

LE PORTRAIT AU SALON – UN GENRE ENTRE PEINTURE ET MONDANITÉ

GABRIEL BADEA-PĂUN

Chaque année au mois de mai l'ouverture du Salon parisien, celui de la Société des Artistes Français et à partir de 1890, celui de la Société Nationale des Beaux-Arts, est frappée aux trois couleurs de la respectabilité: tapis rouge, frac noir et plantes vertes. C'est l'événement mondain qui attire vers la capitale française l'élite internationale des arts et des artistes, ainsi que les plus importants collectionneurs et mécènes de l'Europe entière et des deux Amériques. Dès la fin des années 1860, le Salon constitue une nouvelle forme de sociabilité comme le sont aussi le cercle, le fumoir, les salles de rédaction, les courses, le canotage et les bals publics. Il a également ses rites que le journaliste Santillane évoque dans une chronique publiée dans «Gil Blas», sur l'atmosphère du vernissage du Salon de la Société Nationale des Beaux-Arts de 1898, toujours très semblable d'année en année: «A travers une telle foule, une telle poussière, un tel piétinement, on ne distinguait plus l'humanité [...] Coups de chapeaux et poignées de main occupaient toute l'attention. On se montraient les personnages connus un peu, beaucoup ou pas¹.» Les délégations officielles et les discours interrompaient parfois la cohue provoquée par les cohortes de visiteurs qui peuvent atteindre, à l'apogée du vernissage, entre 15 000 et 18 000 personnes²!

Les critiques réagissent assez bien au foisonnement des portraits que connaissent les Salons sous le Second Empire et la Troisième République. Même si Emile Zola prétend dans *Mon Salon* de 1863 que le «flot des portraits monte chaque année et menace d'envahir le Salon tout entier ... car il n'y a plus guère que les personnes voulant avoir leur portrait qui achètent encore de la peinture³», en réalité, les portraits ne comptent que pour environ un quart des tableaux présentés. Une comparaison entre divers Salons tout au long du XIX^e siècle montre que cette proportion reste stable autour de 25% du total des œuvres exposées, même si elle augmente proportionnellement au total des envois. Ce n'est qu'après la Première Guerre mondiale qu'elle diminue de moitié pour atteindre autour de 5% après la Grand Crise de 1929⁴.

¹ Santillane, *Le Salon*, in «Gil Blas», 1^{er} mai 1898, p. 1.

² Dominique Lobstein, *Les catalogues des salons de la Société nationale des beaux-arts*, vol. I 1890–1895, Paris, 2000, p. XIII.

³ Emile Zola, *Mon Salon*, Paris, 1970, p. 216.

⁴ On a entrepris une comparaison sur le nombre de portraits exposés au Salon dans notre thèse *Antonio de La Gandara (1861–1917), un portraitiste de la Belle Epoque, sa vie, son œuvre*, éd. Bruno Foucart, vol. I, Paris IV Sorbonne, 2005, pp. 151-152.

Il est d'ailleurs assez normal que le marché du tableau fasse une large part au portrait et au paysage, deux genres qui appellent une commande aussi nombreuse que diversifiée. Et cette inflation est due en grande partie à la capacité donnée depuis les années révolutionnaires aux peintres non académiciens de montrer leur production au Salon, à la percée des peintres femmes, à l'élargissement social de l'offre et de la demande, ainsi qu'à l'extrême variété des prix, qui peuvent être très élevés pour les artistes reconnus publiquement ou modérés, voire très modérés pour les artistes dont les œuvres ont été moins remarquées dans les expositions publiques.

Un peintre et surtout un portraitiste existe grâce et par le Salon. Dans une lettre de mars 1881, Pierre-Auguste Renoir écrit à son marchand Paul Durand-Ruel: «Il y dans Paris à peine quinze amateurs capables d'aimer un peintre sans le Salon. Il y en a 80 000 qui n'achèteront même pas un nez si un peintre n'est pas au Salon. Voilà pourquoi j'envoie tous les ans deux portraits, si peu que ce soit⁵.» Grands noms de l'aristocratie ou de la finance, écrivains, artistes, courtisanes en vogue, monde et demi-monde se côtoient. Faire peindre sa femme, sa fille ou sa maîtresse dans les plus beaux atours, signe de plaire et de séduire, ou même se faire peindre soi-même est le signe tangible de l'amour, l'amitié ou d'une vanité qui s'exprime dans un foisonnement inconnu jusqu'alors. Le goût de ces commanditaires est imprégné par une nostalgie pour le passé. Si les frères Goncourt redécouvrent et réinventent l'époque des règnes de Louis XV et de Louis XVI, beaucoup d'artistes, sensibles à leurs trouvailles lui donnent une forme visuelle, multipliée presque à l'outrance sous les presses des graveurs qui doivent satisfaire ce goût comme Adolphe Goupil en France ou Ernest Gambart en Angleterre. Les qualificatifs de *Watteau*, *Régence*, *Pompadour* ou *Marie-Antoinette* sont accolés aux réalités de cette fin de siècle. Des résidences, des vêtements et des fêtes évoquent ainsi le grand «style classique français» du XVIII^e siècle. Et ce modèle aristocratique est autant de mise sur les rives de la Seine, de la Tamise que sur la côte Est des Etats-Unis, qu'il s'agisse d'hôtels particuliers ou bien de châteaux restaurés. Les portraits de cette époque sont commandés pour les intérieurs de ces demeures où ils doivent s'intégrer.

Lors du vernissage, la principale attraction est d'identifier et de commenter les portraits, car la plupart, même s'ils forment jusqu'au quart des œuvres exposées, ne porte comme titre que les initiales des noms des modèles ou des énigmatiques *Mme X...* et *M. Y...* Et les peintres tiennent à ce relatif anonymat de leurs modèles, revendiquant à travers leurs peintures le statut de créateur plus que celui de simple copiste chargé de reproduire sur la toile un sujet. Les portraits qu'ils présentent, affichent la maîtrise conquise de leur technique, et se chargent ainsi de leur trouver d'autres modèles.

⁵ Colin B. Bailey, *Les Portraits de Renoir*, Paris, 1997, p. 12.

Cependant malgré ce relatif anonymat, il existe une autre catégorie de modèles, les célébrités du moment, auxquelles les artistes offrent souvent gratuitement leurs portraits en raison de leur grande visibilité médiatique. Vers la fin des années 1860, ils deviennent même une présence indispensable pour attirer le public et à l'ouverture de chaque Salon parisien, les comptes rendus glosent longuement sur les portraits exposés des acteurs et des actrices en vogue. De façon générale, les artistes essaient de décrocher certaines commandes prestigieuses à tout prix et acceptent souvent de n'être pas payés pour elles. Le portraitiste anglo-hongrois Philip de Laszlo fait ainsi spécialement une visite à Rome en 1924 pour solliciter du Pape Pie XI quelques séances de pose et faire son portrait. Il propose aussi plus tard un portrait gratuit à Albert Einstein⁶. Parfois ces commanditaires célèbres ne se contentent plus d'un seul portrait. Ils mettent les artistes en compétition et se créent de véritables galeries de leur ego, comme le dandy Robert de Montesquiou⁷ ou la poétesse Anna de Noailles. Le portrait n'est plus seulement montré chez soi, il l'est aussi de plus en plus fréquemment dans les expositions thématiques consacrées à ce genre et parfois il est même vendu directement aux collections publiques ou bien aux musées.

Cependant dans un Salon qui rassemble presque deux mille toiles de différents formats, l'accrochage des œuvres est une opération particulièrement délicate. On les superpose ainsi sur trois, quatre ou cinq niveaux. Du sol au plafond, les murs sont littéralement tapissés de tableaux. L'exercice, plus mathématique qu'esthétique, consiste à loger tout le monde, et peu importe les voisinages malheureux. Pour s'orienter dès son entrée dans cette exposition pléthorique, le visiteur peut s'offrir, pour un prix modique, l'une des nombreuses publications générées par la manifestation. Il peut aussi choisir l'une ou les deux publications officielles: le *Catalogue des ouvrages exposés*, c'est à dire le livret, ou le *Catalogue illustré*, dans lequel il retrouve la reproduction partielle ou totale d'environ 20% des peintures et des sculptures exposées, d'après les dessins fournis par les artistes ou, de plus en plus fréquemment, d'après des photographies. Les portraits y figurent très souvent. Devant un tel engouement pour visiter les Salons, «Le Figaro» et plusieurs autres journaux et revues créent leurs propres suppléments ainsi que des cartes conseillant des parcours ou des œuvres qui méritent le détour. L'éditeur d'art Ludovic Baschet propose même un *Panorama Salon* et Goupil de somptueux albums.

Cette même Société Nationale des Beaux-Arts réalise, entre 1907 et 1910 dans le palais du Domaine de Bagatelle, une série de quatre expositions

⁶ Christopher Lloyd, *De Laszlo, Royalty and Tradition*, et Suzane Bailey, *De Laszlo's Relations with His Patrons and Sitters*, in vol. *De Laszlo, A Brush with Grandeur*, catalogue d'exposition chez Christie's, Londres, 2004, pp. 34 et 52.

⁷ Voir le catalogue de l'exposition *Robert de Montesquiou ou l'art de paraître*, Paris, Musée d'Orsay, 12 octobre 1999 – 23 janvier 2000, rédigé par Philippe Thiebaut et Jean-Michel Nectoux.

thématiques ayant pour thème les portraits. Du 15 mai au 14 juillet 1907: *Portraits de femmes, 1870–1900*. L'année suivante, aux mêmes dates: *Portraits d'hommes et de femmes célèbres, 1830–1900*. En 1909, une *Exposition rétrospective des portraits des femmes sous les trois Républiques*. Enfin, du 14 mai au 15 juin 1910, *Les Enfants, leurs portraits, leurs jouets*. Panorama protéiforme du portrait, ces expositions où le livret porte les mentions des propriétaires et parfois de l'histoire des œuvres, présentent en grande partie des œuvres passées par les cimaises des Salons⁸. A partir de 1908, une sélection de meilleures toiles exposées au Salon de la Société Nationale des Beaux-Arts part pour Buenos-Aires où elles sont exposées dans un Salon organisé à l'initiative d'un jeune peintre argentin, Francesco Soto y Calvo, élève de Jules Bastien-Lepage⁹.

Pourtant les Salons de la Société des Artistes Français et de la Société Nationale des Beaux-Arts n'ont pas le monopole absolu pour attirer la clientèle des portraitistes. Des nombreuses sociétés d'artistes ou d'amateurs se sont constituées après 1871 et se multiplient après cette date, à Paris, comme en province: *l'Union libérale des Artistes français, Société Nouvelle de Peinture et de Sculpture, Société internationale de peinture et de sculpture, la Cimaïse, l'Eclectique, les Inquiets ou les cercles de Volnay et des Mirlitons*. Tous ces groupes ont pour but principal d'organiser des expositions auxquelles s'ajoutent celles qui se tiennent habituellement deux semaines avant l'ouverture du Salon dans les ateliers des peintres eux-mêmes, dans les galeries des marchands de tableaux, ou même dans les grands magasins comme le Bon Marché ou les Grands Magasins du Louvre. Même si dans les Salons de province le portrait est copieusement représenté, les portraitistes parisiens importants n'y participent qu'épisodiquement. La raison est évidemment d'ordre financier. Les prix des tableaux exposés au plus riche de ces salons de province, celui de Bordeaux, ne dépassent pas les 1 000 à 2 000 francs.

Dans ces conditions, la clientèle internationale est plus que recherchée. Les galeries américaines ou françaises qui ont des succursales dans le Nouveau Monde, comme Durand-Ruel à New York, organisent dès 1895 plusieurs expositions avec des artistes comme Antonio de La Gandara, Giovanni Boldini, Paul-César Helleu ou Alfred Stevens. La relève de Durand-Ruel, qui se consacre à partir des années 1910 exclusivement à la vente des Impressionnistes, est prise par la galerie de Roland Knoedler. En plus des expositions, il organise aussi les voyages des artistes dans plusieurs villes où des commandes sont susceptibles de leur être adressées. Dans une lettre désarmante de sincérité, datée du 6 août 1912, François Flameng lui écrit: «Je compte, sauf imprévu, aller faire une tournée aux Etats-Unis. J'ai déjà

⁸ Après la Première Guerre mondiale ce genre d'initiative est très rare, notons toutefois l'*Exposition de cent portraits*, organisée à Paris, par l'Union Interallié (15 mai – 15 juin 1920) et regroupant des portraits réalisés entre 1890–1914.

⁹ Francesco Soto y Calvo, *El arte francés en Buenos Aires*, Paris, 1909.

fait récemment plusieurs portraits à Philadelphie et à Chicago. Cela sera sans doute ma dernière expédition au pays des dollars, mais je trouverais stupide de ne pas épuiser cette belle usine à une saison où l'on n'a pas grande chose à Paris¹⁰.»

Les Salons des *Sezessions* de Munich, Dortmund, Stuttgart, Berlin ou Vienne invitent à leur tour de nombreux portraitistes français. Les listes exhaustives des participations de John Singer Sargent, Philip de Laszlo, Giovanni Boldini, Antonio de La Gandara à ces salons allemands et autrichiens sont la preuve de la grande mobilité des œuvres. Aux Salons allemands s'ajoutent d'autres manifestations régulières à partir de 1900: la Biennale de Venise, les expositions annuelles de la *Royal Society of Portrait Painters* de Londres, de la *Hibernian Academy* de Glasgow, *Le Salon de Bruxelles*, *Les Salons de la Revue Mir Iskusstva* (Monde de l'Art) à Saint-Petersbourg, en 1900 et 1902. D'autres sont organisées à l'occasion de célébrations nationales: en 1901 la *Pan-American Exhibition* de Buffalo, et la même année la *Glasgow International Exhibition*, l'*Exposition jubilaire de Bucarest* en 1906 (où la France participe avec un pavillon organisé par Ed. Toudouze), la *Franco-British Exhibition* organisée à Londres en 1908 et la *Imperial International Exhibition* l'année suivante.

Portraitiste à la mode – une position enviée

Le statut de portraitiste à la mode est très envié, car il apporte une certaine aisance financière¹¹. Il est évident que la concurrence existe en premier lieu au niveau du *produit*. Pour chacun des ses acteurs: peintre, marchand, critique ou amateur, il s'agit de livrer bataille pour imposer, faire reconnaître et faire valoir la conception de l'art qu'il fait ou qu'il a choisi de défendre. Car l'artiste, pour assurer son existence, n'est affranchi ni du marchand, ni de la critique, ni de la demande, ni des mécanismes publicitaires. Même s'il les récuse toujours dans ses propos, son appréciation et sa reconnaissance passent par la médiation du marché.

L'Etat achète très peu de portraits pendant les vingt premières années de la Troisième République et ses rares achats s'expliquent presque toujours par la personnalité du modèle. *Louis Pasteur* par Albert Edelfeldt est ainsi acquis en 1884 (à présent au Musée d'Orsay), puis le peintre *Jean-Paul Laurens* par son fils Albert Laurens, *Benjamin-Constant* (Musée d'Orsay) et le sculpteur *Antonin Mercié* (Toulouse, Musée des Augustins) par Angèle Delasalle, *Léon Bonnat* par son élève Denis Etcheverry (localisation actuelle inconnue), le caricaturiste *Sem* par François Flameng (localisation actuelle inconnue), *Roll* par Levy-Dhurmer, *La famille*

¹⁰ Institut Néerlandais, Paris, Inv. 2000 A – 449, lettre de François Flameng à Roland Knodler, datée du 6 août 1912.

¹¹ Sur l'importance économique du Salon et sur le rôle qu'il jouait dans la carrière des peintres, un ouvrage capital est venu bouleverser les perspectives: Harrison et Cynthia White, *La carrière des peintres au XIX^e siècle: du système académique au marché des impressionnistes*, Paris, 1991.

Thaulow par Jacques-Emile Blanche, *Paul Verlaine* par Eugène Carrière (les deux au Musée d'Orsay), *Jean-Baptiste Carpeaux* par Albert Maignan (Musée des Beaux-Arts d'Amiens). Cette règle est exceptionnellement transgressée, mais c'est le cas lorsque l'Etat se porte acquéreur, au Salon de la Société Nationale des Beaux-Arts de 1899, du *Portrait de Madame Rémy Salvator* par La Gandara (Nancy, Musée des Beaux-Arts), malgré l'absence de célébrité du modèle. A partir de 1912, les achats occasionnels d'un portrait ou deux par an progressent jusqu'à six ou sept et les œuvres ne sont plus choisies seulement pour le modèle présenté, mais aussi pour les qualités picturales du tableau¹². Les prix pratiqués sont nettement inférieurs à ceux que les artistes demandent à un collectionneur pour voir leurs œuvres entrées dans des collections prestigieuses et à priori inaliénables.

A la clientèle traditionnelle de portraitistes, formée par les souverains et l'aristocratie, ainsi que la haute bourgeoisie issue de la finance ou de l'industrie, s'ajoutent de plus en plus souvent la bourgeoisie moyenne et les milieux artistiques, surtout ceux du théâtre. Les acteurs et les actrices acquièrent dès les années 1880 une respectabilité sociale qu'ils n'avaient pas auparavant¹³.

Une fois acquise la reconnaissance publique, un portrait se paye très cher¹⁴. Le plafond des prix est commun à tous les portraitistes considérés comme importants. Quelques exemples: En 1918, Paul-Albert Besnard vend à l'architecte J. Hermant son *Portrait de la Dame aux dahlias* pour 7 000 francs. C'est la somme que lui donne Georges Petit pour ses portraits à l'huile¹⁵. Dans une lettre non datée adressée à un inconnu, Giovanni Boldini donne aussi ses prix: «tête a 3 000 francs, portrait jusqu'aux genoux 5 000 francs, en pied: 8 000 francs». Et il continue «dans le cas où la commande me sera faite, il serait aisé d'en être prévenu un mois à l'avance¹⁶». John Singer Sargent pratique vers 1900 des prix identiques¹⁷. Paul-

¹² Pierre Vaisse, *La Troisième République et les peintres*, Paris, 1995, p. 159.

¹³ Pour le statut de l'acteur à partir du Premier Empire jusqu'à l'aube de la Première Guerre mondiale voir aussi: Julie Pellegrin-Gérard, *Portraits d'acteurs français à la Belle Époque*, dans le catalogue de l'exposition *Sur scène en 1900: portraits d'acteurs*, Musée d'Evreux, Ancien-Evêché, 1^{er} février – 27 avril 2003, Paris, 2003. Plusieurs revues consacrées à l'actualité théâtrale commencent à paraître en 1902. La plus importante, «Le Théâtre», propose à ses lecteurs chaque année à partir de 1908, à l'ouverture de chaque Salon, un article richement illustré sur les portraits exposés des acteurs et des actrices en vogue. Ces articles sont signés de la plume de Charles Saunier et, à partir de 1912, de Henri de Curzon.

¹⁴ Au pôle opposé, Pierre-Auguste Renoir qui a vécu dans les années 1870–1880 de la peinture des portraits mondains arrivait avec grande difficulté à demander 1 500 francs comme pour le *Portrait de Madame Charpentier et ses enfants*, et exécuta même dans les années 1870 des portraits en buste pour 100 francs, le même prix qu'un portrait photographique de chez Disdéri: Colin B. Bailey, *op. cit.*, p. 18.

¹⁵ Information fournie par Madame Chantal Beauvalot qui est en train de rédiger le catalogue raisonné de l'artiste.

¹⁶ Lettre non datée, adressée à un correspondant français inconnu, Institut Néerlandais, Paris, Inv. 1977 – 510.

¹⁷ *Ibidem*, lettre non datée, adressée à un correspondant français inconnu, Inv. 1977 – 513.

César Helleu semble un peu moins cher. Dans une lettre du 1^{er} décembre 1918, il demande «1 500 francs pour un portrait, s'il est fait en une ou deux séances¹⁸», sans toutefois préciser les dimensions. Il accepte aussi de le faire à la pointe sèche pour la somme de 500 francs¹⁹. Les prix que James McNeill Whistler attend d'un portrait varient considérablement dans les années 1890, la somme étant souvent fonction des moyens du sujet. «Lorsque Whistler finissait un portrait, écrit Arthur Eddy dans ses *Souvenirs*, il n'avait aucune aptitude à obtenir des prix élevés. Ses prix étaient très incertains. A telle personne il pouvait demander une somme rondelette, à telle autre une petite – suivant l'humeur qui s'emparait de lui, le prix n'ayant aucun lien particulier avec le tableau²⁰.» Néanmoins, le journaliste parisien Saint-Charles note en novembre 1891: «Whistler a fait, il y a quelques années, le portrait de Carlyle pour l'Université d'Edimbourg; on le lui a payé 35 000 francs, et, depuis, Whistler fait payer ses tableaux 35 000 francs ou ne les fait pas payer du tout²¹.» Pourtant, Georges W. Vanderbilt paye en 1897 2 000 guinées pour son portrait en pied²². Laszlo, comme Whistler, sont sans doute les mieux payés d'entre tous. Par élégance, Laszlo ne discute argent que par l'intermédiaire de son secrétaire. Il demande en 1913: 200-300 £ (soit 5 000 – 6 000 francs²³) pour la tête, 400 £ (10 000 francs) pour le buste avec les mains, 600 – 800 £ (15 000 – 19 000 francs) pour un portrait de trois-quarts et 1 000 £ (25 000 francs) pour un portrait en pied²⁴. Le portrait le plus cher qu'il a jamais réalisé est celui de *Lord Leverhulme* qui lui a été payé 1 575 £ (22 275 francs)²⁵. Laszlo et Whistler sont les seuls qui peuvent comparer leurs prix avec ceux pratiqués dans les années 1880 par Carolus-Duran, Alexandre Cabanel ou Léon Bonnat, entre 15 000 et 20 000 francs²⁶. Ces prix restent, jusqu'à nos jours, les plus importants pratiqués depuis un siècle. Pour se rendre compte de ce que ces sommes représentaient, un portrait en pied est payé 8 000 francs en 1900, alors qu'à la même époque, un hôtel particulier de taille moyenne dans le 17^{ème} arrondissement parisien coûtait environ 80 000

¹⁸ Ibidem, lettre adressée à un correspondant français inconnu, Inv. 1992 – A. 965.

¹⁹ Ibidem. Comparativement il demandait vers la même date 4 000 francs pour sa *Cathédrale de Saint Denis* et 800 francs pour un crayon *La femme en bateau*, dans une lettre non datée, conservée dans la même collection, Inv. 1970 A-02.

²⁰ Arthur Eddy, *Recollections and Impressions of James A. McNeill Whistler*, Philadelphia, 1903, p. 272.

²¹ Saint Charles, *Un tableau de Whistler*, in «Le Figaro», 27 novembre 1891.

²² Edgar Munhall, *Whistler et Montesquiou: le papillon et la chauve-souris*, Paris, p. 83.

²³ Un livre sterling valait jusqu'en 1914 25,25 francs: INSEE, *Annuaire statistique de la France*, Paris, 1975, p. 10.

²⁴ Owen Rutter, *Portrait of a Painter, the Authorized Life of Philip de László*, London, 1994, p. 279.

²⁵ Ibidem, p. 352.

²⁶ Ces prix ne sont valables que pour leur période de gloire dans les années 1880. Lorsque Carolus-Duran passe de mode dans les années 1900 ses prix ne dépassaient alors plus que quelques centaines de francs pour un portrait. *Carolus-Duran 1837-1917*, catalogue d'exposition, Lille, Palais des Beaux-Arts, 9 mars – 9 juin 2003, p. 26.

francs. Ce barème des prix, où les fluctuations sont quasi-inexistantes, n'a pas survécu à la Première Guerre mondiale. Dans une lettre de juin 1919 à son frère Gaetano, Boldini déplore le manque de commandes de portraits²⁷. «Le monde a complètement changé, tout a été révolutionné, tout a été détruit ...²⁸». Il pense même à tout vendre et retourner en Italie.

Dans ces conditions, il est évident que les deux Salons, celui de la Société des Artistes français et celui de la Société Nationale des Beaux-Arts, restent les lieux de rencontre privilégiés entre les deux acteurs d'un portrait: l'artiste et le commanditaire. Pourtant, ils sont précédés, deux semaines avant le vernissage, de visites privées dans les ateliers de certains artistes. Les Salons sont, en raison de l'augmentation du nombre de peintres et de la nécessité pour eux d'atteindre une clientèle toujours plus large, des points de vente indispensables. Ils offrent, de plus, l'avantage de rendre inutiles les intermédiaires, courtiers ou marchands, mal vus en raison du pourcentage qu'ils prélèvent sur les prix. Ces avantages expliquent l'attachement de beaucoup d'artistes aux Salons, leur défense de la périodicité annuelle, et leur opposition à la limitation du nombre d'envois.

²⁷ Institut Néerlandais, Paris, Inv. 1990 A747-745.

²⁸ Ibidem, Inv. 1990 A747 (a).