Anabases

Traditions et réceptions de l'Antiquité

6 | 2007

Varia

Bernadette et Françoise SCHNITZLER, *Archéopub. La survie de l'Antiquité dans les objets publicitaires*

Philippe Foro

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/anabases/3411>

DOI : 10.4000/anabases.3411

ISSN : 2256-9421

Éditeur

E.R.A.S.M.E.

Édition imprimée

Date de publication : 1 octobre 2007

Pagination : 266

ISSN : 1774-4296

Référence électronique

Philippe Foro, « Bernadette et Françoise SCHNITZLER, *Archéopub. La survie de l'Antiquité dans les objets publicitaires* », *Anabases* [En ligne], 6 | 2007, mis en ligne le 01 janvier 2012, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/anabases/3411> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/anabases.3411>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

© Anabases

Bernadette et Françoise SCHNITZLER, *Archéopub. La survie de l'Antiquité dans les objets publicitaires*

Philippe Foro

RÉFÉRENCE

Bernadette et Françoise SCHNITZLER, *Archéopub. La survie de l'Antiquité dans les objets publicitaires*, musées de Strasbourg, 2006, 280 p.
35 euros / isbn 2-35125-036-2.

- 1 Jusqu'où va se loger l'Antiquité ? Jusque dans la publicité dont le dictionnaire de l'Académie donne une définition juridique en 1694 avant que le mot ne prenne un sens commercial au cours du xix^e siècle. C'est à la découverte de cette réception particulière de la culture antique que nous convie l'album coordonné par Bernadette et Françoise Schnitzler, catalogue de l'exposition organisée et présentée par le musée archéologique de Strasbourg du 20 octobre 2006 au 31 décembre 2007. En vérité, outre l'Antiquité, la publicité a utilisé en amont et en aval de celle-ci la Préhistoire, l'Antiquité tardive et le Haut Moyen Âge. Après avoir souligné que cette utilisation remonte à la fin du xix^e siècle et traverse le xx^e, les auteurs insistent sur la multiplicité des supports publicitaires où se retrouvent les thèmes antiques : affiches (la première date de 1482 et annonce un pèlerinage), plaquettes émaillées, timbres, étiquettes de bouteilles, encarts dans la presse, emballages, cadeaux publicitaires offerts aux clients. Dans l'héritage antique, certaines périodes et thèmes ont les faveurs des publicitaires : l'Égypte, les Gaulois, la mythologie, la civilisation gréco-romaine.
- 2 L'utilisation publicitaire fonctionne selon plusieurs schémas. Tout d'abord, la déformation volontaire mais suffisamment claire pour être comprise par tout un chacun. Ainsi, la peinture Silexore, les biscuits Dinausorus, la carrosserie Toutenkamion, une campagne de prix bas surnommée Néfertiprix. Ensuite, l'utilisation

de personnages, d'œuvres antiques ou de dieux illustres avec la colle Cléopâtre, reine des colles, la Victoire de Samothrace pour les pneus Englebert qui participèrent à de nombreux grands prix victorieux en 1934, Vénus, déesse de la beauté, qui accompagne des lames de rasoirs capables de rendre des visages beaux comme les bustes antiques. Enfin, la mise en valeur de figures anonymes mais symbolisant un type de personnages antiques. Ce sont les cas du gladiateur assoiffé après un combat et qui se rafraîchit avec de l'eau de Perrier, le guerrier gaulois pour des bières et des cigarettes, un centurion pour une marque de fromage.

- 3 Le catalogue de cette exposition est autant à lire qu'à feuilleter tant l'iconographie est riche et souvent méconnue ou oubliée. Il est une nouvelle preuve de l'importance de l'inconscient culturel antique qui habite les sociétés occidentales encore de nos jours. Le mieux est sans doute de se rendre au musée archéologique de Strasbourg qui livre au public cette originale exposition jusqu'à la fin de l'année 2007. Plus que quelques jours !

AUTEURS

PHILIPPE FORO

Université de Toulouse II-Le Mirail
philippe.foro@wanadoo.fr