

Antica

Namur | art & antiques fair | www.antica.be

DOSSIER DE PRESSE

THEME : LE PARFUM

Informations

Tél. : +32(0)2/740.10.30

<http://www.antica.be>

Organisation

ARTEXIS EXHIBITIONS SA

Luc Darté - Exhibition Manager

+32(0)2/740.10.31 - luc.darte@artexis.com

135, rue Saint Lambert - 1200 Bruxelles

Contact Presse

CARACAS public relations

Hélène van den Wildenberg

T/F +32/4/349.14.41- info@caracascom.com

COMMUNIQUE DE PRESSE
35^e EDITION – 2011
« LE PARFUM »
DU 11 AU 20 NOVEMBRE 2011

namur expo

Antica Namur, classique et dynamique

La 35^e édition d'Antica Namur a fait le plein d'antiquaires belges et étrangers convaincus par le succès récurrent de ce premier grand salon d'antiquités de la rentrée (140 exposants) qui ouvre ses portes à l'automne du vendredi 11 novembre au dimanche 20 novembre. Cette nouvelle édition se déroule sur 11 jours complets d'ouverture pour le public, sans compter l'avant-première du 10 novembre.

Antica Namur, plus qu'un label de qualité, un esprit

Point fort : le plus grand salon d'antiquités de Belgique

Plus de 140 exposants ! Antica Namur attire aussi bien les jeunes antiquaires que les poids lourds nationaux et européens. Ce rendez-vous est considéré comme l'incontournable salon belge d'antiquités de la rentrée. Au fil des années, Antica Namur a rallié les plus grandes maisons belges, parmi lesquelles 50 galeries flamandes (dont une trentaine d'Anvers), une vingtaine de galeries françaises, des galeries allemandes et néerlandaises. « Si Antica Namur se positionne, sur l'échiquier des salons d'art et d'antiquités, à la troisième position en Belgique, il est toutefois le N° 1 en termes de nombre d'exposants et de superficie », souligne Luc Darte, exhibition manager d'Antica Namur. Le salon a traditionnellement lieu en novembre, moment opportunément choisi car le public se focalise sur l'embellissement de son intérieur en prévision des fêtes de fin d'année. C'est également une date clé pour les marchands, décorateurs et autres professionnels en quête de nouvelle marchandise. Premier salon de la rentrée, Antica Namur constitue aussi un bon baromètre pour le marché belge de l'art.

Une renommée au delà des frontières

La foire attire chaque année environ 27 000 visiteurs. Le chiffre est relativement stable mais on observe une internationalisation du public. Cette montée en puissance des visiteurs étrangers explique la belle notoriété transfrontalière acquise par Namur en 35 ans d'existence. Les collectionneurs et les amateurs belges (francophones et flamands), français, allemands, néerlandais ne manquent à aucun prix ce rendez-vous avec les objets d'art anciens. Ils y sont rejoints par de nombreux marchands et professionnels belges et européens. « Le salon a une bonne réputation d'éclectisme et de découverte, relève Luc Darte. La grande diversité des stands, une sélection de grande qualité et une offre très large séduisent une clientèle de tous les profils, mais exigeante, enthousiaste et fidèle ».

Une organisation professionnelle

Sur le plan de l'organisation, la barre est placée très haut. Antica Namur est mis sur pied par Artexis Exhibitions, groupe belge et leader européen de l'organisation de salons. Artexis Exhibitions est également organisateur d'Eurantica Brussels Fine Art Fair, d'Art Brussels International Contemporary Art Fair, ainsi que de plusieurs salons très pointus, destinés aux professionnels. Eric Everard qui dirige le groupe Artexis, est un entrepreneur hors du commun et a propulsé la société vers des sommets sans précédent grâce au rachat de Flanders Expo et d'Antwerp Expo, ainsi qu'à la reprise de la gérance de Namur Expo. Eric Everard a été récemment nommé président de l'UFI, association mondiale des organisateurs de foires commerciales qui réunit, en 2011, plus de 550 membres provenant de 84 pays. Ce leadership constitue une des forces principales du salon et garantit un excellent rapport qualité-prix et un effet de « return » tout au long de l'année pour les exposants.

Un salon pour tous

D'un côté, les antiquaires sélectionnent des œuvres de qualité muséale, telles des peintures des écoles belges ou des porcelaines européennes du XVIIIème siècle, qui peuvent atteindre plusieurs dizaines de milliers d'euros et qui font rêver. D'un autre, des objets de charme plus quotidiens et plus accessibles qui continuent à fasciner bon nombre de visiteurs. Un bon salon d'antiquités, c'est celui qui montre un maximum d'objets éclectiques en provenance de nombreux pays dans une unité de lieu. Antica Namur rentre dans cette catégorie. De surcroît, c'est l'un des salons les plus cohérents et des plus convaincants visuellement. Les exposants sont invités à ne pas utiliser de vitrines mais à présenter leurs collections dans des mises en scène spectaculaires, façon « scènes d'intérieur ».

Expertise et conseil

La vérification de l'authenticité de toutes les pièces est opérée par un groupe de 10 experts indépendants spécialisés **avant l'ouverture du salon**. Pendant la durée d'Antica Namur, 3 experts restent à la disposition des acheteurs. Ils commentent les pièces exposées et émettent les certificats d'authenticité qui accompagnent certaines ventes. Ces spécialistes peuvent être consultés gratuitement au Bureau des Experts, situé au sein même du salon.

Le Thème 2011 : Le Parfum

La beauté au fil de l'histoire et des arts sera mise à l'honneur à travers le thème du **parfum**. Ce sujet sera illustré par des dessins, gravures, peintures, sculptures ou tapisseries qui mettront ce sujet en exergue. Les stands dédiés aux bijoux, parures ou accessoires vintage, seront particulièrement mis en lumière.

Mystérieux, silencieux et envoûtant, le parfum raconte, depuis la nuit des temps, notre vie. Son histoire est indéniablement liée à celle de l'humanité. Dans l'Antiquité, il a accompagné les prières et tous les gestes rituels. Au Moyen-Age, il a été apprécié à des fins d'hygiène et de pur agrément. Le XVIIIème siècle l'a placé sous le signe de la séduction, à travers une profusion d'odeurs étonnantes et chatoyantes. Le XXème siècle n'a cessé de confirmer cette place de choix, faisant entrer le parfum

dans le monde privilégié de l'art, de la mode, des bijoux et des accessoires de luxe.

De par la beauté de son écrin, il est devenu objet avant d'être senteur. Un parfum se regarde autant qu'il se sent. L'union de différents talents a conduit à de véritables œuvres d'art, très recherchées aujourd'hui par les collectionneurs.

CONTACT PRESSE

CARACAS public relations - Hélène van den Wildenberg
info@caracascom.com - T/F +32/4/349 14 41

À noter - Les moments phares

Dates et heures

Du 11 au 20 novembre 2011

Du lundi au vendredi: de 14 à 19 heures

Les week-ends et le 11 novembre de 11 à 19 heures

« Ladies Day » - accès gratuit pour les dames : le mardi 16 novembre de 14 à 19 heures

Lieu

Namur expo
2, avenue Sergent Vrithoff
5000 Namur

Nombre d'exposants

140

Nombre d'experts

10 pour le vetting, 3 pendant toute la durée du salon.

Prix

Entrée : 15 €

Catalogue : 10 €

Tarif combiné entrée + catalogue : 20 €

Informations

Tél. : +32(0)2/740.10.30

Fax : +32(0)2/740.10.25

antica.namur@artexis.com

<http://www.antica.be>

Organisation

ARTEXIS EXHIBITIONS SA

Luc Darté

Exhibition Manager

+32(0)2/740.10.31 - luc.darte@artexis.com

135, rue Saint Lambert

1200 Bruxelles

Contact Presse Benelux et France

CARACAS public relations

Hélène van den Wildenberg

info@caracascom.com

ANTICA NAMUR 2011 SE MET AU PARFUM

Depuis la nuit des temps et de tout temps, le parfum nous accompagne en silence et sublime de son émotion sensuelle tous les instants de notre vie.

Le parfum dans l'Antiquité

Myrrhe et oliban, ambre et santal ... Dans l'Égypte ancienne, les grands prêtres honoraient les dieux en brûlant sur des autels sacrés ces poudres aromatiques et ces bois précieux. Les mortels ont vite compris les bienfaits cosmétiques et thérapeutiques des parfums et ont adopté les onguents et les huiles parfumées pour en faire un complément de leur toilette. En Grèce antique, hommes et femmes utilisaient abondamment les essences les plus précieuses (encens, cannelle, nard, safran, iris, marjolaine, sauge, roses, ...) pour la toilette, par plaisir, avant et après les repas. Pour les Romains, le parfum possédait des vertus médicinales et le marchand de parfum consultait régulièrement l'apothicaire et le médecin. L'une des grandes innovations des Romains fut l'emploi de récipients en verre, les substituant aux récipients de terre utilisés par les Grecs.

Le XIIe siècle et la renaissance des parfums

Après la chute de l'Empire romain, les invasions barbares et les guerres interminables ont plongé le parfum dans l'oubli et ce pendant plusieurs siècles. Il ne refit surface qu'au Moyen Age. Contrairement aux idées reçues, les belles de l'époque attachaient beaucoup d'importance à la toilette et à l'hygiène. Elles appréciaient les bains dans des eaux fleuries et aimaient à « se tartiner » d'huiles parfumées. Elles n'hésitaient pas à vaporiser leurs atours et leurs habitations avec des « aspersoirs » (inspirés de ceux utilisés lors des cérémonies religieuses) et collectionnaient de ravissants accessoires : coussins à la rose, chapelets odorants et cassolettes à fumigations. Le Moyen Age « invente » le pomander, un globe en métal qui laisse échapper, à travers ses décorations ajourées en forme d'arabesques, les effluves de musc, d'ambre, de résine et d'essences parfumées. Le pomander a traversé les siècles et ses spécimens les plus singuliers sont toujours convoités par les amateurs de beaux objets et de fragrances envoûtantes.

Le XIVE siècle et les eaux de senteur

Dans la seconde moitié du siècle naissent des parfums liquides à base d'alcool et d'huiles essentielles, appelés « eaux de senteur ». La première, l'« Eau de la reine de Hongrie », s'accompagne d'une belle légende qui mérite d'être racontée. En 1380, la reine Elisabeth de Hongrie a reçu cette eau à base de romarin d'un moine. La souveraine venait de fêter son 70^{ème} anniversaire et sa santé n'était guère brillante. Lorsqu'elle avala la décoction (les formules d'antan se buvaient), non seulement elle recouvra la santé, mais se sentit belle et fraîche comme une rose ! Séduit, le roi de Pologne l'a demanda en mariage. C'est dire ...

La folie des gants parfumés

Dès le début du XVIème siècle, la noblesse adore parfumer ses « objets de frivolités » préférés, comme bijoux, éventails, masques de velours et ... oiseaux rares dans les volières. Catherine de Médicis introduit à la cour de

France la mode des « peaux d'Espagne ». Ces petits morceaux de cuir, généralement blancs, imprégnés d'un mélange d'essences (benjoin, musc, civette), parfument armoires à linge, tiroirs et secrétaires. Au XVII^{ème} siècle, les gantiers-parfumeurs s'emparent de la tendance pour parfumer le cuir. Les techniques de tannage n'étant pas encore parfaitement au point, le cuir dégage en effet une odeur, disons ... pas très agréable, qui s'incruste dans la peau. L'idée de le parfumer avec des fragrances puissantes vient à point. Des effluves de résines se mêlent au jasmin, à la tubéreuse et à la rose pour imprégner gants, chaussures, ceintures, mais aussi mouchoirs, perruques, éventails et bijoux ...

Le Siècle des Lumières et les parfums

Tout le XVIII^{ème} siècle parle parfum. Les odeurs fortes (musc, civette) du siècle précédent cèdent la place à des senteurs douces, florales et fruitées, à base de rose, de marjolaine, de giroflée et de citronnelle. Elles ont aussi une valeur thérapeutique. On tente d'éloigner les miasmes et d'enrayer les infections en faisant brûler des pastilles odorantes dans les cassolettes. Dans le même but, les femmes ne quittent jamais leur sachet parfumé, enfoui dans les plis de la robe. Le parfum est omniprésent : dans toutes les pièces de la maison (brûle-parfum ou pot-pourri), comme parure du corps et même ... sur les cendres du Mercredi des cendres ! Multifonctions, le parfum sert à tout : à nettoyer à désinfecter, à orner, à séduire et à souligner son rang social. Les dames bien nées font composer leur propre parfum et l'enferment dans un charmant écrin. Les plus chanceuses s'offrent des flacons en cristal de Baccarat (la manufacture ouvre ses portes en 1765) ou en cristal de Saint-Louis. D'autres accessoires sont en vogue dont les fameux nécessaires, petits coffrets réunissant des flacons d'essences parfumées, des brosses à dents et des bâtonnets pour nettoyer les oreilles. Enfin, le XVIII^{ème} siècle c'est le siècle qui voit la naissance de la plus célèbre composition de l'histoire de la parfumerie : « L'eau de Cologne » de Jean-Marie Farina.

L'art de vivre au XIX^e siècle

Le parfum entre, certes, dans l'ère industrielle mais se définit comme une industrie de luxe. Les grandes maisons se taillent rapidement une notoriété mondiale : Lubin, dès 1798, Guerlain à partir de 1828, Pinaud vers 1820 et Houbigant en 1882. L'émergence de la chimie organique permet aux chercheurs de créer de nouvelles molécules et de les intégrer dans les accords olfactifs inédits. Cette grande innovation a pour conséquence l'apparition d'une nouvelle profession, celle de compositeur-parfumeur. Il trouvera ses lettres de noblesse au XX^{ème} siècle et ouvrira au parfum les voies de la démarche artistique. L'autre invention de taille, en 1870, est le vaporisateur. On la doit à Brillat-Savarin, l'écrivain-gastronome.

Le XX^e : siècle de la parfumerie moderne

François Coty est le créateur de la parfumerie moderne. Il est le premier à associer systématiquement des senteurs naturelles à des molécules de synthèse. Il est aussi le premier à personnaliser et à « cibler » le parfum. « Chaque femme doit étudier sa propre personnalité et alors choisir le parfum qui lui convient. Il lui incombe de chercher le moyen d'exprimer sa personnalité morale, son émotivité, ses aspirations profondes aussi bien

que son apparence extérieure. Les parfums Coty doivent constituer une émanation de l'âme de la femme », écrit le parfumeur en 1924.

Dès 1900, la perception du parfum change. La fragrance reste certes toujours importante mais on accorde autant d'importance au flacon, à l'emballage et à la publicité. Lors de l'Exposition universelle à Paris en 1900, les parfumeurs-exposants sollicitent la collaboration des plus grosses peintures de l'Art nouveau : Hector Guimard dessine les flacons du parfumeur Maillot, le graphiste Alfons Mucha se distingue chez Houbigant. Et c'est encore François Coty qui réussit à convaincre le célèbre joaillier René Lalique de se lancer à fond dans la création de flacons de parfum. Cette collaboration révolutionna l'industrie du parfum dans la mesure où elle mettait sur un pied d'égalité le contenant et le contenu.

Le parfum et la mode

Au début du XX^{ème} siècle, la parfumerie connaît un autre bouleversement avec l'apparition des grands couturiers. En 1911, Paul Poiret est le premier à lancer des parfums (« Les Parfums de Rosine », en hommage à sa fille aînée) qui complètent son style vestimentaire. Son idée, excellente, s'essouffle malheureusement par l'absence de « marketing », comme on dirait aujourd'hui. Coco Chanel, en revanche, est non seulement une créatrice de génie, mais aussi une femme d'affaires hors du commun. Son légendaire « N° 5 », lancé en 1921, continue à caracoler au hit-parade mondial. Derrière Poiret et Chanel, tous les grands couturiers sortent leurs « jus » maison : Worth, Lanvin, Patou, Schiaparelli (dont les flacons, à l'instar du personnage, se distinguent par une grande originalité), Pierre Balmain, Jacques Fath, Christian Dior, Nina Ricci et Hubert de Givenchy.