

***Il com(pro)messo fiorentino, ou la bottega* comme espace de négociations**

Les ateliers privés de marqueterie de pierres à Florence de 1825 aux années 1930

Lola Cindrić

Émulations - Revue de sciences sociales, 2023, n° 43-44, « Aux champs, à l'atelier et à la mine. Expériences du travail hors de l'usine, entre mondes ruraux et urbains (XIXe-XXIe siècles) ».

Article disponible à l'adresse suivante

<https://ojs.uclouvain.be/index.php/emulations/article/view/cindric>

Pour citer cet article

Lola Cindrić, « *Il com(pro)messo fiorentino, ou la bottega* comme espace de négociations. Les ateliers privés de marqueterie de pierres à Florence de 1825 aux années 1930 », *Émulations*, n° 43-44, Mise en ligne le 18 octobre 2023.
DOI : 10.14428/emulations.043-44.07

Distribution électronique : Université catholique de Louvain (Belgique) : ojs.uclouvain.be

© Cet article est mis à disposition selon les termes de la Licence *Creative Commons Attribution, Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 International*. <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>

Éditeur : Émulations – Revue de sciences sociales / Presses universitaires de Louvain
<https://ojs.uclouvain.be/index.php/emulations>

ISSN électronique : 1784-5734

Il com(pro)messo fiorentino, ou la bottega comme espace de négociations

Les ateliers privés de marqueterie de pierres à Florence
de 1825 aux années 1930

Lola Cindrić¹

[Résumé] Jusqu'en 1806, la production en marqueterie de pierres à Florence – la capitale historique de cet artisanat pour l'Europe – était le monopole de la manufacture grand-ducale fondée en 1588 par Ferdinand I^{er} de Médicis. Mais à la levée de cette restriction, un réseau d'ateliers indépendants initié par d'anciens employés de la manufacture se développa tout au long du siècle et perdure encore aujourd'hui. Dépourvus de mécènes et contraints par la nécessité de s'auto-financer, ces ateliers privés (appelés *botteghe*) ont dû adapter la pratique de leur artisanat et les manières de le promouvoir pour le rendre rentable. Les artisans recourent alors à des négociations entre ce qui faisait jusqu'ici les canons de leur art et les exigences du marché dans lequel ils doivent s'insérer. Cet article propose d'analyser ces choix d'ordre technique, commercial et rhétorique qui ont conditionné la production en marqueterie de pierres à Florence tout au long du XIX^e siècle.

Mots-clés : atelier, artisanat, marqueterie, pierres, négociation.

Il com(pro)messo fiorentino, or the bottega as a space of negotiations. The private workshops of Florentine mosaic in Florence 1825-1930s

[Abstract] Until 1806, the production of Florentine or « *pietra dura* » mosaic in Florence – the historical capital of this craft in Europe – was the monopoly of the Grand-Ducal manufacture founded in 1588 by Ferdinando the 1st of Medici. But when this restriction was lifted, some former employees of the manufacture launched a network of independent workshops, that would thrive all along the century and still survives today. Deprived of patrons and compelled to be self-sufficient, those private workshops (called *botteghe*) had to adapt the practice of their craft and the ways to promote it in order to make it cost-effective. The artisans thus resorted to negotiations between what made till then the canons of their art and the requirements of the market they were entering. This paper will address these technical, commercial, and rhetorical choices that informed the production of Florentine mosaic in Florence throughout the 19th century.

Keywords: workshop, craftsmanship, Florentine mosaic, stones, negotiation.

Introduction

Au milieu du XVI^e siècle, la production de marqueteries de marbres à Rome, faisant suite à la découverte de pavements antiques en *opus sectile* (Giusti, 2003 ; Jestaz, 2012), favorise l'intérêt de la famille des Médicis pour le travail des pierres. À Florence, Ferdinand I^{er} de Médicis fonde en 1588 un atelier consacré aux pierres dures dans la

¹ École des Hautes Études en Sciences Sociales (EHESS), Centre d'Études Sud-Asiatiques et Himalayennes (CESAH), France.

manufacture grand-ducale, alors appelée la *Galleria dei Lavori* (Giusti, 2015 : 16). La technique du *commesso di pietra dure* (en français, « marqueterie de pierres dures ») y est mise au point : un assemblage de sections de pierres plus ou moins dures, accolées et insérées dans les logements d'une plaque monolithe servant de fond. Entre les mains d'artisans compétents, la vaste gamme chromatique des pierres offre cette possibilité de créer des panneaux visuellement comparables à des peintures, mais ayant le mérite d'être plus durables dans le temps. Voyant ainsi un moyen de rayonner à l'éternel, les Médicis investissent des moyens considérables dans l'élaboration et le perfectionnement de cette technique. Ils mandatent des agents sur leur territoire en Toscane, mais aussi en Corse, en Sicile, en Bohême et même jusqu'en Inde à la recherche de matériaux pour leur manufacture (Di Mucci, 2009). Le procédé de fabrication sera affiné au fil des siècles au point d'obtenir des résultats visuels proches du trompe-l'œil, notamment à partir de la première moitié du XIX^e siècle. Excessivement chronophage, en particulier avec les pierres dures privilégiées par la manufacture, il aboutit à des objets très coûteux.

Si cet artisanat a circulé dans des cours voisines par l'entremise des Médicis² avant d'être pratiqué dans d'autres foyers en Europe au cours du XIX^e siècle³, il est néanmoins demeuré une spécificité florentine. Les dirigeants du grand-duché toscan ont délibérément maintenu un monopole sur la technique de la marqueterie de pierres confinée à la manufacture, conservant la mainmise sur ce savoir-faire local devenu source de prestige. Mais, suite à la levée de ce monopole en 1806 (Paolini, 2011 : 40), d'anciens employés de la *Galleria dei Lavori* – devenue entretemps l'*Opificio delle Pietre Dure* – entreprennent leur activité de manière indépendante. Le premier à s'établir en 1825 ouvre la voie à un nouveau réseau d'ateliers privés qui fleurira tout au long du XIX^e siècle et dont les ateliers en activité aujourd'hui sont les successeurs. Appelés en italien *botteghe*, ces ateliers sont contraints de s'auto-financer et de trouver leur place dans un nouveau marché auquel ils s'adapteront au moyen de différentes stratégies spatiales, commerciales, rhétoriques, iconographiques et techniques. Ces choix témoignent du passage d'un art de cour, servant le dessein politique et commercial d'une élite au pouvoir, à la production de marchandises pour une clientèle diversifiée dans le cadre d'une économie de libre marché.

Cet article propose de montrer en quoi ces stratégies correspondent à autant de négociations entre les canons technico-esthétiques d'un artisanat exigeant et l'impératif lucratif d'une activité professionnelle libérale. Elles traduisent la recherche du « compromis entre l'exigence de la qualité et celle de la productivité » analysée par l'historienne Liliane Hilaire-Pérez (2013 : 12). S'inscrivant dans le volet de ce numéro dédié aux ateliers, cette contribution examinera les évolutions qui marquent un tour-

²À Naples (*Manifattura di San Carlo alle Mortelle*), à Madrid (*Real Laboratorio del Buen Retiro*), à Paris (Manufacture des Gobelins) et à Prague (l'atelier de la famille Castrucci à la cour de Rodolphe II).

³Principalement dans le Derbyshire au nord de l'Angleterre, à la manufacture de Peterhof près de Saint-Petersbourg et, pour la marqueterie de marbres, à Malte. Le cas de la production indienne, centrée à Agra depuis l'époque moghole, ne sera pas abordé ici.

nant radical dans la pratique de cet artisanat urbain et de niche. En outre, elle entend apporter quelques compléments aux rares études italianophones dédiées au secteur privé de la marqueterie de pierres à Florence, en croisant trois axes méthodologiques :

- une étude documentaire menée principalement à partir de guides touristiques, de rapports d'expositions (inter)nationales, d'annales statistiques et des productions publicitaires des ateliers ;
- le recueil d'informations issues de l'histoire orale, mené lors de mon travail d'ethnographie ;
- l'examen matériel, technologique et iconographique des marqueteries produites au XIX^e siècle à partir de collections publiques et privées conservées à Florence et à l'étranger.

Les trois sections de cet article suivent une échelle d'analyse décroissante, qui part de la ville, se resserre sur l'atelier, pour se concentrer *in fine* sur l'établi. Après avoir montré comment les choix topographiques des ateliers se définissent en relation avec les nouvelles cibles commerciales générées par l'accroissement du tourisme à Florence, il s'agira d'étudier les moyens publicitaires mobilisés par les ateliers et les discours produits pour promouvoir leur activité. Enfin, des considérations techniques viendront éclairer les négociations pratiques adoptées par les artisans dans leur travail au quotidien.

1. L'atelier dans la ville : cibles commerciales et stratégies spatiales

La nécessité de s'auto-suffire s'impose comme la condition première d'existence de ces ateliers privés dont le soutien d'un mécène institutionnel ne devient qu'exceptionnel. Pour faire face à cet impératif, les ateliers portent leur attention sur les flux de visiteurs qui s'intensifient dans la capitale toscane. En effet, le début du XIX^e siècle est marqué par une reconfiguration des mobilités, qui voit la transition du séjour érudit du Grand Tour vers le voyage de plaisance prisé par la bourgeoisie naissante – en somme, le passage progressif vers le tourisme (Berrino, 2011 : 13-28). Dès lors, le secteur de l'édition répond à la demande d'informations par la publication de guides, index, annuaires à destination des voyageurs (Berrino, 2011 : 15) dans lesquels sont répertoriés, entre autres, les ateliers artisanaux. Mais aussi, dans les années 1860-70, les transports qui se développent dans toute l'Europe, notamment sous la forme de voies ferroviaires, facilitent les déplacements entre les pays et livrent un cadre propice à la profession d'agent de liaison ou de livraison. La multiplication des hôtels, elle aussi, participe autant qu'elle répond à ces nouvelles modalités de séjour. Dans ce contexte, une certaine image de Florence comme « ville d'art et d'histoire » est progressivement construite (Pellegrino, 2012). Celle que l'on surnomme l'« Athènes de l'Italie » devient un pôle d'attrait d'autant plus important qu'elle est désignée capitale de l'Italie unifiée de 1865 à 1871. Les politiques de patrimonialisation mises en place au XIX^e siècle participent d'un

processus de sélection d'éléments locaux et de leur construction comme spécificités attrayantes (Melotti, 2018). Au gré de ces lieux d'attraction, des parcours touristiques se dessinent dans la ville, créant des axes qui dirigent les flux de visiteurs. Les touristes étrangers deviennent alors la cible commerciale privilégiée des *botteghe*, en particulier les Anglais qui établiront une communauté durable dans la ville (Webb, Webb, 2019).

Le secteur privé des *botteghe* connaît un développement rapide, jusqu'à compter en 1872 environ 300 artisans pour 14 à 15 ateliers selon le marqueteur Giuseppe Montelatici⁴. Certains travaillent à domicile pour revendre leurs productions aux artisans plus prospères qui disposent de leur propre atelier et, parfois, d'une équipe d'ouvriers plus ou moins importante. Jusqu'alors circonscrits aux ateliers de la manufacture grand-ducale, les artisans indépendants doivent trouver une nouvelle visibilité qui commence par le choix stratégique de leur établissement dans l'espace urbain. S'alignant sur les axes touristiques, ils choisissent de se concentrer dans le centre historique de la ville, c'est-à-dire à l'intérieur des anciens remparts et à proximité des sites patrimoniaux. C'est le cas par exemple de l'atelier pionnier du réseau des *botteghe*, créé en 1825 (Colle, 2011 : 51). Son fondateur Gaetano Bianchini (1807-1866) élit domicile *Via del Canto dei Nelli*, la rue qui longe la célèbre Chapelle des Princes abritant les tombeaux de la famille des Médicis, derrière la basilique *San Lorenzo*. L'encart publicitaire qui lui est consacré dans un guide édité par la firme John Murray en 1854 indique d'ailleurs sous son adresse « *Opposite the Royal Chapel of the Medici* »⁵. Si cette mention permet aux visiteurs de situer géographiquement l'atelier, elle établit aussi un lien entre la production contemporaine en marqueterie de pierres et un monument incontournable du patrimoine local⁶. Dans les années 1870-1880, la plupart des ateliers se concentrent vers le *Ponte Vecchio* et dans un triangle entre les places *Santa Maria Novella*, *Ognissanti* et *Carlo Goldoni* (Bertelli, Galora, 2006 : 324). Les index et guides touristiques qui paraissent dès les années 1840 s'imposent comme une source importante pour retracer les activités de ces ateliers, leur positionnement et leur mobilité. Grâce à eux, il est possible de recenser qu'entre les décennies 1860 et 1890 au moins onze ateliers élisent domicile sur les *Lungarni*, ces quais longeant le fleuve Arno qui deviennent des voies de promenade au milieu du siècle (Turcheschi, 2015). Enfin, certains ateliers se dotent de devantures et surtout de vitrines, dont seules quelques-unes sont documentées⁷.

Entre autres informations, les supports publicitaires indiquent parfois que l'atelier est accessible au public. C'est le cas par exemple de l'étiquette plurilingue de l'atelier

⁴Déposition orale du marqueteur Giuseppe Montelatici in *Atti del Comitato dell'Inchiesta Industriale*, 'Categoria 16. Paragrafo 2. Lavori in in pietre dure', Adunanza del 6 Aprile 1872 a Firenze, Archives de la Chambre de Commerce de Florence.

⁵*A Handbook for Travellers in Northern Italy. Part II: Florence, Pisa, Lucca, and Tuscany as far as the Val d'Arno*, John Murray Eds, Londres, 1855, p. 7 du *Handbook Advertiser*.

⁶Du reste, cette chapelle n'est autre qu'une synthèse monumentale des techniques florentines liées aux pierres, où l'on trouve des sculptures, des pavements et revêtements, de la *tarsia* (une autre technique de marqueterie), du *commesso*, du *commesso a rilievo* (marqueterie de pierres en bas-relief) et de la glyptique.

⁷Voir l'enseigne des Frères Bencini (Massinelli, 2014 : 166), la façade en style *liberty* des Frères Montelatici, plus tardive (Bertelli, Galora, 2006 : 322).

de la famille Ugolini trouvée au dos d'un cabinet, qui mentionne en français « On peut visiter l'atelier » (Giusti, 2011 : 200). Celle-ci signale aussi que l'anglais, le français et l'allemand sont maîtrisés, témoignant d'un effort pour l'apprentissage de langues étrangères facilitant les transactions avec la clientèle internationale. Une des principales nouveautés de ce siècle tient en effet à l'ouverture de l'atelier aux visiteurs : l'espace de production devient aussi un lieu de vente. L'accueil d'un public induit soit la diversification des tâches du marqueteur, soit l'intégration à l'équipe de personnes en charge de la présentation et de la vente des objets produits. Cette ouverture de l'espace de travail permet de rendre la fabrication de ces marqueteries plus intelligible, justifiant par la même occasion leurs coûts élevés auprès des acheteurs potentiels. Dans le même temps, la manufacture de l'*Opificio delle Pietre Dure*, ouverte aux visiteurs dès les années 1820, est convertie en musée en 1882 (Rossi, 2018 : 9).

Dès les années 1840, certains ateliers ont par ailleurs recours aux services de « *shipping agents* », des agents de livraison jouant le rôle d'intermédiaires avec la clientèle principalement anglaise. Ce sont encore les guides touristiques en anglais qui permettent de retracer ces liens professionnels au moins jusqu'aux années 1870. Ainsi G. Bianchini, mais aussi l'atelier des Frères Buoninsegni et plus tard celui des Frères Montelatici, sont représentés à Londres par les agents J. & R. McCracken⁸. Ces derniers offraient à la clientèle anglaise leurs services de livraison, probablement via un système de commissions qui reste à documenter. Un des résultats de ces rapports commerciaux peut se lire à travers la commande en 1850 de panneaux en marqueterie auprès de l'atelier Buoninsegni pour une demeure du sud-ouest de l'Angleterre⁹. Enfin, les guides touristiques, en connivence avec les hôtels où séjournent les visiteurs, s'imposent comme un autre type d'intermédiaires. Selon le marqueteur Ferdinando Bosi, les commissions prohibitives qu'ils exigent seront en partie responsables du déclin que connaissent les *botteghe* au tournant du siècle¹⁰.

On observe donc un effort important pour offrir aux *botteghe* un visage dans le paysage de la ville. À cette démarche de valorisation de l'espace physique de l'atelier se combine un travail de visibilisation par différents moyens visuels et rhétoriques, détaillés dans la section suivante.

⁸ Voir les encarts dans le *Handbook Advertiser* des différents guides d'Italie publiés par la firme John Murray de 1848 à 1874.

⁹ Ces panneaux ont été intégrés à un cabinet à Kingston Lacey Estate : <https://www.nationaltrustcollections.org.uk/object/1255001>, consulté le 25/07/2022.

¹⁰ Selon lui, les guides pouvaient demander jusqu'à 20 % de commission. Il rapporte que « la plupart des travailleurs abandonnèrent cet art désormais guère rémunérateur et s'adonnèrent à d'autres activités ; leur nombre se réduisit considérablement, si bien qu'aujourd'hui ils se comptent sur les doigts d'une main ». Voir les remarques complémentaires à la fiche dédiée à l'entreprise 'Bosi H.', en réponse à l'enquête statistique lancée par la Chambre de Commerce de Florence en 1904 (Minuta n°2968 nel Registro d'Uscita, 27 maggio 1904), in *Statistiche minerarie, meccaniche, chimiche (1902)*, *Statistica industriale n°8, Parte II - Industrie minerarie, meccaniche e chimiche*, Archives de la Chambre de Commerce de Florence.

2. Se donner une visibilité : promotion rhétorique et visuelle

Au cours du XIX^e siècle, les ateliers privés désignent leur technique par la dénomination « *mosaico fiorentino* » ou « *di Firenze* », traduite en anglais par « *Florentine mosaic* » ou « *pietra dura* » (au pluriel « *pietre dure* »)¹¹. Ce terme distingue leur production de celle de l'*Opificio*, qui lui préférerait le terme de *commesso di pietra dura* insistant sur l'usage de pierres dures. Mais il souligne aussi la spécificité florentine de cet artisanat, son ancrage historique et son lien inextricable avec la ville. Il se retrouve notamment sur les différents supports publicitaires auxquels les *botteghe* ont recours pour gagner en visibilité. Plurilinguisme et iconographie s'imposent afin de se visibiliser non seulement auprès des visiteurs en séjour sur place, mais aussi pour atteindre un public à distance via divers outils promotionnels. Cartes de visite, étiquettes, lettres à en-têtes, encarts publicitaires et, plus tard, cartes postales et photographies sont mobilisés à partir des années 1840-50 et requièrent un investissement financier dont la manufacture pouvait se dispenser. Sur ces supports se côtoient sous formes écrite et visuelle des informations à destination des visiteurs, qui construisent par ailleurs la légitimité de l'atelier et son lien avec la ville : le nom et parfois la référence à une filiation de marqueteurs, la nature de l'activité, l'adresse, la date d'établissement, mais aussi les médailles obtenues aux expositions (inter)nationales et des symboles comme le lys, emblème de Florence¹². Enfin, certains ateliers manifestent leur disposition à exécuter des commissions, témoignant d'une certaine flexibilité auprès des commanditaires potentiels. À la valorisation du nom de famille promu comme une marque correspond parfois l'apparition de signatures sur les objets. Sous la forme d'une étiquette ou d'un nom gravé au revers ou au-devant de la marqueterie, elles marquent l'individuation d'artisans auparavant noyés dans un collectif anonyme.

Au tournant du siècle, pour la première fois, les artisans sont aussi photographiés au travail. Leur mise en scène met en valeur certaines phases de la chaîne opératoire et des outils « traditionnels » comme l'archet servant à la découpe des pièces – outil propre aux marqueteurs uniquement et emblématique de leur travail¹³. Les ateliers font appel aux services des studios photographiques qui fleurissent à Florence à partir des années 1850, notamment le studio Barsotti ouvert en 1893 que, d'après l'histoire orale, les marqueteurs semblent avoir privilégié pendant plusieurs décennies¹⁴. Une photographie non datée de l'atelier d'Alberto Menegatti¹⁵ (illustration 1) donne à voir une

¹¹ En français, « mosaïque florentine », aujourd'hui plutôt désignée comme marqueterie de pierres.

¹² Voir la carte de visite de l'atelier de Giovanni Montelatichi datée de 1896 (Massinelli, 2014 : 122) ou celle de l'atelier Ugolini (Giusti, 2011 : 200) datée de c. 1900.

¹³ Voir la série de photographies réalisées par Mario Nuñez Vais au début du XX^e siècle, montrant des ouvriers au travail à l'atelier Bencini : <http://www.fotografia.iccd.beniculturali.it/inventari/scheda/F036593>, consulté le 25/07/2022.

¹⁴ Entretien avec un marqueteur florentin, avril 2019.

¹⁵ Menegatti (1855-1935, d'après sa tombe au cimetière de Trespiano). Il est envisageable que, comme beaucoup, il ait été formé au métier dès l'adolescence, laissant penser que son atelier a pu être actif à partir des années 1880-90. Se limitant au commerce, l'activité s'est poursuivie après lui au *Via della Vigna Nuova 78R* jusqu'en 2011, selon Piero Boni, le voisin de son dernier descendant

synthèse des principales phases du travail : débitage des blocs en tranches, découpe des pièces à l'archet, limage, polissage. Cette promotion visuelle expose non plus seulement les objets finis, comme le plateau de table soigneusement disposé au premier plan, mais aussi l'artisanat en train de se faire.



ILLUSTRATION 1 : PHOTOGRAPHIE DE L'ATELIER D'ALBERTO MENEGATTI, ANONYME, C. 1870-1880 (?), FLORENCE, COLLECTION PERSONNELLE. REPRODUITE DANS SALVINI MARIO, *LE INDUSTRIE ARTISTICHE NELLA PROVINCIA DI FIRENZE*, CAMERA DI COMMERCIO E INDUSTRIA DELLA PROVINCIA DI FIRENZE, ANNO VI, FIRENZE, 1927

La visibilisation de ce métier ne se fait évidemment pas sans discours sur son histoire et sa pratique. La publicité des Frères Bencini montre par exemple la confusion qui s'installe autour des matériaux au sujet des pierres dures et tendres (Cindrić, 2019), en qualifiant son atelier de « *Premiato ed Unico Opificio d'arte Musaica di pietre dure di Firenze* »¹⁶ malgré son usage préférentiel de pierres tendres. Les encarts publicitaires dédiés à l'atelier Bianchini dans les guides touristiques anglophones évoqués plus haut désignent de manière évasive les matériaux employés comme de « *Rare and Precious Stones* ». Mais encore, un certain récit sur l'histoire de la technique et une description synthétique des procédés de fabrication sont livrés aux visiteurs. La chaîne opératoire

(entretien au printemps 2019).

¹⁶ En français, « Atelier Primé et Unique de Mosaïque de Florence en pierres dures ». Voir Massinelli (2014 : 166).

est verbalisée pour les lecteurs des revues d'art ou de sciences¹⁷, des récits de voyage¹⁸, des rapports d'exposition ou même des fictions¹⁹ à travers le monde.

Enfin, l'ouverture au public des ateliers à Florence coïncide avec leur participation aux expositions nationales et/ou internationales, où les artisans présentent un échantillon de leurs produits, notamment à Florence (1847, 1850, 1861), Paris (1855, 1867, 1878, 1900), Londres (1851, 1862, 1870, 1888), Vienne (1873) ou encore New-York (1853), Philadelphie (1876) et Melbourne (1880)²⁰. Les rapports des expositions laissent entrevoir la compétition en vigueur entre les différents ateliers florentins, mais aussi la concurrence qui s'installe entre Florence et des centres de production périphériques : celui du Derbyshire en Angleterre (Tomlinson, 1996) et surtout la manufacture de Peterhof en Russie (Paolini, 2011 : 44-45). Au cours de ces expositions, les objets sont jugés, commentés et critiqués par les jurys, dont les rapports livrent de précieuses informations quant aux débats sur l'évolution de cet artisanat et la question de la qualité des productions. L'(in)adéquation de cette technique au temps de l'industrie est questionnée, dressant un camp de défenseurs résolu contre celui de virulents détracteurs²¹.

Avec le succès rencontré au cours de certaines de ces expositions, les ateliers les plus prospères ouvrent même des dépôts-ventes ou des succursales, à Londres et Turin pour l'atelier d'Enrico Bosi et à Baden-Baden pour Giovanni Montelatici (Bertelli, Galora, 2006 : 322). Les médailles obtenues deviennent un gage de qualité et une source de légitimation, utilisées ensuite dans les supports publicitaires. Mais, la participation aux expositions induit en contrepartie le transport d'objets lourds et fragiles, impliquant des coûts et un temps que les *botteghe* doivent inclure à leur activité²². À cette course contre le temps, les artisans répondront par des décisions à plusieurs niveaux de leur production.

¹⁷ « Florentine Pietra Dura or Mosaic Work », *Scientific American*, vol. 61, n° 25, 21 décembre 1889, p. 388.

¹⁸ Benjamin Silliman, *A visit to Europe in 1851*, vol. II, G. P. Putnam & Cie, New-York, 1854, p. 83.

¹⁹ Marina, « Il Mosaicista », *Il Borghini*, vol. II, Florence, 1864, p. 257-268.

²⁰ Voir par exemple la photographie du stand de l'atelier Ugolini à l'Exposition de Paris de 1900 (Bertelli, Galora, 2006 : 321) ou celle plus tardive de l'atelier Bencini à la *World's Fair Century of Progress* de Chicago en 1933 (Massinelli, 2014 : 168).

²¹ Dans les années 1880, Camillo Boito décrit la marqueterie comme « le moins artistique et le plus antipathique des Arts Industriels » (Canali 2011 : 45), tandis que depuis les années 1860 Carlo Demetrio Finocchietti s'employait à la défendre comme une « gloire exclusivement florentine, [destinée] à devenir une des plus riches gemmes de la couronne industrielle italienne » : C. D. Finocchietti, *Industria relative alle abitazioni umane con notizie monografiche sulla scultura e tarsia in legno. Classe XIV e XV*, Florence, 1869, p. 339.

²² Voir les assurances d'expédition pour les marqueteries envoyées à l'Exposition industrielle de Milan en 1881 : *Esposizione industriale italiana di Milano (1881). XXII - Lavori in ebanisteria, mosaici ed oreficeria. Polizza di spedizione. Classi 42-43. Gruppo III. N° di matricola 967. N° ordine 349*, Archives de la Chambre de Commerce de Florence. Par exemple, la fiche de l'atelier Boncinelli fait état de plus de 1200 kilos pour une vingtaine d'objets d'une valeur totale de 33 600 liras italiennes.

3. Au cœur de l'atelier : négociations pratiques à l'établi

Des nouveautés pratiques à l'établi traduisent des négociations entre les canons qui conditionnaient jusqu'ici la production des marqueteries de pierres et les exigences du marché dans lequel les ateliers doivent s'insérer. En complément de la marqueterie, certaines *botteghe* diversifient leur activité en offrant à la vente d'autres types de produits, comme la mosaïque byzantine, les camées, la sculpture²³. Lorsqu'ils se consacrent à la marqueterie, les artisans opèrent des choix innovants aux différentes étapes de la chaîne opératoire : la typologie des objets produits ; les dessins choisis comme modèles et, donc, la définition de la composition ; la sélection des matériaux ; la réalisation de l'assemblage et la qualité d'exécution.

Au préalable, la marqueterie nécessite la collecte de blocs de pierre et leur débitage en tranches de 2 à 4 millimètres d'épaisseur. Ce fonds de tranches est au marqueteur ce que sont les pigments au peintre : la réserve de matériaux dans lequel il puise ses couleurs et ses nuances. D'une peinture ou, plus tard, d'une photographie prise pour modèle est élaboré un dessin définissant les sections de pierres qui composeront le panneau final. Ce dessin, reproduit sur papier calque, détermine la future structure de la marqueterie et permet de créer un modèle de papier qui servira à trouver la nuance nécessaire sur une tranche de pierre soigneusement choisie. Une fois collé sur la zone déterminée, ce modèle fait office de gabarit pour découper la pièce grâce à un archet en bois muni d'un fil de fer, qui consomme la pierre à l'aide d'une poudre abrasive en suspension dans l'eau. La pièce découpée est ensuite limée pour être ajustée à celle qui lui sera juxtaposée puis assemblée au revers à l'aide d'une colle naturelle. La composition est ainsi montée pièce par pièce et peut éventuellement être insérée dans un fond monochrome. L'assemblage est scellé de manière définitive par une plaque d'ardoise fixée au dos. Le panneau est alors prêt pour être équarri et sa surface polie. Le polissage, soit l'application de plusieurs poudres abrasives de granulométrie décroissante, aura pour effet de porter les couleurs des pierres à saturation de manière durable et d'apporter une brillance à la surface.

Un dessin de qualité, le choix judicieux des nuances sur les pierres – tâche qui était, à la manufacture, réservée au peintre attitré –, la découpe des pièces et leur ajustement précis, ainsi qu'un polissage sans rayure étaient les principales caractéristiques qui définissaient les canons esthétiques et techniques de cet artisanat. Mais pour s'adapter au contexte qui conditionne leur activité, les artisans des *botteghe* procèdent à des négociations entre ces critères idéaux et la nécessité de réduire les coûts de production. En premier lieu, pour répondre à la demande d'une clientèle mobile et moins fortunée que les dynasties antérieures, les ateliers commencent à produire des objets de plus petites dimensions, plus abordables et facilement transportables. Ainsi, des coffrets, des horloges, des encriers, des porte-plumes²⁴, des chandeliers, des presse-papiers, des cadres

²³ Voir les supports publicitaires des ateliers Boncinelli, Montelatici et Bazzanti (Bertelli, Galora, 2006 : 321-323).

²⁴ Voir par exemple celui de l'atelier d'Enrico Bosi, daté c. 1879, conservé au Palais Pitti à Florence :

pour photographie²⁵ ou encore des bijoux²⁶ viennent désormais compléter l'imposant mobilier produit autrefois, tels les cabinets et les plateaux de table. La diversification de cette typologie répond à celle de la clientèle. Ils sont le plus souvent vendus sur des montures en or ou en bronze importées de France²⁷.

L'élément fondamental qui distingue la production des *botteghe* de celle de son principal rival, l'*Opificio*, tient à l'usage de matériaux principalement tendres, pour la majorité des pierres calcaires. Les marbres, brèches, albâtres ou encore la famille des *alberesi*²⁸ ont été privilégiés en ce qu'ils permettaient d'accélérer très nettement le travail. Achetés en Italie ou bien collectés sur place, les blocs des pierres tendres sont plus faciles à débiter en tranches, les pièces plus rapides à découper et plus aisément limées. Ainsi des économies considérables sont réalisées par rapport à un travail des pierres dures et/ou venues de l'étranger.

Cependant, le recours à ces pierres tendres implique des conséquences chromatiques auxquelles les artisans remédient par une certaine définition des pièces et quelques artifices. Si les calques utilisés comme modèles nous sont rarement parvenus, l'observation des joints entre les pièces sur les objets révèle une recherche pour faciliter le travail : le dessin est simplifié pour réduire le nombre de pièces à découper et à insérer dans le fond monochrome, mais aussi pour s'épargner des imbrications complexes. Les teintes moins vives, le manque de profondeur ou encore les contrastes souvent trop abrupts des pierres tendres aux dégradés moins délicats obligent les artisans à adapter leur traitement des couleurs et des nuances. Pour ce faire, les sections d'une composition sont parfois définies en un plus grand nombre de pièces jusqu'à atteindre une « atomisation » des compositions. Autrement dit, à la recherche de la juste nuance sur la bonne tranche de pierre se soustraient plusieurs pièces venant pallier les insuffisances chromatiques des pierres tendres. Le panneau *The Flirtation*²⁹ réalisé par l'atelier d'Antonio Sandrini à la fin du siècle représente le paroxysme de cette méthode, tout autant qu'il exprime les nouvelles compétences développées par les marqueteurs et les résultats exceptionnels que leur maîtrise a permis d'apporter même avec des matériaux tendres. L'observation du panneau montre par exemple plus d'une quarantaine de sections employées pour composer chaque main de la jeune femme (illustration 2). Ce choix technique, réservé aux marqueteries de haute qualité et qui se situe à l'opposé

<https://catalogo.beniculturali.it/detail/HistoricOrArtisticProperty/0900162827>, consulté le 16/09/2022.

²⁵ Pour exemple, voir ce cadre conservé au *Nordiska Museet* à Stockholm, acheté à Florence en 1880 : <https://digitaltmuseum.se/011023641940/fotografiram>, consulté le 02/02/2022.

²⁶ Voir par exemple ce médaillon daté des années 1850-1870, conservé au *British Museum* : https://www.britishmuseum.org/collection/object/H_1978-1002-585, consulté le 14/04/2022.

²⁷ Déposition orale du marqueteur Giuseppe Montelatici dans « Adunanza del 6 Aprile 1872 a Firenze », *Atti del Comitato d'Inchiesta Industriale*, categoria 6, § 2. Lavori in pietra dura, filza n°68/2, 1871-1872, Archives de la Chambre de Commerce de Florence, p. 4.

²⁸ Des pierres locales collectées sur les rives du fleuve Arno, à Florence et ses alentours.

²⁹ Le panneau est conservé dans la *Gilbert Collection* et exposé au *V&A Museum* à Londres : <https://collections.vam.ac.uk/item/O157789/flirtation-firescreen-with-pietre-sandrini-antonio/flirtation-firescreen-sandrini-antonio/>, consulté le 25/07/2022.

de la simplification du dessin évoquée plus haut, témoigne de la diversification qualitative de la gamme de produits proposée. À partir des années 1910-1920, il sera repris par Mario Montelatici (Massinelli, 2014 : 152-165), qui utilisera les teintes des pierres davantage que leurs nuances, se rapprochant du principe de la mosaïque à tesselles et d'une méthode impressionniste.



ILLUSTRATION 2 : *THE FLIRTATION* (DÉTAIL), MARQUETERIE DE PIERRES D'APRÈS LE TABLEAU ÉPONYME DE FRANCESCO VINEA, ATELIER D'ANTONIO SANDRINI, DERNIER QUART DU XIX^e SIÈCLE, FLORENCE, THE ROSALINDE & ARTHUR GILBERT COLLECTION ON LOAN TO THE VICTORIA & ALBERT MUSEUM, LONDRES, NO. LOAN:GILBERT.1065-2008 © LOLA CINDRIĆ

Pour parer à l'absence de certaines couleurs ou effets dans les pierres tendres, les ateliers se tournent vers des matériaux non-lithiques, comme les coquillages, et parfois synthétiques, telle la pâte de verre³⁰. Ces dernières étaient utilisées surtout opaques, à la place de pierres dures dont l'équivalent des vives nuances de rouge, jaune, orange et vert sont introuvables parmi les pierres tendres ou difficiles à acquérir. Si la nacre reste employée avec parcimonie pour de menus détails, les coquillages comme la conque sont utilisés avec abondance. Ce panneau (illustration 3) réalisé par l'atelier de Francesco Betti pour un cabinet exposé à l'Exposition industrielle de Milan de 1881³¹ montre bien

³⁰ Le marqueteur Ferdinando Bosi déplore l'introduction de ces « pâtes artificiellement colorées » qu'il situe aux années 1890 : *op. cit.*, 1904.

³¹ Voir la page qui lui est dédiée sur le site du *Museo Borgogna* à Vercelli (Piémont) : <https://www.museoborgogna.it/en/opere/francesco-betti/>, consulté le 25/07/2022.

l'usage de pierres exclusivement tendres (marbres, onyx et *alberesi* pour le corps des oiseaux et les feuilles), de coquillages (pour les fleurs) et de pâte de verre (pour la partie rouge de la tête des oiseaux). Enfin, pour ajouter ou accentuer un ton jugé trop discret, les artisans peuvent moduler l'épaisseur des sections des matériaux semi-transparents ou peindre leur revers. L'ensemble de ces solutions techniques – contraintes par l'imbrication inextricable entre couleurs, nuances et motifs des pierres dans cette technique – traduisent une reconfiguration des compétences de coloriste attendues d'un marqueteur qualifié.



ILLUSTRATION 3 : CABINET AVEC FLEURS, FRUITS, COQUILLAGES ET OISEAUX, ÉBÈNE AVEC DÉCORATIONS EN MARQUETERIE DE PIERRES, FRANCESCO BETTI (ACTIF DE 1848 À 1886), c. 1881, FLORENCE, INV. 1906, 41, MUSEO FRANCESCO BORGOGNA, VERCELLI. © DAVIDE CASAZZA, VERCELLI

Enfin, la réalisation de l'assemblage était auparavant sujette à l'exigence d'une précision extrême dans la finesse du joint entre les pièces. Si au début du siècle, la qualité d'exécution des assemblages égale celle de la manufacture, un relâchement s'observe progressivement. Déroger à ce critère technique qui constituait un des canons de cet artisanat, mais qui était aussi une des étapes chronophages de la chaîne opératoire, permet une économie de temps précieuse et une accélération de la production. Après la phase du polissage, dans un souci d'économie de sections de pierres, certaines incisions comblées de cire colorée étaient parfois gravées sur la surface afin de rendre des détails qu'il aurait été laborieux de représenter par plusieurs pièces.

En termes d'iconographie, les *botteghe* développent leur propre style, facilement identifiable par le choix et l'exécution du dessin. Dans les premières décennies, les thèmes choisis restent proches de ceux de la manufacture, avec notamment d'imposants bouquets de fleurs et des natures mortes. Le registre floral sur fond monochrome noir, emblématique de la production florentine depuis ses débuts, perdure comme motif classique. Mais, conjointement à des références médiévales, certains motifs antiques chers au Grand Tour sont intégrés au répertoire³². Par ailleurs, des scènes de genre empruntées à des peintres toscans contemporains³³ s'imposent progressivement comme un nouveau sujet, induisant la tâche difficile de reproduire des figures humaines. Certains commentateurs y verront une erreur stratégique, révélatrice des possibilités limitées offertes par les couleurs et les nuances des pierres, et inviteront les marqueurs à se contenter plutôt d'éléments décoratifs³⁴.

Du point de vue de l'outillage, en revanche, il semble que les outils aient suivi une certaine continuité technologique. Si les efforts de la manufacture pour se mécaniser dans les années 1850 sont documentés (Bertelli, 2009), il est plus difficile d'en savoir davantage pour les ateliers privés. Pour l'heure, on ne peut que constater la parution au cours du siècle de publications émanant surtout d'ingénieurs, visant à mécaniser le débitage des blocs de pierre en tranches³⁵. Il reste à savoir quelle a pu être la portée de ces contributions auprès des *botteghe*.

³² Voir par exemple la parure de l'atelier Torrini au *British Museum* qui reprend les dites « colombes de Pline » de la mosaïque retrouvée dans la villa romaine d'Hadrien à Tivoli, dont le motif est devenu très courant dans les marqueteries à cette époque : https://www.britishmuseum.org/collectio/objct/H_1994-0111-1-3

À l'exposition de Vienne de 1873, l'atelier de Leopoldo Orlandini a présenté un portrait de Pia de' Tolomei, personnage de la *Divine Comédie* de Dante, très repris dans différents arts au XIXe siècle : « Mosaico », *Il Giornale Artistico*, anno I, n°12, Florence, 16 août 1873, p. 92.

³³ Les tableaux d'Alessandro Sani (1856-1927), de Francesco Vineo (1845-1902) et d'E. Bianchini (possiblement Emilio Bianchini, un des fils de Gaetano Bianchini) en particulier, semblent avoir alimenté ce nouveau répertoire.

³⁴ Finocchietti Demetrio Carlo, « Mobili di lusso italiani e mosaici fiorentini, Veneti e Romani », in *Esposizione Universale del 1878 in Parigi. Relazione dei giurati italiani*, classes XVII e XVIII, Roma Eredi Botta, 1879, p. 63.

³⁵ Voir par exemple : Aldini Giovanni, « Saggio di macchine per segare il marmo e le pietre dure tanto a mano che ad acqua », A. G. Bruni, F. Cardinali, F. Orioli, F. Tognetti, R. Tognetti (dir.), *Nuova Collezione d'Opuscoli Scientifici*, Bologne, Typographie Marsigli, 1824, p. 262-271.

Conclusion

C'est donc au sein de cet espace qu'est l'atelier que se joue la recherche par les artisans d'un compromis³⁶ entre les canons de leur art et les exigences de rentabilité qui contraignent sa pratique, rappelant combien la création artistique est informée par les conditions de son exercice. Dans ce compromis se lit une forme de résistance au rapport de force entre les temps longs du travail de la main et ceux accélérés de l'industrie mécanisée. L'absence de mécènes pérennes implique la nécessité d'intégrer désormais des activités promotionnelles – tout aussi chronophages – qui se feront au détriment de la qualité d'exécution des ouvrages. En d'autres termes, à cette époque charnière, le discours sur la technique prend progressivement le pas sur une pratique autrefois plus exigeante.

Les choix innovants auxquels ces ateliers ont recours leur ont parfois valu un jugement lapidaire, comme celui de l'écrivain britannique Richard Bagot qui décrivait en ces termes la production qu'il observait à Florence dans les années 1910 : « [Un] fameux métier florentin, celui du travail de la *pietra dura* (ou marqueterie de pierres dures), a pratiquement cessé d'exister. Cabinets, presse-papiers, tables et autres objets de ce genre, dont les vendeurs jurent leurs grands dieux qu'ils sont en pierres dures ne sont rien d'autre que d'ingénieuses imitations en pierres tendres, dont le travail ne requière que peu, voire pas de qualification³⁷ » (Bagot, 1911 : 93). Réduite au rang d'imitation, la marqueterie de moindre qualité des *botteghe* engage ainsi une question sur les frontières participant à la définition de cette technique à partir de ses matériaux et des compétences qu'ils appellent.

Mais c'est également par leur ouverture nouvelle sur la ville que s'invitent dans le quotidien des ateliers les visiteurs et leurs intermédiaires. Les mutations observées dans la pratique de la marqueterie de pierres à cette période, autant que les discours qui se construisent autour de son histoire et de sa pratique, montrent comment ces objets de luxe, autrefois prisés pour la prouesse technique dont ils témoignaient, prennent progressivement le statut d'objet-souvenir haut de gamme. Ce faisant, elles offrent un cas d'étude des liens inextricables établis par différents acteurs entre artisanat, patrimoine et tourisme à partir du XIX^e siècle. La relation qui s'instaure alors entre les secteurs artisanaux et les dynamiques touristiques et patrimoniales de la ville témoigne d'une réciprocité qui allait conditionner la production, la valorisation et le commerce de ces objets de luxe pour le siècle suivant et que l'on observe encore aujourd'hui.

³⁶ En italien *compromesso*, en référence au titre de cet article.

³⁷ « [A] famous Florentine trade, that of working in the *pietra dura*, had almost ceased to exist. Cabinets, paper-weights, tables, and various other objects of the kind which the sellers will swear by all their gods to be in *pietra dura* are nothing of the sort, but clever imitations in soft stones which require little or no skill to work » (ma traduction).

Bibliographie

- BERRINO A. (2011), *La storia del turismo in Italia*, Bologne, Il Mulino.
- BERTELLI F., GALORA F. (2006), « I privati produttori di mosaico fiorentino nella seconda metà dell'Ottocento e i loro rapporti con l'Opificio delle Pietre Dure », *OPD Restauro*, n°18, Florence, Centro Di Della Edifimi, p. 320-336.
- BERTELLI F. (2009), « La macchina a vapore e la crisi della mutazione della manifattura granducale in opificio statale », in A. GRIFFO (dir.), *Le antologie di 'OPD Restauro'. Il restauro del mosaico e del commesso in pietre dure*, Florence, Centro Di, p. 41-58.
- CANALI F. (2011), « Camillo Boito, Firenze e gli amici 'Fiorentini': Giuseppe Poggi, Cesare Guasti (e gli epistolari inediti con Telemaco Signorini, Ferdinando Martini, Aristide Nardini). Questioni culturali e artistiche, sensibilità 'conservativa' alla luce dei nuovi metodi e delle nuovi acquisizioni della « storia dell'architettura » », in F. Canali, V. C. Galati, *Bollettino della Società di Studi Fiorentini*, n° 20, Florence, Emmebi Edizioni, p. 40-88.
- CINDRIĆ L. (2020), « Pierres dures et pierres tendres en marqueterie de pierres. L'opposition entre secteurs privé et public à Florence sur la question des matériaux », *CoRé*, hors-série, p. 144-157.
- COLLE E. (2011), « La fortuna del mosaico di Firenze nella mobilia europea del XIX secolo », in A. GIUSTI (dir.), *Dagli splendori di corte al lusso borghese. L'Opificio delle Pietre Dure nell'Italia unita*, Livourne, Sillabe, p. 50-69.
- COLLE E. (2011), « Regesto dei mosaicisti attivi a Firenze durante il XIX secolo (appendice documentaria) », in A. GIUSTI (dir.), *Dagli splendori di corte al lusso borghese. L'Opificio delle Pietre Dure nell'Italia unita*, Livourne, Sillabe, p. 240-251.
- DI MUCCI L. (2009), « All'inseguimento delle pietre dure », in A. Griffio (dir.), *Le antologie di 'OPD Restauro'. Il restauro del mosaico e del commesso in pietre dure*, Florence, Centro Di, p. 13-28.
- GIUSTI A. (2003), « Da Roma a Firenze: gli esordi del commesso rinascimentale », in A. GIUSTI (dir.), *Dagli splendori di corte al lusso borghese. L'Opificio delle Pietre Dure nell'Italia unita*, Florence, Polistampa, p. 197-230.
- GIUSTI A. (2015), *La fabbrica delle meraviglie. La manifattura di pietre dure a Firenze*, Florence, Edifir.
- HILAIRE-PÉREZ L. (2013), *La pièce et le geste. Artisans, marchands et savoir technique à Londres au XVIIIe siècle*, Paris, Albin Michel.
- JESTAZ B. (2012), « Jean Ménard et les tables de marbres romaines d'après un document nouveau », *Mélanges de l'École française de Rome - Italie et Méditerranée modernes et contemporaines*, vol. 124, n° 1, p. 273-290.
- MASSINELLI A. (2014), *Painting in Stone. Modern Florentine Pietra Dura Mosaic*, Florence, Aska Edizioni.

- MELOTTI, M. (2018), « Florence: Tourism, Heritage and Consumption », in M. KOZAK, N. KOZAK (eds.), *Tourist Behavior. An Experiential Perspective*, Berlin, Springer, p. 97-109.
- PAOLINI C. (2011), « Le fabbriche private e il 'mosaico fiorentino'. Imprenditorialità e mercato nell'Europa della seconda metà dell'Ottocento », in A. GIUSTI (dir.), *Dagli splendori di corte al lusso borghese. L'Opificio delle Pietre Dure nell'Italia unita*, Livourne, Sillabe, p. 38-49.
- PELLEGRINO A. (2012), *La Città più artigiana d'Italia. Firenze, 1861-1929*, Milan, FrancoAngeli.
- ROSSI S. (dir.) (2018), *Il Novecento per il Museo dell'Opificio delle Pietre Dure*, Livourne, Sillabe.
- TOMLINSON J. M. (1996), *Derbyshire Black Marble*, Matlock Bath, Peak District Mine Historical Society.
- TURCHESCHI F. (2015), « Il fiume in città: la costruzione dei nuovi lungarni di Firenze », in M. COZZI, F. LENSÌ (dir.), *Firenze capitale: città, infrastrutture e igiene*, Florence, Istituto Geografico Militare, p. 84-111.
- WEBB D., WEBB T. (2019), *The Anglo-Florentines. The British in Tuscany, 1814-1860*, Londres, Bloomsbury Publishing.