

**Retrouvez la collection
histoire(s) d'agglo sur**

www.agglo-de-rouen.fr

**et au Point Info de l'Agglomération de Rouen
au 50, rue de la Vicomté,
angle de la rue aux Ours à Rouen**

**GRATUIT, ne peut être vendu
Imprimé sur papier recyclé**

n°31

Boutiques d'hier et d'aujourd'hui

entre architecture et décors

Cécile Lavenu

Collection histoire(s) d'agglo

www.agglo-de-rouen.fr



Agglo. de Rouen

HAUTE NORMANDIE

BOUCHERIE
CAPRON

BOUCHERIE

BOUCHERIE

Charcuterie

BOUCHERIE, RUE BEAUVOISINE, ROUEN

Chère Madame, cher Monsieur,

Les commerces jouent un rôle important dans la cité.

Lieux d'approvisionnement et de sociabilité ils sont présents dans le quotidien de chacun ; repère d'un quartier, d'une époque ils jalonnent notre passé et accompagnent notre présent.

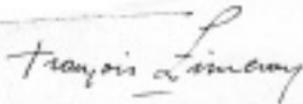
Echoppes, boutiques, magasins, commerces autant de noms qui rappellent une mode, une architecture, une décoration qui marquent le paysage urbain de notre Agglomération.

Ce fascicule nous offre un regard original sur un patrimoine familial et pourtant peu connu.

C'est à une véritable promenade découverte au cœur des villes de notre Agglomération que nous invite ce trente et unième numéro de la collection histoire(s) d'agglom.

Bien chaleureusement,

François ZIMERAY



Président de l'Agglomération de
Rouen

Jean-Yves MERLE



Vice-Président délégué
Culture - Patrimoine - Jeunesse

INTRODUCTION

En se promenant au hasard des communes de l'Agglomération de Rouen, avant même qu'on ait pu apprécier le caractère des maisons ou des monuments, les façades de boutiques offrent une perception urbaine immédiate. Semblables et différentes, quelquefois isolées, souvent juxtaposées, elles accrochent le regard. Leurs portes, leurs vitrines et leurs enseignes, renvoient à une série d'images instantanées sur la nature du lieu où elles se trouvent, son style, sa qualité de vie et son animation. Ponctuant la ville de leurs lumières, le jour comme la nuit, les devantures attirent et séduisent le passant en offrant au spectacle de la rue des décors multiples, du banal au magnifique, qui se renouvellent au gré des saisons et des modes.

Le patrimoine commercial est le reflet de l'ensemble de la société, d'une sociabilité propre à la pratique ancestrale

des échanges, véritable témoignage ethnographique matérialisé par des constructions architecturales et esthétiques. De nombreux rez-de-chaussée d'immeubles des centres historiques des grandes villes gardent encore les traces d'établissements commerciaux anciens, accumulant les strates des périodes qu'ils ont traversées.

La devanture est en façade l'expression extérieure du commerce : elle est composée de la vitrine et d'un ensemble d'éléments complémentaires tels que les murs et coffrages, les vitres, les portes, les grilles et les enseignes. Elle est l'interface entre le domaine public, la rue et le domaine privé, la boutique. Pour le commerce, la devanture joue deux rôles : le premier, commun aux devantures d'hier et d'aujourd'hui, est d'abord fonctionnel, celui de clore la

boutique ou l'atelier sur l'extérieur, tout en facilitant l'accès de la clientèle et l'exposition des produits. Le second est publicitaire. La devanture doit attirer l'attention du passant.

Retraçons l'histoire des façades des boutiques à travers les témoignages laissés ici et là dans les communes de l'Agglomération de Rouen, depuis le Moyen Âge jusqu'aux années 1970.



L'ÉCHOPPE DU MOYEN ÂGE

Au Moyen Âge, les échoppes d'artisans et de commerçants s'ouvrent directement sur la rue par de simples percements réservés dans la façade de l'immeuble. Ce sont des ouvertures rectangulaires avec des poutres disposées en linteaux ou des arcades en pierres plus ou moins travaillées. Un volet s'abaisse à l'horizontal pour une partie et constitue l'étalage ; il se relève pour une autre et forme l'auvent. Ce sont ces mêmes volets amovibles qui clôturent la boutique la nuit. Sur le côté, une porte basse donne accès à une petite pièce sombre où se tient le marchand. Il est exceptionnel que le client pénètre à l'intérieur. Quelquefois une imposte vitrée, garnie de barreaux, laisse passer un peu de lumière. On parle dans ce cas de **devanture en feuillure*** c'est-à-dire intégrée à la façade. L'insertion parfaite de la devanture dans l'édifice reflète l'imbrication étroite des fonctions d'habitat et d'activité : boutique et étages sont construits ensemble pour un même commerçant ou artisan et aussi bien pour l'exercice de son métier que pour son logement.





ECHOPPE DU MOYEN ÂGE, RUE DE LA PIE, ROUEN

LA BOUTIQUE DES XVI^E ET XVIII^E SIÈCLES

Aux côtés des marchands ambulants, des cris et des marchés, les premières boutiques fixes des villes sont les ateliers de boulangers, de bouchers et les échoppes adossées aux remparts, aux palais ou encore aux églises. Du XVI^e au XVIII^e siècle les boutiques fleurissent et ne cessent de s'agrandir. Tous les moyens sont bons pour gagner du terrain sur la rue avec des auvents, des bancs, des comptoirs et des tables. Ce n'est qu'au XVIII^e siècle que commencent à

apparaître des ensembles ordonnés, rues ou places qui sont alors conçues comme des espaces commerciaux. Matériellement, cette période voit se généraliser l'utilisation, pour les boulangeries et les cabarets, de vastes grilles disposées en avant de la façade ou à l'intérieur des percements. Les vitrages produits dans les manufactures font une entrée discrète dans la clôture de la boutique. Les vitrines sont fixes, divisées en carreaux rectangulaires.

LES CHANGEMENTS DU XIX^E SIÈCLE

Tout au long du XIX^e siècle, la société française évolue. Sous l'égide du maire de Rouen, Charles Verdrel (1809-1868), de grands travaux bouleversent l'aspect

de la ville et des rues et par conséquent des commerces. D'un côté, de vieilles boutiques, qui n'avaient pas changé depuis trois siècles, disparaissent, de l'autre, celles qui

ont été épargnées doivent s'adapter aux nouvelles « normes » de la modernité et être rénovées.

Après des siècles de devantures en feuillure, l'Empire crée la **devanture en applique***, c'est-à-dire en adjonction extérieure par rapport à la façade. Ce sont des devantures en menuiserie qui forment un placage sur les structures et décors anciens. Les cof-

frages sont composés d'un entablement supérieur soutenu par des piédroits à l'intérieur desquels se replient les volets, progressivement remplacés par des volets-roulants mécaniques. Ce placage masque le rez-de-chaussée et permet le développement d'une décoration symétrique ou monumentale. Les compositions témoignent d'une imagination



TOILES

BLANCHIES SUR LE PRE

fertile servie par la variété des matériaux utilisés (stuc, bois peint). La devanture peut alors s'étendre sur plusieurs étages. Dans un contexte où l'analphabétisme régresse, les magasins se nomment. Sur les **linteaux*** de bois apparaissent l'activité, le

nom du commerçant et parfois les produits proposés à la vente. L'éclairage de la boutique demeure tributaire de la lumière du jour qui peu à peu est relayée par l'utilisation du gaz.

La devanture est tout à la fois clôture, présentoir et enseigne.

LA BOUTIQUE AU DÉBUT DU XX^e SIÈCLE

La devanture dans les années 1900-1930 est l'héritage de la fin du XIX^e siècle. Rouen au début du XX^e siècle arbore encore de nombreuses devantures en bois. La boutique demeure étroite et sombre et n'offre pas beaucoup de place et de visibilité pour la présentation des produits. On l'identifie donc à son étalage. Etabli à l'intérieur, derrière la vitrine ou accroché à l'extérieur

par suspension directe au nu du mur, l'étalage est partout et doit attirer le passant. La marchandise s'installe dans la rue, participe comme élément du décor : amoncellements de cochonnailles, pyramides de fruits ferment un espace qui, bien que réduit, accueille désormais le client. Ce modèle perdure jusqu'à la veille de la première guerre mondiale.

Boutique
1911

Durant l'entre-deux-guerres la devanture se modifie. Autrefois réservées aux magasins de luxe, les glaces investissent peu à peu les boutiques.

Deux catégories de boutique exposent encore leur marchandise sur des étales à l'air libre : les boucheries et les poissonneries.

22

FAÇADE, RUE DAMIETTE, ROUEN

22



LES BOUTIQUES À L'HEURE DE LA RECONSTRUCTION

L'époque de la Reconstruction qui a suivi la Seconde Guerre mondiale marque un tournant dans la conception architecturale des devantures commerciales. Cette période est caractérisée par le développement de nouvelles techniques de construction et l'apparition de nouveaux matériaux. Les linteaux métalliques et les poutrelles de béton armé offrent de larges possibilités d'ouverture. Les devantures abandonnent leur coffrage de bois pour laisser apparaître une structure de verre et de métal. L'**imposte*** et plus particulièrement la porte jouent la transparence en étant formées de glace.

La devanture n'occupe plus l'ensemble de la façade, elle est

découpée et intégrée grâce à un système de superposition de cadres définis par des structures métalliques. Ce procédé permet de mettre en avant la vitrine et la porte et d'apposer l'enseigne directement sur la façade. Les lettres métalliques qui offrent plus de souplesse dans la mise en œuvre, permettent de multiples typographies.

Dans la deuxième phase de reconstruction (1955-1960), on cherche à accentuer encore plus la séparation devanture/vitrine. Les architectes développent alors dans la continuité des grandes baies un système de « caissons » de verre qui met en avant la vitrine.

Chevaline

CHARCUTERIE - VOLAILLES - CAVE & VINS

des fromages 4,99 le kg
Saucisses de poulet

Basile

ANNÉES 1960-1970

BOUCHERIE CHARCUTERIE



DEVANTURE D'UNE BOUCHERIE, LE HOULME



Durant les années 1960 et 1970 les transformations de la devanture sont perceptibles dans le choix des matériaux en ce qui concerne l'architecture et dans la typographie des enseignes. L'utilisation du marbre se généralise non seulement pour les commerces de bouche ou de prestige mais également pour les coiffeurs par exemple. La céramique continue d'être appliquée le plus souvent sous la forme « mosaïque » avec l'utilisation d'émaux de Briard. Les années 1960 marquent la généralisation de l'illumination des enseignes. Ce sont à la fois les bandeaux qui se transforment en caissons lumineux et les lettres qui diffusent leur éclairage et leurs couleurs sur l'ensemble de la façade. Celles-ci emploient des matériaux souples, plus faciles d'utilisation comme la matière plastique et le formica. D'autres sont constituées majoritairement de revêtements en aluminium, inox et zinc. La devanture suit alors la mode, en s'inspirant du design.

Le commerçant personnalise sa boutique grâce à une décoration artistique originale, à un véritable art de la boutique. C'est une sorte d'art populaire dans la mesure où il est destiné au plus large public possible, qu'il est exécuté par différents ateliers d'ouvriers et d'artisans et qu'il traite de thèmes

choisis pour développer l'imagination et stimuler l'achat. Il connaît son apogée à la fin du XIX^e et au début du XX^e siècle. L'évolution des conditions économiques qui modifient les conditions de travail et les conceptions esthétiques entraînent son déclin et sa disparition dans les années 1930.

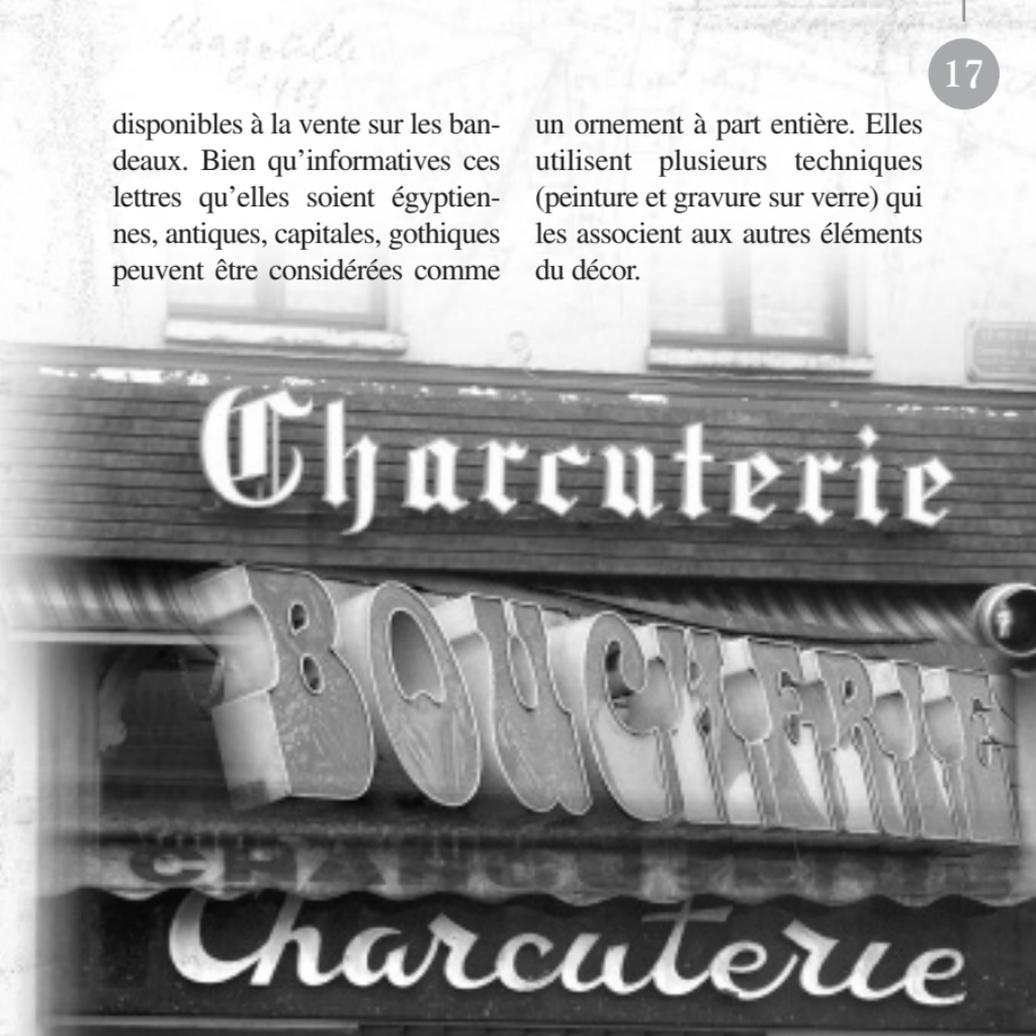
LES LETTRES

Au milieu du XIX^e siècle la régression de l'utilisation de l'enseigne pendante accélère la mise en place de placards publicitaires et d'affiches. Les maisons avec pignon, les façades des immeubles accumulent les couches d'informations et de

décoration. Les lettres apparaissent. Les différents types d'information se répartissent selon un schéma codifié : la catégorie de commerce est signalée sur le bandeau central, les spécialités ou services particuliers sur les vitrines et le détail des articles

disponibles à la vente sur les bandeaux. Bien qu'informatives ces lettres qu'elles soient égyptiennes, antiques, capitales, gothiques peuvent être considérées comme

un ornement à part entière. Elles utilisent plusieurs techniques (peinture et gravure sur verre) qui les associent aux autres éléments du décor.



Charcuterie

Charcuterie

LE RÉPERTOIRE DÉCORATIF

Le décor d'une devanture associe la lettre et l'image à travers les inscriptions et les motifs, les signes et les symboles dans le but d'être le plus significatif possible pour le passant. Ceux-ci ornent les bandeaux d'enseigne, les caissons extérieurs, les impostes et les étages. On observe un répertoire de motifs, de sujets correspondant à chaque type de boutique. Pour les commerces d'alimentation, le décor est une représentation de la campagne idéalisée. Au XIX^e siècle, la relation ville/campagne est encore très forte. Les faucheuses et glaneuses sur les façades illustrent la proximité de la ruralité dans le paysage urbain. Déclinés en catégories distinctes, les différents composants du répertoire décoratif du XIX^e et début XX^e siècle ont laissé une pléiade de

signes réinvestis par les agences des devantures actuelles.

Les trophées

Les **trophées*** sont des compositions qui mettent en scène les outils ou les produits caractéristiques de la profession relatifs au commerce décoré. Par exemple, les trophées d'agriculture composés des outils de la moisson (râteaux, faucilles...) sont associés aux boulangeries ; les trophées de gibiers aux charcuteries. Tous les objets ont une fonction emblématique du travail nécessaire pour l'élaboration du produit vendu.

Les végétaux

Les fleurs en vase ou en bouquet, les feuillages et les fruits sont les principaux sujets. Pour les bou-

langeries, on représente les fleurs associées à la culture des champs de blé (coquelicots, bleuets, marguerites). Le blé est inévitablement présent, tressé ou en gerbe.

Les animaux

À chaque catégorie de commerce sont associés plusieurs animaux. Le porc, par exemple, est souvent lié à la charcuterie tout comme le gibier représenté vivant ou mort. Les animaux de la basse-cour identifient les crémeries.

DÉTAILS D'UNE DEVANTURE
DE BOUCHERIE, MAROMME



L'INFLUENCE DES COURANTS ARTISTIQUES DANS LA DEVANTURE

L'art de la boutique est un exemple d'intégration de l'art pictural dans la vie quotidienne. Ce phénomène s'inscrit dans le contexte du XIX^e siècle de la bourgeoisie triomphante où l'art quitte les collections privées pour s'installer dans les musées pour ensuite trouver sa réinterprétation dans la rue. Avec le fixé sous-verre, dont on a les premières traces vers 1835, on assiste à la diffusion de copies d'œuvres de l'école de Barbizon comme Les Glaneuses de Millet.

Au début du XX^e siècle les références artistiques se veulent contemporaines. L'Art Nouveau puis l'Art Déco investissent à la fois l'architecture et les décors des commerces.

L'influence de l'Art Nouveau (1890-1920)

Le modèle principal des œuvres de ce courant est le monde végétal dans des formes ornementales complexes imitant les fleurs et les feuilles. Les peintres remplacent les arabesques de style classique par le style « nouilles », identifiable par ses lignes ondulantes. Si l'ornement évolue, les thèmes, eux, restent inchangés.

DEVANTURE DE PARFUMERIE, RUE DU
GROS-HORLOGE, ROUEN



L'influence de l'Art Déco (1925-1940)

L'art Déco s'installe progressivement dès les années 1910 quand l'Art Nouveau commence à passer de mode. Cette tendance s'exprime dans un style plus sobre avec une certaine abstraction dans les formes. Si la légèreté de ce style séduit, c'est que le traumatisme

laissé au lendemain de la Première Guerre mondiale suscite une envie de changement sans précédent. La devanture se pare des couleurs vives du fauvisme et des formes massives et géométriques du cubisme. L'art de la boutique par l'utilisation de matières nouvelles (béton armé, métaux) est au service de l'industrie.

CAFÉ LE MÉTROPOLE, ROUEN



LES DIFFÉRENTS ÉLÉMENTS DE DÉCOR

Le fixé sous-verre

Très répandu à la fin du XIX^e siècle le tableau **fixé*** sous verre représente une alternative à l'enseigne peinte. Après divers échecs techniques on peint les décors sur du papier, du carton durci ou sur des toiles, avant de les mettre sous verre. Les peintures sont protégées des intempéries pour celles installées à l'extérieur, et des gaz pour celles exposées à l'intérieur. Il n'existe pas de trace de cette technique dans les rues de l'agglomération.

Les décors de céramique

La céramique apparaît dans la rue dans le contexte des expositions universelles de la fin du XIX^e siècle qui font connaître les qualités de la

faïence émaillée : qualités décoratives, facilité d'entretien, inaltérabilité du matériau. Le commerce s'empare alors de ce nouvel « outil » publicitaire. Les décors de céramique sont majoritairement des décors intérieurs. Pour les panneaux extérieurs, les carreaux de faïence émaillés sont appliqués sur les devantures « classiques » à simple coffrage de bois, sur les bandeaux, les frises, les panneaux verticaux et les soubassements.

Les mosaïques de céramique qui marquent le seuil des boutiques sont un élément de décoration original et exceptionnel. Elles participent à la dynamique de remplissage de toute la surface disponible qui font de la boutique un ensemble publicitaire complet.

Les œuvres de ferronnerie

L'art ferronnier se traduit dans les grilles de fermeture des boutiques. La véritable boutique « à grilles » apparaît dès le XVIII^e siècle chez les marchands de vins. Destinées à protéger les marchandises, les grilles auront une durée de vie courte, remplacées par les vitres. Le principe a toutefois perduré mais a changé de fonction. La grille devient un élément de décor de la devanture. Dans un premier temps, la grille est

fixe et court sur l'intégralité de la façade. Au cours du XIX^e siècle, elle est réduite à une frise ou une imposte. Elle peut être composée de jeux d'entrelacs répartis sur un ou plusieurs rangs ou de **rinçeaux*** et de feuillages. Utilisées majoritairement entre 1880 et 1930 par les boucheries qui revêtaient alors une peinture de couleur rouge dite « sang de bœuf », les grilles sont aujourd'hui réinvesties dans les décors de différents types de commerce.



Les boutiques ne jouent pas seulement un rôle utilitaire de service, elles sont aussi un lieu de sociabilité. Avec leurs enseignes, leurs inscriptions, leurs lumières, les boutiques représentent bien plus que ce qu'elles proposent et que ce qu'elles vendent. Elles retracent toute la quotidienneté d'une époque. Leur évolution et leur mue permanentes modifient non seulement l'espace urbain où elles interagissent, mais aussi nos habitudes ; la boutique matérialise du lien social. Par le biais de sa devanture, elle transforme et invente un paysage urbain propre à son environnement et à son époque. Cet héritage historique et esthétique ponctue les rues de notre agglomération, et nous invite à admirer les rez-de-chaussée d'un paysage quotidien qu'on a fini par ne plus regarder.

Cécile Lavenu

Devanture en applique :

boiserie extérieure d'une boutique composée de deux caissons sur les côtés, d'une corniche à la partie supérieure et d'un soubassement à la partie inférieure.

Devanture en feuillure :

en retrait de la façade et à l'intérieur du percement.

Entablement :

partie supérieure d'un édifice, superposant généralement frises et corniches.

Fixé :

se dit d'un tableau de petites dimensions, peint à l'huile sur taffetas et qu'on recouvre d'une glace qui lui tient lieu de vernis.

Imposte :

partie vitrée située au-dessus d'une porte.

Linteau :

pièce de bois, de fer ou de pierre placée au-dessus d'une baie pour supporter la maçonnerie.

Piédroits :

montants latéraux d'une baie.

Rinceaux :

ornements faits d'éléments végétaux disposés en enroulements successifs.

Trophée :

ornement représentant un assemblage de divers objets employés dans une science ou dans un art.

Pour en savoir plus :

J. GAY, C-A. SIBOUT, L. VADELORGE, *Rouen, 1900-2000, un siècle de vie*, Editions des Falaises, Fécamp, 2002.

P. MACQUERON, P. NOUAUD, *Rouennais des deux rives, 1890-1994*, Editions des Falaises, Fécamp, 2006.

G. PESSIOT, *Histoire de Rouen (1850-1900), en 500 photos avant l'apparition de la carte postale*, Editions PTC, Bernay, 2004.

G. PESSIOT, *Histoire de Rouen (1900-1939), en 800 photographies*, Editions du Petit Normand, Dieppe, 1982.

G. PESSIOT, *Histoire de Rouen (1939- 1958)*, Editions PTC, Bernay, 2004.

G. PESSIOT, *Histoire de Rouen (1958-1983), en 100 photographies*, Editions du Petit Normand, Dieppe, 1984.

M. JULLIAN, C. MEYER, *Histoire de France des commerçants*, Laffont, Paris, 1983.

J. CUISENIER, *L'Art populaire en France*, Arthaud, Paris, 1975.

F. FAUCONNET, B. FITOUSSI, K. LEOPOLD, *Vitrines d'architecture :les boutiques à Paris*, Pavillon de l' Arsenal, Paris, 1997.

C. REINHAREZ, J. CHAMARAT, *Boutiques du temps passé, Décors peints des boulangeries, charcuteries et crémeries*, Presses de la Connaissance, Paris, 1977.

N. COQUERY, *La boutique et la ville, commerces, commerçants, espaces et clientèles, XVIè-XXè siècle*, Presse universitaires de Tours, Tours, 2000.

Photographies :

© Cécile Lavenu

Composition du groupe Histoire :

- Alain Alexandre - Jérôme Chaïb - Chantal Cormont - Michel Croguennec
- Frédéric David - Jérôme Decoux - Alain Gerbi - Claude Lainé
- Serge Martin-Desgranges - Jean-Yves Merle - Pierre Nouaud
- Jean-Robert Ragache - Jacques Tanguy - Cécile-Anne Sibout
Coordonnateur : Loïc Vadelorge

Conception, réalisation et suivi :

Direction Culture - Patrimoine - Jeunesse de l'Agglomération de Rouen
Serge Martin-Desgranges

Réalisation :

Nicolas Carbonnier

Contact :

Direction Culture - Patrimoine - Jeunesse

Agglomération de Rouen

Immeuble "Norwich House"

14 bis, avenue Pasteur - BP 589

76006 Rouen Cedex 1

Tél : 02 32 76 44 95 - Fax : 02 32 08 48 65 / e-mail : culture@agglo-rouennaise.fr

Conception graphique :

Stéphanie Lejeune - Nicolas Carbonnier