

LOUIS VUITTON - MARC JACOBS

Cette exposition présente simultanément, sur deux étages du musée des Arts décoratifs, les créations de deux personnalités issues d'époques très différentes, Louis Vuitton (1821-1892), fondateur de la société qui porte son nom et Marc Jacobs, Directeur artistique de LVMH depuis 1997.

Véritable voyage personnalisé, l'exposition illustre la façon dont deux grands innovateurs ont contribué à l'histoire de l'industrie de la mode, de la période industrielle de la moitié du XIX^e siècle à la globalisation de la marque Louis Vuitton du début du XXI^e siècle.

Le fondateur de la société, Louis Vuitton, est présenté comme un visionnaire, dont l'instinct d'entreprise a largement contribué à la naissance des produits de luxe en répondant aux exigences de la bourgeoisie aisée du Paris de la moitié du XIX^e siècle.

Plus de cent quarante ans plus tard, Marc Jacobs, un jeune designer américain, joue un rôle majeur dans l'expansion de la marque Louis Vuitton à l'international. De l'unique boutique parisienne ouverte en 1854, l'enseigne est devenue une véritable multinationale avec ses 461 boutiques présentes dans le monde entier, à la fois fidèle à l'histoire de Louis Vuitton, mais s'adressant également à une nouvelle clientèle.

La scénographie de l'exposition réalisée par Samantha Gainsbury et Joseph Bennett dédie un étage à chaque personnalité créant ainsi deux mondes parallèles qui, de manière contiguë, ont participé à la transformation de cette entreprise en marque de luxe la plus célèbre du monde.



Fig. 01



Fig. 02

Fig. 01 Portrait de Louis Vuitton

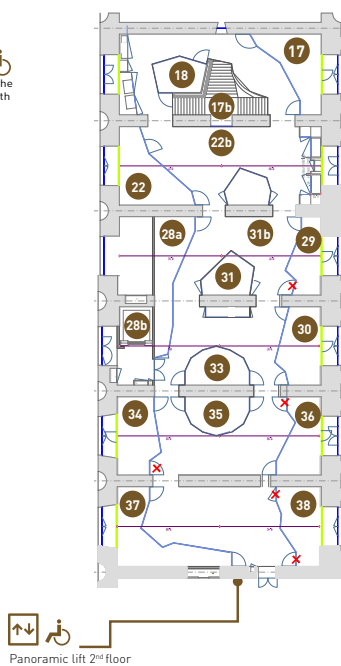
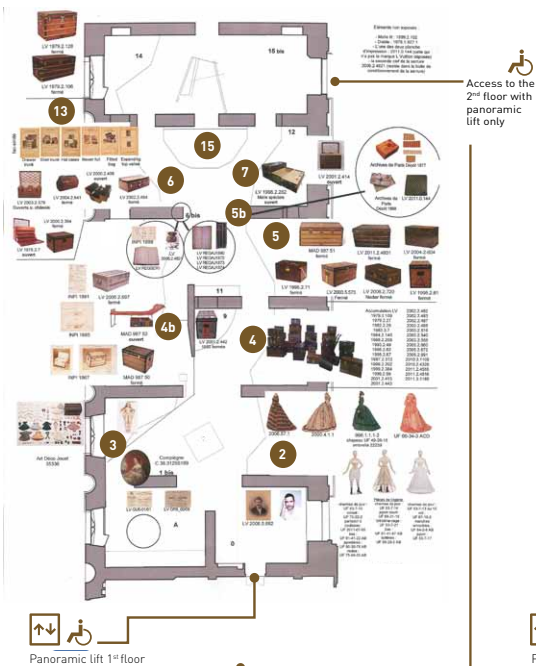
Fig. 02 Portrait de Marc Jacobs

Durée de visite : 1h30

Les Arts Décoratifs
107, rue de Rivoli 75001 Paris
Tel. : 01 44 55 57 50

PLAN DE VISITE

PREMIER ÉTAGE



DEUXIÈME ÉTAGE

Vitrine 17.bis	DESSUS DESSOUS
Vitrine 22.	CRÉATION D'UN SAC
Vitrine 22.bis	SACS (BOÎTE DE CHOCOLAT)
Vitrine 28.(a)	VUITTON BLEUE
Vitrine 28.(b)	A QUATRE ÉPINGLES
Vitrine 29.	OH ! GRAM
Vitrine 30.	NATURE SAUVAGE
Vitrine 31.	CHEVEUX ET AU DELÀ
Vitrine 31.bis	KAGE MOSS
Vitrine 33.	JAMBES EN L'AIR
Vitrine 34.	TAKASHI MURAKAMI
Vitrine 35.	MA COULEUR PRÉFÉRÉE EST LE BRILLANT
Vitrine 36.	STEPHEN SPROUSE
Vitrine 37.	PEEPSHOW
Vitrine 38.	SO LONG DEARIE. RICHARD PRINCE

PREMIER ÉTAGE

Vitrine 02.	GARDE-ROBE D'UNE JOURNÉE
Vitrine 03.	TROUSSEAU IDÉAL
Vitrine 04.	MALLES D'UN VOYAGE
Vitrine 04.bis	INNOVATIONS
Vitrine 05.	TOILES
Vitrine 06.	LV CATALOGUE DE COLLECTION PAR LOUIS VUITTON
Vitrine 07.	CONTENANT / CONTENU
Vitrine 13.	LV MONOGRAMME PAR GEORGES VUITTON
Vitrine 15.	LOUIS VUITTON 1, 2012, CHRISTIAN BORSTLAP POUR NOWNESS

Deux photographies de Louis Vuitton et Marc Jacobs accueillent le visiteur à l'entrée de l'exposition.

LES INSTALLATIONS ET COLLECTIONS

PREMIER ÉTAGE

A propos de Louis Vuitton

Né à Anchay en 1821, Louis Vuitton quitte son Jura natal situé dans l'est de la France, à l'âge de 14 ans pour se rendre à Paris à pieds. Très vite, il devient apprenti « layetier, emballer, malletier » (métier qui consistait à emballer les nombreuses affaires de riches clients qui partaient en voyage) chez Maître Maréchal dans la rue Saint Honoré dans le premier arrondissement de la capitale. Fils de menuisier, Vuitton maîtrise rapidement le travail du bois et la réalisation de coffres de voyage. Employé par ailleurs à emballer les vêtements de riches femmes en prévision de longs trajets ou voyages, Louis Vuitton acquiert son expérience de l'art de l'emballage. En dix ans, il devient un tel maître dans cet art qu'il accompagne régulièrement son maître Romain Maréchal au Palais des Tuileries où ils travaillent comme emballers exclusifs de l'impératrice Eugénie et de ses dames d'honneur. Le portrait de l'impératrice représente la mode des vêtements extrêmement volumineux portés par les dames fortunées de cette époque.

A propos de volume et d'invention

Cette installation composée de sept mannequins montre le nombre de vêtements nécessaires à une dame aisée, des sous-vêtements aux quatre tenues essentielles de la journée : pour le matin, pour l'après-midi, pour rendre visite (fig.4) et enfin pour la soirée dansante. Les tours des jupes pouvaient atteindre jusqu'à sept mètres de tissu d'où la nécessité d'un emballer professionnel. (2)

Le volume important de ces vêtements à ranger dans les malles est présenté en miniature avec une poupée, dont tout le vestiaire figurent sur ces panneaux et est organisé par typologies. Ceci est un exemple typique de garde-robe féminine de la seconde moitié du XIX^e siècle (3 et fig.3).

Juste après son mariage en 1854, Louis Vuitton ouvre sa propre boutique dans la rue Neuves-des-Capucines, à proximité de la Place Vendôme à Paris. Il réduit ses lettres de créance à « Louis Vuitton - emballer » et ajouta « spécialisé dans l'emballage de vêtements à la mode ». Il comprend rapidement la nécessité de créer une gamme de bagages, qui serait fonctionnelle, innovante et de haute qualité. Il invente la malle à dessus plat qui était beaucoup plus facile à empiler que son prédécesseur, le coffre à dos bombé. Dans cet espace, les vingt à trente coffres nécessaires à un seul voyage sont exposés, beaucoup d'entre eux portant la plaque du voisin et ami de Louis Vuitton, Charles-Frédéric Worth, montrant ainsi l'étroite collaboration qui s'établit entre les deux maisons et le lien entre le monde de l'emballage et de la haute-couture. A cette époque, il y a entre trois et quatre cents malletiers à Paris, dont 58 dans le premier arrondissement de Paris. (4) La concurrence est sévère!

À propos de griffe

Cet espace montre la technique de fabrication des malles Louis Vuitton. Elles sont toutes fermées afin de montrer leur aspect extérieur. Pour rendre ses malles plus légères, Louis Vuitton couvre leur structure en bois de peuplier ou de pin par une élégante toile peinte en gris appelé « Trianon », qui, une fois vernie rend la malle imperméable. (5) Différentes toiles utilisées pour recouvrir les malles de Louis Vuitton sont présentées, chacune ayant été adoptée dans le but de contrecarrer les contrefaçons. D'autres malletiers utilisent également de la toile, mais ce sont les motifs brevetés par Louis Vuitton qui le distingue de ses concurrents. Les imprimés brun et beige et ceux de rouge et beige rayés sont brevetés en 1876 (fig.6). En 1888, la toile Damier plus sophistiquée est créée (fig.7). Cette dernière est le premier revêtement de malle à intégrer le nom complet de Louis Vuitton comme signature. L'histoire de ces brevets est connue grâce aux Archives Nationales des Brevets. (5 bis) Avec l'expansion de son entreprise, Louis Vuitton ouvre des ateliers à Asnières, un village

situé en dehors de Paris, sur les rives de la Seine afin de tirer profit du transport fluvial. La boutique originale devenue trop petite, est transférée rue Scribe à Paris, à proximité de l'Opéra de Paris, en plein cœur du nouveau Paris, complètement transformé par la planification urbaine du Baron Haussmann. Le nouveau magasin est situé à côté du Grand Hôtel et de la Gare Saint Lazare ; le Grand Hôtel est un choix de prédilection pour le nombre croissant de riches voyageurs internationaux qui affluent Paris à ce moment-là, fournissant ainsi une riche clientèle à la maison Vuitton. Non loin de là, dans la rue de la Paix se trouvent les plus célèbres bijoutiers de Paris, les parfumeurs et maisons de couture (Doucet, Paquin, Charles-Frédéric Worth).

Vuitton est invité à exposer les produits de son entreprise aux Expositions Universelles tenues à Paris en 1867, 1878 et 1889. Lors de l'Exposition de 1867, Louis Vuitton, commercialement innovant comme à son habitude, présente tous les produits en vente dans sa boutique, à la différence d'autres exposants qui montrent uniquement leurs chefs-d'œuvre. Pour chaque exposition, il brevète ses innovations, les protégeant ainsi de la contrefaçon. Louis Vuitton y obtient plusieurs médailles dont il se sert fièrement pour accroître les prix de ses produits. Cherchant toujours à faire davantage pour sa clientèle, Louis Vuitton conçoit des malles pour toutes les occasions comme par exemple la malle-lit de l'explorateur (1887), exposée dépliée avec les plans de conception correspondants (4b et fig. 7).

En effet, du fait de la rapide expansion industrielle au cours de la seconde moitié du XVIIIe siècle et des progrès accomplis dans les transports maritimes et ferroviaires tout au long du XIXe siècle, la demande pour de nouveaux types de malles pour l'emballage des marchandises et des vêtements des voyageurs est importante et croissante.

Un coffre fermé datant de 1882 montre le monogramme individuel du client pour lequel il a été réalisé. Un des principaux objectifs de Louis Vuitton est de personnaliser les bagages achetés par ses clients fortunés en imprimant leurs monogrammes ou armoiries sur le revêtement en toile.

À propos de Georges Vuitton et de ses innovations

En 1890, Georges Vuitton, le fils aîné de Louis, invente la serrure à gorges multiples « incrochetable », qui fournit à chaque client une combinaison personnelle garantissant la sécurité de leurs bagages.

Pour montrer le lien entre le contenant et son contenu, deux coffres « week-end » sont présentés avec une vue à rayons X des trente articles à l'intérieur, indispensables pour un week-end. (12)

Louis meurt en février 1892. Son fils Georges joue un rôle important dans la gestion de l'entreprise après sa mort. Il ouvre la première boutique Vuitton à l'étranger à Oxford Street à Londres en 1885 et, en 1892, réalise le premier catalogue commercial Louis Vuitton pour cette boutique (fig.5). Il y présente un large éventail d'articles depuis des coffres très spécialisés pour le transport d'objets particuliers aux sacs simples pour un voyageur typique. (6)

En 1896, Georges introduit la célèbre toile révolutionnaire « Monogramme LV » dont il fait l'emblème de la marque en l'honneur de son père, mais aussi pour tenter, une nouvelle fois, de décourager la contrefaçon. Le dessin est constitué des initiales de Louis Vuitton sur un motif d'étoiles et de fleurs. Légère, la toile est vernie et complètement imperméable à l'eau pour remplacer le cuir. La toile monogramme est un succès immédiat. Elle crée, d'ailleurs, le lien entre le monde de Louis Vuitton et celui de Marc Jacobs au deuxième étage. Aujourd'hui, le label Louis Vuitton est reconnu dans le monde entier par le seul monogramme « LV ». (13)

Louise

Le mannequin articulé utilisé tout au long du deuxième étage pour présenter les conceptions de Marc Jacobs est appelé Louise. Il a été créé au Japon par le designer Emma Davidge, spécialement pour l'exposition. Louise est en effet unique!

À propos de Marc Jacobs et son univers

Après avoir terminé ses études à la Parsons School of Art & Design à New York, ce jeune créateur américain, né en 1963, a travaillé pour le marque Perry Ellis, avant de devoir le quitter en 1992 lorsque sa collection « Grunge » est sévèrement critiquée par l'industrie de la mode. La création de sa propre marque, « Marc Jacobs » en 1986, a été suivie en 2001 par la ligne secondaire « Marc by Marc Jacobs ». En 1997, il est invité à devenir directeur artistique du groupe LVMH (Louis Vuitton, Moët et Chandon et Hennessy) par Bernard Arnault, le président du groupe. Il s'agissait d'un choix audacieux!

Marc Jacobs arrive à un moment stratégique dans l'histoire de Louis Vuitton. La maroquinerie commence à apparaître dans le monde de la mode. Bernard Arnault demande à Marc Jacobs de créer un nouveau prêt-à-porter qui intègre cuire fin et sacs de toile Vuitton. La première collection de Marc Jacobs pour Louis Vuitton fut une ligne sportswear de luxe. Dans le premier défilé de mode de 1998, Marc Jacobs dissimule le monogramme LV dans les doublures des vêtements présentés. Ce n'est que dans la collection Printemps-Été 2000 que le monogramme sort de sa cachette et est pleinement révélé sur le podium (fig.8).

Marc Jacobs travaille par instinct plutôt que par stratégie. Dans son atelier situé dans un hôtel particulier de la rue du Bac dans le VII^e arrondissement de Paris, il s'entoure des éléments qui l'inspire. Le « Panneau d'Inspiration animé » ou « Tumbler » est une représentation organique des objets d'inspiration, des photos de magazines, des morceaux de matériaux, vêtements vintage, livres et films préférés ; de tout ce qui peut aider Marc Jacobs dans son œuvre créatrice. (17)

À propos des sacs

Contrairement aux traditionnels sacs Vuitton, tels que le « Keepall » ou le « Speedy », les sacs créés par Marc Jacobs et ses collaborateurs sont édités uniquement pour la période de la collection.

Sacs (Boîte de Chocolat) : cette installation de sept mètres de long montrant une quinzaine d'années de création, est composée de cinquante-trois sacs Louis Vuitton dans un ordre non-chronologique. Les sacs sont autant à la mode que temporaires et passent tels un lexique stylistique de l'étiquette Vuitton. Cet univers qui existe en parallèle et en étroite collaboration avec les collections permanentes Vuitton a attiré une nouvelle clientèle (22bis et fig.12).

Création d'un sac : Défini comme la « malle du XXI^e siècle », un sac LV est la cristallisation d'une collection. L'élaboration et la réalisation d'un sac sont un processus long et minutieux. Les sacs Vuitton sont pour la plupart fabriqués à la main dans des ateliers différents et sont vendus uniquement dans les 461 boutiques Louis Vuitton, dans certains grands magasins et sur le site officiel de Louis Vuitton. (22)

Certaines des pièces suivantes sont commentées par Marc Jacobs lui-même. Sa voix se mêle à la musique d'ambiance. Chaque commentaire dure entre 15 secondes et 1 minute 30 secondes. Une traduction simultanée en français est projetée sur le mur.

À propos des célébrités

Kate Moss a souvent posé pour Vuitton et est vue ici sur le podium dans l'un des derniers défilés de Marc Jacobs pour Louis Vuitton: Automne / Hiver 2011-2012 (fig.12). La tenue qu'elle porte



Fig. 03
Poupée, trousseau et sa malle, vers 1865
Les Arts Décoratifs, Paris.
Don Maurice Bisson, 1945, inv. 35336



Fig. 04
Robe du jour, 1866-1868
Les Arts Décoratifs, Paris, collection Mode et Textile
Achat, 1996, inv. 996.1.1.1-2

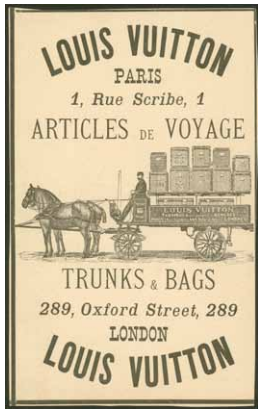


Fig. 05
Affiche publicitaire Louis Vuitton Paris Londres, 1887
Archives Louis Vuitton



Fig. 06
Malle Louis Vuitton 1869-1871
Les Arts Décoratifs, Paris
Don Maison Louis Vuitton, 1987, inv. 987.51



Fig. 07
Malle - lit Louis Vuitton en toile Damier, 1891
Les Arts Décoratifs, Paris
Don Maison Louis Vuitton, 1987, inv. 987.53
Crédits photographiques :

Crédits photographiques :
© Photos Arts Décoratifs / Jean Tholance : fig. 3, 4, 6, 7 Tous droits réservés.



Fig. 08
Vogue France, P/E 2000
© Ruven Afanador



Fig. 09
Sac Alma Graffiti et gants assortis, créés en collaboration avec Stephen Sprouse, P/E 2001, L'Officiel © Christophe Kutner

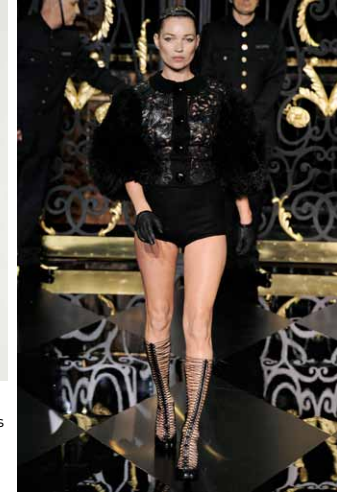


Fig. 10
Défilé A/H 2011/2012. Kate Moss
© Louis Vuitton / Chris Moore



Fig. 11
Collection P/E 2003, Vogue USA © Craig Mc Dean.



Fig. 12
Sac fermoir en toile Monogram Cerises, collection Femme PE 2005, Takashi Murakami. Collection Louis Vuitton © Takashi Murakami/Kaikai Kiki Co., Ltd. Tous Droits réservés.



Fig. 13 « Nurses » du défilé Printemps-Eté 2008 portant 12 sacs en Toile Monogram Jokes créée en collaboration avec Richard Prince De gauche à droite : Stéphanie Seymour, Eva Herzigova, Rianne Ten, Anne V, Carmen Kaas, Natalia Vodionova, Angela Lindvall, Isabeli Fontana, Karolina Kurkova, Lara Stone, Nadja Auermann, Naomi Campbell © Louis Vuitton / Chris Moor

dans la vidéo est remodelée par une mannequin « Louise » dans la cage adjacente. [31bis] Marc Jacobs fait souvent le lien entre le divertissement et la mode, en utilisant des célébrités telles que Keith Richards, Madonna, Scarlett Johansson et plus récemment Angelina Jolie dans ses défilés et ses campagnes de publicité.

« Oh ! Gram » : la première collection de Marc Jacobs pour Vuitton en mars 1998 est totalement minimaliste. Les couleurs prédominantes sont le blanc, gris et noir, alors que les logos, les monogrammes et les sacs sont notablement absents. Peu à peu, le monogramme fera son apparition avant de devenir outrageusement évident dans les collections de l'année 2000. Marc Jacobs légitime ainsi l'entrée de Louis Vuitton dans le monde de la mode [29 et fig.8].

À propos de tendances

Marc Jacobs utilise des thèmes récurrents dans ses créations de vêtements. Cette tendance se révèle dans son travail comme directeur artistique de Louis Vuitton au cours des quinze dernières années.

Bleue Vuitton : l'utilisation par Marc Jacob de sa couleur préférée est révélée dans divers défilés de mode Louis Vuitton. [28a]

À quatre épingles: dans sa collection Automne / Hiver 2008-2009, Marc Jacobs fait référence aux origines de la profession de Louis Vuitton comme emballer de gros volumes de matériaux et d'autres objets dans les malles du XIXe siècle. [28b]

Nature sauvage : la fascination de Marc Jacobs pour l'exotisme est révélé sur ces modèles qui portent des masques empruntés à plusieurs collections. [30]

Cheveux et au-delà : la tendance exotique est répétée sur ce modèle par l'ajout d'une perruque inspirée par les créations de l'artiste-interprète australien Leigh Bowery dans les années 1980 à Londres. Les têtes et les coiffures des mannequins de l'exposition ont été conçues par Guido Palau et Desi Santiago, de proches collaborateurs de Marc Jacobs.

Jambes en l'air : les danseurs de cancan présentent une large gamme de chaussures et de bottes Vuitton, beaucoup conçues par Fabrizio Viti et fabriquées dans les ateliers italiens de Vuitton. L'effet est kaléidoscopique ! [33]

Ma couleur préférée est le brillant : une piste de danse disco et des coiffures punk animent cette installation qui contient des créations à partir d'un certain nombre de collections différentes prêtes pour la piste de danse! [35]

À propos des collaborations de Marc Jacobs avec d'autres artistes

Sprouse : Marc Jacobs travaille en étroite collaboration avec des artistes contemporains. En 2001, il a demandé à Stephen Sprouse (1953-2001), un artiste-designer à la mode, de travailler sur un nouveau design pour Louis Vuitton. Sprouse a créé la ligne de graffitis, en utilisant le monogramme LV traditionnel, mais en le retravaillant selon la mode du graffiti sur la toile des sacs pour la collection Printemps / Été 2001 [fig.9].

L'idée de graffiti est transférée à la collection de vêtements. Le modèle présenté dans cette photo vêtu d'une robe imprimée avec une autre création de Sprouse, le design léopard, a été renversé (« Handstand » ou « poirier ») tout comme Marc Jacobs a réussi à inverser les tendances de la mode, avec une liberté totale d'expression qui est d'une grande importance pour son travail créatif. [17bis]

Les dessins de graffiti et de léopard ont été réutilisés sur les vêtements de la collection Automne / Hiver 2006-2007. Les impressions à motifs sont présentés sur cinq mannequins. [36]

Takashi Murakami + film « Superflat » [super plat] : en 2002, à l'invitation de Marc Jacobs, Murakami Takashi, un artiste contemporain japonais de Tokyo, a commencé une collaboration qui s'établit à long terme avec la marque de mode Vuitton. Au début, il crée des œuvres

d'art qui sont ensuite utilisées pour la conception d'une série de sacs à main [fig.11]. En collaboration avec Marc Jacobs, il a créé le monogramme multicolore pour une gamme de sacs et accessoires. Cette gamme reprend le dessin monogramme LV classique, mais en trente-trois coloris différentes. Murakami a également conçu les monogrammes Cherry Blossom (fleur de cerisier), Cherry (cerise) [fig.12] et Eye Love (amour des yeux). Ces séries ont eu un énorme succès commercial. Cet espace comprend également un tableau de Murakami et la projection du film « Superflat », dans lequel Murakami explique sa théorie artistique sur laquelle il fonde sa création artistique. [34]

Richard Prince + 5 sacs : Richard Prince, un photographe américain, célèbre pour sa technique de « rephotographiant », a été invité par Marc Jacobs pour collaborer à sa collection Printemps/Été 2008. La collection a été inspirée en partie par les peintures « infirmières » de Prince qui a fait ses débuts à New York en 2003. Dans la série de peintures, les infirmières, inspirées des couvertures des romans d'amour à l'eau de rose, portent toutes des masques. Dans le défilé de mode de Marc Jacobs, les infirmières portent des masques afin de montrer que pour Louis Vuitton il y a une seule « femme Vuitton » [38 et fig.13]. Les sacs de cette vitrine sont de la série « Monogram Jokes » (plaisanteries monogramme). Les « plaisanteries » de Prince sont principalement satiriques et se moquent des sujets tels que la religion, la relation entre mari et femme et ses relations avec les femmes. Richard Prince a également conçu la collection « Monogram Pulp » (ou pulpe monogramme), en collaboration avec Marc Jacobs.

À propos du défilé

L'exposition se termine avec « Peepshow ». Le visiteur est invité à assister à un défilé de mode, le stade ultime de l'œuvre de Marc Jacob, à travers un judas. Ces deux dernières années, les défilés de Marc Jacob ont été de véritables événements de divertissement qui reflètent à la fois son univers et tout ce qu'il a réalisé pour Louis Vuitton au cours des quinze dernières années. [37]

BIBLIOGRAPHY ET SITES INTERNET

Louis Vuitton Marc Jacobs, catalogue de l'exposition. Ed. Les Arts Décoratifs, Paris 2012
Louis Vuitton : 100 Malles de Légende. Ed. de la Martinière, Paris 2010
Louis Vuitton, par Paul-Gérard Pasols. Ed. de la Martinière, Paris 2005
L'Initiation au Voyage, catalogue d'exposition. Ed. Union centrale des arts décoratifs, Paris 1987

Marc Jacobs & Louis Vuitton, un documentaire Loïc Prigent
www.louisvuitton.com
www.louisvuitton.fr

D'après les thèmes d'emballage et de voyage

Troisième étage

Salle 2 : au Moyen Age, le coffre est utilisé pour ranger, présenter, servir de table le cas échéant. Enfin, il est utilisé comme malle lors des transports entre deux châteaux.

Salles 10 et 11: ces nécessaires à écrire et coffres pour ranger des collections du XVII^e siècle peuvent se être utilisés de façon sédentaire, mais sont aussi conçus pour être emportés en voyage grâce à leur forme.

Quatrième étage

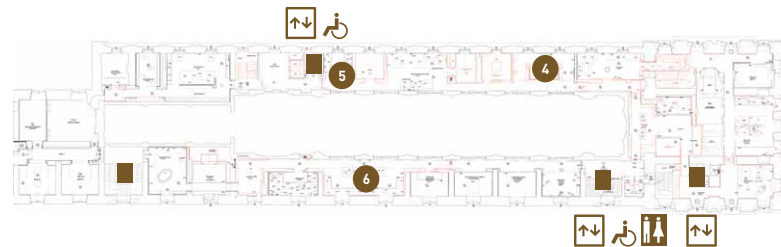
Salle 20 : le voyage est évoqué à travers l'exotisme des matériaux, des objets, des décors et leur influence sur les créations françaises de la fin du XVII^e et du XVIII^e siècles.

Salle 25 : le Grand Tour ou voyage à travers l'Europe vers l'Italie pour redécouvrir les monuments antiques est évoqué dans la seconde moitié du XVIII^e siècle

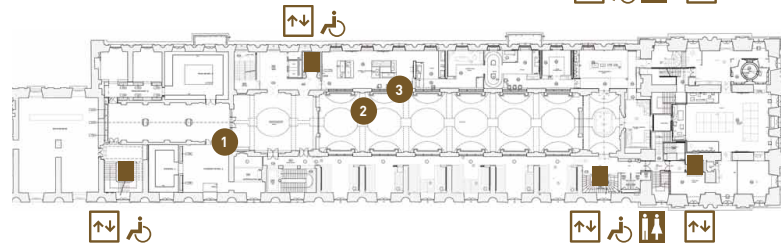
Concernant les Expositions Universelles

Salle 38 : les Expositions Universelles du XIX^e siècle sont l'occasion, pour chaque pays, de présenter les créations artistiques ou industrielles les plus innovantes. Pour le public, ces événements sont l'occasion de voyages à travers l'exotisme des pays représentés.

4^e ÉTAGE

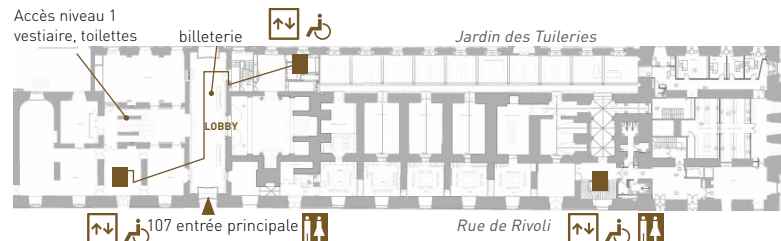


3^e ÉTAGE



Accès du 1^e au 4^e étage
par l'ascenseur panoramique

NIVEAU 0



Accès du 1^e au 4^e étage
par l'ascenseur panoramique
Accès par le 105

SERVICE DES PUBLICS

AIDE À LA VISITE, n° 36

Département pédagogique et culturel

ACCÈS

Les Arts Décoratifs

107, rue de Rivoli

75001 Paris

Tel. : 01 44 55 57 50

www.lesartsdecoratifs.fr

Ouverture du musée

du mardi au dimanche de 11h à 18h

nocturne le jeudi de 18h à 21h dans les expositions temporaires uniquement fermé le lundi

Métro

Palais-Royal, Pyramides, Tuileries

Autobus

21, 27, 39, 48, 68, 69, 72, 81, 95

Parkings

Carrousel du Louvre, Pyramides

Station Vélib'

Station 1015

Accès pour les personnes en situation de handicap : le musée est accessible par le 105 rue de Rivoli 75001 Paris

DÉPARTEMENT PÉDAGOGIQUE ET CULTUREL

Pour les jeunes de 4 à 18 ans ateliers parcours et visites guidées pour les groupes de 4 à 18 ans, renseignements et réservations mail : jeune@lesartsdecoratifs.fr tél. : 01 44 55 59 25 / 75

Pour le public étudiant et adulte visites pour les groupes, renseignements et réservations mail : adac@lesartsdecoratifs.fr tél. : 01 44 55 59 26 / 75

TARIFS

plein tarif : 9,50 €

tarif réduit : 8 €

Entrée gratuite pour les moins de 26 ans de l'union Européenne (UE). Le billet donne accès au musée des Arts décoratifs (hors Nef) et aux expositions de la publicité.

En groupe

Visites guidées en français et en anglais, destinées au public jeune, étudiant et adulte Pour les jeunes (4-18 ans) et les étudiants (18-25 ans) de l'Union Européenne (UE)

visites guidées (1h) en français :

60 € / groupe

visites guidées (1h) en anglais :

68 € / groupe

visites guidées (1h30) en français :

90 € / groupe

visites guidées (1h30) en anglais :

102 € / groupe

Pour les étudiants (18-25 ans) hors UE

visites guidées (1h) en français :

80 € / groupe

visites guidées (1h) en anglais :

88 € / groupe

visites guidées (1h30) en français :

110 € / groupe

visites guidées (1h30) en anglais :

122 € / groupe

Pour les adultes (+ 26 ans)

visites guidées (1h30) en français :

115 € / groupe + 8 € / personne

visites guidées (1h30) en anglais :

125 € / groupe + 8 € / personne

visites guidées (2h) en français :

133 € / groupe + 8 € / personne

visites guidées (2h) en anglais :

142 € / groupe + 8 € / personne

Les groupes sont limités à 25 personnes maximum