait tous les quatre ans, les expositions nationales de l'industrie qui permettaient de présenter, dans le cadre du Louvre, la production nationale, en très large partie d'objets d'arts. Ceci contribue très fortement à aider ce secteur, par exemple les producteurs d'articles de Paris à vendre leur fabrication, et à la faire connaître, en France comme à l'étranger.

La révolution industrielle est vue en France comme un événement un peu bizarre, d'une certaine façon pas adapté à la culture française. On lit fréquemment des passages sur la tradition de la qualité, du savoir-faire, etc. des producteurs français, en opposition à ce qui se met en place avec la révolution industrielle. D'un certain point de vue, cela va aider à la mise en place d'une véritable production de luxe à Paris au début du XIXe siècle.

2/ La naissance d'une capitale du luxe moderne

On peut estimer que c'est durant la Monarchie de Juillet et le Second Empire que l'idée de capitale du luxe pour désigner Paris devient une réalité. La famille d'Orléans, Louis-Philippe en tête, mais aussi ses fils, Duc d'Orléans, Duc d'Aumale, etc. sont de très bons clients, voir

la réception de la Reine Victoria au Château d'Eu par Louis-Philippe ou les objets de table achetés par le Duc d'Aumale pour son château de Chantilly.

Cela se traduit en particulier par des commandes aux nouveaux fabricants. Ainsi, dans le cas de l'orfèvrerie, on voit apparaître un nouveau nom, Christofle, à la place des anciens pourtant beaucoup plus prestigieux, tel Odier.

Si dans le cas de Louis-Philippe, on peut penser qu'il s'agit d'une volonté délibérée de soutien, ainsi que d'une démarche de goût personnel, dans le cas de Napoléon III, il s'agit davantage d'une obligation financière en plus de la volonté sans doute aussi de soutenir des activités nouvelles.

Le soutien affiché des souverains, qui se traduit lors des expositions universelles, en particuliers les deux premières contribue à asseoir une activité de luxe à Paris. On le voit très clairement avec l'installation du couturier Worth à Paris qui fournit l'impératrice et son entourage.

Il se met alors en place à Paris une production à double niveau. La tradition artisanale perdure, voire se développe. C'est le cas de la Joaillerie bijouterie pour laquelle on assiste à l'essor des futurs grands noms, de Cartier à Chaumet, etc.

Mais à côté de cet artisanat de luxe émerge toute une activité de demi luxe qui est celle qui va faire de Paris une vraie capitale. Les fabricants de bijoux dit de province, ou d'exportation, la mode, le parfum, la décoration, mobilier, papiers peints, lustre, voire l'importance du magasin l'escalier de cristal installé dans les murs du Grand Hôtel. Etc.

Ceci gagne progressivement tous les secteurs, le meilleur exemple étant bien entendu Guerlain, premier parfumeur à industrialiser la production, et un des premiers à utiliser des essences non naturelles.

On peut ainsi dire qu'au tournant du siècle, l'exposition universelle de 1900 l'illustre, Paris est devenue une capitale du luxe, même si le mot ne me semble pas adéquat. Les nouveaux moyens de transports, le développement des loisirs, etc, ont permis la naissance de l'hôtellerie, de la gastronomie, de toute une activité qui assure le premier essor de marque encore peu illustres, telles Hermès ou Vuitton.

C'est aussi le cas dans le domaine alimentaire, avec la création à la fin du second empire de Hédiard puis de Fauchon.

3/ Grandeur et misère d'une capitale

a/ Un premier vingtième siècle triomphant

Sur ces bases, la situation de Paris au XXe siècle est assez contrastée. Grâce à l'acquis du XIXe siècle, grâce aussi à la transmission qui s'effectue de manière assez remarquable, Paris s'assure une place de choix durant au moins la première moitié du XXe siècle.

C'est vrai des arts décoratifs qui après un premier triomphe en 1900, en remporte un peut-être plus éclatant en 1925 à l'occasion de l'exposition des arts décoratifs. On retrouve une application concrète dans le lancement du paquebot Normandie, ambassadeur de la création française, musée flottant qui montre au monde que la vraie création se passe à Paris, malgré les attaques de l'école belge pour l'art nouveau ou du Bauhaus dans les années 1920.

Dans la mode, il en va de même, Worth trouve d'illustres successeurs en la personne de Poiret puis de Coco Chanel. Il en va de même dans les parfums, par exemple avec Coty. Cette image du luxe qui repose sur une production à la limite de l'artisanal et de la production en petite série de très haute qualité s'affirme aussi dans les débuts de l'Automobile qui se développe réellement à Paris, pensons à De Dion, Panhard, etc.

Par ailleurs, la première guerre, et le passage des soldats étrangers se reposant à l'arrière a sans doute aussi contribué à exporter cette image.

b/ un difficile second vingtième siècle

Au lendemain de la seconde guerre mondiale, la situation de Paris est plus contrastée. Les grands changements connus par les modes de vie se traduisent par une vraie crise des arts décoratifs qui n'arrivent plus à produire, mais surtout qui rencontre une vraie difficulté à se renouveler. Ainsi, le design italien ou nordique qui s'impose à la fin des années 1950 pose de gros problèmes aux industriels français.

Dans la mode et le parfum, les changements sont différents et peuvent laisser penser, dans un premier temps, que Paris retrouve sa place. Malgré les difficultés de Coco Chanel, l'arrêt de Balenciaga ou de Schiaparelli, le monde de la mode parisienne montre sa domination à travers le succès mondial dès son premier défilé de Christian Dior. Ceci dit, la difficulté de cette activité se retrouve dans la décision de Marcel Rochas, mythique inventeur de la guêpière à renoncer à la mode pour se concentrer sur le parfum.

Le retour de Coco Chanel puis le triomphe de Saint Laurent conforte en partie cette impression, Paris reste le centre du monde.

En réalité la situation est beaucoup plus complexe. Jamais dans les arts décoratifs les fabricants ne se sont relevés de la seconde guerre mondiale. De même, l'industrie automobile française est certes de première importance pour la diffusion de la voiture populaire, mais elle a disparu du luxe.

Dans le parfum, le salut passe par un rattachement progressif à l'industrie, par exemple Roussel Uclaf pour Rochas. La chose s'accroît peu à peu.

Mais le vrai tournant se situe à partir des années 1970. L'industrie du luxe se positionne peu à peu dans une logique de grande distribution symbolisée par Cartier, les "Musts". Les parfumeurs s'y étaient engagés à partir du début des années 1960 avec les boutiques *Duty Free* qui s'ouvrent progressivement dans les aéroports. Au milieu des années 1970, On assiste à la naissance de Moët Hennessy qui constitue ainsi un des premiers très grands groupes de luxe préfigurant la suite. C'est en fait le début du déclin parisien, lié à une forme de mondialisation qui retire à Paris sa prédominance. On le voit avec le glissement progressif de la *fashion week* de Paris à Milan, voire Londres ou New York.

Le symbole de ce déclin peut être montré à travers *le diable s'habille en Prada*, dans lequel très peu de marques françaises sont montrées dans le film ou citées dans le roman.