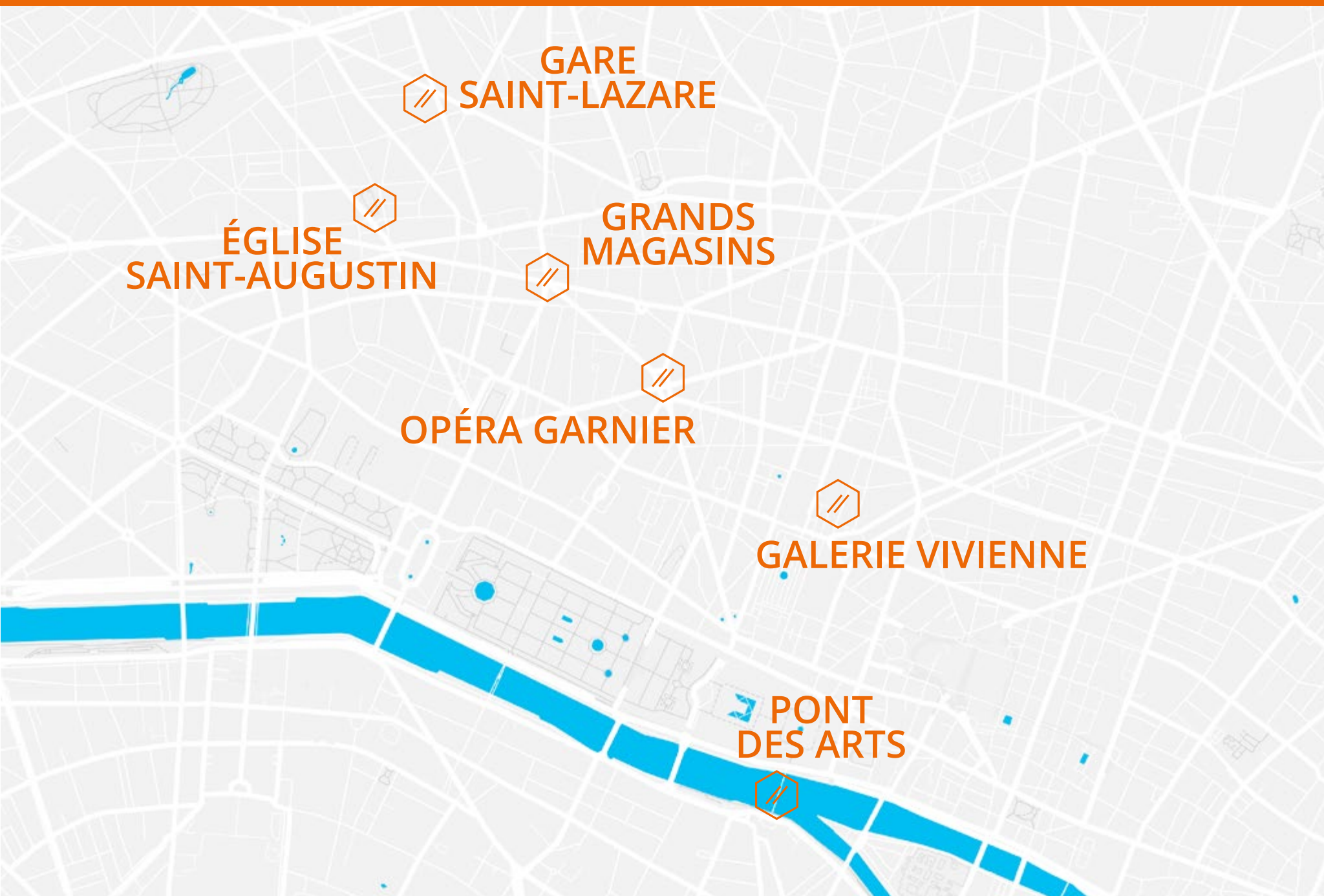


//  
*Circuits*  
PARALLÈLES  
//

L'ARCHITECTURE MÉTALLIQUE RIVE DROITE  
ENTRE TRADITION ET MODERNITÉ

# LE CIRCUIT : L'ARCHITECTURE MÉTALLIQUE RIVE DROITE



**Durée :** 3H00

**Public :** tous.

**Mode de déplacement :** à pied.

 **Accès PMR :** oui.

**Distance totale :** 6 km.

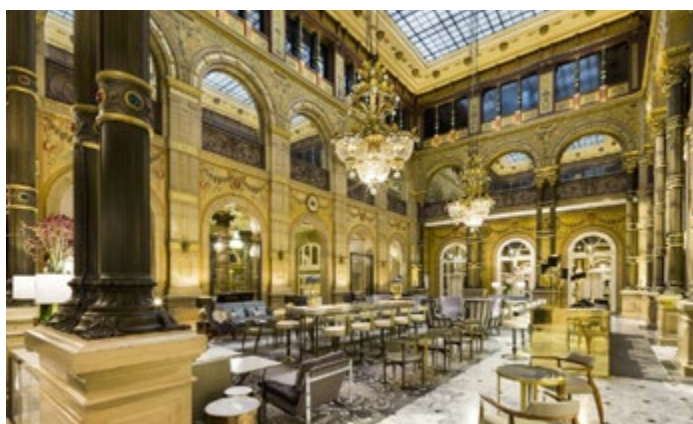
 **Point de départ :** Eglise Saint-Augustin - Place Saint-Augustin (station Saint-Augustin, ligne de métro 9 ou lignes de bus 22, 28, 43, 84).



 **Avancez jusqu'à la rue Saint-Lazare, en face de vous. Prenez-la vers la gauche. Vous passez devant l'hôtel Hilton-Opera.**



Le Grand Hôtel Terminus est construit en 1889 par l'architecte J. Lisch, pour accueillir les riches touristes qui arrivent de Grande-Bretagne ou de New-York pour visiter l'Exposition universelle. Ses façades et toitures sont classées au titre des monuments historiques. Etablissement de luxe depuis son origine, il a été récemment rénové. Sous une splendide verrière, à 14 mètres de haut, le Grand Salon est une parenthèse enchantée, hors du temps grâce à son décor Belle Epoque.



Sur le trottoir opposé, deux bâtiments remarquables.

### N°119

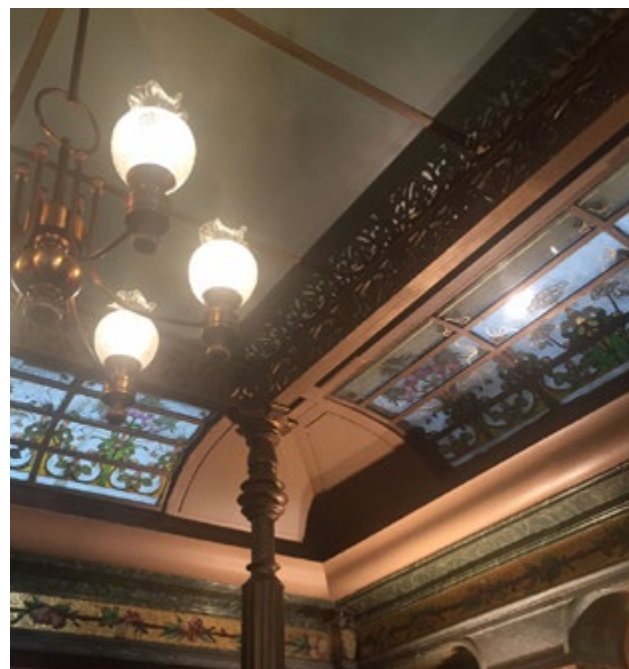
Regardez la façade et la toiture originales de ce fast-food. Réalisées en 1894 par l'architecte P. Marbeau pour le compte d'un restaurateur alsacien, elles sont classées au titre

des monuments historiques, de même que *Gambrinus* et la cigogne. Une brasserie *Au Roi de la bière* occupait les lieux.



### N°113-115 La brasserie Mollard

Ouverte en 1895, c'est une des brasseries les plus anciennes de Paris. Le décor de style Art nouveau est composé de pièces uniques d'époque ; il est classé monument historique.



**Avancez jusqu'au carrefour et tournez à droite dans la rue du Havre. Continuez sur 200 mètres et traversez la rue de Provence. Arrêtez-vous devant l'imposante façade en pierre du bâtiment historique des Grands Magasins du Printemps.**



**Magasin au Printemps, Paris, Bd Haussmann**

Avant de s'intéresser à l'architecture du *Printemps*, détour indispensable sur l'histoire des grands magasins parisiens.

### **LES GRANDS MAGASINS PARISIENS**

**Jusqu'en 1850, les petits commerces sont spécialisés, ils ne vendent qu'un type de produits.**

La concurrence n'existe pas. Les courses se font dans le quartier où l'on habite, les prix se font à la « tête du client » et peuvent être discutés.

**Le Second Empire (1852-1870) voit arriver une nouvelle forme de commerce** liée à la croissance démographique du pays et au développement d'une bourgeoisie dans les grandes villes et surtout à Paris. **Concept novateur à l'époque, le grand magasin est un lieu où l'on vend de tout.**

Il révolutionne le commerce traditionnel par sa taille mais aussi par la mise en œuvre de nouveaux modèles de ventes, les prémices du marketing clients.

Sur la rive gauche, ***Au Bon Marché* ouvre le premier en 1852 et transforme immédiatement les codes du commerce.** Aristide Boucicaut et sa femme, couple de commerçants créatifs, vont inventer les méthodes commerciales toujours utilisées aujourd'hui : produits à prix

fixes étiquetés, soldes, animations pour les enfants, cabines d'essayage, fumoir à cigare pour les messieurs qui accompagnent leurs épouses, seul ce dernier espace de confort n'a pas survécu...

Suivent en 1855 les Grands Magasins du Louvre, puis le Bazar de l'Hôtel de Ville (BHV) en 1856, le *Printemps* en 1865, la *Samaritaine* en 1869 et enfin les *Galleries Lafayette* en 1894. Les grands magasins du Louvre et la *Samaritaine* n'existent plus. Les grands magasins parisiens inspirent également l'Europe. *Au Bon Marché* ouvre à Bruxelles en 1860, la *Rinascente* à Milan en 1865 et le magasin *Harrods* à Londres se modernise en 1892 sur la base des modèles français.

**Ces grands magasins sont fondés par d'anciens commis ou simples vendeurs** qui comprennent bien l'évolution des mentalités des clients mais aussi des employés. Ils s'inspirent des principes du catholicisme social et des nouveaux concepts du libéralisme : vendre en masse mais moins cher, présenter plusieurs catégories de produits dans un même magasin avec des prix fixes affichés, insérer des publicités dans les journaux, vendre par correspondance à partir d'un catalogue envoyé par la poste.



**Cathédrales du commerce des temps modernes, ces grands magasins sont immenses.** Leur architecture est audacieuse pour l'époque et la décoration magnifique. **L'utilisation du métal permet la création de grandes verrières, d'agrandir les espaces de vente** puisque les piliers sont supprimés. De belles coupes colorées laissent passer la lumière et mettent en valeur les produits disposés sur les rayonnages. Autre nouveauté qui inquiète les clients avant qu'ils n'en comprennent très vite l'intérêt et ne puissent plus s'en passer, les ascenseurs ! Les premiers sont installés *Au Bon Marché* en 1870.

Toutes ces innovations n'ont qu'un seul objectif : attirer la clientèle de la nouvelle bourgeoisie. C'est une réussite. Le Tout-Paris accourt !

### **Les grands magasins du Printemps**

**Ce magasin, devant lequel vous vous trouvez, est le premier à ouvrir en 1865.** C'est alors la façade principale. A cette époque, les espaces de vente sont au rez-de-chaussée, à l'entresol et au sous-sol ; les étages supérieurs sont dédiés à l'habitation des propriétaires et de quelques employés du magasin.



**Les grands magasins du Printemps en 1889 – Photographie Léon & Lévy**

Fortement endommagé par un incendie en 1881, l'architecte Paul Sédille est chargé de reconfigurer l'ensemble du magasin.

Pour ne pas interrompre la vente dans les parties non endommagées par l'incendie, il procède par îlot de construction et profite des dernières avancées technologiques : fondation à air comprimé, intégration de l'électricité et surtout emploi de ce matériau à fort potentiel, le métal. **Pour la première fois, la structure d'un ouvrage commercial est en métal** ; les murs extérieurs ne portent rien et **la pierre a une fonction uniquement décorative.**



**L'incendie du Printemps en 1881**

Les surfaces vitrées sont plus nombreuses ; elles sont aussi plus larges sur les deux premiers niveaux, et notamment au deuxième avec les trois grandes baies encadrées d'une armature en fer et en bronze ; au troisième niveau, les fenêtres plus petites soutenaient une verrière qui éclairait le magasin. Elle a été supprimée lorsque le magasin a été surélevé en 1963 de trois niveaux supplémentaires. Les statues de femme, réalisées par Henri Chapu, sont des allégories des quatre saisons.

**A chaque angle du bâtiment, le signe distinctif architectural du magasin, les rotondes.** En pierre de taille surmontées d'un dôme, elles sont très en vogue à cette période. Celles du *Printemps* supportent en plus un belvédère doré sur lequel domine une girouette en forme de caducée, symbole de prospérité. Les sculptures sont d'Albert-Ernest Carrier-Belleuse et les mosaïques de Facchina.