

Les champs libres

Musée de Bretagne

EXPOSITION RENNES

DU 7 NOVEMBRE 2014 AU 26 AVRIL 2015

L'HISTOIRE DE FRANCE

RACONTÉE PAR LA

PUBLICITÉ



DOSSIER DE PRESSE

#PubHistoire

WWW.LESCHAMPSLIBRES.FR

METROPOLE
vivre en intelligence Rennes

SOMMAIRE

COMMUNIQUÉ DE PRESSE	3
PARCOURS DE L'EXPOSITION	4
1. HISTOIRE ET PUBLICITÉ SOUS LA III ^e RÉPUBLIQUE	5
2. ACTUALITÉ ET PUBLICITÉ SOUS LA III ^e RÉPUBLIQUE	5
3. DES ANNÉES FOLLES À AUJOURD'HUI	6
POUR LES PUBLICS	7
LE CATALOGUE DE L'EXPO	9
VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE	10
INFORMATIONS PRATIQUES	12

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

L'histoire de France racontée par la publicité

DU 7 NOVEMBRE 2014 AU 26 AVRIL 2015

Le musée de Bretagne accueille *L'Histoire de France racontée par la publicité*, une exposition conçue et produite par Paris bibliothèques et la bibliothèque Forney - bibliothèque des métiers d'art de Paris. 150 documents publicitaires, principalement choisis dans la riche collection de la bibliothèque Forney, y retracent l'histoire de France à travers une galerie humoristique de héros français. Tout au long du parcours, quelques publicités issues des collections des musées de Bretagne mettent en scène nos plus célèbres personnages bretons.

Instructive et ludique, l'exposition propose des stations de manipulation pour initier à la composition graphique des affiches ou découvrir comment chaque époque se crée ses propres représentations de la politique, du passé et de l'histoire. Devenu un élément incontournable de la publicité, l'audiovisuel y trouve également toute sa place, à travers une sélection de spots télévisuels français et étrangers qui, des années 60 à aujourd'hui, caricaturent avec emphase ou dérision les grands personnages qui participent de notre identité.



Affiche de Jacques Auriac, 1960.

Parfait exemple des « affiches-gags » mises à la mode par Raymond Savignac : jeu de mots dans le slogan, réfrigérateur évoquant le froid de la campagne de Russie, le corps de Napoléon (caractérisé par son bicorne et le geste familier de la main posée sur l'estomac) se transformant en l'objet à promouvoir.

PARCOURS DE L'EXPOSITION

La publicité a parfois une drôle de façon d'interpréter l'histoire de France. Elle ne se contente pas de recycler l'histoire pour assurer la promotion des produits de consommation, son propre discours est conditionné par les aléas des événements historiques. Les grandes figures de l'histoire de France sont ainsi largement sollicitées à la Belle Époque, en une sorte de panthéon idéal, lorsqu'il s'agit d'affirmer la légitimité de la République et d'encourager le patriotisme.

Si la publicité tend au consensus pour assurer la promotion de produits de consommation, elle revisite pourtant l'histoire à la lumière de conjoncture du moment et l'on peut y lire le changement de regards des Français sur leur propre passé.

L'adaptation rennaise de l'exposition interroge également la place des « héros » bretons dans la publicité : d'Anne de Bretagne aux Bonnets rouges, quels sont les personnages réquisitionnés pour vendre des produits et sous quel jour les présente-t-on ? Ainsi, tout au long du parcours, des documents publicitaires issus des collections des musées de Bretagne mettent en scène - sous forme de clins d'œil - nos plus célèbres héros et éclairent le lien qui unit la France à l'histoire de la région.



Affiche de José Roy, 1910

Plus fort que la fameuse poule au pot vantée par Henri IV, le bouillon en cubes Oxo a le pouvoir d'animer la statue du roi, square du Vert Galant, et de rayonner tel un soleil sur un panorama très complet de Paris, Arc de Triomphe et Tour Eiffel compris.

1. HISTOIRE ET PUBLICITÉ SOUS LA III^E RÉPUBLIQUE

De 1890 à 1914, l'affiche commerciale va connaître son âge d'or et investir les murs alors que les villes se développent et que les grands magasins apparaissent. Dans les premières décennies de la Troisième République (née après le traumatisme de la défaite de 1870 et la perte de l'Alsace-Lorraine), la publicité contribue à populariser les symboles républicains dans l'imaginaire collectif et met largement à contribution les héros positifs de l'histoire de France : Vercingétorix, héros fondateur, défiant César, Charlemagne et sa barbe blanche au milieu des écoliers, Henri IV à quatre pattes jouant avec ses enfants, Louis XIV et sa cour dans les jardins de Versailles, les armées de la République

près du moulin de Valmy, Napoléon en Égypte ou dans les plaines gelées de Russie... Personnages et produits vantés ne sont pas choisis au hasard : aux Gaulois virils les cigarettes et le camembert, à Jeanne d'Arc le détachant « sans auréole », à François I^{er} le quinquina « Chambord », à Henri IV le bouillon cube et l'armagnac, à Louis XIV les bijoux et le cognac, à Napoléon (grand favori de la « réclame ») le papier à cigarette « Nil », les réfrigérateurs et les appareils de chauffage qui évoquent la campagne de Russie. Le passant retrouve des souvenirs familiers d'écolier mais détournés de façon humoristique.

2. ACTUALITÉ ET PUBLICITÉ SOUS LA III^E RÉPUBLIQUE

Grâce à la loi sur la liberté de la presse de 1881, les journaux de caricatures se multiplient jusqu'à la Première Guerre mondiale, et, sous leur influence, les affiches publicitaires vont connaître une nouvelle orientation, en exploitant l'actualité politique, et non plus les gloires passées. Certains dessinateurs, comme Albert Guillaume, Marcellin Auzolle ou Gus-Bofa travaillent aussi bien pour les périodiques satiriques que pour la publicité. Les présidents de la République, à la fonction purement honorifique et représentative, deviennent, bien malgré eux, les vedettes de la publicité. La République est devenue un régime familial pour la majorité des Français qui s'amusent des travers de leurs représentants (Félix Faure aime trop les femmes, Emile Loubet est trop mondain, Armand Fallières trop familier et trop amateur de bon vin, Raymond Poincaré trop rigide...). Le président Fallières, méridional au joyeux embonpoint, devient ainsi une cible favorite. Les querelles entre les nations ou les différents partis ne sont pas niées, mais passées au filtre de l'humour, permettent de vanter des produits (vins et autres apéritifs). La conquête coloniale inspire des affiches à l'exotisme chatoyant, dont le manichéisme nous heurte aujourd'hui. Durant la Première Guerre mondiale, l'image du poilu devient omniprésente dans les publicités de presse, tout en dédramatisant volontairement la représentation des tranchées, souvent utilisées comme décors. Elle contribue à rassurer les familles angoissées.



Affiche d'Eugène Ogé, 1909

En dépit des qualités de la colle Bloc, Georges Clémenceau, momentanément en retrait de la vie politique, d'où ses pantoufles et sa veste d'intérieur, ne parvient pas à réparer les fissures du Bloc des gauches, fragilisé par le départ des socialistes en 1904.

3. DES ANNÉES FOLLES À AUJOURD'HUI

Après la Première Guerre mondiale, le traumatisme a été si fort qu'il n'est plus question de rire d'une actualité politique dominée par une crise économique et la lente montée des périls. On aspire à l'oubli des gloires passées pour s'immerger dans le présent (l'avenir est trop inquiétant) et la soif de vivre est telle que de nouveaux héros apparaissent, champions sportifs, vedettes de music-hall ou de cinéma. Aux peintres et caricaturistes succèdent les graphistes et la publicité se professionnalise, s'éloignant des contingences politiques : les affiches publicitaires représentant des hommes politiques deviennent ainsi plus rares. Pendant l'Occupation, pour cause de pénurie, les affiches publicitaires sont quasi inexistantes, contrairement à celles de la propagande officielle dans lesquelles la figure du maréchal Pétain est omniprésente. On en trouve des échos dans les quelques publicités de presse de l'époque, où les slogans exaltent la qualité française et la tradition, et dans des représentations faisant allusion à Pétain sans le représenter.

Après la Seconde Guerre mondiale, la France plonge dans la société de consommation, les valeurs traditionnelles sont remises en question, de puissantes agences dominent la publicité, qui adopte la photographie et l'offset. À part Jeanne d'Arc et Napoléon, dont le charisme survit à toutes les interprétations, les héros de l'histoire de France ne survivent plus que sous le biais de la dérision. Même les affiches de mai 1968 ne sont pas épargnées par une récupération mercantile qui en détourne le message. Une législation moins permissive protège le droit à l'image des hommes politiques, qui préfèrent assurer eux-mêmes une communication positive. Les périodes d'élections représentent les seuls moments de grâce où la publicité peut de nouveau les utiliser, mais, signe des temps, elle vante des médias (radios, chaînes de télévision) ou s'engage pour des grandes causes nationales, au lieu de vendre des alcools, des cigarettes ou des bicyclettes.



(c) Raoul Auger (1904-1991).

Pile Mazda fabrication Thomson procédé Sertinox

Affiche, lithographie. 1945. Paris, Bibliothèque Forney.

POUR LES PUBLICS

EN VISITE LIBRE

À DISPOSITION DES VISITEURS

Des références picturales

Tout au long du parcours, des peintures célèbres sont reproduites en miniature près des affiches s'en inspirant. En effet, beaucoup d'affichistes avaient une formation de peintre et l'on retrouve ces influences dans la publicité de l'époque : de Jeanne d'Arc par Ingres à La Liberté guidant le peuple de Delacroix...

Lecture tactile



Destinées aux personnes non et malvoyantes, des reproductions tactiles de certaines affiches jalonnent le parcours. Un livret braille avec les textes de l'exposition est également disponible à l'entrée.

Une ligne du temps

Un document d'aide à la visite reprenant les grandes dates de l'histoire de France ainsi que de courtes biographies des principaux personnages mis en scène dans les affiches publicitaires, accompagne les visiteurs dans leur redécouverte de l'histoire de France vue par la publicité.

Affiche de Claude Lespade, 1925

Dans sa dominante colorée rouge et noire, cette affiche évoque bien la Révolution ... même s'il ne s'agit que de celle du goût, provoqué par l'assaisonnement « Suavitos ». On retrouve l'attitude de la Marianne de « La liberté conduisant le peuple » de Delacroix, mais sur fond de drapeau rouge. La Révolution russe est passée par là.

Concours d'affiche :

Du 7 novembre au 9 décembre, les étudiants des écoles d'art et des sections arts appliqués de Bretagne et de Nantes sont invités à réaliser une affiche publicitaire mettant en scène un personnage breton de notoriété publique. Les résultats du concours seront publiés le 12 décembre et l'affiche gagnante sera présentée au sein de l'exposition.





UN PARCOURS FAMILLE

Instructive et ludique, l'exposition propose un parcours famille sous la forme de stations de manipulation pour initier à la composition graphique des affiches et découvrir comment chaque époque se crée ses propres représentations de la politique, du passé et de l'histoire. Des cubes à tourner, des volets à ouvrir, des aimants à placer, mais aussi des jeux interactifs sur tablette tactile incitent parents et enfants à comprendre ensemble les ressorts de la publicité.





LE QUIZ DE L'EXPO

Un quiz final permet aux visiteurs de tester leurs connaissances sur les grands personnages et thèmes de l'histoire de France. Trois joueurs s'affronteront donc dans un temps limité pour répondre aux 4 séries de 10 questions, mais il n'y aura qu'un seul gagnant.

EN VISITE ACCOMPAGNÉE

Les visites commentées pour tous

- Tous les mercredis, samedis et dimanche à 15h, les médiateurs du musée vous accompagnent pour une découverte commentée de l'exposition.
- Des visites descriptives et en langue des signes française (LSF) seront programmées à partir de janvier 2015.  
- Des visites adaptées pour les groupes de personnes en situation de handicap sont proposées sur réservation.

LE CATALOGUE DE L'EXPOSITION

Un parcours récréatif de l'Histoire de France à travers quelques 150 images de publicités, parmi les plus spectaculaires et les plus belles, sélectionnées dans les fonds d'affiches et de documents publicitaires de la Bibliothèque Forney, accompagnées de commentaires des images, des événements et des personnages selon le contexte de leur représentation. L'ouvrage propose en première partie, une galerie de personnages historiques selon un ordre chronologique, depuis les Gaulois jusqu'à Napoléon. La seconde partie du volume est consacrée à la représentation des événements et des célébrités de l'actualité politique dans l'imagerie publicitaire, de la IIIe République à nos jours.

Les auteurs : **Claudine Chevrel** et **Béatrice Cornet**, conservatrices à la bibliothèque Forney, sont auteures d'ouvrages comme *Les Amoureux à l'affiche*, *Grain de beauté*, *Les Vacances* et *Le Paysan dans la publicité*. Préface : **Christian Amalvi**, professeur d'histoire contemporaine à l'Université Paul Valéry de Montpellier III, est le grand spécialiste de l'analyse des images de l'Histoire (*Les Héros des Français, Controverses autour de la mémoire nationale*, Larousse 2011).

Catalogue d'exposition

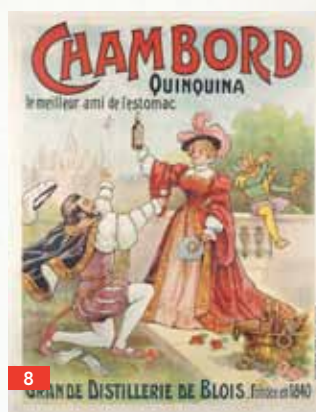
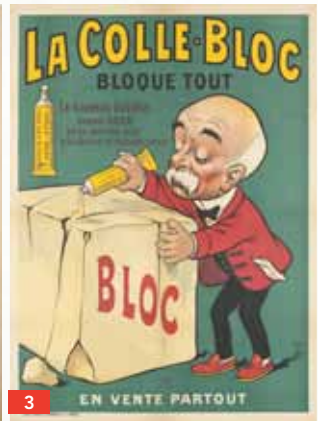
176 pages - 150 illustrations en couleurs

Paris bibliothèques éditions

29,50 euros

Parution janvier 2013

VISUELS DISPONIBLES POUR LA PRESSE



1. José Roy © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 2. Claude Lemaire © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 3. REugène Ogé © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 4. Auriac © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 5. Pal (1860-1942) © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 6. Misti (1865-1922) © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 7. Marcellin Auzolle (1842-1942) © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 8. Anonyme © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 9. Anonyme © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet.



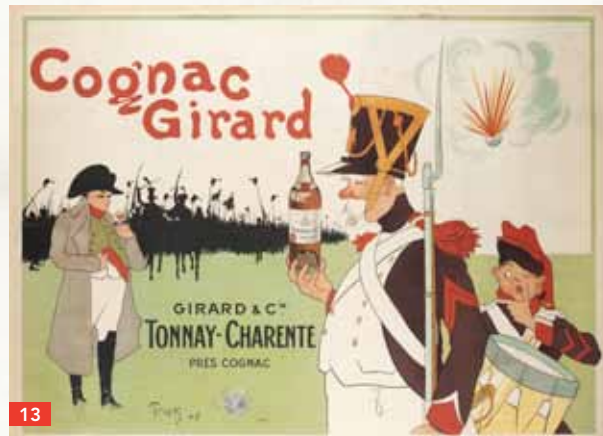
10



11



12



13



14



15



16

10. © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 11. Marcellin Auzolle (1842-1942) © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 12. © Lesven — 13. Trick © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 14. © Lesven — 15. Marcellin Auzolle (1842-1942) © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet — 16. David Dellapiane (1866-1932) © Bibliothèque Forney / Roger-Viollet



Accès

Métro : stations Gares, Charles de Gaulle

Bus : arrêts Champs Libres/Magenta, Colombier, Gares

Gare SNCF et gare routière à 100 m

Parking : Charles de Gaulle

Horaires d'ouverture

Le mardi de 12h à 21h

Du mercredi au vendredi de 12h à 19h

Samedi et dimanche de 14h à 19h

Fermeture le lundi et jours fériés

Les Champs Libres

10, cours des Alliés - 35000 RENNES

Téléphone : 02 23 40 66 00

contact@leschampslibres.fr

Contact presse

Jeremy Méléard

Tél. 02 23 40 66 27 - 06 84 59 76 31

j.meleard@leschampslibres.fr