

Perspectives et méthodes sur l'étude de la Restauration à partir du cas des expositions publiques de l'industrie française

HUGO JULIEN

SORBONNE UNIVERSITÉ, SIRICE

La mise en place d'un État-stratège produisant des politiques publiques de grande ampleur, en particulier dans la promotion d'un processus d'industrialisation, n'est pas la première thématique qui vient à l'esprit du chercheur spécialisé en histoire contemporaine lorsqu'il s'agit d'évoquer la Restauration. Ce phénomène, que nous avons dégagé au cours d'un travail de mémoire de Master d'histoire¹, constitue un apport dans les objets d'étude relatifs à cette époque.

Dans cette perspective, la thèse d'État de Francis Démier² s'inscrit comme le parachèvement de travaux pionniers sur l'étude d'objets économiques sous la Restauration. Elle articule des composantes complémentaires, avec notamment la mise en correspondance de sources littéraires et statistiques, et le lien entre la mise en valeur de concepts économiques et leur traduction ou non-traduction dans la réalité. L'histoire est ainsi incarnée par des données qui ne se limitent pas aux quantités.

La singularité de l'économie française sous la Restauration justifie un sujet de recherche qui soit rigoureusement délimité par les bornes de ce régime politique. Notons l'analyse d'Emmanuel de Waresquiel : « [...] Il [concernant la Restauration] s'agit plutôt d'une expérience inédite et très neuve, d'une tentative originale, après celle de l'Empire, de mettre un terme à la Révolution en la dépassant sans pour autant la nier³. »

Ainsi, nous avons choisi un cas économique particulier pour comprendre la Restauration dans des enjeux plus larges et interconnectés qui permettent de démontrer ses singularités dans l'histoire de France et dans celle de l'Europe : le cas des expositions publiques de l'industrie, nées sous la Révolution mais prenant de l'ampleur sous la Restauration. Ces faits sont délimités par un cadre temporel précis ; les trois expositions tenues sous ce régime prennent place en 1819 (25 août-30 septembre), 1823 (25 août-15 octobre) et 1827 (1^{er} août-30 septembre). Notons que le 25 août est la fête de la Saint-Louis, devenue sous la Restauration, une fête à la gloire des

¹ Hugo Julien, « Les Expositions publiques de l'industrie française sous la Restauration : entre matérialités et mentalités d'une civilisation industrielle naissante (1819, 1823, 1827) », sous la direction de Jean-Pierre Williot, Sorbonne Université, juin 2023.

² Francis Démier, « Nation, marché et développement dans la France de la Restauration », Thèse d'histoire, Université de Paris-X, 1991, 3 vol.

³ Emmanuel de Waresquiel, *Penser la Restauration, 1814-1830*, Paris, Tallandier, 2020, p. 31.

Bourbons.

Nous avons mis en relation des catalogues de produits, des rapports de commissions, de présélection d'exposants, et ceux du jury central qui délivre des récompenses lors de concours. Nous avons attaché un intérêt particulier aux témoignages, avec des essais de contemporains ayant visité les expositions, des poèmes, des articles de revues, de journaux ou de sociétés savantes. Ces publications retranscrivent la multiplicité des acteurs. Ce décentrage, qui ne ferme ainsi aucune fenêtre d'étude, permet également d'approfondir des relations originales ou peu évidentes qui, de prime abord, peuvent paraître marginales.

Comme exemple saillant, nous avons observé un décalage entre une anglomanie assumée par les couches aisées de la société de la Restauration, ce dont nous avons connaissance par les travaux d'histoire sociale et culturelle, et une anglophobie tout autant revendiquée par une frange des exposants dans le cadre des expositions. Grâce à une analyse de deux sources originales, deux poèmes écrits par des exposants à compte d'auteur⁴ en l'honneur des expositions desquelles ils sont les témoins, nous avons pu constater des diatribes contre le style néogothique. Ce dernier devient le style artistique de produits pourtant fabriqués en France, éléments visibles de ce qui est vécu comme une victoire culturelle du Royaume-Uni. Puis, par une notice de catalogue d'orfèvrerie de l'exposition⁵, nous avons lu que la volonté affirmée des orfèvres qui exposent est d'impulser des modes typiquement françaises qui soient reproduites dans le reste du territoire. C'est ainsi toute une stratégie de réaction contre-culturelle qui est portée par des acteurs face à une domination britannique perçue sous un angle économique et artistique.

Les expositions nous interpellent également sur ce qu'elles ne disent pas directement, comme par exemple sur ce qui a trait à la religion catholique. En effet, les expositions sont le relais d'une intense propagande royale, où le politique vient infuser au-delà de ses prérogatives de direction de l'économie. En témoignent des visites royales, des remises de médailles, des réceptions de délégations d'industriels abondamment rapportées dans la presse et conçues comme devant être spectaculaires et solennelles. Aussi pourrions-nous penser que les Bourbons, souhaitant restaurer le catholicisme dans l'ensemble de la société, prissent l'opportunité des expositions pour tenir un discours prosélyte, associé au discours dynastique. En effet, le roi se présente dans ses interventions comme un protecteur des petites entreprises, un « mécène de l'industrie » qui, par des liens personnels avec de grands investisseurs, ou par des politiques

⁴ Lesné, *Épître à Simier Père sur l'Exposition de 1823*, Paris, Chez Jules Renouard, [composée le 15 décembre 1823] 1827, 15 p. ; Juvet-Desmarand, *L'industrie française. Poésie à l'occasion de l'Exposition de 1827*, Paris, Chez Firmin Didot, 1827, 8 p.

⁵ *Modèles d'orfèvrerie choisis à l'exposition des produits de l'industrie française au Louvre en 1819*, Paris, Chez Bance Aîné, 1822, 18 p.

publiques, participe au développement de l'industrie. Cette propagande de circonstance rejoint un objectif plus global, celui de promouvoir la légitimité des Bourbons et de leur système politique, une monarchie catholique traditionnelle. Or, nos travaux constatent une absence totale de participation du clergé et de célébrations religieuses dans les grandes cérémonies royales qui ponctuent les expositions. Le discours officiel de l'État royal est dépourvu de références religieuses ou d'incitations à la piété. Ainsi, les pouvoirs publics, dans le cadre de leur communication relative aux expositions, ne posent pas de regard théologique sur le fait industriel, ni même de remarques adressées spécialement aux sujets catholiques sur les considérations à porter sur les évolutions socio-économiques du pays. Cette situation tempère les conceptions qui viennent de prime abord quant aux politiques étatiques de « recharge sacrée » d'un régime bourbonien dont la religion officielle est le catholicisme. Ainsi, la stratégie de l'État de la Restauration est de séparer le religieux de l'économique, en considérant ce dernier comme un objet « laïcisé » à part dont l'objectif immédiat est principalement la prospérité de la nation.

Ces phénomènes démontrent que les expositions sont des événements d'ampleur qui associent indirectement et de manière significative des aspects politiques, culturels et artistiques récupérés par l'État à des fins de politiques publiques. Les expositions étant liées aux initiatives de l'autorité royale, la forte volonté de l'État se reflète dans les moyens financiers mais également symboliques mis en œuvre, avec notamment la mise à disposition du palais royal du Louvre, permettant une spectacularisation de ces événements qui rassemblent en moyenne 1 500 exposants devant un public à guichets fermés. Ce soutien implique également une technicité organisationnelle et logistique assurée par un haut-fonctionariat public qui se professionnalise.

Dès lors, les expositions sont soigneusement organisées, leur préparation prise en charge par les préfetures qui présélectionnent des exposants, puis par le pouvoir central qui compose des commissions préparatoires pour informer le jury central de l'état de l'industrie française avant l'ouverture des expositions. Les exposants, qui sont originaires majoritairement de Paris, mais aussi des départements, et demeurent pour l'essentiel issus du petit artisanat familial, élaborent en collaboration avec l'État des stratégies de promotion de leurs produits. Nous avons ainsi pu consulter aux Archives nationales⁶ des cartes de visite préfabriquées par les services de l'Imprimerie nationale.

Ces acteurs interagissent directement avec les visites récurrentes du roi qui les utilise à de multiples fins de propagande mais également pour des intérêts industriels nationaux. Les concours, avec remises de médailles d'or,

⁶ AN, Commerce et industrie F/12/985.

confirment cette entreprise de promotion. Plus globalement, les pouvoirs publics ont pour dessein l'éloge de la production (de haute ou basse qualité) nationale dans une visée protectionniste, de stimulation de la consommation, de l'innovation par les brevets, afin de compenser idéologiquement la défaite militaire française de 1815 par une victoire économique sur le Royaume-Uni. En effet, le traité de Paris du 20 novembre 1815, qui ampute territorialement la France et signe un affaiblissement de son influence après la défaite des guerres napoléoniennes, est vécu par les Bourbons comme une humiliation de la France, et non pas seulement du régime impérial.

Nous avons voulu ainsi analyser une histoire des expositions publiques abordée en premier lieu du point de vue économique et complétée ensuite par l'étude par des représentations mentales et le vécu des contemporains. Ce vécu transparait significativement dans l'étude des lettres, en complément de la discipline statistique.