

Moyen Âge

ET PUBLICITÉ

2 MAI - 28 OCTOBRE 2018

dossier
de presse



Centre d'art roman Georges-Duby
Parvis Raoul-Ollier - 63500 Issoire
Tél. : 04 73 89 56 04 - 04 73 89 25 57
issoire-patrimoine@orange.fr
centre-artroman.issoire.fr



issoire.fr



Sommaire

Sommaire	p.2
Communiqué de presse	p.3
Présentation de l'exposition	p.4
Plan des expositions	p.5
Exposition « Moyen Âge et Publicité »	
La communication	p.6
Lieux et temps de la publicité	p.7
La modernité du Moyen Âge	p.8
Espace ludique	p.9
Collection lapidaire	p.10
Exposition « L'abbaye Saint-Austremoine d'Issoire »	p.11
Espace vidéo	p.12
Salle capitulaire	p.13
Partenaires	p.14
Infos pratiques	p.15

Communiqué de presse

Exposition
« Moyen Âge et publicité »
du 2 mai au 28 octobre 2018
Centre d'art roman Georges-Duby -Issoire

Le Centre d'art roman Georges-Duby de la ville d'Issoire présente, du 2 mai au 28 octobre 2018, une exposition intitulée « Moyen Âge et publicité » en partenariat avec l'association des Amis de la Tour Jean-sans-Peur de Paris.

L'exposition consacrée à la publicité pose un regard original sur une période boudée par les livres d'histoire et nous montre que ce moyen d'expression omniprésent de nos jours existait déjà au Moyen Âge sous diverses formes, information ou promotion, mais surtout qu'aujourd'hui l'image médiévale est très utilisée pour la « réclame » de produits variés.

Elle aborde plusieurs thèmes.

D'une part, la publicité médiévale qui englobe bien plus de domaines qu'aujourd'hui : événements commerciaux, festivités, condamnations en justice. Si l'information se répand grâce aux marchands, merciers ambulants ou par voie postale avec les chevaucheurs portant les messages à toute diligence, c'est avant tout le crieur qui joue un rôle de premier plan. Le cri est si répandu qu'il est la première forme de publicité commerciale. Outre la communication sonore ou orale, la publicité adopte également d'autres formes : écrite, visuelle et olfactive.

D'autre part, le Moyen Âge a inventé la publicité moderne. Cette période médiévale est également une grande source d'inspiration pour nos publicistes, elle est l'une des plus utilisée dans ce domaine comme argument de vente, « Sans peur et sans reproche » comme le célèbre chevalier du même nom, ou découvrez ce héros médiéval qui troque son valeureux destrier pour une bicyclette aux pneus de marque la française, des fromages aux centrales nucléaires en passant par les produits chimiques et la mode.

Enfin, le langage publicitaire du Moyen Âge s'est avéré si efficace qu'il est toujours employé dans la charte graphique : lettrage gothique, héraldique (blasons).

Le Moyen Âge a donc encore de beaux jours dans la publicité !

E x p o s i t i o n
Centre d'art roman Georges-Duby Issoire
Du 2 mai au 28 octobre 2018

Présentation

Moyen Âge et publicité

Exposition réalisée par la Tour Jean-sans-Peur (Paris)

Comment diffuser la publicité commerciale, proclamer des festivités publiques, annoncer les nouvelles militaires, faire savoir les condamnations en justice, organiser la propagande politique et religieuse, dans un monde où la majorité des gens ne savent pas lire et où les journaux n'existent pas ? Pour assurer le bon fonctionnement de la vie sociale, le Moyen Âge a dû inventer de multiples procédés pour publier les annonces commerciales, la publicité administrative et judiciaire. À défaut de pouvoir donner à lire ces différentes nouvelles, l'administration comme le monde marchand ont privilégié les dimensions visuelle, sonore et écrite.

Aujourd'hui, la période médiévale revêt de nombreux attraits pour les publicitaires : vecteur d'identité nationale et d'éducation à la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e siècle, à travers les chromolithographies, elle est depuis toujours gage de sécurité et de fiabilité (grâce à l'image de l'armure et des châteaux-forts). Preuve de cet engouement, les publicitaires n'hésitent pas à détourner les images médiévales pour en faire le logo de leur marque (Manpower), le décor de leurs étiquettes (camembert Charles VII) ou le support de leur communication (carte de com pour le train Thalys).

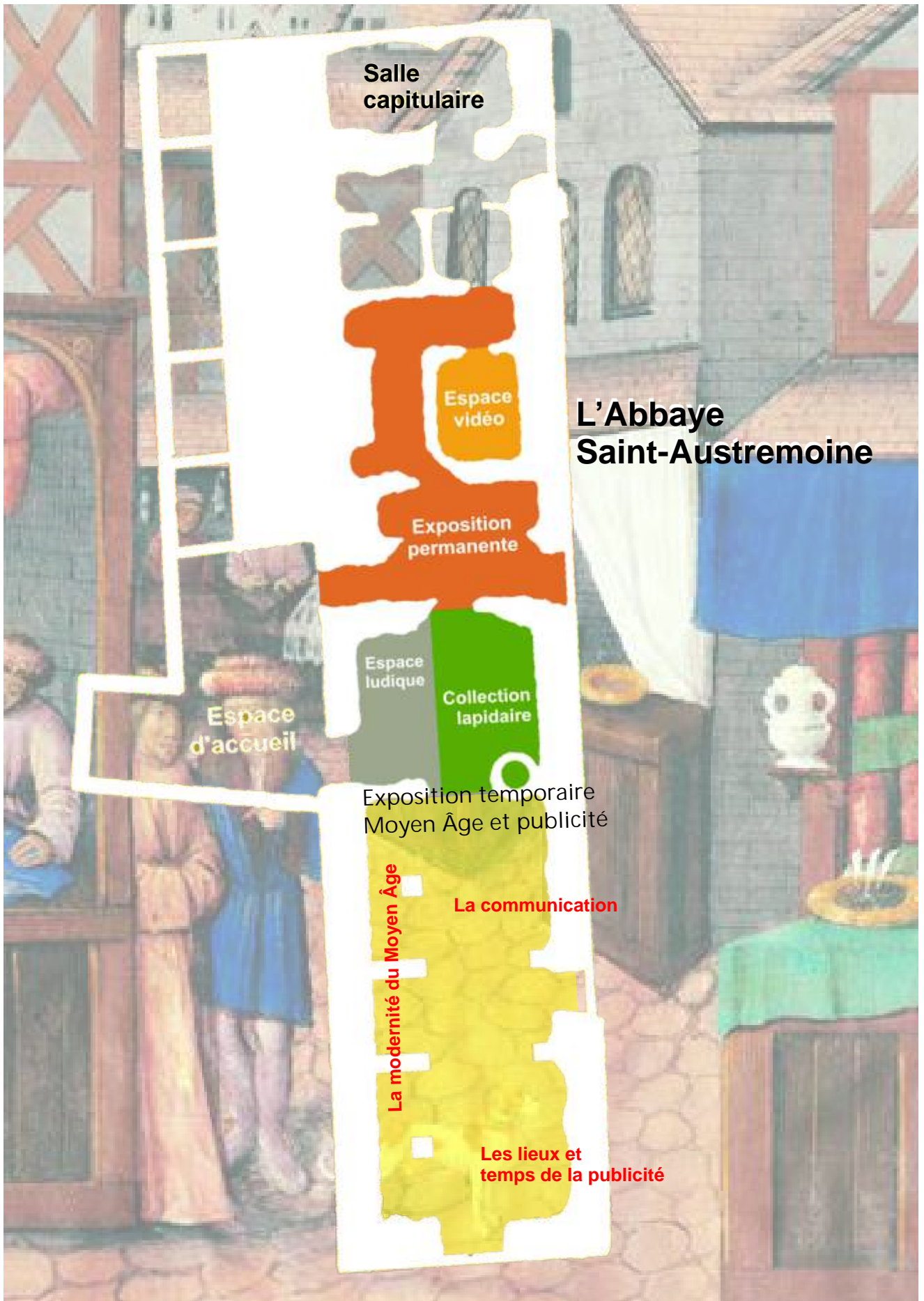


À travers plusieurs thèmes illustrés de reproductions d'enluminures, l'exposition s'appuie sur cette iconographie pour aborder « Moyen Âge et publicité » :

- La communication
- Lieux et temps de la publicité
- La modernité du Moyen Âge

Boutiques de couturier, de fourreur, de barbier et d'apothicaire, dont la publicité écrite, une des premières, assure qu'il vend du bon hypocras
Gilles de Rome, *Le Livre du gouvernement des princes*, France, début du XVI^e s. Paris, Arsenal, ms 5062, f^o 149v^o

Plan des expositions





La communication

Dans publicité, il y a « public ». L'objectif est de s'exprimer dans les lieux les plus fréquentés : les carrefours et la place du marché, manière la plus sûre de toucher aussi bien les habitants de la cité que les paysans venus vendre leur production ou acheter les biens introuvables dans les campagnes.

Les annonces ont lieu aux heures de pointe : à midi quand la population arrête de travailler le temps d'un casse-croûte.

Elles commencent au point du jour, pour les travailleurs très matinaux tels que les vendangeurs, et se poursuivent tard dans la nuit, sans souci de réveiller les riverains, pour les fêtes nobles.



Crieur et trompette à cheval dans la grande-rue, lieu propice pour annoncer une information officielle : la signature d'un traité de paix.
Froissart, *Chroniques*, France, XV^e s. Paris, BnF, ms Français 2691, f^o 95v^o

Si l'information se répand grâce aux marchands, merciers ambulants ou par voie postale avec les chevaucheurs portant les messages à toute diligence, c'est avant tout le crieur qui joue un rôle de premier plan.

Accompagné d'un porte-enseigne pour les annonces administratives et d'un sonneur de cor ou d'un trompetteur, le crieur s'adresse à la foule dans la langue du pays. La séance commence par des coups de trompette et une injonction trois fois répétée : « Oyez, Oyez, Oyez ! »

Les sujets ne manquent pas : déclarations de guerre ou traités de paix, excommunications, enfants égarés, objets perdus, impôts, taux d'usure, ventes de biens... Le crieur lance aussi le cri du ban de vendange et celui de l'ouverture des grandes foires.

Le cri est si répandu qu'il est la première forme de publicité commerciale. Il est utilisé tant par les vendeurs ambulants que par les boutiquiers. Clamé de façon brève, distincte et à grand frisson, il renseigne sur l'origine et la qualité des produits : « Bon vin de Beaune ! »...



Pèlerin et son panonceau de signalisation portatif à l'image de Jérusalem
Guillaume de Digulleville, *Pèlerinage de l'âme*, gravure, Paris, 1499.

Lieux et temps de la publicité

La publicité se crie et s'affiche dans les lieux dits publics : les rues marchandes, les carrefours des voies principales, sur les places les plus fréquentées, celles du marché et des fontaines publiques, ainsi qu'aux portes des villes.

Elle ne concerne pas les seules activités commerciales, mais aussi les domaines judiciaire, politique et religieux.

L'image joue un rôle majeur dans la diffusion des annonces. L'imprimerie est mise au point dès 1450, mais il faut attendre le début des années 1500 pour que l'écrit commence à s'imposer dans la publicité.



Rue marchande et sa succession d'enseignes
Boccace, *De casibus virorum illustrium*, France, 1458.
Munich, Staatsbibliothek, Cod. Gall. 6, f° 10

Outre la communication sonore, la publicité joue également sur les sens visuel et olfactif : enseignes aux couleurs vives ou décorées directement du produit à vendre ou bien d'un logo très parlant (une lune pour une nuit à l'auberge), bonnes odeurs des produits alimentaires ou médicinaux s'échappant des boutiques ouvertes.

À la fin du Moyen Âge, l'écrit apparaît sur ces enseignes sans toutefois détrôner l'image. Les taverniers sont, avec les maîtres d'école, les premiers à clouer des affiches sur leurs portes et à recourir à des enseignes bilingues.

La publicité concerne aussi la justice. Tout délit est mis en scène : depuis le XIII^e siècle, le châtement, y compris les exécutions capitales, se déroule sur la place du marché. C'est une caractéristique majeure du fonctionnement de la société médiévale.

Publicité et religion sont par ailleurs intimement liées. Les foires accompagnent les grandes fêtes religieuses, moments de surconsommation. Les liens entre le pouvoir religieux et les marchands se concrétisent à cette occasion. Les hommes de l'Église partagent avec les crieurs publics les mêmes modes de communication : des sonneries de cloches, des bannières portées haut...

Les princes savent aussi communiquer avec leur peuple : usage répandu des sceaux et de l'héraldique, crieurs attitrés ou bien encore emblèmes de leur parti partout diffusés et sous des formes multiples (monnaies, épinglettes, enseignes...).



Jean Fouquet, *Portrait de Charles VII*, v.1450, Paris, musée du Louvre.
Boîte de camembert, années 2000

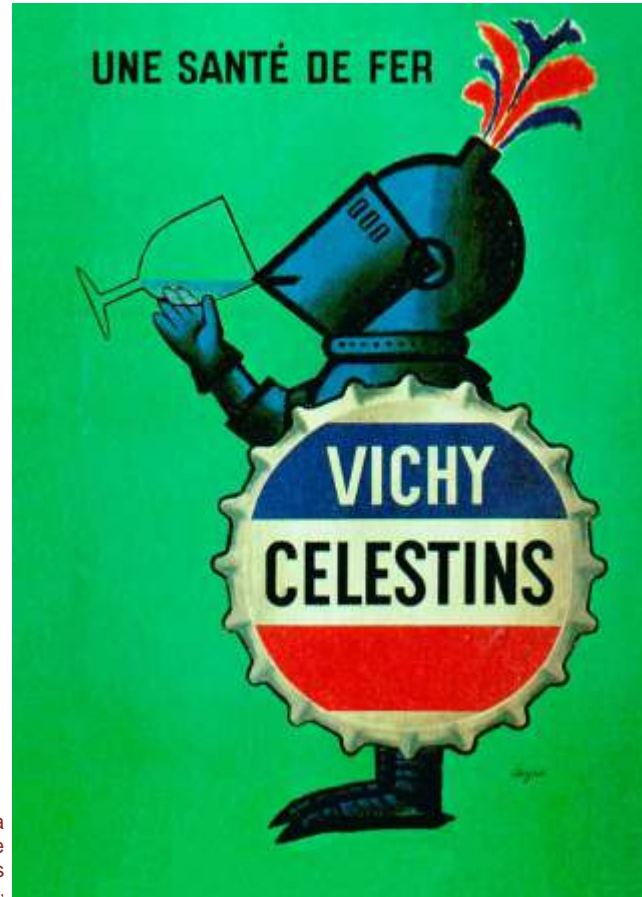
La modernité du Moyen Âge

Le Moyen Âge a inventé la publicité moderne : les annonces sonores, les affiches murales, les panneaux mobiles et les hommes-sandwich.

La publicité politique est déjà maîtrisée par Jean sans Peur, duc de Bourgogne et maître dans l'art de faire circuler les rumeurs, « un grand manipulateur » selon l'historien Bernard Guenée, « un prince vraiment moderne qui a compris l'importance de l'opinion publique ».

Le langage publicitaire du Moyen Âge s'est avéré si efficace qu'il est toujours employé dans la charte graphique : lettre gothique, héraldique (blasons) et gages de qualité dans la publicité depuis le XVI^e siècle (un sceau appendu à un parchemin)...

La marque Vichy Célestins prône la consommation de son eau, véritable armure pour le corps
Savignac, projet, d'affiche pour Vichy Célestins, 1963,



La période médiévale revêt de nombreux attraits pour les publicitaires : vecteur d'identité nationale et d'éducation à la fin du XIX^e siècle et au début du XX^e siècle, à travers les chromolithographies, elle est depuis toujours gage de sécurité et de fiabilité (grâce à l'image de l'armure, des chevaliers et des châteaux-forts).

Sur une étiquette, l'usage d'une date, d'une inscription latine sur fond de parchemin séduit et rassure le consommateur.

Preuve de cet engouement, les publicitaires n'hésitent pas à détourner les images médiévales pour en faire le logo de leur marque (Manpower), le décor de leurs étiquettes (camembert Charles VII) ou le support de leur communication (carte de com pour le train Thalys). Plus que le haut Moyen Âge ou le monde paysan, la publicité aime le bas Moyen Âge avec la Guerre de Cent ans, les figures de Du Guesclin ou de Jeanne d'Arc, la matière de Bretagne avec le roi Arthur ou bien encore l'épopée des ducs de Bourgogne, sources de rêves et d'imaginaire. Le Moyen Âge a encore de beaux jours dans la publicité !



Espace ludique

Un espace ludique réservé aux enfants, présente une maquette de l'abbatiale à l'échelle 1/100^e.

Les enfants peuvent alors séparer les différents éléments en bois pour reconstruire ce magnifique édifice.

De nombreux coloriages, des jeux sur la thématique de l'exposition sont également à la disposition du jeune public.





Collection lapidaire

Lors des restaurations de l'abbatiale 1995-1997, des sculptures fragilisées ont été remplacées par des copies : les signes astrologiques de la Vierge, de la Balance, du Sagittaire et des fragments de corniches décorés de damiers ont été déposés au Centre d'art roman.

Des sarcophages et une étrange sculpture représentant un griffon capturant un lièvre ou un âne sont également présentés au public ainsi que des éléments archéologiques trouvés à l'occasion des dernières restaurations dans le transept nord de l'église.





L'abbaye Saint-Austremoine

Réalisée par le Centre d'art roman Georges-Duby d'Issoire et l'Association « Terres Romanes d'Auvergne » avec le concours du Service Régional de l'Archéologie de la DRAC Auvergne, Gabriel Fournier, Professeur honoraire d'histoire médiévale, le service archives et documentation de la Ville d'Issoire, cette exposition présente l'histoire de l'abbaye bénédictine d'Issoire et l'actuel Centre Georges-Duby.

En place depuis 2009, cette exposition constitue un bon complément à la visite de l'abbatiale.

issoire.fr/Issoire-notre-ville/Patrimoine

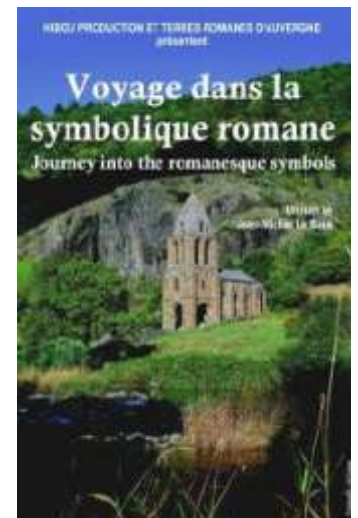




Espace vidéo

La zone vidéo propose un film documentaire : « Voyages dans la symbolique romane » (52')

Réalisé par Jean-Michel Le Saux, avec la participation d'Anne Blanc et Xavier Barrail I Altet, historiens de l'art, Nicolas Anthonoz, historien et Nicolas Bojicic, sculpteur, ce documentaire de création à la fois visuelle, sonore et musical, coproduit par l'association Terres Romanes d'Auvergne, est un voyage de reconnaissance de la symbolique romane. Il va explorer ce langage de pierre destiné à toucher l'esprit, l'âme et le corps du chrétien d'autrefois. Ce documentaire propose un parcours initiatique original au cœur des édifices romans et de leurs symboles en Auvergne pour en découvrir la sagesse profonde et la foisonnante liberté.



Plusieurs spécialistes de l'art roman nous font partager leur savoir faire, leur connaissance et leur ressenti de ces « livres de pierre ».

Le DVD est disponible à la vente au Centre d'art roman Georges-Duby d'Issoire.



Salle capitulaire



Aujourd'hui, il ne subsiste qu'une des trois travées qui constituaient cette salle. Les deux autres ont été détruites au XIX^e siècle. Une baie géminée, supportée par trois colonnettes, ouvrait primitivement sur le cloître. Elle est à présent occultée. Les voûtes, ainsi que le mur sud, sont décorés de scènes inspirées de la Bible peintes à la fresque et datées du XIII^e siècle.

Trois sarcophages, fouillés par le service régional de l'archéologie en 1982 et 1983, sont aujourd'hui visibles dans cette salle.

Des travaux d'aménagement réalisés en 2015 permettent désormais d'accueillir le public en toute sécurité pour une visite autonome.





Partenaires

Association des Amis de la Tour Jean-sans-Peur, Paris,

Danièle Alexandre-Bidon, Historienne

Claude Ronzeau

Jacky Beldont de l'association Archiclassique, Saint-Pourçain-sur-Sioule (03),

Dominique Arrault, service des espaces verts et les services techniques de la ville d'Issoire,

Le pôle Arts & Patrimoine de la ville d'Issoire les remercie chaleureusement pour leur précieuse collaboration.





Infos pratiques

Horaires

du 2 mai au 28 octobre 2018

Ouverture

Mai, juin, septembre, octobre :

du mardi au dimanche, de 14h à 18h

samedi, de 10h à 12h30 et de 14h à 18h

Juillet et août :

du mardi au dimanche, de 10h à 12h30 et de 14h à 18h

Fermeture

Tous les lundis.

Renseignements

Centre d'art roman Georges-Duby

Parvis Raoul-Ollier

63500 Issoire

Tél. : 04 73 89 56 04 (accueil)

04 73 89 25 57 (administration)

issoire-patrimoine@orange.fr

centre-artroman.issoire.fr

Entrée gratuite aux expositions.

Contact presse :

Pierre Deneuve

Responsable du pôle Arts & Patrimoine

Parvis Raoul-Ollier

63500 Issoire

Tél. : 04 73 89 25 57

issoire-patrimoine@orange.fr