

**Marie Franchin
Amandine Binctin
Master 2 Patrimoine**

**La valorisation
patrimoniale des
grands magasins.**



La valorisation patrimoniale des grands magasins.



Emile Zola

« ... la cathédrale du commerce moderne, solide et légère,
faite pour un peuple de clientes. »

Au Bonheur des Dames, 1883.

La valorisation patrimoniale des grands magasins.



Les grands magasins, « temples de la consommation » sont-ils un patrimoine à valoriser ?

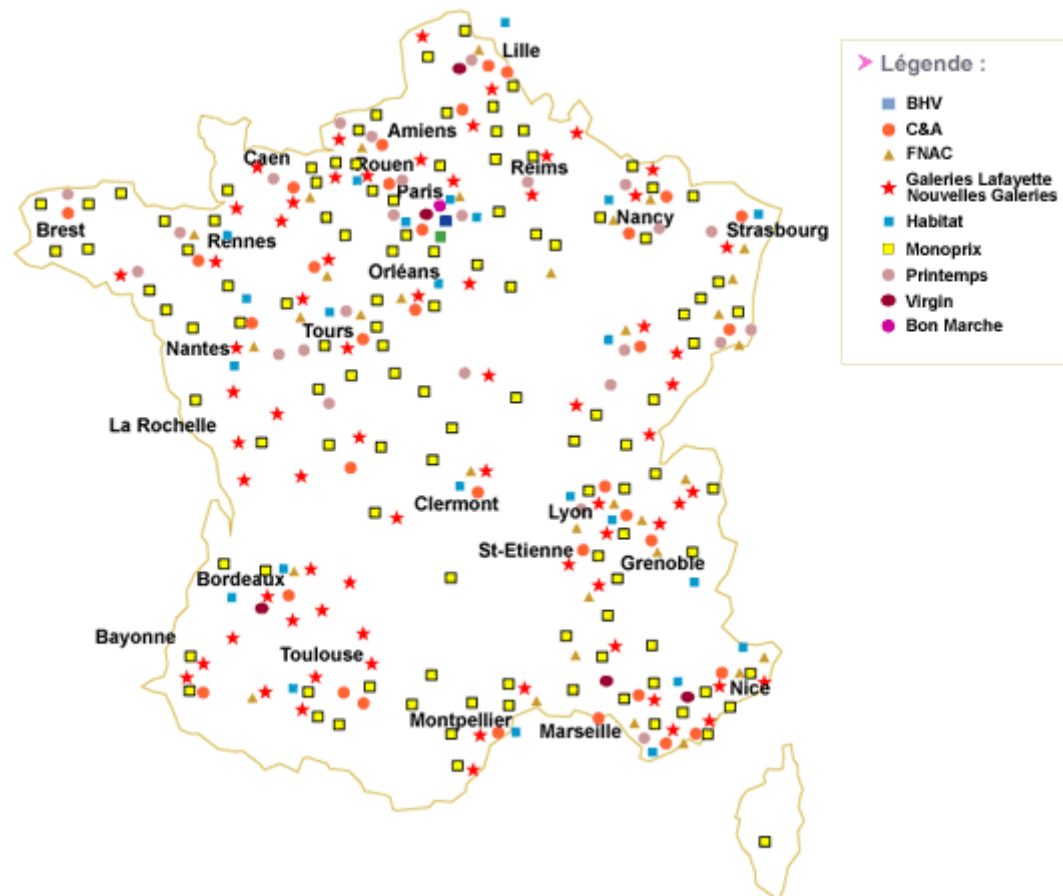
1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
3. Les grands magasins : lieux de valorisation.

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?

1.1. Patrimoine reconnu, inscrit ou classé.



Carte des Grands Magasins en France



1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
1.1. Patrimoine reconnu, inscrit ou classé.



Galerie Lafayette Haussmann

- créé en 1893
- 20 millions de visiteurs par an
soit 55 000 par jour
- la plus grande surface du monde occidental
- le plus important magasin européen
en terme de chiffre d'affaire



Coupole des
Galeries Lafayette

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
1.1. Patrimoine reconnu, inscrit ou classé.



Galerie Lafayette Nantes Decré

- premier bâtiment créé par Henri Sauvage (1873-1932)
- architecte de La Samaritaine
- symbole du centre-ville



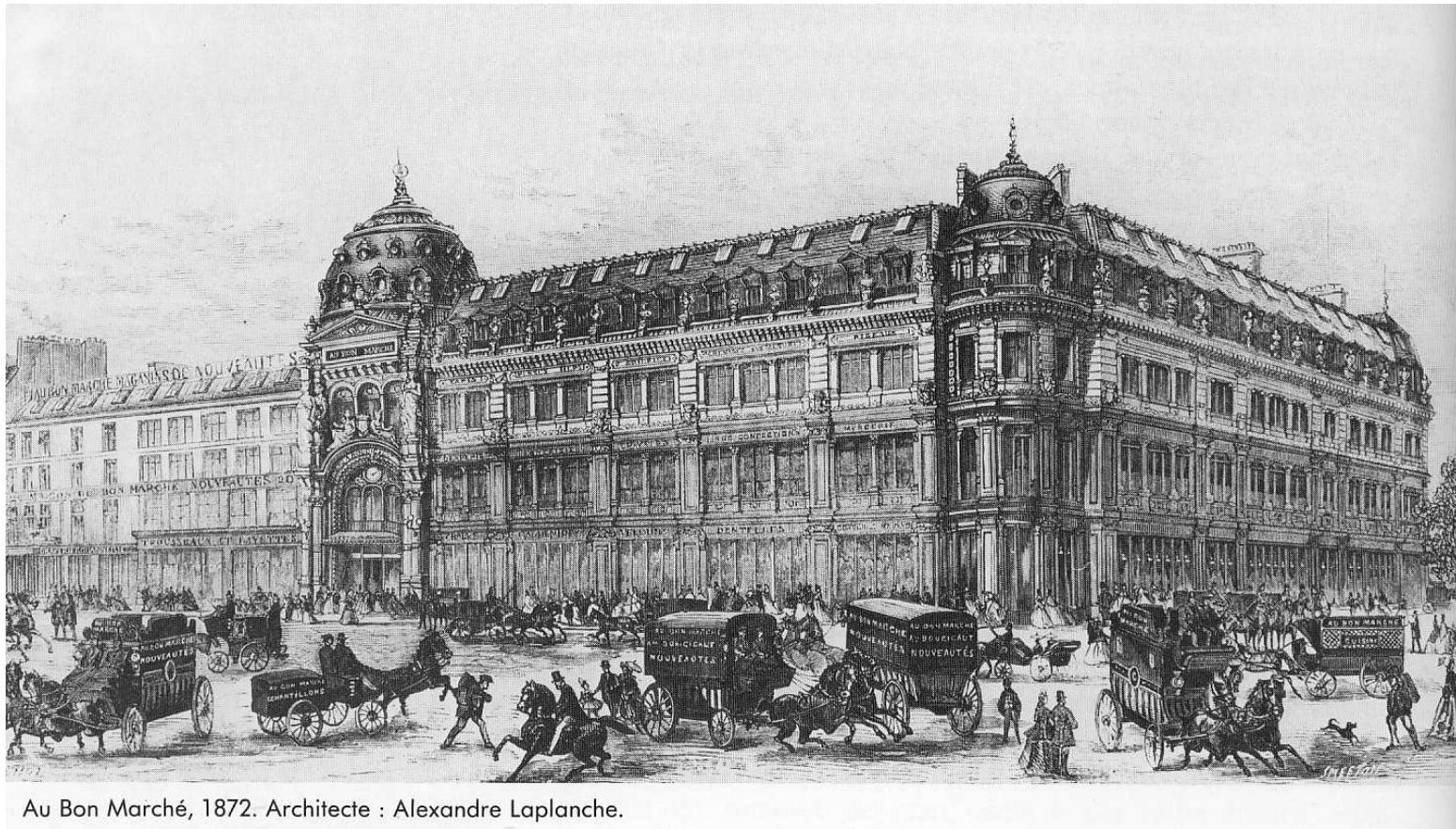
Septembre 1943

Bombardements sur Nantes et les magasins Decré
qui deviennent un immense squelette d'acier

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
1.1. Patrimoine reconnu, inscrit ou classé.



Au Bon Marché



Au Bon Marché, 1872. Architecte : Alexandre Laplanche.

Créé en 1848 par Aristide Boucicaut

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
 - 1.1. Patrimoine reconnu, inscrit ou classé.



La Bazar de l'Hôtel de Ville



Le Bazar de l'Hôtel de Ville en 1913.

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
 - 1.1. Patrimoine reconnu, inscrit ou classé.



Printemps Haussmann



- créé en 1865
- classé Monument Historique en 1975 : façade et coupole du bâtiment

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
1.1. Patrimoine reconnu, inscrit ou classé.



La Samaritaine

- créé en 1869
- par Henri Sauvage (1873-1932)
- classé Monument Historique en 1990



1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
1.2. Valorisation par les acteurs nationaux et locaux.



Valorisation par l'État
sur la base Mérimée

Une trentaine de
grands magasins en
France

Exemples:

Aux Dames de France à Perpignan

Les galeries Lafayette à Annecy

Les Galeries Modernes à Bolbec

Aux Dames de France à Bourges

Aux Nouvelles Galeries à Bourges

Les Nouvelles Galeries de Brive-la-Gaillarde

Au Printemps de Brive-la-Gaillarde

Les Dames de France à Cognac

Les Nouvelles Galeries à Épernay

Les Dames de France à La Rochelle

Les Nouvelles Galeries au Havre

Metz, Mulhouse, Lyon, Saint Malo, Reims

...

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
 - 1.2. Valorisation par les acteurs nationaux et locaux.



Valorisation par l'État
sur la base Mérimée



Les Dames de France à Cognac



Aux Dames de France à Perpignan en 1950

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?

1.2. Valorisation par les acteurs nationaux et locaux.



Valorisation par l'État
Exposition virtuelle
« Mille monuments
du XX^e en France »

La Samaritaine
et les entrepôts du
Printemps

ministère de la culture | expositions virtuelles | sommaire de l'exposition

LES CATÉGORIES D'ÉDIFICES PROTÉGÉS

< retour


Mille monuments du XX^e siècle

Grands magasins, boutiques et restaurants


décor et lieux de mémoire

Paris | Ile-de-France


1. Paris I^{er}, 1 rue du Pont-Neuf, grands magasins de La Samaritaine, agrandissement par H. Sauvage, 1926-1928.




2. Hauts-de-Seine, Clichy, 69 bld. du Général-Leclerc, entrepôt du Printemps, par A. Simonet et E. Papinot, 1905-1911.



3. Paris XIV^e, 16 av. Victor-Hugo, restaurant Prunier, par L.-H. Boileau, 1925.



4. Paris VII^e, 41 av. de la Bourdonnais, crémérie, 1903.



Les grands magasins

Les restaurants

Les boutiques alimentaires

L'apparition des transports urbains et l'expansion démographique sont propices à la multiplication des commerces spécialisés. Le grand magasin répond aux besoins d'une clientèle avide de « nouveautés » pour laquelle les architectes élèvent des « constructions féériques » qui portent la trace des technologies nouvelles et de décors en vogue. Le restaurant, invention typiquement parisienne, conçu également à la fin du XVIII^e siècle, témoigne lui aussi de l'évolution des arts décoratifs. Les boutiques, petites unités commerciales soumises aux fluctuations du goût et de l'économie, ont fait l'objet d'une importante campagne de protection en 1984. La nécessité de fixer ces décors typiques d'une sensibilité artistique populaire est maintenant reconnue.

Clichés Daniel Lebée, SDIG, Jean-Bernard Vialles, SRI, Alain Lonchamps-Delehay, CNMHS, Pierre Cadet, CNMHS, carto. Christophe Batardy.

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?

1.2. Valorisation par les acteurs nationaux et locaux.



Valorisation par l'État
Histoire de Grands
Magasins
Exposition virtuelle
sur le site Internet
du Ministère de la
Culture à l'occasion
de la célébration
nationale du
fondateur Aristide
Boucicaut
en 2002

célébrations nationales

~ Vie politique et institutions ~

Naissance des grands magasins : le Bon Marché
1852

> manifestations



Aristide Boucicaut
huile sur toile de W. Bouguereau, 1875
© Le Bon Marché,
coll. part. Maison A. Boucicaut



Premier catalogue de vente du Bon Marché, 1867
© Le Bon Marché,
coll. part. Maison A. Boucicaut



1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
1.2. Valorisation par les acteurs nationaux et locaux.



Valorisation par l'État
Exposition virtuelle
Bibliothèque
Nationale
Française

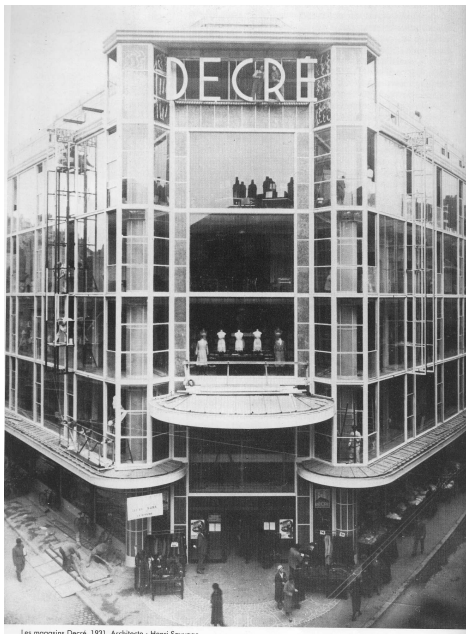


1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
 - 1.2. Valorisation par les acteurs nationaux et locaux.

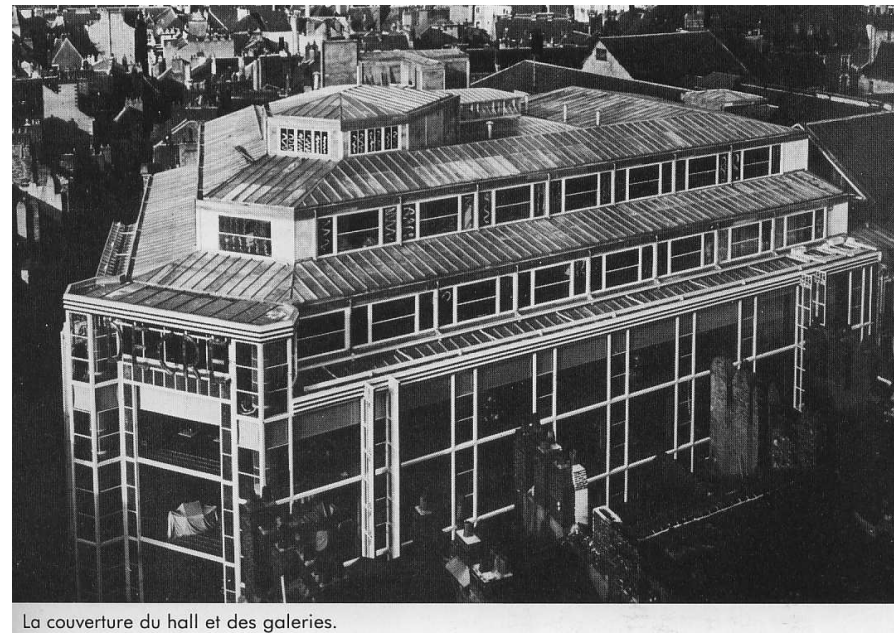


Galleries Lafayette Nantes Decré

Allovisite : « Guide audio gratuit pour voir Nantes d'un œil nouveau »
Balade audio téléchargeable gratuitement



Les magasins Decré, 1931. Architecte : Henri Sauvage.



La couverture du hall et des galeries.

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?
 - 1.2. Valorisation par les acteurs nationaux et locaux.



Galleries Lafayette Nantes Decré

« Scoop » : Nouveau projet

Service Patrimoine de la Ville de Nantes

Nouveau parcours d'interprétation

Magasin Decré intègre le parcours

Interprété à l'aide d'un pupitre

1. Les grands magasins : un patrimoine à valoriser ?

1.2. Valorisation par les acteurs nationaux et locaux.



Centre commercial Karstadt

- Ville de Karlsruhe, Allemagne
- Visite historique de la ville
« un tour de la ville historique »
- Construit en 1912
dans le style néo-classique
des années avant-guerre





Les grands magasins sont un patrimoine valorisé.

Comment valorisent-ils leur histoire ?

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Au Bon Marché



1. Les Boucicaut :
l'histoire d'un succès

2. Un monument d'architecture



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Au Bon Marché



3. Les premiers grands magasins

4. Émile Zola
Au Bonheur des Dames

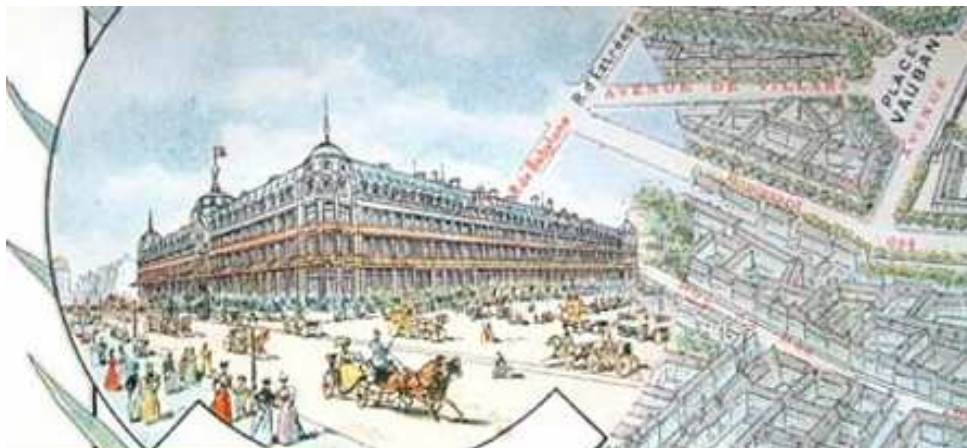


2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Au Bon Marché

5. Une politique sociale
avant gardiste



6. Une œuvre culturelle

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
 - 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Le Bazar de l'Hôtel de Ville

1. Naissance du Bazar de l'Hôtel de Ville par Xavier Ruel



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Le Bazar de l'Hôtel de Ville

2. Le Bazar face à l'histoire



25 août 1944 - 25 août 1994 : le BHV aux premières loges de l'Histoire



3. L'avènement de la société de consommation

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
 - 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Le Bazar de l'Hôtel de Ville

4. Le BHV du troisième millénaire




2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

1. Téléchargement du récapitulatif interactif de 300 ans d'histoire

LA FONDATION DE LA COMPAGNIE	À PARTIR DES CÔTES DE LA BAIE D'HUDSON	RIVALITÉ ET CONCURRENCE	D'UN OcéAN À L'AUTRE, ET À L'AUTRE	L'ESSOR DE LA VENTE AU DÉTAIL	LA DIVERSIFICATION	ACQUISITIONS DANS LE SECTEUR DE LA VENTE AU DÉTAIL	ACCENT SUR LA VENTE AU DÉTAIL
1666 - 1684	1690 - 1774	1779 - 1821	1825 - 1869	1880 - 1919	1920 - 1950	1960 - 1979	DEPUIS 1981



Interagissez avec l'histoire de Hbc.
Sélectionnez une période parmi les choix ci-dessus et découvrez les dates importantes dans l'évolution de Hbc.

2. Les grands magasins valorisent leur histoire. 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

LA FONDATION DE LA COMPAGNIE	À PARTIR DES CÔTES DE LA BAIÉ D'HUDSON	RIVALITÉ ET CONCURRENCE	D'UN OcéAN À L'AUTRE, ET À L'AUTRE	L'ESSOR DE LA VENTE AU DÉTAIL	LA DIVERSIFICATION	ACQUISITIONS DANS LE SECTEUR DE LA VENTE AU DÉTAIL	ACCENT SUR LA VENTE AU DÉTAIL
1666 - 1684	1690 - 1774	1779 - 1821	1825 - 1869	1880 - 1919	1920 - 1950	1960 - 1979	DEPUIS 1981

CHOISISSEZ UNE ANNÉE

- 1666
- 1668
- 1669
- 1670
- 1672
- 1673
- 1679
- 1680
- 1684



1666-1684
La fondation de la Compagnie

Choisissez une date à gauche pour découvrir les événements clés de cette période.

2. Les grands magasins valorisent leur histoire. 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

LA FONDATION DE LA COMPAGNIE	À PARTIR DES CÔTES DE LA BAIE D'HUDSON	RIVALITÉ ET CONCURRENCE	D'UN OcéAN À L'AUTRE, ET À L'AUTRE	L'ESSOR DE LA VENTE AU DÉTAIL	LA DIVERSIFICATION	ACQUISITIONS DANS LE SECTEUR DE LA VENTE AU DÉTAIL	ACCENT SUR LA VENTE AU DÉTAIL
1666 - 1684	1690 - 1774	1770 - 1821	1825 - 1860	1880 - 1919	1920 - 1950	1960 - 1979	DEPUIS 1981

CHOISISSEZ UNE ANNÉE

- 1889
- 1907
- 1909
- 1911
- 1912
- 1913
- 1914
- 1915 - 1919

1913

Hbc ouvre de nouveaux grands magasins modernes à Calgary et à Edmonton, les premiers des six magasins situés au centre-ville et planifiés à la suite de la tournée d'inspection de Richard Burbidge.

2. Les grands magasins valorisent leur histoire. 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

LA FONDATION DE LA COMPAGNIE	À PARTIR DES CÔTES DE LA BAIE D'HUDSON	RIVALITÉ ET CONCURRENCE	D'UN OcéAN À L'AUTRE, ET À L'AUTRE	L'ESSOR DE LA VENTE AU DÉTAIL	LA DIVERSIFICATION	ACQUISITIONS DANS LE SECTEUR DE LA VENTE AU DÉTAIL	ACCENT SUR LA VENTE AU DÉTAIL
1666 - 1684	1690 - 1774	1779 - 1821	1825 - 1869	1880 - 1919	1920 - 1959	1960 - 1979	DEPUIS 1981

CHOISISSEZ UNE ANNÉE

1960 **1960**

1964

1969

1970

1972

1973

1974

1977

1978

Hbc fait son entrée dans l'est du Canada avec l'acquisition de la chaîne montréalaise de dix magasins **Henry Morgan & Co. Ltd.**; elle redésigne les magasins de l'Ontario sous le nom de la Compagnie de la Baie d'Hudson mais conserve le nom Morgan pour les établissements du Québec qui seront exploités sous cette raison sociale jusqu'en 1972.

2. Les grands magasins valorisent leur histoire. 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

The screenshot shows the HBC website's 'LES MARCHANDS DU CANADA' section. The header features the HBC crest and the text 'LES MARCHANDS DU CANADA depuis 1670'. Below this, a paragraph reads: 'La Compagnie de la Baie d'Hudson est la plus ancienne société commerciale au Canada. Explorez son histoire. Rencontrez un aventurier. Testez votre connaissance de l'histoire du Canada.' A navigation menu on the left includes 'NOTRE HISTOIRE', 'COLLECTIONS D'ENTREPRISE', 'GALERIES Hbc', 'RESSOURCES', 'PRODUITS', and 'CENTRE D'APPRENTISSAGE'. Below the main content, there are four buttons: 'CALENDRIER DES ACTIVITES', 'JEUNES EXPLORATEURS', 'GUIDE DE VOYAGE', and 'LE SAVIEZ-VOUS?'. The 'NOUVELLES' section contains two articles: one dated 10 novembre 2006 about home decorations and another dated 28 septembre 2006 about a campaign for breast cancer funding. A 'CAPSULE HISTORIQUE' section features a photo of a 'WOODWARDS LTD.' sign and an article dated 28 septembre 2006 about Vancouver's history.

2. Visite du site
Internet historique
www.hbc.com/hbcheritage

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

6 rubriques :

- Notre histoire
- Collections d'entreprise
- Galeries Hbc
- Ressources
- Produits
- Centre d'apprentissage



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Notre histoire



Octroi de la charte royale
par le Roi Charles II en 1670

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.

2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Collections d'entreprise

Service Patrimoine de la Compagnie de la Baie d'Hudson

1. collections objets d'art
2. documents de référence
3. collection d'artéfacts
4. collection d'images

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.

2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Collections d'entreprise

Service Patrimoine de la Compagnie de la Baie d'Hudson

1. collections objets d'art



L'amiral Nelson
par William Berczy
1805



La bataille de Trafalgar
par William Berczy
1806

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.

2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Collections d'entreprise

Service Patrimoine de la Compagnie de la Baie d'Hudson

2. documents de référence



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.

2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Collections d'entreprise

Service Patrimoine de la Compagnie de la Baie d'Hudson

3. collection d'artéfacts



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Collections d'entreprise

Service Patrimoine de la Compagnie de la Baie d'Hudson

4. collection d'images

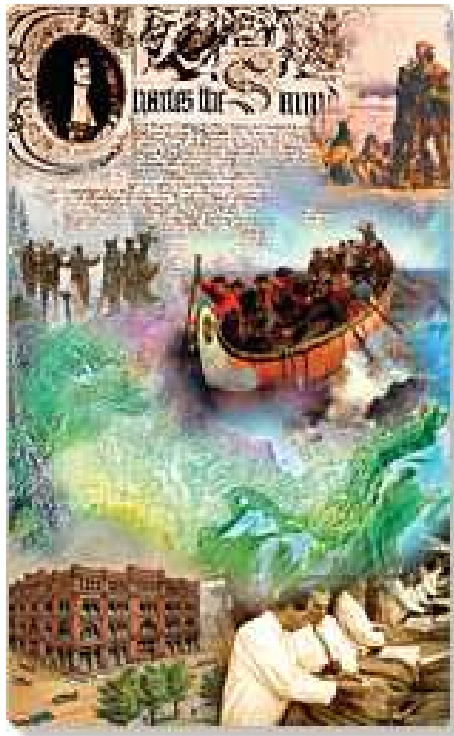


2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Galeries Hbc



Galerie de la Compagnie
de la Baie d'Hudson à Montréal

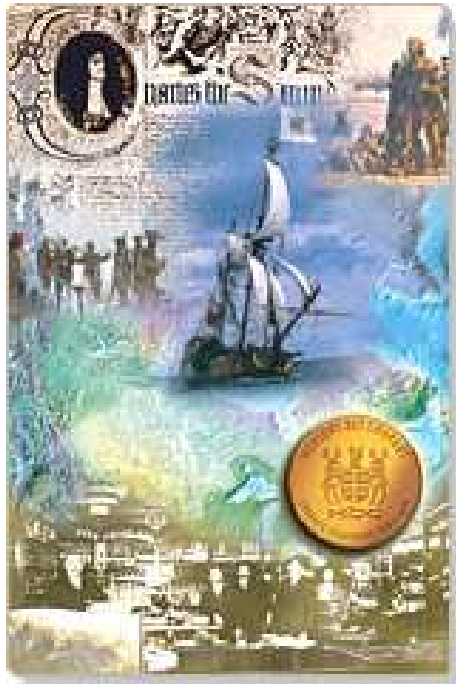


2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Galeries Hbc



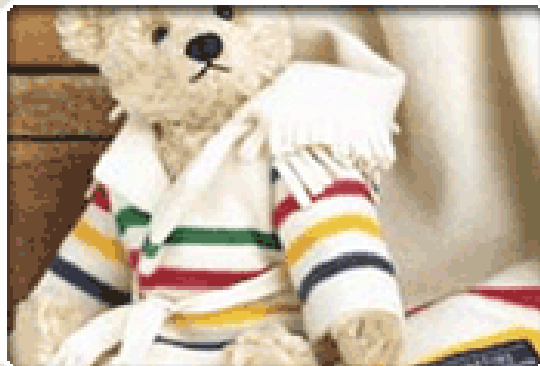
Galerie de la Compagnie
de la Baie d'Hudson à Victoria

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Ressources
- Produits



Hbc Signature

Collection de produits
inspirés de notre passé.
Maintenant disponible.



2. Les grands magasins valorisent leur histoire. 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Centre d'apprentissage

1. programmes éducatifs

2. bibliographie

3. liens externes :
archives, sites historiques,
musées

4. livres en ligne

5. galeries d'illustration

6. Carte

7. Jeunes explorateurs



Centre d'apprentissage : Programmes éducatifs

Publications

Les aventuriers - Compagnie de la Baie d'Hudson - Une histoire épique, de Christopher Moore

Offert sans frais aux professeurs pour leurs étudiants. Commandé par Hbc spécialement pour les étudiants, ce cahier rédigé par un historien canadien bien connu offre en un seul volume un aperçu de l'histoire de la Compagnie de la Baie d'Hudson, du commerce des fourrures à la vente au détail. [Cliquez ici](#) pour commander ou lisez le livre [en-ligne](#).



Couverture du cahier *Les aventuriers - Compagnie de la Baie d'Hudson - Une histoire épique*, par Christopher Moore, 2000.

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.1. Valorisation par les sites Internet.



Compagnie de la Baie d'Hudson

- Centre d'apprentissage



2. Les grands magasins valorisent leur histoire. 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Macy's

créé en 1851

à New York

A screenshot of the Macy's website. The top navigation bar includes the Macy's logo with the tagline 'the gift store way to shop!', a shopping bag icon showing 0 items, and links for 'sign in | register' and 'my account'. Below the navigation bar is a search bar and a list of product categories: 'for the home', 'bed & bath', 'women', 'men', 'juniors', 'kids', 'shoes', 'beauty', 'jewelry & watches', and 'sale'. The main content area features a 'Macy's Milestones' section with a large image of a store window display. The text on the page reads: 'Macy's Milestones', '1858', 'Rowland Hussey Macy arrives in New York City to open up his "fancy dry goods" store, R.H. Macy & Co., at 204-206 6th Avenue and 14th Street.' There are also buttons for 'Last Milestone' and 'Next Milestone'. The footer contains a section for 'OUR STORES' with links for 'Store Locations & Hours', 'Catalogs', 'This Week In Stores', 'Shopping Services', 'Store Events', and 'About Macy's'. There is also a 'GET IN THE SPIRIT!' section with a link to 'Watch Macy's holiday TV here' and a 'Customer Service' section with links for 'Macy's Credit Card', 'View Credit Account', 'Order Tracking', and 'Shipping Information'.



2. Les grands magasins valorisent leur histoire. 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Stockmann



STOCKMANN Etusivulle Suomeksi Svenska English

Haku: HAE

STOCKMANN-KONSERNI • SIIJOITTAJAT • TIEDOTTEET • REKRYTOINTI • YHTEYSTIEDOT JA AUKIOLOAJAT

STOCKMANN-KONSERNI


- ▶ Perusarvot
- ▶ Liiketoimintayksiköt
- ▶ Hallitus
- ▶ Johtoryhmä
- ▶ Tilintarkastajat
- ▼ Tapahtumia Stockmannin historiasta
- ▶ Yhteiskuntavastuu

Tapahtumia Stockmannin historiasta

Stockmannin historiasta kertovat kuvat ovat Stockmann-museon kuva-arkistosta, ellei toisin ole mainittu.


1852
Lyypekkiläinen Georg Franz Heinrich Stockmann saapui Suomeen Nuutajärven lasitehtaan kirjanpitäjäksi ja kassanhoitajaksi.

G.F. Stockmann 1825-1906.



1859
Nuutajärven lasitehdas avasi puodin Helsingissä. Myyntitilat vuokrattiin raatimiehenrouva Lampan kivitalosta Kauppatorin laidalta, ja puodin esimiehenä oli G.F. Stockmann. Puodissa oli monipuolinen kokoelma kauppatavaraa ja ulkopuolella peltinen nimikyltti, jossa nimi: G.F. Stockmann.

Stockmannin ensimmäinen toimipaikka vuosina 1859-1880, Lampan talo Helsingin Kauppatorin laidalla.



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.

2.1. Valorisation par les sites Internet.



La Rinascente

collections beauty living especially for you the stores piazzaduomo shopwindows online wedding registry jam store

our history

In 1865 the **Bocconi brothers** started a **new business in Milan**, in via Santa Radegonda: for the first time, clothes were ready-to-wear. The success of this new selling technique was incredible and shortly after the shop grew in size and was moved to Piazza Duomo. New shops opened across the whole country.

In 1917 **Senator Borletti** took over the company and transformed it in Italy's most elegant department store. In the same year the poet Gabriele D'Annunzio chose "la Rinascente" as the name for the firm, paving the way for artists' interest in the image of the company.

In the 1950s la Rinascente emerged as a catalyst to encourage new international cultural trends, owing to its interest in modernity and in experimenting new languages.

In 1960 Fiat took over the company and in

about us work with us fidelity card news press area contact us italiano

collections beauty living especially for you the stores piazzaduomo shopwindows online wedding registry jam store

The 50s takeoff

In the 1950s an **extraordinary upturn** in la Rinascente's business allowed the company to become not only Italy's most elegant Department Store but also a **pioneering and avant-garde firm**, thanks to:

- **marketing strategies**, which were discussed in a dedicated "market research office"
- **sales of strongly innovative products**, mostly American (e.g. the refrigerator in 1954)
- **industrial production**, fostered by the opening of a new firm (Apem), devoted to womenswear
- **exhibitions of foreign products**

about us work with us fidelity card news press area contact us italiano

2. Les grands magasins valorisent leur histoire. 2.1. Valorisation par les sites Internet.



Harrods

Standard UK Delivery £4.95*
*Click [here](#) for more details

Harrods

SIGN IN BASKET

ENTER EMAIL for exclusive offers ▶

SEARCH ▶

HOME ▶

Hampers Christmas Beauty Womens Mens Children Toys Sports Home Food & Wine Gifts

Harrods.com » History


A Brief History of Harrods

1 | 2 | 3 | 4 | Next

Visiting Harrods

- Services at Harrods
- News
- History
- Restaurants
- Recruitment
- Harrods Card
- By Appointment

Introduction



Since the store first opened its doors in 1849, Harrods has always prided itself on a reputation for excellence, that nothing is too much trouble to our customers, and finding the finest-quality merchandise. But this is just part of the Harrods story. The store is much more than a shopping destination, more than just a splendid building. Its story is tied up in the people who have passed through its doors, worked here, written about it and added to its magnificent architecture.

Noël Coward, Sigmund Freud, Oscar Wilde, Queen Mary, AA Milne and Pierce Brosnan have each added their own mark to the store's rich patina – and as each year goes on, Harrods continues to grow, adapt, reassess and reinvent itself to create a new history.

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
 - 2.2. Valorisation par les illuminations.



Galleries Lafayette Haussmann



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



Galleries Lafayette Nantes Decré



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



Printemps Haussmann



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



Au Bon Marché



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



Macy's

"The Longest Running Show on Broadway"



*American Culture, Commercialism, and the
Macy's Thanksgiving Day Parade*

Click on the image to enter

A site created by students at the College of William and Mary for American Studies 370
Image courtesy of The Long Island Fire Photographers Association < http://www.lifpa.org/index_right.htm >

1ère parade de Thanksgiving
en 1924

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



Macy's



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



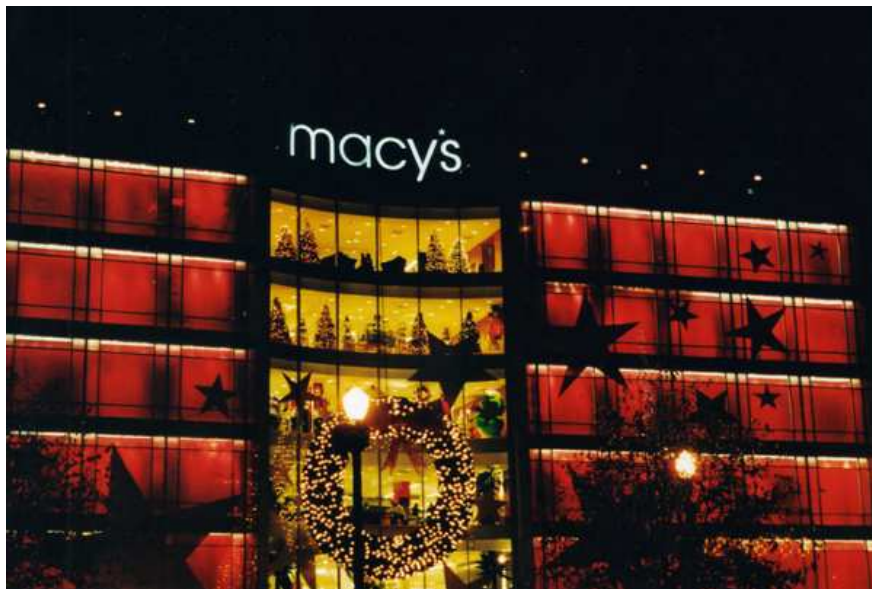
Macy's



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



Macy's



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



Hamleys



2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



La Rinascente



La Rinascente à Florence



La Rinascente à Milan

2. Les grands magasins valorisent leur histoire.
2.2. Valorisation par les illuminations.



Harrod's





Les grands magasins valorisent leur histoire et leur patrimoine.

Les grands magasins sont aussi des lieux de valorisation.

3. Les grands magasins : lieu de valorisation.

3.1. L'art contemporain.



Galeries Lafayette Haussmann

- soutien à la jeune création contemporaine
- du 27 octobre au 9 décembre 2006
seconde édition de l'exposition « Antidote »
- un des principaux partenaires de la Foire Internationale d'Art Contemporain de Paris 2006
- 7 artistes : Pierre Ardouvin, Saâdane Afif, Michel Blazy, Laurent Grasso, Mathieu Mercier, Audrey Nervi et Xavier Veilhan



3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.1. L'art contemporain.



Galleries Lafayette Haussmann



Saâdane Afif



Pierre Ardouvin

3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.1. L'art contemporain.



Galeries Lafayette Haussmann



Vue de l'exposition / View of the exhibition *ANTIDOTE 2005*
1-Saâdane Afif, *Désespoir de singes*, 2003 / 2-Mathieu Mercier, *Sans titre*, 2004 / 3-Nicolas Moulin, *Aviafluenza*, 2005 / 4-Didier Marcel, *Sans titre*, 2003 / 5-Delphine Coindel, *On Edge*, 2005 / 6-Tahiana Trouvé, *Polder*, 2005 / 7-Eric Baudart-*Star Sreak*, 2003-2005 / 8-Jean-Luc Verna, *Appoq*, 1998 / 9-Richard Fauquet, *Sans titre*, 2000-2004

3. Les grands magasins : lieu de valorisation.

3.1. L'art contemporain.



Galeries Lafayette Nantes Decré



- exposition « De l'art au dernier étage »
- du 20 novembre au 9 décembre 2006
- 2 artistes peintres : Delphine Cossais et Morgane Isilt-Haulot
- sculptures de Sophie Herniou
- pièces de la styliste O'Popom

3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.1. L'art contemporain.



Galeries Lafayette Nantes Decré



3. Les grands magasins : lieu de valorisation. 3.1. L'art contemporain.



Printemps Design Centre Pompidou



- plus de 3000 illustrations du design français et international
- créations contemporaines, valeurs du patrimoine ou envies dans l'air du temps...
- objets de jeunes talents, de designers pour rendre le design accessible à chacun.
- la dernière collection Item 5 avec des projets de 12 créateurs

3. Les grands magasins : lieu de valorisation.

3.1. L'art contemporain.



Au Bon Marché

La collection d'art contemporain

Peintures de 8 artistes contemporains

La création se nourrit souvent de la confrontation des formes et de la pensée. Il en est ainsi de la rencontre d'œuvres d'art et d'un grand magasin. De ce contraste rare naît l'étincelle d'un lieu inspiré...

3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.1. L'art contemporain.



Au Bon Marché



Damien Cabanes

Adrienne Farb



François Mendras

3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.2. Les expositions culturelles.



Printemps Haussmann

MAROC, MILLE & UNE
TENDANCES



3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.2. Les expositions culturelles.



Printemps Haussmann



- exposition photos consacrée à la découverte d'un patrimoine, d'artisans qui modèlent des matières
- exposition de photos inédites photographe Catherine Bendayan clichés lors du Festival des Musiques Sacrées de Fès



3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.2. Les expositions culturelles.



Au Bon Marché

Les expositions culturelles

A travers les expositions. L'Art et la Culture correspondent au Bon Marché. De ces rencontres inédites et déclinées naissent d'étonnantes correspondances entre ces univers.



3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.2. Les expositions culturelles.



Au Bon Marché



3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.2. Les expositions culturelles.



Au Bon Marché




3. Les grands magasins : lieu de valorisation.
3.2. Les expositions culturelles.



Au Bon Marché





**Marie Franchin
Amandine Binctin
Master 2 Patrimoine**

**Les grands
magasins : un
patrimoine à part
entière.**