

Exposition « Les arts de l'effervescence Champagne ! »

Au musée des Beaux- arts de Reims

Du 1.12.2012 au 26. 05. 2013

http://www.maisons-champagne.com/encyclopedie/vignes_au_plaisir/Exposition_Beaux_Arts.htm

Pour la première fois, une exposition célèbre l'alliance entre le champagne et les arts du XVIIe à nos jours. Loin de se limiter à la peinture, elle présente aussi l'architecture, la sculpture, les arts décoratifs, mais aussi les vitraux et tapisseries, et encore l'art de la publicité, la musique, le cinéma.

La Présidente et plusieurs membres de l'Apic sont ravis de pouvoir se rassembler lors de cet événement pour une visite guidée.

Cette exposition démontre comment, depuis son invention, artistes et professionnels du champagne ont contribué au développement des arts, qu'ils aient agi en tant que mécènes ou dans un but esthétique ou promotionnel, tout en s'appropriant dans leurs démarches la puissance festive et effervescente de ce breuvage.

Les peintures dès la fin du XVIIe témoignent de l'association du champagne à un univers aristocratique, au luxe comme l'illustrent les deux commandes royales de Louis XV pour le château de Versailles *un déjeuner d'huitres* (Jean François de Troy) et *un déjeuner de jambon* (Nicolas Lancret). A leur suite *le Souper du Prince Louis François de Conti au palais du Temple* de Michel Barthélémy de Ollivier et *le dîner dans la salle des fêtes du palais des Princes de Salm* de Nicolas de Mirbeck témoignent du succès du vin effervescent dans les milieux aristocratiques.

La consommation du champagne s'étant largement répandue au XIXe s dans les restaurants, cabarets de la capitale, l'exposition présente des huiles dans des lieux festifs comme par exemple *Amenonville le soir du Grand Prix* de Gervex Henri à la manière de Manet et des naturalistes.



Le déjeuner de Jambon, Lancret Nicolas (1690-1743), Musée Condé Chantilly

D'autres scènes de la vie mondaine de Paris de cette époque évoquent aussi séducteurs, débauchés et femmes frivoles tant le champagne est devenu signe de réjouissance, voire même de décadence par la présence de masques ou du célèbre Pierrot renvoyant à la Commedia dell'Arte.

Les arts décoratifs et l'art nouveau

Nous remarquons, dans ces tableaux, que tous les plats sont disposés sur la table selon un service à la française. **Les verres sont placés dans des rafraîchissoirs** comme les bouteilles, la première flûte apparaissant à la fin du XVIIIe avec un décor de grain de blé.

Au début du XIXe marqué par l'art nouveau, les verriers les plus célèbres de l'époque **Emile Gallé ou les frères Auguste et Antonin Daum** réalisent de nombreux services comprenant flûtes et coupes.

Les maisons de champagne contribuent à l'épanouissement de l'art nouveau dont les courbes et les motifs végétaux sont en accord esthétique avec la vigne. Ainsi Henri Vannier, directeur de la maison champagne Pommery, tout en acquérant une collection de 600 peintures, sculptures et objets d'art se rapproche d'Emile Gallé et lui commande *une salle à manger cosmique et poétique* dont les décors de marqueterie symbolisent la nature champenoise. Un regret : nous n'avons pu voir que sa photo !

La maison Mercier, quant à elle, commande un film publicitaire aux frères lumière *Vie d'une bouteille de champagne depuis la grappe jusqu'à la coupe* en 1895

L'architecture

Le champagne a profondément marqué le tissu urbain et le paysage par l'érection de vastes bâtiments destinés à sa confection, sa bonne conservation, sa vente, ainsi qu'à l'habitat des négociants et cités ouvrières. Les riches propriétaires font ériger des châteaux, comme en témoignent les peintures et la lithographie de Fichot Charles *Le château Perrier d'Epernay*.



Les arts de la publicité



L'éventail, nouveau support publicitaire se développe durant les dernières décennies du XIX^e siècle, il assure la promotion des plus prestigieuses maisons de champagne dans les salons et cabarets parisiens. Plusieurs éventails sont exposés aux décors divers et variés réalisés par peintres, illustrateurs et affichistes qui renvoient à l'esthétisme de l'époque.

L'affiche explose également à cette époque sur les murs de Paris et partout en France. Les maisons de champagne s'adressent à **Mucha, Toulouse Lautrec, Cappiello, Bonnard**... Chacun affirme son style, souvent le slogan n'est pas nécessaire... Mucha dévoile *sa muse*, Bonnard son icône *France-champagne*, Capellio ses femmes joyeuses ou précieuses, Toulouse Lautrec *le divan japonais*.

Alfons Mucha, 1896

Le champagne au XX^e siècle

Après la grande guerre, la Champagne renaît, en particulier la ville de Reims par sa cathédrale martyre peu à peu restaurée. Dans un nationalisme certain, les artistes rémois et ici Adrien Sénéchal associent au champagne la cathédrale et la basilique Saint Rémi cernées de bouteilles. Un tableau moderne chargé d'espoir...

En 1945, Reims, lieu de la reddition allemande, va progressivement incarner la paix retrouvée. Durant l'après guerre, Jean Lurçat réalise une série de **tapisseries sur l'Apocalypse** (1957-1966) dont la septième appelée *Champagne* symbolise renaissance et optimisme.



Adrien Sénéchal , *La cathédrale de Reims*, 1937

En fin de visite, nous découvrons une composition surprenante et grandiose. D'un lustre en verre à pampilles s'écoule un flot cristallin de coupes et objets. Il s'agit de l'impressionnant *Surtout de table en verre de Murano* du designer Marteen Baas qui n'est pas sans rappeler l'univers merveilleux De Lewis Carroll

Source inépuisable pour l'imaginaire, le champagne nous a permis d'explorer les arts de façon transdisciplinaireavec grand plaisir

Compte-rendu de visite rédigé par Noëlle Manzoni