



HAL
open science

Neurdein frères et la manufacture de Sarreguemines Tourisme, faïence et industrialisation de l'image photographique

Marie-Eve Bouillon

► To cite this version:

Marie-Eve Bouillon. Neurdein frères et la manufacture de Sarreguemines Tourisme, faïence et industrialisation de l'image photographique. Musée de Sarreguemines. Photo et céramique 1, 2012. <hal-02508579>

HAL Id: hal-02508579

<https://hal.science/hal-02508579v1>

Submitted on 17 Mar 2020

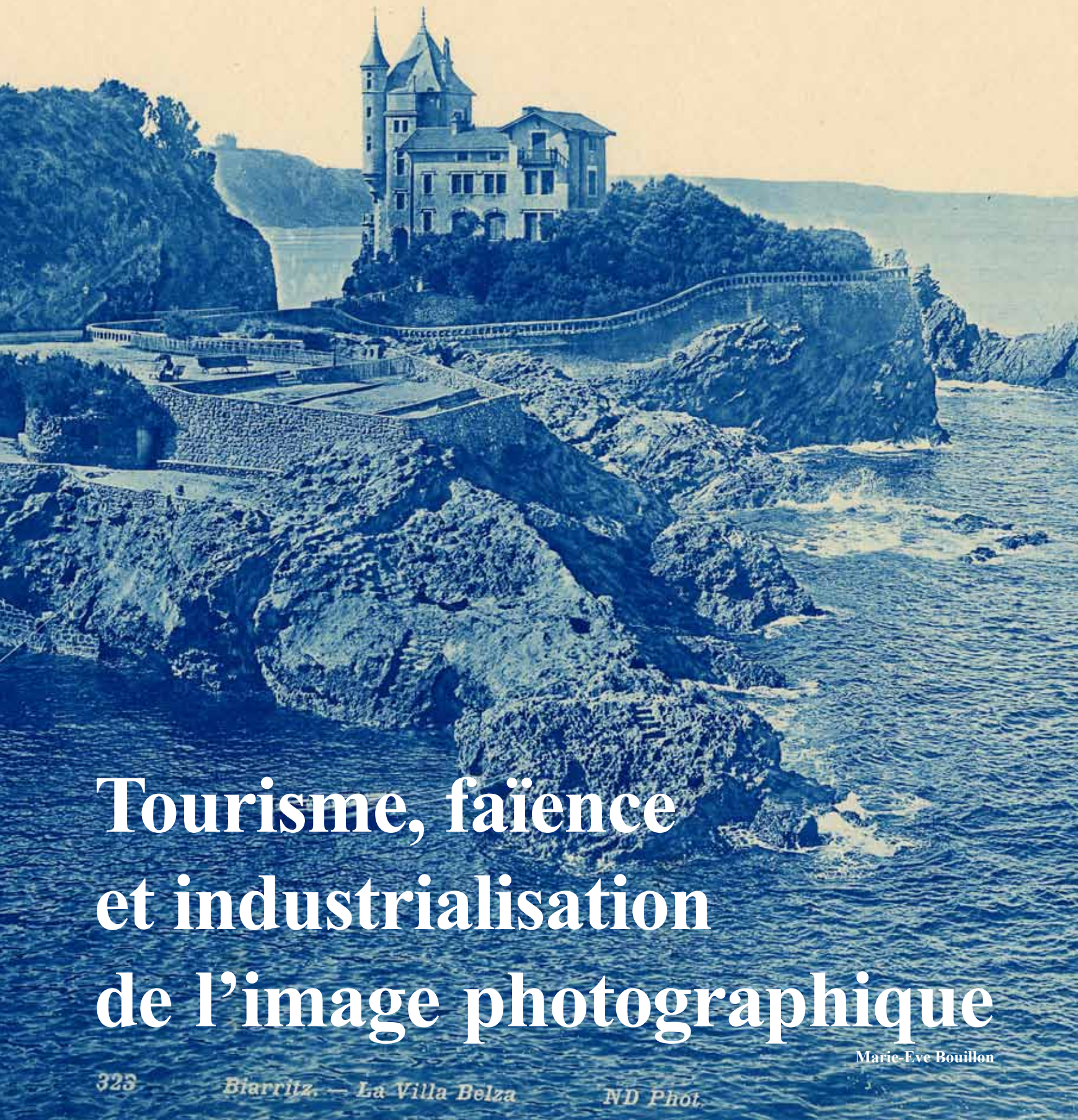
HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

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.



HAL Authorization

Neurdein frères et la manufacture de Sarreguemines



Tourisme, faïence et industrialisation de l'image photographique

Marie-Eve Bouillon



◀ **Assiette décorative**

Hôtel de Ville, Paris

D'après un négatif Neurdein frères. Manufacture de Sarreguemines. Transfert d'impression photolithographique sur faïence. Marque imprimée en noir Sarreguemines U & C Hôtel de Ville, Paris Négatif Neurdein Frères Breveté S.G.D.G. Début du XX^e siècle - Ø 22 cm Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

▼ **Revers de l'assiette**

marques de fabrique et signatures



Le tourisme connaît une industrialisation tout au long du XIX^e siècle¹, fruit d'une « révolution organisationnelle » majeure qui aboutit en France à la création d'un modèle économique propre².

Lié à l'urbanisation, il est l'objet d'un véritable engouement des classes bourgeoises, grâce notamment à l'extension du réseau ferré³ puis à l'apparition de l'automobile, qui rendent accessibles les coins les plus isolés du territoire et particulièrement les côtes. L'émergence d'une « classe de loisirs »⁴ renforce le développement de moyens et d'infrastructures d'accueil au service de ce phénomène.

Les pratiques touristiques s'accompagnent alors d'un commerce lucratif d'objets-souvenirs, dont on ne conserve que quelques vestiges aujourd'hui⁵. Ces objets sont les lointains héritiers profanes des insignes ramenées par les pèlerins dès le Moyen-âge comme preuve et souvenir de leur voyage pieux. Traces matérielles d'une démarche, souvent imagés, ils accompagnaient le rituel du voyage, puis se multiplient et se diversifient à l'heure du tourisme. Ils représentent à la fois pour le touriste lui-même une idéalisation de l'expérience vécue et vis à vis d'autrui l'envie d'en exhiber les points forts.

1. Laurent Tissot, *Naissance d'une industrie du tourisme*, Lausanne, Payot, 2000.

2. Bertrand Larique, *L'économie du tourisme en France, des années 1890 à la veille de la seconde guerre mondiale, organisation et développement d'un secteur socio-économique*, thèse de doctorat d'histoire (dir. Christophe Bruneau), Université de Bordeaux 3, 2006.

3. Le plan Freycinet, mis en place dans la période 1877-1910, permet le développement du réseau secondaire et une exploration systématique de l'espace local, comme une « démocratisation » voulue des transports.

4. Alain Corbin, *L'avènement des loisirs*, Paris, Flammarion, 2009.

5. Les recherches sur les objets touristiques restent très rares en raison du déni de patrimonialisation dont ils ont fait l'objet.

Une industrie du souvenir se met en place à la fin du XIX^e siècle et début du XX^e siècle, au sein de laquelle la photographie s'impose rapidement, dès lors que les techniques de reproductions photomécaniques le permettent, pour la promotion des sites et la construction d'une image des sites. Elle prend le relais de l'imagerie populaire traditionnelle et apparaît sur des objets du quotidien transformés en «objets-tableaux imagés».

La faïencerie de Sarreguemines, qui a une production manufacturée d'assiettes, de plats, et d'objets divers depuis 1790, développe la fabrication de faïences ornées de photographies au début du XX^e siècle, grâce aux découvertes et perfectionnements de l'ingénieur Chérix. Des séries d'objets photographiques sont produits dont certains peuvent directement être reliés à cette industrie du souvenir de part leurs formes et leurs motifs. Les photographies utilisées par la manufacture sont fournies par des photographes-éditeurs ou des agences de documentation photographique spécialisés dans les vues exploitées par les acteurs du tourisme en développement. Des questions se posent quant aux circuits de production et aux liens qui se tissent à l'époque de l'industrialisation de l'image photographique entre les producteurs d'objets et les fournisseurs d'images. L'exemple des pièces en faïence réalisées à partir de photographies de la société Neurdein frères⁶ nous permettra d'explorer un aspect de la diffusion de l'image par l'objet dans ce contexte touristique.

Neurdein et Sarreguemines : une collaboration avérée

Parmi la production d'objets en photo-céramique de la manufacture de Sarreguemines, une série peut être distinguée de par sa forme et son décor, qui consiste en une vue photographique de villes, monuments ou points de vue : il s'agit d'objets (assiettes, « cadres »⁷, dessous de plat, vases) qui, en plus de leur fonction décorative, peuvent directement être reliés à la pratique touristique. Les formes rondes des assiettes et rectangulaires des « cadres » sont standardisées (forme dite « lentille » pour les assiettes et forme n° 3465 du catalogue de la manufacture pour les « cadres »). Les cadres, produits semble-t-il spécifiquement pour la photocéramique, existent en quatre formats⁸. Tous ces produits sont manufacturés, réalisés en série.

L'image photographique, qui occupe la partie centrale des assiettes et des cadres, est systématiquement imprimée en couleur par transfert photolithographique. Elle est contrainte au format : une même image utilisée peut présenter un plan plus ou moins large en fonction de la taille de l'objet. Les ailes des cadres ou des assiettes sont émaillées en bleu la plupart du temps ou en rouge, ce qui permet de mettre en valeur la vue photographique au centre. Au revers des objets apparaissent les marques de fabrique de la manufacture de Sarreguemines, le titre de la photographie, ainsi que parfois la mention du photographe ou de l'éditeur. La présence systématique de trous au revers indique l'usage décoratif de ces faïences, destinées à être posées ou suspendues.

Cette esthétique fonctionnelle⁹ consiste en « des pièces de faïences qui, placées sur les meubles ou les étagères de nos appartements ou artistiquement posés sur la tenture, contribuent à leur décoration »¹⁰, et qui combinée à une mécanique du souvenir¹¹, crée une pratique courante au début du XX^e siècle, visible par exemple sur la photographie de « l'intérieur ouvrier rue de Romainville » d'Eugène Atget.¹²

Les photographies, dont il a été possible d'identifier l'origine, sont fournies par des photographes-éditeurs ou agences de photographies, qui pratiquent tous l'édition de cartes postales¹³.

Chronologie de la société Neurdein :

De 1864 à 1882:

L'atelier Neurdein, est sous la direction d'Etienne Neurdein sous le nom Neurdein, Neurdein et Paris ou E. Neurdein, d'abord 4 rue des Filles Saint-Thomas de 1864 à 1868 (en association avec le photographe Paris), puis 28 boulevard Sébastopol de 1868 à 1887.

De 1882 à 1887:

le fonds de commerce appartient à Antonin Neurdein et est exploité sous le nom A. Neurdein, toujours au 28 boulevard de Sébastopol.

De 1887 à 1915:

la société est sous la direction des deux frères, sous le nom Neurdein frères, et se situe au 52 avenue de Breteuil de 1887 à 1917, une annexe pour la production de cartes postales est créée à partir de 1900 rue Miollis.

De 1915 à 1917 :

la société est sous la direction d'Etienne Neurdein et de la veuve d'Antonin Neurdein sous le nom Neurdein et Cie.

La société est vendue le **1er janvier 1918** à l'imprimerie Crété, après le décès d'Etienne Neurdein le 2 décembre 1917. Toutes les mentions ND et LL réunis (Neurdein et Léon Lévy réunis) sont postérieures à la vente de l'entreprise en 1918.

6. Voir la chronologie de la société Neurdein frères en fin de texte.

7. Pour ces objets, le catalogue de la manufacture fait état de « cadres ». Il s'agit donc de réels objets décoratifs prenant la forme d'un plat en faïence.

8. Les quatre formats de cadres sont : 425x370, 315x270, 230x200, 150x130 ; des variantes sont possibles entre les bords Majolique ou marbrés, avec ou sans filet d'or. D'après le catalogue, les prix varient entre 1 et 6 Marks.

9. André Gunthert, *Le calendrier ou la place de l'image*, 15 novembre 2010, www.culturevisuelle.org/totem/972

10. *Rapport de l'Exposition Universelle de 1867*, Groupe II, classe 17, section II, Faïence décorative, p.152, www.cnam.fr

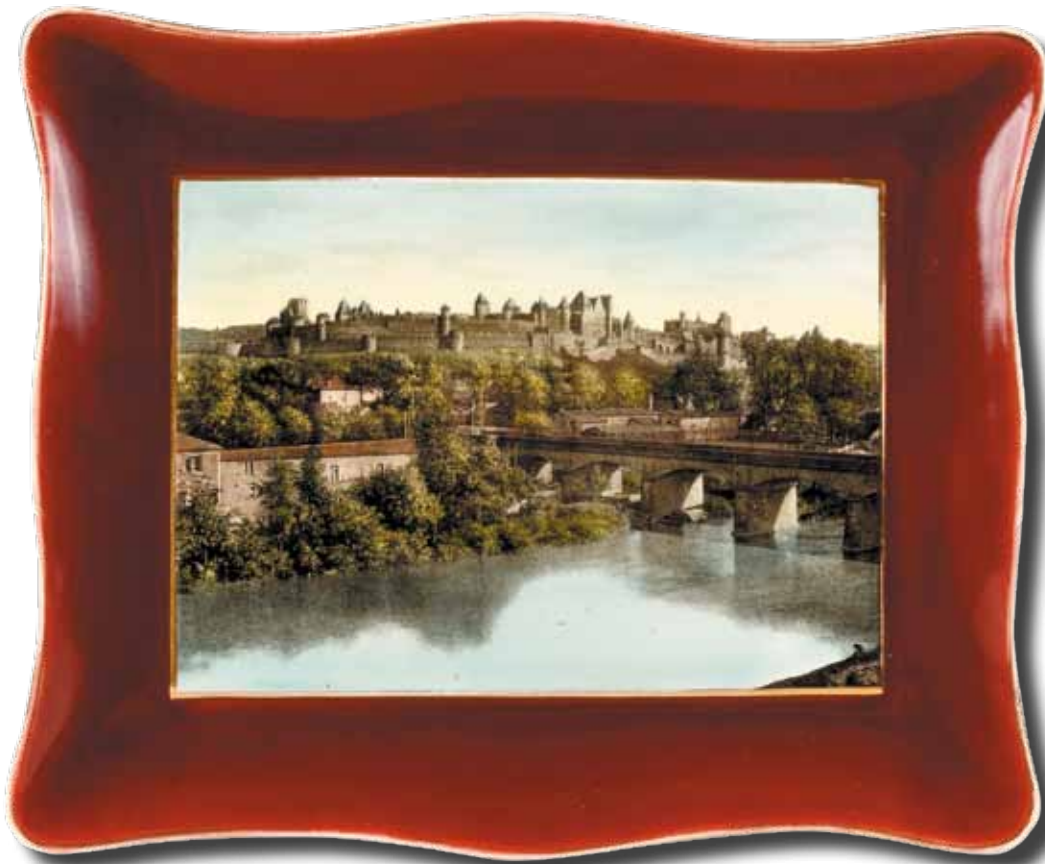
11. Véronique Dassié, *Objet d'affection, une ethnologie de l'intime*, Paris, CTHS, 2010.

12. Voir l'article de Christian Thévenin

13. Les noms identifiés sont Neurdein frères, Schmitt éditeur à Belfort, Photoglob et Cie à Zurich, Neue Photographische Gesellschaft (NPG) à Berlin.



Intérieur d'un ouvrier, rue de Romainville, Paris,
Eugène Atget. 1910
Coll. Musée Carnavalet de Paris, ph. 1576



◀ **Cadre photographique Carcassonne**
 Manufacture de Sarreguemines
 Transfert d'impression
 photolithographique sur faïence
 Marque en creux *Sarreguemines 3460 et*
inscription en noir Cité de Carcassonne
D.R.P. Breveté S.G.D.G.
 Début du XX^e siècle - 31,5 x 27 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

▼ **Cadre photographique Chamonix**
 D'après un négatif de Photoglob de Zurich
 Manufacture de Sarreguemines
 Transfert d'impression photolithographique
 sur faïence. Marque imprimée en noir
Sarreguemines U & C Chamonix Négatif
Nach Photoglob Cie Zürich.
 Début du XX^e siècle - 23 x 20 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

Cette identification des photographes est notamment possible grâce à des tirages bleus¹⁴ des matrices utilisées par la manufacture pour la confection des motifs photographiques sur faïence. Ces tirages sont conservés par le musée de Sarreguemines. Sur les 46% de tirages représentant la France (d'autres représentent l'Allemagne, Suisse, Empire austro-hongrois...), 27 % ont été produits d'après des négatifs de l'agence Neurdein frères de Paris¹⁵.

La maison Neurdein est spécialisée dans les vues de villes et monuments à destination des touristes depuis 1870. Elle acquiert une renommée sur le marché de l'illustration, passant du statut d'atelier à celui de firme photographique. Ses clichés sont reconnaissables aux sigles ND Phot et X phot¹⁶, marques déposées en 1887 puis à nouveau en 1902 pour protéger leur appartenance.

Sur les objets faits d'après des images de la société Neurdein, il est mentionné « négatif Neurdein », qui nous précise bien qu'elle n'a fait que fournir la matrice noir et blanc, alors que la coloration, qui fait pleinement partie de l'attractivité de l'objet, est l'œuvre de la manufacture de Sarreguemines.

L'ingénieur Cherix de la manufacture de Sarreguemines¹⁷, dans ses carnets, mentionne rarement les échanges entre Neurdein et la manufacture. Le 1er février 1906, il écrit : « Recevons du dépôt de Paris deux diapositives 24/30 Neurdein Paris, vues de Toulouse, demandées

par M. Finet, vue prise de la Dalbade et le Capitole ». On peut émettre l'hypothèse que le circuit de production des objets consiste en une commande de commerçant qui sélectionne les vues à reproduire sur les pièces à partir des catalogues de Neurdein. La transmission de l'image se fait ensuite entre l'éditeur et la manufacture.

Plusieurs types de vues sont fournies par Neurdein : des vues de Paris, dont surtout des monuments ou statues (Buttes Chaumont, Hôtel de ville, Opéra, Notre-Dame, Arc de triomphe, Statue de Jeanne d'Arc), des vues de grandes villes (Rouen, Toulouse), des points de vues pittoresques (Gorges du Tarn, Biarritz, Pont Alexandre III), des reproductions de



14. Il s'agit de tirages aux sels métalliques, selon le procédé du cyanofère, qui permet d'obtenir des images aux traits bleus sur fond blanc par contact à partir de positifs sur verre de format 24x30 cm envoyés par les photographes-éditeurs, voir *Le vocabulaire technique de la photographie* (ouv.coll.), Paris, Marval, 2008 : notice de Bernard Marbot, p.192.

15. Très peu de tirages sont signés, il s'agit donc de chiffres indicatifs, qui ne tiennent pas compte d'éventuelles attributions faites d'après la représentation.

16. Le sigle X phot correspond plus généralement aux vues de Paris.

17. Voir l'article d'Henri Gauvin.

tableaux (Jeanne d'Arc par Ingres). Les photographies impressionnées sur les assiettes sont recadrées par rapport aux images fournies par Neurdein : l'exemple de l'assiette représentant les Buttes Chaumont nous montre que la symétrie du cadrage souhaitée par l'opérateur-photographe de Neurdein n'est pas reprise pour la fabrication de l'assiette par l'usine.

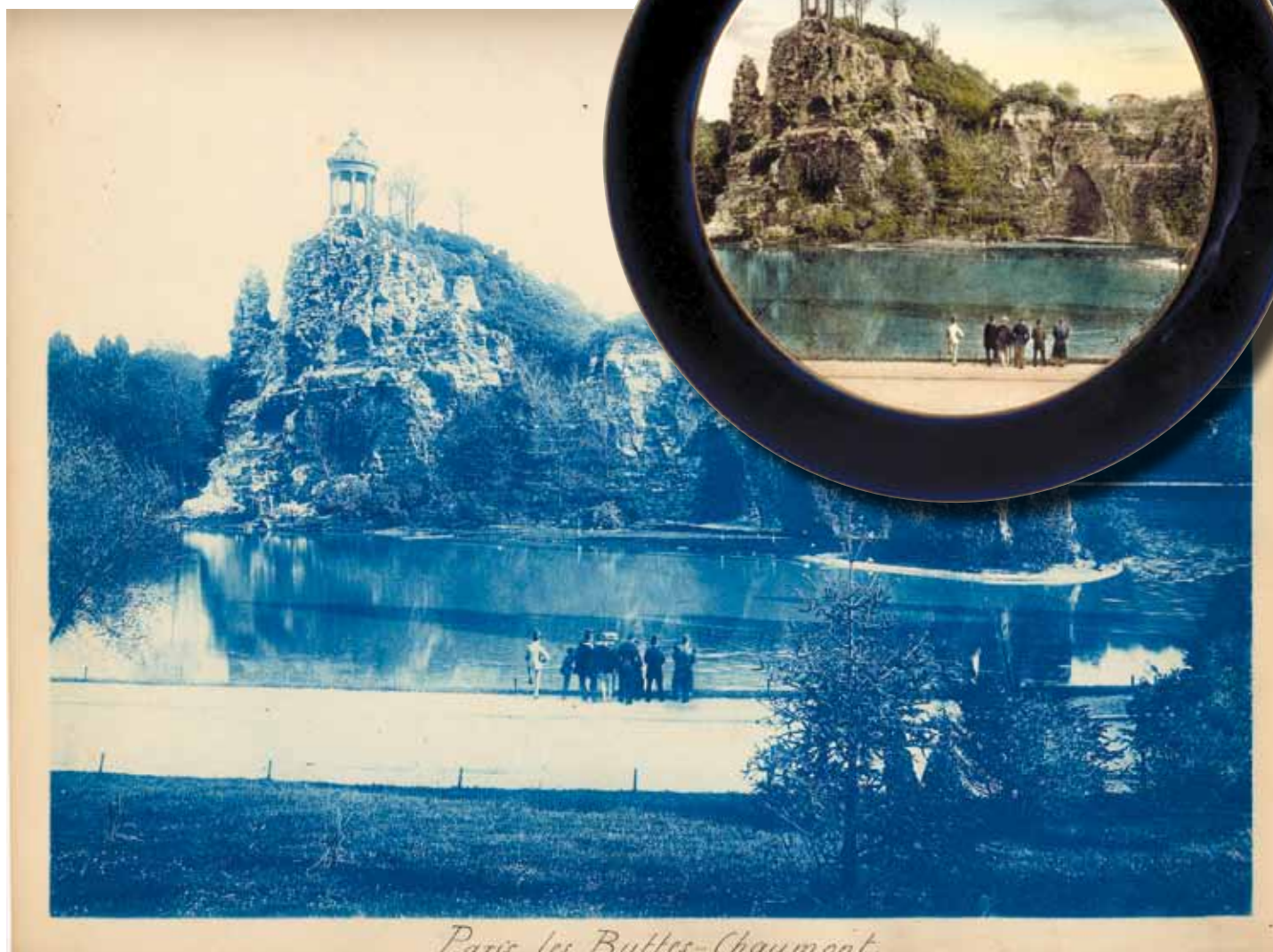
D'après les tirages conservés, on ne peut distinguer une série complète de grandes villes ou un ensemble cohérent, seules quelques régions de France sont concernées. Ainsi, aucune « politique de production » d'objets n'est mise en place à destination du tourisme par l'agence Neurdein ou la manufacture de Sarreguemines. Cela ne reflète pas les pratiques de campagnes de prises de vues systématiques menées par l'agence Neurdein¹⁸ au même moment. Il s'agit là d'une collaboration ponctuelle et pour un certain type d'objets, révélatrice cependant de cette mode de l'objet photographique.

Les possibilités techniques de reproduction photomécaniques ont permis certes cette production, mais il s'agit bien d'un phénomène culturel lié au tourisme : la manufacture propose ce type d'objets, car ils répondent à une demande émanant de l'industrie du souvenir, dans le contexte d'une diffusion plus large d'images notamment avec le support carte postale.

18. Marie-Eve Bouillon, *Utilisation des photographies d'agence dans l'édition touristique : exemple du Mont Saint-Michel*, 30 novembre 2011, <http://culturevisuelle.org/photogenic/archives/31>.

▼ **Tirage cyanotypique par contact du négatif**
Vue de Paris, Les Buttes-Chaumont
 D'après un négatif de Neurdein frères.
 Manufacture de Sarreguemines.
 Début du XX^e siècle. 29 x 23 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines.

Assiette décorative ▼
Paris, Le Parc des Buttes-Chaumont
 D'après un négatif de Neurdein frères.
 Transfert d'impression photolithographique sur faïence. Marque imprimée en noir
Sarreguemines U & C Paris, Le Parc des Buttes-Chaumont. Négatif Neurdein Frères Breveté S.G.D.G.
 Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



19. Voir l'article d'Henri Gauvin.

20. Le terme apparaît déjà dans le rapport de l'exposition universelle de 1878, le sens est cependant plus orienté vers les jouets.

21. Connie A. Moore, Harry L. Rinker, *Boules de neige. Le guide du collectionneur pour choisir, présenter, et restaurer les boules de neige*, Paris, Books and Co, 2001 ; Véronique Dassié, *Boules de neige et autres souvenirs. Ethnographie des objets souvenirs dans l'espace domestique contemporain*, mémoire de DEA d'anthropologie sociale sous la direction de Daniel Fabre, EHESS de Toulouse, 1999, cité dans Vimont Jean-Claude, « Objets-souvenirs, objets d'histoire ? », *Sociétés & Représentations*, 2010/2 n° 30, p. 211-228.

22. Alphonse Davanne, *Rapport sur les épreuves et les appareils de photographie, Exposition Universelle de 1878 à Paris, groupe II, classe 12*, Paris, Imprimerie nationale, 1880, p.46.

23. Neurdein frères, *Extrait des collections photographiques de Neurdein Frères : vues de France, Algérie, Tunisie, Belgique, Suisse, Fuenterrabia et San Sebastian*, Paris : [Neurdein frères], 1895.20.

L'influence de la carte postale et le rôle des agences dans la production d'objets

Les premières assiettes photographiques « touristiques » de Sarreguemines remontent à 1902¹⁹ ; les mentions relevées d'une collaboration entre la manufacture de Sarreguemines et Neurdein datent de 1906.

Pourtant, l'industrialisation du tourisme, visible notamment à travers la production d'une imagerie, d'objets spécifiques et la multiplication de commerces locaux « d'objets de curiosités », est effective dès la fin du XIX^e siècle.

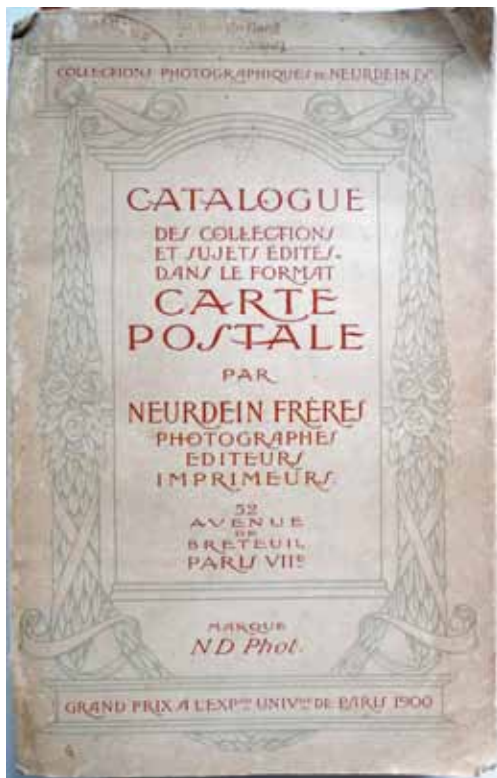


Fixé sous verre de Lourdes, La basilique et les piscines ▲ Réalisé à partir de cartes postales de l'agence Léon Lévy (LL). Avant 1916 (?) Coll. particulière

La production d'objets souvenirs, peut être rapprochée de la « bimbeloterie » ou objets d'étagère²⁰, en plein essor en 1878. La même année est inventée la boule à neige, à l'occasion de l'Exposition internationale des arts et métiers à Paris²¹. Ces petits objets d'appropriation qui envahissent les intérieurs, se trouvent associés à la pratique du souvenir touristique. Parallèlement, la photographie est largement exploitée dans le contexte touristique. De grandes maisons spécialisées constituent des fonds de photographies, dès 1878 pour la maison Neurdein frères par exemple, qu'elles commercialisent sous forme d'albums, de cartes de visite ou de cartes stéréoscopiques : « La photographie de paysages (...) est cultivée au point de vue industriel dans les pays plus particulièrement parcourus par les touristes, tels

que les contrées pittoresques, les villes d'eaux, d'où les voyageurs tiennent à rapporter d'exacts souvenirs. M. Neurdein a montré dans son exposition de nombreux spécimens fort bien réussis d'une très grande collection qu'il a faite des vues de France et d'Algérie »²².

De plus, les frontières entre les industries culturelles du tourisme sont poreuses. Les affinités entre production d'images et commerce d'objets souvenirs sont nombreuses, et des glissements entre l'un et l'autre peuvent s'opérer, deux exemples nous le montrent pour la maison Neurdein. En 1895, elle commercialise, en plus des photographies-cartes et des albums, des photographies-timbres et des photographies sur soie²³, c'est à dire des images diffusées sur des supports inédits. Entre 1883 et 1887, Louis-Antonin Neurdein,



◀ *Catalogue des collections et sujets édités dans le format carte postale par Neurdein frères, photographes, éditeurs imprimeurs, Paris, [Neurdein frères] 1900. Coll. particulière.*



est seul propriétaire du fonds de commerce de photographies Neurdein car son frère, Etienne Neurdein, pourtant fondateur de l'entreprise, quitte Paris pour Nice et Vichy et devient marchand de faïence en détail²⁴. S'agit-il de faïences photographiques ? Il est difficile de le déduire en l'absence d'objets conservés. Cependant, nous pouvons établir clairement à partir de cet exemple, la proximité des professions de l'objet et de l'image touristique.

Ce changement d'orientation professionnelle d'Etienne Neurdein, marchand d'objets pendant trois ans après avoir été vingt ans photographe, avant l'apparition de la carte postale, reflète l'esprit entrepreneurial de l'époque dans le domaine du tourisme et le pari fait sur le potentiel commercial d'objets-souvenirs pour les touristes.

La carte postale²⁵ va systématiser le besoin d'images accompagnant l'expérience touristique, et notamment sur les objets du souvenir. Elle est diffusée en masse et transforme ainsi le fonctionnement des entreprises de photographies qui doivent s'adapter au marché. La société Neurdein par exemple édite dès 1900 un catalogue de 550 pages sur leurs sujets édités en cartes postales à destination de leurs clients, magasins et commerces divers. La carte postale favorise petit à petit l'utilisation de l'image photographique pour la réalisation d'objets les plus divers.

La période de fabrication des pièces de Sarreguemines entre 1902 et 1906, correspond à cet engouement. Plus précisément, elle correspond à une période de sur-production appelée « Krach de la carte postale²⁶ », qui engendre une forte concurrence parmi les éditeurs. Ces derniers cherchent alors à diversifier leur marché et proposent également aux commerçants et fabricants une activité de service, c'est-à-dire un catalogue d'images rapidement et diversement exploitables, à un prix avantageux. Les fournisseurs d'images photographiques se constituent alors en véritables agences de photographies pour rentabiliser leur fonds.

Le tourisme rend d'ailleurs particulièrement prolifique la déclinaison d'images et d'objets imagés, parfois à partir des mêmes vues. Cette répétition provoque l'apparition d'images-modèle ou stéréotypes, qui conditionnent le marché. L'image répétitive est préférée à l'image inédite dans le contexte touristique. Elle a un rôle repère qui atteste d'une présence à un endroit déjà pré-imaginé : l'image achetée et rapportée doit donc être semblable à une vision préconçue du site par le touriste.

La carte postale semble avoir également un rôle de démocratisation du souvenir rapporté ou transmis. Acquérir l'image d'un site visité n'est plus seulement le privilège des voyageurs fortunés : grâce à une large diffusion

24. Etienne Neurdein est marchand de faïence en détail à Nice, sans doute à partir de 1884, et à Vichy entre janvier 1886 et mars 1887. Ses adresses respectives sont « quai St Jean-Baptiste 13 », à Nice et « Route de Nîmes, 111 » à Vichy, Série G, n°404, copie de la matrice des contributions personnelles, mobilières et patentes, registre de l'année 1887, Archives municipales de Vichy.

25. Apparue lors de l'Exposition universelle de 1889, la carte postale connaît un réel essor à partir de 1892. Les frères Neurdein en sont des instigateurs de premier plan, puisqu'ils revendiquent la production de cartes postales dès 1889 et adapteront très rapidement leur commerce à une production massive de cartes postales.

26. Georges Goury, « le Krach de la carte postale », *Revue illustrée de la carte postale*, 25 mars 1905, n°63, p.595-598.

et une production à grande échelle et à bas coût, l'image photographique sur support carte postale devient le souvenir matériel privilégié par les touristes, encadré et exposé dans les intérieurs.

Les objets révélateurs de cette démocratisation sont les fixés sous verre²⁷, qui consistent simplement en une carte postale en phototypie colorisée, rehaussée de nacre, collée par la face sur du verre. Le dos est cartonné et présente un système pour accrocher et un système pour poser l'objet, destiné à être exhibé.

D'autres objets furent également produits du même type, il s'agit d'objets utilitaires, du quotidien, à suspendre ou non, élevés au rang d'objets de décoration pour l'intérieur comme les plateaux, corbeilles, presses-papiers, etc. Les éditeurs de cartes postales sont en lien avec les fabricants de ces objets ou en sont eux-mêmes les fabricants. La marque présente au dos du fixé sous verre de Lourdes mentionne « fabrication française LL Paris » c'est à dire la société Léon Lévy (LL) concurrente directe de Neurdein pour l'image du tourisme en France, en activité jusqu'en 1917.

Des assiettes présentant les marques de la manufacture de Choisy furent produites directement avec des tirages photographiques ou des cartes postales, découpées, collées, gouachées puis vernies dans le fond décoratif de l'assiette. Cette production ne relèverait pas de la manufacture de faïence, mais plus vraisemblablement d'un atelier ou commerce qui aurait fait l'acquisition de blanc de Choisy pour ensuite y apposer des photographies²⁸.

Les producteurs d'images peuvent-ils être à l'origine de ces assiettes, comme pour les fixés sous verre ? L'assiette présentant le Palais du Trocadéro a été réalisée à partir d'une photographie de la société Léon Lévy (LL), peut être est-elle également à l'origine de cet objet ?

La production de ces objets est concomitante avec celle des faïences de la manufacture de Sarreguemines, en circulation depuis le début du siècle jusqu'aux années 1920. Les faïences de Sarreguemines ne semblent cependant pas destinées aux mêmes publics.

◀ **Fixé sous verre de Marseille, Ensemble du Palais Longchamps**
Réalisé à partir de cartes postales de l'agence Léon Lévy (LL). Avant 1916 (?)
Coll. particulière

Assiette décorative ▶
Palais du Trocadéro
D'après une carte postale de l'agence Léon Lévy (LL), Paris
Manufacture de Choisy
Carte postale collée sur une assiette en faïence et rehaussée à la gouache
Entre 1878 et 1914
Coll. particulière

27. Ces objets sont improprement appelés fixés sous verre. Les fixés sous verre sont en fait des peintures réalisées sur le revers du support verre. Dans le contexte touristique, il s'agit d'une carte postale collée par la face sur le verre, et rehaussée de nacre. Le pourtour est peint sur le revers. Il s'agit donc d'une adaptation bon marché probable de la technique du fixé sous verre, très répandue au début du XXe siècle.

28. Cette hypothèse est formulée par Christian Thévenin du Musée de Sarreguemines.



Des objets du tourisme élitiste

Les pièces de la manufacture de Sarreguemines sont réalisées avec soin, il s'agit d'un travail à façon, signé, qui même s'il est réalisé en série, exige une expertise et des choix qui relèvent de l'art céramique, dans la tradition de la manufacture.

Le vase ci-contre, dont le sujet principal est une photographie de l'agence Neurdein représentant la villa Belza à Biarritz, est à ce titre exemplaire, unique pièce connue de ce type, aussi élaborée.

Il s'agit d'un vase aux formes et couleurs peu communes, dont la panse est ornée d'une photographie. La vue photographique choisie (référence Neurdein n° 323) parmi les différentes références proposées par l'agence Neurdein permet d'isoler le sujet de la villa de son environnement (la route d'accès n'est pas visible sur le vase par exemple, contrairement aux clichés de l'agence Neurdein).

Seul le centre de l'image a été sélectionné, la villa apparaît entre ciel et mer, en format vertical. Le ciel a d'ailleurs été élargi sur le vase : il laisse une place au vide, et permet de contraster avec les éléments de décor chargé dans la partie supérieure du vase.

On constate ainsi que le procédé photolithographique, qui permet de partir d'une base photographique pour la décoration, implique également une recréation presque totale de l'image par la manufacture tant en terme de point de vue, qu'en terme de colorisation.

Cette pièce exceptionnelle est réservée au tourisme des élites. Selon Marc Boyer²⁹, les XIX^e et début du XX^e siècle voient surtout l'avènement d'un tourisme de classe aisée, majoritairement de rentiers et propriétaires, qui affluent vers les stations mises à la mode par les têtes couronnées. Biarritz par exemple fut fréquentée dans la seconde moitié du XIX^e siècles par l'Impératrice Eugénie, Napoléon III et Bismarck, ce qui construit une réputation à la station et attire les foules. Des objets élaborés, tel ce vase de la villa Belza, s'intègrent également aux pratiques de consommation du tourisme, mais dans ce cas pour un tourisme élitiste. Il est intéressant de noter que l'image photographique utilisée pour ce vase est la même que celle reproduite



en carte postale, diffusée massivement, de moindre valeur et de moindre prestige. La distinction ne s'opère pas sur la qualité de la prise de vue mais sur le support et les signes extérieurs de présentation de l'image.

Les assiettes et les plats produits par la manufacture de Sarreguemines, tout en étant fabriqués en plus grand nombre d'exemplaires, sont de même nature. Il s'agit d'objets relativement coûteux par rapport à ce que crée la carte postale en terme de « démocratisation » du tourisme, et par rapport aux objets qui en découlent (fixés sous verre, assiettes dites de Choisy...).

Le coût d'une assiette de Sarreguemines oscille entre 2 et 3 Marks³⁰ en fonction de sa taille au début du siècle (Sarreguemines est allemande à cette époque), ce qui représente entre 2,5 et 3,7 Francs. A titre de comparaison, le prix d'une assiette du plus petit format correspond à celui de 50 cartes postales, 10 photographies sur papier albuminé ou 2 albums format carte de Neurdein³¹.

Les collaborations entre fabricants d'objets et fournisseurs d'images mettent à jour les réseaux à l'œuvre d'une industrie culturelle active dans le domaine du tourisme. La manufacture de Sarreguemines a fait appel à la maison Neurdein pour lui fournir les prises de vues nécessaires à la réalisation du décor de certaines pièces de faïence, objets d'un tourisme élitiste. Les critères d'un prix attractif et d'un véritable service adapté à l'industrie sont importants pour le choix de Neurdein comme fournisseur d'images.

Cependant la vision pittoresque proposée par l'entreprise ainsi que la particularité de leurs photographies d'être connues et reconnues, de par leur diffusion notamment sous forme de photographies et cartes postales, semblent déterminantes pour leur choix, dans ce contexte touristique.

▲ Carte postale Entrée du chemin de la côte des Basques et la villa Belza

Editeur Neurdein frères
Après 1903 (dos divisé)
Coll. particulière.

29. Marc Boyer, Histoire de l'invention du tourisme, Paris, éditions de l'Aube, 2000.

30. Voir l'article de Christian Thévenin

31. Catalogue des collections et sujets édités dans le format carte postale par Neurdein Frères, Paris [Neurdein frères], 1900 (tarif des cartes postales) ; Renouveau du traité d'exploitation des photographies des Monuments historiques, Médiathèque de l'Architecture et du Patrimoine, 13 juin 1903 (tarif des papiers albuminés).



Grand vase d'ornement *Biarritz, la Villa Belza*

Impression photolithographique sur terre blanche, biscuit moulé et glaçure colorée rehaussée à l'or ; Manufacture de Sarreguemines
Marque imprimée en noir *Biarritz, la Villa Belza, négatif Neurdein Frères D.R.P., Breveté S.C.D.G.*

Sur une forme violonée évoquant l'océan, des flots ondes suggèrent le rythme éternel de l'eau ; le col mouvementé en forme de vagues s'orne de deux poissons modelés avec un naturalisme descriptif rappelant, avec leurs écailles en fine intaille, la sculpture japonaise.

Le cartel représente un paysage célèbre de Biarritz, il est traité avec vigueur par une exceptionnelle et spectaculaire maîtrise des noirs et des blancs dont le contraste donne à l'image un sentiment de lisibilité que n'atteint pas la photographie en demi-tons. Aucune trame n'est visible, l'image est reconstituée par les dégradés obtenus par la dispersion ou l'agglomération aléatoire de grains noirs et irréguliers, obtenus par un transfert d'impression lithographique sous glaçure. L'art naît ici de la traduction photomécanique du visuel qui obtient, au prix d'une grande maîtrise technique des renforcements de l'effet graphique, une intensité remarquable.

Vers 1910 - 55 cm - Coll. Dépôt permanent, Musée Saint-Jean l'Aigle.

PORTFOLIO



▲ **Cendrier [Monument canadien ?]**

Transfert d'impression photomécanique sur faïence
Manufacture de Sarreguemines
Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C, en creux 2796.*
Début du XX^e siècle. 15 x 12 cm
Coll. particulière

▼ **Cendrier [le Capitole des Etats-Unis à Washington]**

Transfert d'impression photomécanique sur faïence
Manufacture de Sarreguemines
Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C, en creux 2796.*
Début du XX^e siècle. 15 x 12 cm
Coll. particulière



PORTFOLIO



▲ **Assiette décorative Copenhague, Amalienborg Slot**

Transfert d'impression photolithographique sur faïence. Manufacture de Sarreguemines
 Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C Amalienborg Slot*. Début du XX^e siècle.
 Ø 19,5 cm
 Coll. particulière



▲ **Assiette décorative Dinard** ▲

Transfert d'impression photomécanique sur faïence
 Manufacture de Montereau
 Marque en creux d'un trèfle.
 Fin du XIX^e - début du XX^e siècle. Ø 19,9 cm
 Coll. Musée Gallé-Juillet de Creil, Inv. N° 2008.1.123



▼ **Assiette décorative Lourdes, maison paternelle de Bernadette**

Transfert d'impression photomécanique sur faïence
 Manufacture de Sarreguemines
 Marque imprimée en noir *Opaque de Sarreguemines* et blason de la Lorraine.
 Début du XX^e siècle. Ø 19 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

► **Assiette décorative Strasbourg** ►

Transfert d'impression photomécanique sur faïence
 Manufacture de Sarreguemines
 Marque de revendeur imprimée *Ch. Siegfried A Strasbourg*. Début du XX^e siècle. Ø 21 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



PORTFOLIO



▲ **Assiette décorative
Copenhague**

Transfert d'impression photomécanique
sur faïence
Manufacture de Choisy-le-Roi
Marque imprimée en noir *HB* dans un cercle
et *France* en dessous
Début du XX^e siècle
Ø 19,8 cm
Coll. particulière (www.hist.oileu.net)



▲ **Assiette décorative Vue de Paris, ▲
Porte Saint Martin**

Transfert d'impression photomécanique
sur faïence
Manufacture de Choisy-le-Roi
Marque imprimée en noir *HB* dans un cercle
et *France* en dessous. Début du XX^e siècle
Ø 19,8 cm
Coll. Musée de la Faïence de Montereau-Fault-
Yonne MRO 2012.02.01



► **Assiette décorative Vue de Paris, ►
Arc de Triomphe de l'Etoile**

Transfert d'impression photomécanique sur
faïence. Manufacture de Choisy-le-Roi
Marque imprimée en noir *HB* dans un cercle
et *France* en dessous. Début du XX^e siècle
Ø 19,6 cm
Coll. Musée de la Faïence de Montereau-Fault-
Yonne MRO 2012.02.02



► **Assiette décorative Vue de Paris, ►
rue de Rivoli**

Transfert d'impression photomécanique sur
faïence. Manufacture de Choisy-le-Roi
Marque imprimée en noir *HB* dans un cercle
et *France* en dessous. Début du XX^e siècle
Diam. : 19,8 cm
Coll. Musée de la Faïence de Montereau-Fault-
Yonne MRO 2012.02.02

PORTFOLIO



▲ **Cadre Graufthal**

Manufacture de Sarreguemines
Transfert d'impression photolithographique
sur faïence. Marque en creux *Sarreguemines*
2199 et inscription imprimée en noir
Graufthal D.R.P. Breveté S.G.D.G. - 1906
48 x 42 cm
Coll. particulière

▲ **Assiette décorative**

Lyon, coteau de Fourvière et Cathédrale
Manufacture de Sarreguemines
Transfert d'impression photolithographique
sur faïence. Marque imprimée en noir
Sarreguemines U & C Cathédrale Côteau de
Fourvière Lyon D.R.P. Breveté S.G.D.G.
Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



◀ **Cadre photographique**
Monaco, Le Rocher

Manufacture de Sarreguemines
Transfert d'impression photolithographique
sur faïence. Marque imprimée en noir
Sarreguemines U & C Monaco Le Rocher
Début du XX^e siècle - 44 x 37 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



◀ **Assiette décorative Ribeauvillé**

Manufacture de Sarreguemines
Transfert d'impression photolithographique
sur faïence. Marque imprimée en
noir *Sarreguemines U & C Ribeauvillé*
Rappoltweiler D.R.P. Breveté S.G.D.G.
Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
Coll. particulière

PORTFOLIO



◀ *Cadre photographique*

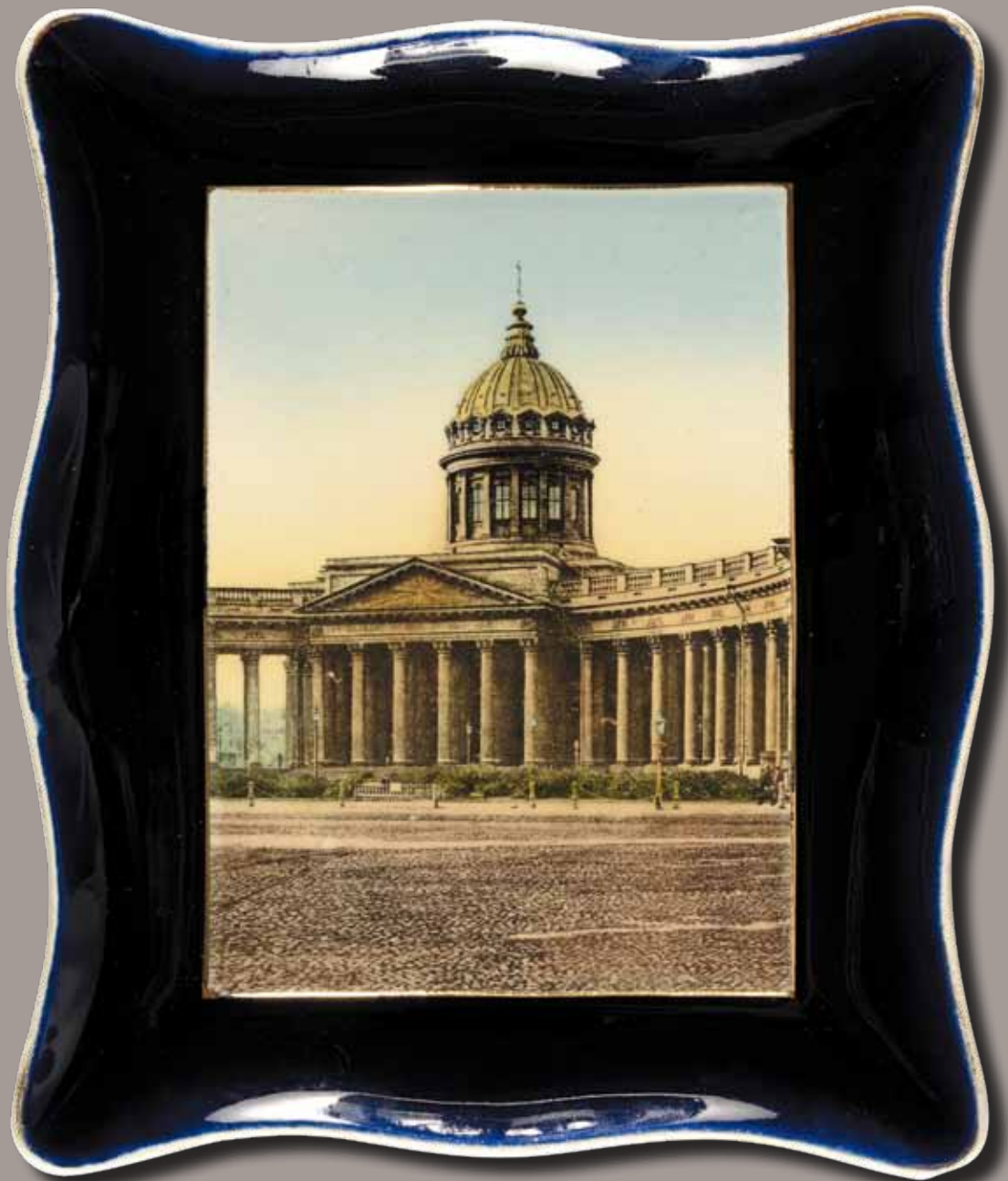
Namur, vue de la Sambre et de la Citadelle

Manufacture de Sarreguemines. Transfert d'impression photolithographique sur faïence. Marque en creux Sarreguemines 3465 et inscription imprimée en noir Namur Vue de la Sambre et de la Citadelle D.R.P. Breveté S.G.D.G. - 1907. 23 x 19,5 cm
Coll. particulière

▼ *Cadre photographique*

Saint-Petersbourg, Cathédrale de Kazan

Manufacture de Sarreguemines. Transfert d'impression photolithographique sur faïence. Marque imprimée en noir Sarreguemines U & C St. Petersburg Cathédrale de Kazan Début du XXe siècle. 23 x 19,5 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines





▲ **Assiette décorative**
Strasbourg, le quai des Bateliers
 Manufacture de Sarreguemines. Transfert
 d'impression photolithographique sur faïence.
 Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C*
Schiffleutsladen Strasbourg Quai des Bateliers D.R.P.
 Breveté S.G.D.G. Début du XX^e siècle. Ø 22 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

Assiette décorative ▲
Strasbourg, le pont du Corbeau
 Manufacture de Sarreguemines. Transfert
 d'impression photolithographique sur faïence.
 Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C*
Pont du Corbeau Strasbourg Raabenplatz D.R.P.
 Breveté S.G.D.G. Début du XX^e siècle. Ø 22 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

◀ **Assiette décorative**
Strasbourg, la Maison Kamerzell
 Manufacture de Sarreguemines. Transfert
 d'impression photolithographique sur faïence.
 Marque imprimée en noir *Sarreguemines U &*
C Stillkeller Maison Kamerzell Strasbourg D.R.P.
 Breveté S.G.D.G. Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

▼ **Assiette décorative**
Strasbourg, nid de cigognes
 Manufacture de Sarreguemines. Transfert
 d'impression photolithographique sur faïence.
 Marque imprimée en noir *Sarreguemines D.V. Nid*
de cigognes Strasbourg. Vers 1920-1930. Ø 22 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

Assiette décorative ▼
Strasbourg, la Cathédrale
 Manufacture de Sarreguemines
 Transfert d'impression photolithographique sur
 faïence. Marque imprimée en noir *Sarreguemines*
U & C Münster, Strassburg D.R.P. Breveté S.G.D.G.
 Début du XX^e siècle. Ø 22 cm
 Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



PORTFOLIO



▲ **Assiette décorative Sarreguemines, nouveau pont**

Manufacture de Sarreguemines
Transfert d'impression photolithographique sur faïence
Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C Nouveau Pont*
Sarreguemines Neue Brücke Saargemünd D.R.P. Breveté S.G.D.G.
Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



▲ **Assiette décorative Sarreguemines, le Parc**

Manufacture de Sarreguemines
Transfert d'impression photolithographique sur faïence
Marque imprimée en noir *Sarreguemines D.V. France. Saargemünd Park.*
Vers 1920 - Ø 22 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

▼ **Assiette décorative [Sarreguemines, vue générale]**

Manufacture de Sarreguemines
Transfert d'impression photolithographique sur faïence
Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C*
Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines

▼ **Assiette décorative [Sarreguemines, le château]**

Manufacture de Sarreguemines
Transfert d'impression photolithographique sur faïence
Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C*
Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



PORTFOLIO

▼ *Nécessaire de fumeur Sarreguemines, la Réunion*

Manufacture de Sarreguemines

Transfert d'impression photolithographique et marbrures sur faïence

Marque en creux Sarreguemines 3548 et inscription en noir Réunion Sarreguemines D.R.P.

Breveté S.G.D.G. Début du XX^e siècle. Ø 32 cm

Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines





◀ **Assiette décorative Paris, l'Arc de Triomphe**
Manufacture de Sarreguemines

Transfert d'impression photolithographique sur faïence
Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C Arc de Triomphe*,
Paris Négatif Neurdein Frères. D.R.P. Breveté S.G.D.G.
Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



◀ **Assiette décorative Paris, le pont Alexandre III**
Manufacture de Sarreguemines

Transfert d'impression photolithographique sur faïence
Marque imprimée en noir *Sarreguemines U & C*
Le pont Alexandre III - Paris D.R.P. - Breveté S.G.D.G.
Début du XX^e siècle - Ø 22 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines



◀ **Assiette décorative Jeanne d'Arc**
Manufacture de Sarreguemines

Transfert d'impression photolithographique sur faïence
Marque imprimée en noir *Sarreguemines D.V. Jeanne d'Arc Négatif*
Neurdein Frères Breveté S.G.D.G.
Vers 1920-1930 - Ø 22 cm
Coll. Musée de la Faïence de Sarreguemines