

les



du Musée
de l'imprimerie
et de la communication graphique

C O N F É R E N C E S

SAISON 2023 - 2024

À 18H15 AUX ARCHIVES MUNICIPALES

1 PLACE DES ARCHIVES LYON 2^{ÈME}

ACCÈS PARKING-TRAMWAY-MÉTRO-BUS : LYON PERRACHE
ENTRÉE LIBRE DANS LA MESURE DES PLACES DISPONIBLES



Florence JABET

Florence Jabet est titulaire d'un master d'histoire à l'université Bordeaux III. Très intéressée par les marques françaises traditionnelles et par la mise en valeur du produit, elle est, depuis plusieurs années, chef de produits pour la marque Jacques Herbin.

DE 1670 À NOS JOURS, L'HISTOIRE DE LA MARQUE D'ENCRES, JACQUES HERBIN.

Créée en plein cœur du Paris historique, en 1670, à quelques centaines de mètres de la cathédrale Notre-Dame, la maison Jacques Herbin était à l'origine spécialisée dans la fabrication de la cire à cacheter et dans le négoce des encres. Son fondateur, Jacques Herbin, navigateur de son état, fit ainsi connaître rapidement la qualité de ses produits à la cour du roi Louis XIV à Versailles.

Son descendant, à la quatrième génération, lui aussi appelé Jacques HERBIN, décida de lancer, en 1798, sa propre production d'encres. L'encre Jacques HERBIN atteignit rapidement une grande renommée, notamment pour la luminosité de ses teintes aux noms poétiques. Au cours du XIX^e siècle, la maison Jacques HERBIN participa aux grandes expositions internationales à Paris mais aussi, à Londres en 1823, où elle fut médaillée pour la qualité exceptionnelle de ses encres. Le panel des produits se développa, la société se lança ainsi dans la production de l'encre de Chine en 1824 ou encore de l'encre Violette qui marqua des générations d'écoliers.

La maison Jacques Herbin se transmet de père en fils jusqu'au cours du XX^e siècle. Sous l'entité de Clairefontaine Rhodia depuis janvier 2021, les encres Jacques Herbin continuent de séduire le monde entier.



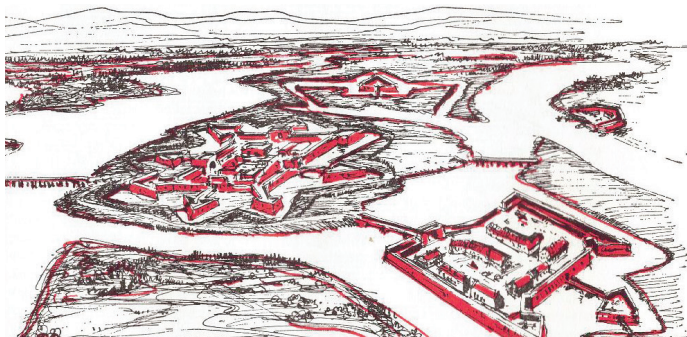
Linda Gil

Linda Gil est Maître de conférences à l'Université Paul-Valéry de Montpellier 3, et membre de l'IRCL (Institut de recherche sur la Renaissance, l'âge Classique et les Lumières). Spécialiste de l'histoire du livre et de l'édition au XVIII^e siècle, elle a consacré sa thèse à l'étude de la première édition posthume des œuvres complètes de Voltaire, éditée dans « L'édition Kehl de Voltaire. Une aventure éditoriale et littéraire au tournant des Lumières », (éd. Honoré Champion, 2018). Elle a également publié « Voltaire, D'Alembert, Condorcet. Correspondance secrète », ainsi qu'une réédition de la « Vie de Voltaire », de Condorcet (éd. Payot/Rivages, 2021 et 2022).

IMPRIMER LES OEUVRES COMPLÈTES DE VOLTAIRE DANS LES ANNÉES 1780, UNE AVENTURE SUR LA FRONTIÈRE.

À la mort de Voltaire, une équipe d'admirateurs du patriarche fonde la « Société littéraire-typographique » pour réaliser une nouvelle édition complète de son œuvre. Ce projet dissident, militant et pionnier est réalisé sous la direction de Beaumarchais et de Condorcet. Malgré les obstacles qui s'opposent à cette entreprise subversive, les correspondants de la « Société littéraire-typographique » parviennent à « finir ce cher Voltaire » et livrent, entre 1785 et 1790, une édition en format in octavo en 70 volumes et une autre de format in-douze en 92 volumes. Entre Paris et Kehl, les éditeurs organisés en réseau clandestin ont joué d'une implantation locale et d'une dimension internationale que les archives permettent de ressaisir.

Cette édition posthume et intégrale de l'œuvre de Voltaire constitue une première, à la fois par le luxe apporté à l'édition « chef d'œuvre de l'art typographique » mais aussi par ses nombreux apports textuels et critiques. Elle pose aussi de nombreuses questions, historiques, philologiques et idéologiques dans le contexte très polémique des années pré-révolutionnaires. Ce travail de reconstitution d'une grande page de l'histoire du livre s'appuie sur des archives pour la première fois rassemblées.



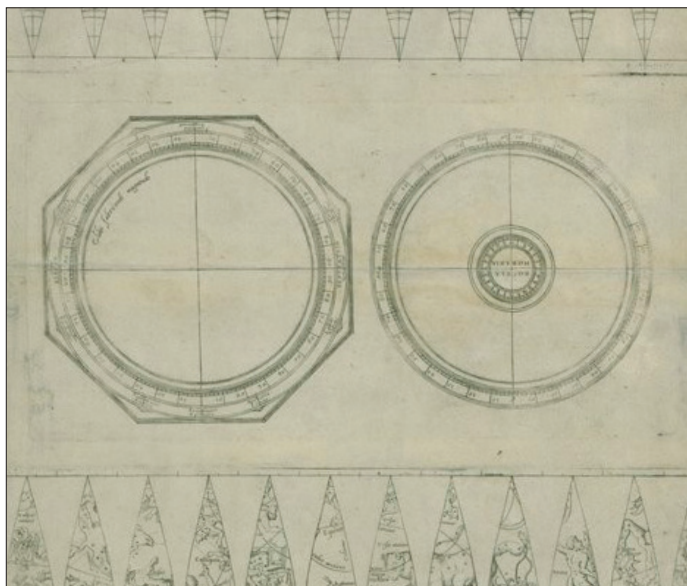
Fort de Kehl, 1986-Brischle-Klopfer

Catherine HOFMANN

Conservatrice générale des bibliothèques, Catherine Hofmann est en charge des fonds patrimoniaux au département des Cartes et plans de la Bibliothèque nationale de France. Depuis une quinzaine d'années elle s'intéresse en particulier à la production et à la symbolique des globes en Occident. Elle a co-édité en 2012 l'ouvrage « Les Globes de Louis XIV : étude artistique, historique et matérielle » et partagé, en 2018-2019, le commissariat de l'exposition « Le Monde en sphères », présentée successivement au Louvre Abu Dhabi et à la Bibliothèque nationale de France.

LES PARADOXES DU GLOBE, DE LA RENAISSANCE AUX LUMIÈRES.

Imagines dès l'Antiquité grecque alors qu'était posée l'hypothèse de la sphéricité du monde, les globes terrestres et célestes connaissent un véritable âge d'or en Occident à la Renaissance et dans les siècles qui suivent. Produits en grand nombre grâce à la technique des fuseaux gravés, largement diffusés dans la société, commentés et expliqués dans de nombreux traités de cosmographie, les globes s'imposent comme des instruments indispensables dans les cabinets d'étude, mais aussi comme des ornements incontournables dans les galeries des puissants, les officines des banquiers et des marchands ou encore les demeures des simples lettrés. Leur image envahit les livres, les estampes, la peinture et les arts plastiques, porteuse d'une symbolique riche et polysémique. Pourquoi et comment fut possible un tel engouement ? Quels en sont les ambiguïtés, voire les paradoxes ?



Catherine FAIVRE D'ACIER

Catherine Faivre d'Arcier, archiviste paléographe, a consacré son doctorat à la figure d'un bibliophile hors du commun du XIX^e siècle, le vicomte de Lovenjoul. Conservateur des bibliothèques actuellement en disponibilité, elle a exercé son métier à la Bibliothèque nationale de France, notamment au département des Manuscrits.

LOVENJOUL, UN BELGE AMOUREUX DU ROMANTISME FRANÇAIS.

Le vicomte de Lovenjoul, jeune homme issu de la bonne société belge du XIX^e siècle, naquit dans une famille où faire collection était une tradition, et dans un milieu où la bibliophilie était de bon ton. Sa nature et ses goûts cependant l'entraînèrent dans une aventure plutôt originale aux yeux de ses pairs. Il se révéla en effet précurseur dans le monde de la bibliophilie, de la conservation et de l'érudition. Son nom est aujourd'hui indissolublement lié à celui du romantisme français.

La conférence proposera de revenir sur la rencontre déterminante à l'origine de cette vocation – car c'en fut une – et sur les différentes étapes qui conduisirent à la constitution de ces « archives du XIX^e siècle littéraire français ».



Fernande NICAISE

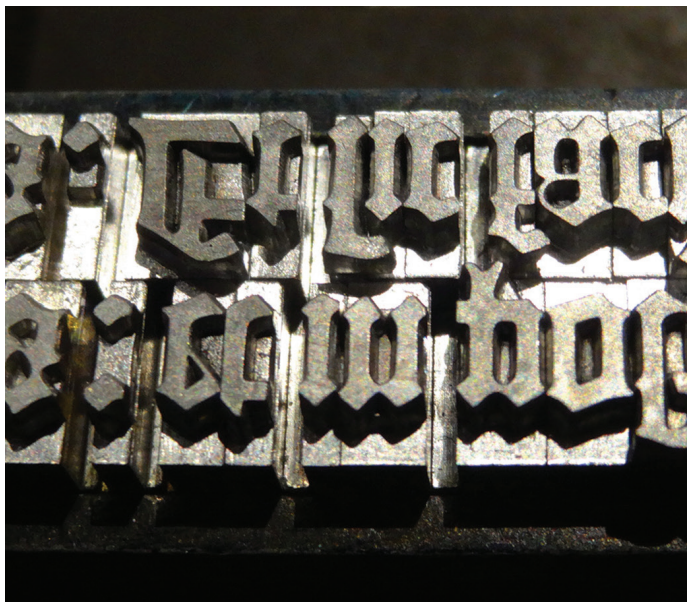
Formée à la SEPR, après une longue expérience dans une imprimerie lyonnaise en tant que compositrice, Fernande Nicaise rejoint en 1999 le musée de l'Imprimerie où elle devient responsable de l'atelier de typographie. En lien avec le service des publics, elle crée, anime et développe des ateliers pédagogiques relatifs à la typographie. Elle assure aussi la formation en interne du personnel du Musée auquel elle transmet son savoir-faire en voie de disparition. Ayant rejoint le service des collections-expositions, elle se consacre maintenant à l'identification, la valorisation et la promotion du patrimoine typographique. Souvent sollicitée pour son expertise technique, elle participe régulièrement à la rédaction d'articles pour le Canard du Musée.

DU PLOMB QUI VAUT DE L'OR.

Inkunabula, Gothique Textura, vignettes Fournier, lettrines exceptionnelles, plain-chant, caractères de civilité, Anglaise crantée... un focus sera porté sur des trésors issus des collections typographiques du Musée de l'imprimerie et de la communication graphique : fontes et impressions remarquables.

Il sera suivi d'une réflexion sur le patrimoine que l'on souhaiterait vivant, accessible, valorisé et sur notre devoir de protection.

Après avoir évoqué les richesses historiques, l'avenir sera aussi abordé sur le savoir-faire lié à ces collections, qui est primordial, et sur un patrimoine immatériel presque disparu aujourd'hui dans de nombreux musées de l'imprimerie à travers le monde.



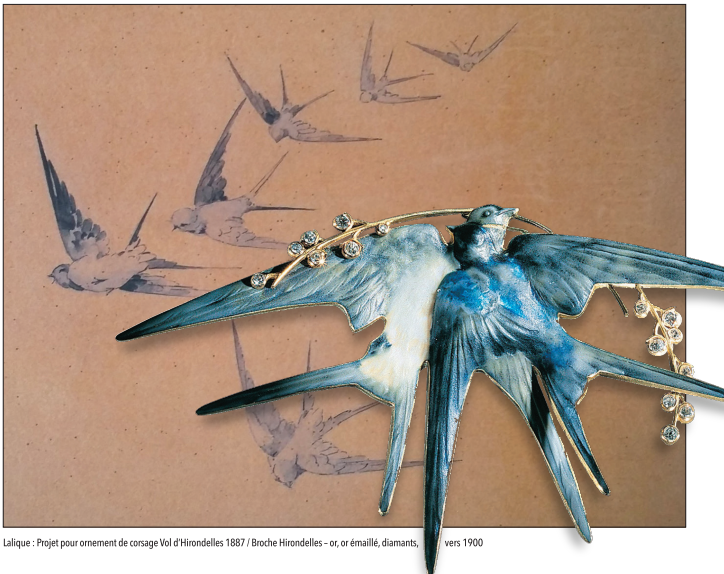
Brigitte SERRE-BOURET

Docteur en Histoire de l'art et archéologie, Conservateur en chef du Patrimoine et ancienne élève de l'école du Louvre, Brigitte Serre-Bouret a mené une carrière de directrice de musées dans diverses régions de France. Depuis dix ans, elle se consacre à la recherche et à l'enseignement supérieur dans ses domaines de compétences. Concernant celui des bijoux, elle a organisé et participé à plusieurs expositions ainsi qu'étudié et publié les poinçons d'orfèvres au XIX^e siècle en Normandie. Au sein d'un groupe d'établissements d'enseignement supérieur dédié aux métiers de la création (AD Education), elle enseigne l'Histoire et le marché de l'Art à l'EAC et l'Histoire et la sociologie du bijou à l'Institut national de Gemmologie, Paris et Lyon.

DU PINCEAU AU SERTI : LE BIJOU DESSINÉ.

Dès la découverte de l'Imprimerie, les orfèvres diffusent leurs modèles dans toute l'Europe. Du XVI^e au XVIII^e siècle, ces précieux ouvrages témoignent de la mode et des bijoux, certains devenus rares dans les collections publiques aujourd'hui.

A partir du XIX^e siècle jusqu'à l'époque contemporaine, le dessin devient un « gouaché ». C'est la première étape du bijou, avant tout un « outil technique », réalisé à l'échelle, qui doit guider les différents corps de métiers dans la réalisation de la pièce. Il permet de figurer le modèle, ainsi que sur la feuille, le placement des pierres et leur facetage. Il est fondamental. Parfois, lorsque le bijou n'est pas réalisé il est susceptible de devenir, avec le temps, une œuvre d'art à part entière, admirée et recherchée pour ses qualités propres, tels les dessins de Lalique ou des grandes maisons joaillières Chaumet, Van Cleef and Arpels, etc.



Bruno THÉVENON

Bruno Thévenon est historien de Lyon, ancien documentaliste spécialisé à la Bibliothèque Municipale de Lyon et critique de cinéma pour le Figaro de Lyon, coauteur du Dictionnaire historique de Lyon et de Lyon au cinéma, iconographe et responsable du fond d'affiches de l'Institut Lumière.

L'AFFICHE DE CINÉMA : TOUT UN ART AU SERVICE DU SEPTIÈME ! GRAPHISMES ACCROCHEURS ET GRANDS NOMS POUR AUTANT D'HISTOIRES.

Les affiches des films d'Alfred Hitchcock, François Truffaut, Otto Preminger ou encore Charlie Chaplin sont connues et reconnaissables de tous et font partie de notre patrimoine visuel commun. Elles sont l'œuvre de Guy-Gérard Noël, Constantin Belinski, Léo Kuper, Saul Bass, Boris Grinsou... et de tant d'autres grands noms de dessinateurs ou graphistes bien moins connus que leurs travaux pourtant restés dans la postérité. Ils contribuent néanmoins souvent à la gloire de chefs d'œuvres du septième art. Le temps d'une conférence, sortons-les de l'oubli et partons, preuves visuelles à l'appui, à leur découverte.



Hubert PASSOT

Hubert Passot travaille depuis près de vingt-cinq ans dans le milieu muséal, dont plus d'une dizaine au Musée de l'imprimerie et de la communication graphique. Amateur de livres, notamment de collections populaires, sa curiosité se développe en permanence au gré de ses découvertes lors de chises assidues.

LES DÉBUTS DE LA COLLECTION « LE LIVRE DE POCHE »

Février 1953. Une révolution a lieu en France dans le milieu éditorial avec la parution des premiers titres du *Livre de Poche*, sous l'impulsion d'Henri Filipacchi. Très vite, le *Livre de Poche* devient un symbole populaire qui permet l'accès à la culture de nouvelles catégories de population, en particulier les plus jeunes. Les premières années sont modestes, mais dès 1958 plus de 8 millions d'exemplaires ont été édités. C'est la décennie suivante qui voit l'explosion du phénomène avec plus de 28 millions d'exemplaires en 1969. Un succès qui ne s'arrêtera plus puisque depuis sa création il y a 70 ans plus d'un milliard de volumes ont été diffusés ! Hubert Passot vous propose un diaporama des cent premiers numéros de la collection, en évoquant le graphisme des couvertures illustrées comme des affiches de cinéma.



LES AMIS DU MUSÉE DE L'IMPRIMERIE ET DE LA COMMUNICATION GRAPHIQUE



Association reconnue d'intérêt général, créée en 1971.

Les AMIS du Musée de l'imprimerie et de la communication graphique sont indéfectiblement, depuis plus de 50 ans, aux côtés du Musée et à l'écoute de ses équipes. Cette collaboration est mutuellement enrichissante, d'autant que nombre d'adhérents de cette association sont d'origine et de culture variées.

En conséquence, ils sont des interlocuteurs déterminés, curieux et critiques, au sens positif du terme, susceptibles d'apporter leurs idées et leurs compétences, comme de comprendre les problèmes esthétiques autant qu'administratifs du Musée.

Ils lui apportent leur dynamisme, leurs propositions et leur aide, tant matérielle qu'intellectuelle, et peuvent également être des bénévoles efficaces s'impliquant dans l'activité du Musée.

VENEZ PARTICIPER À LEUR ACTION POUR FAIRE VIVRE LES PROJETS DE L'ÉTABLISSEMENT ET RENDRE POSSIBLES SES RÊVES, EN PARTICULIER EN CETTE PÉRIODE DE RÉNOVATION PROCHAINE DU MUSÉE. APPORTEZ-LUI VOTRE ENTHOUSIASME... CELUI QUI N'A PAS D'ÂGE.

ACTIONS DES AMIS

Les AMIS sont des donateurs réguliers. Leurs cotisations permettent le financement du cycle annuel de conférences, la participation financière à diverses actions du Musée (campagnes de publicité pour des expositions, éditions ou rééditions d'ouvrages) et à des acquisitions comme celles, en 2022, d'une gravure représentant Laurent Coster et, en salle des ventes (inaccessible au Musée), d'une magnifique affiche d'Alfons Mucha.

Ils constituent aussi un réseau d'incitation et d'aide aux dons, par des particuliers, d'affiches, de livres, de matériels anciens, etc. destinés au Musée. En collaboration étroite avec lui, ils participent à l'inventaire de ces dons de collectionneurs ou de professionnels, mais également à l'exploration de différents fonds d'archives encore inexploités, voire à leur numérisation, en vue de recherches universitaires ultérieures ou d'utilisations pour de futures expositions.

N'hésitez pas à leur rendre visite lors des permanences bimensuelles au Musée (dates consultables sur le site du Musée, onglet « Amis du Musée », ou disponibles à l'accueil du Musée).

AVANTAGES POUR LES AMIS

Invitations aux manifestations organisées par le Musée ou l'Association : inaugurations, vernissages, visites guidées de toutes les expositions, voyages, conférences... Entrée gratuite au Musée.

BULLETIN D'ADHÉSION

L'Association concourt aux activités du Musée, notamment pour l'édition, l'animation, les relations publiques ainsi que pour l'acquisition de documents et de matériels. La carte de membre donne accès au Musée et aux manifestations organisées par le Musée ou l'Association (inaugurations d'expositions, visites, conférences...).

Mr, Mme

Demeurant

.....

Mail

Téléphone

Profession

Adhère

☐

Renouvelle son adhésion

☐

Membre individuel

☐

35 €

Couple

☐

50 €

Tarif jeune

☐

10 €

L'Association étant reconnue d'intérêt général, les dons sont déductibles des impôts. Par exemple si vous ajoutez un don de 60 € il ne vous coûtera en réalité que 20 €. Vous recevrez un reçu fiscal pour votre don avec votre carte de membre.

Don

.....€

Total adhésion plus don

.....€

Date :

Signature :

Paiement par chèque bancaire,
ou par virement en scannant le QR code
de HelloAsso :



LES AMIS DU MUSÉE DE L'IMPRIMERIE
ET DE LA COMMUNICATION GRAPHIQUE

Hôtel de la Couronne, 13 rue de la Poulallerie 69002 Lyon
mail : amismuseeimprimerielyon@orange.fr
site internet : www.imprimerie.lyon.fr



Achat et vente
de livres anciens et modernes, Bandes dessinées.

29, Rue Saint-Jean, Vieux-Lyon.
04. 78. 42. 29. 41.
www.librairiediogene.fr



Le musée de l'Imprimerie et de la Communication graphique,
c'est aussi une librairie où vous trouverez un choix original de livres,
d'affiches, d'estampes, et d'idées de cadeaux sélectionnés
par Hubert Passot et l'équipe du musée.

Entrée libre le mardi de 10h à 17h
et du mercredi au dimanche de 10h30 à 17h45.

Contact : boutique-mil@mairie-lyon.fr