

PÔLE MÉDIA-CULTURE Exposition

# La belle influence du Japon

Pour le 160<sup>e</sup> anniversaire des relations entre la France et le Japon, le Pôle média-culture Edmond-Gerrer présente l'exposition «Le japonisme au quotidien» qui met en scène des objets ordinaires, issus des collections du Ceeja, jusqu'au 2 octobre.

La France et le Japon sont deux pays qui entretiennent des liens culturels étroits. S'ils semblent aux antipodes l'un de l'autre, ils se fascinent mutuellement. La saison culturelle « Japonismes 2018 : les âmes en résonance » donne l'occasion de revenir sur les liens artistiques entre l'Europe et le Japon notamment à travers l'exposition *Le japonisme au quotidien*, qui a pris place au Pôle média-culture, à Colmar, depuis mercredi. Mode, gastronomie, céramique, architecture, musique... de nombreux objets de la collection du Ceeja (centre européen d'études japonaises d'Alsace) relatent la richesse de l'histoire japonaise autour des années 1900.

Erich Pauer, ancien professeur et docteur en études japonaises, a fourni des pièces de sa collection personnelle pour monter l'exposition.



Des chromolithographies avec des représentations figuratives japonaises, imprimées par Schaub à Mulhouse en 1895, de la collection André Klein. PHOTOS DNA - ALICE HERRY

## Un japonisme différent

Le « japonisme » correspond à l'influence du Japon en Europe courant et fin du XIX<sup>e</sup> siècle. Cela se traduit par un engouement pour tout ce qui est japonais non seulement dans le domaine de l'art mais aussi dans la vie quotidienne. Ainsi, les motifs japonais sont de plus en plus diffusés en France, mais aussi en Alsace, où les formes japonaises apparaissent dans l'industrie textile dès 1863. « Ce que nous avons voulu montrer ici, c'est un japonisme différent, un « japonisme » pas toujours en accord avec ce que l'on trouve dans les sections d'art des librairies ou des bibliothèques sous ce mot-clé-là. L'exposition représente le Japon dans les objets usuels du quotidien de France et d'Allemagne », explique Erich Pauer.

Plusieurs images (affiches publicitaires, timbres, cartes postales illustrées) mais aussi de la céramique,



Regine Mathias et Erich Pauer, collectionneurs des pièces japonaises exposées et amoureux du pays du Soleil levant.

des assiettes, des bols et boîtes à thé sont exposées. Les industries et entreprises qui utilisaient ces images publicitaires étaient diversifiées (production de thé, café, chocolat, papeterie, tissu...) La technique

d'impression était déjà très avancée et donnait des tirages multicolores élaborés. Par exemple, en Allemagne, la bourgeoisie a expérimenté une ambiance japonaise dans l'espace public, les bars et les cafés. Il

existe aussi une popularisation du Japon dans la musique. Certains compositeurs ont créé des pièces pour piano, des chansons, mais aussi des opéras et opérettes. Les principes esthétiques de l'art japonais ont aussi influencé le graphisme commercial. « Ce japonisme a construit une image du Japon au quotidien. Il a peut-être aussi encouragé certains stéréotypes, tout en dévoilant une fascination pour un pays nouvellement découvert en Europe », ajoute le passionné.

En France, la culture japonaise est plus que jamais en vogue. Une mode qui se manifeste à travers l'attrait du Japon comme destination touristique. Grâce à un amour pour la culture et un goût prononcé pour l'art de vivre japonais, le Ceeja montre une fois de plus que le peuple japonais n'a pas fini de fasciner. ■

Alice HERRY

► Exposition *Le japonisme au quotidien* visible jusqu'au 2 octobre au Pôle média-culture à Colmar.