

Salons de province

Nicolas Buchaniec

2010

Presses universitaires de Rennes
www.pur-editions.fr

ENTRE 1870 et 1914, plus de trois cents expositions des Beaux-Arts ont eu lieu dans le nord de la France réunissant près de 5 900 exposants. Le régime républicain perçoit d'emblée dans ces manifestations le moyen idéal de mener à bien sa politique de consolidation de l'unité nationale et d'adhésion à un imaginaire commun. Il s'approprie le phénomène et en fait l'une des pierres angulaires de sa stratégie de décentralisation. Les salons septentrionaux esquissent les contours d'une de ces petites patries artistiques chères à la Troisième République et contribuent à donner corps au concept d'art français.

La multiplication des expositions provinciales accompagne la démocratisation de l'art et coïncide avec les nouvelles conditions du marché. Elle participe aussi à l'invention de la figure de l'artiste moderne et à la consécration d'un médiateur désormais incontournable, le critique. Les salons de province structurent un réseau de commercialisation des œuvres d'art qui s'étend à l'ensemble du territoire français et pallie l'engorgement des systèmes traditionnels de diffusion. Les Salons parisiens ne peuvent à eux seuls contenir une production sans cesse croissante et satisfaire une demande grandissante provoquée par l'afflux d'une nouvelle clientèle.

Les salons de province dessinent une nouvelle géographie des Beaux-Arts en France au XIX^e siècle.