

# La “littérature appliquée” au catalogue commercial

## Journée d'études ANR *Littépub*

(Vendredi 17 novembre 2017, Bibliothèque nationale Suisse, Berne)

<http://littepub.net/>

### *Argumentaire*

Blaise Cendrars, en 1935, dans un volume recueillant les plus belles des affiches signées Cassandre, expose par une formule aussi surprenante qu'immédiatement compréhensible, les qualités de la publicité quand elle relève de la « littérature appliquée ». Tout en introduisant la littérature au répertoire des *arts appliqués* (en pleine effervescence au cours de ces années), la formule oppose à l'idée commune de la littérature, autonome et désintéressée, la pluralité de ses usages et de ses destinations. Cette journée d'études propose d'explorer les formes que prend cette « littérature appliquée » lorsqu'elle apparaît dans un médium précis : le catalogue commercial. Quand trouve-t-on les premiers textes littéraires inscrits dans des catalogues ? Quelle est l'histoire de cet usage de la littérature ? Quels sont, en retour, ses effets sur l'écriture ? Favorisant les jeux graphiques et les inventions typographiques, le catalogue multiplie les innovations techniques : comment la matière rédactionnelle s'y agence-t-elle ? Entre le support éphémère du dispositif publicitaire et les qualités littéraires des textes publiés, la journée voudrait souligner les destinations multiples, et les temporalités paradoxales, qui traversent la littérature de catalogue.

Les lectures attentives au dispositif publicitaire de la première publication de ces textes permettront de situer la littérature au sein de cette relation, qui lie une entreprise à ses clients. L'attention pourra se porter sur les réseaux de production et de diffusion de ces médias : on analysera d'un côté les lieux de contact entre les agents commerciaux et les auteurs, en cherchant notamment à décrire les relations (de contrat, de mécénat, etc.) qui lient les écrivains à leurs commanditaires. D'un autre côté, les études tâcheront d'être attentives à la diffusion de ces catalogues : dans quelle aire géographique sont-ils distribués et à quelle fréquence ? Quels sont les publics ciblés ? Les textes sont ici offerts : ce présent, s'il appelle en retour l'achat du produit, définit-il la spécificité *publicitaire* de la littérature de catalogue ? En cherchant à préciser la place occupée par la littérature dans cette relation commerciale, les analyses se feront plus précises : les œuvres, dans les catalogues, ne célèbrent pas seulement les qualités des différents objets mis en vente, mais contribuent à l'invention de valeurs partagées entre une marque et ses clients-lecteurs.

À l'inverse, cette journée voudrait réfléchir la spécificité *littéraire* de ces textes : quelle peut être la postérité de ces œuvres, dont l'écriture semble si solidaire des lieux de leur publication et des formes de leur diffusion ? On se souviendra alors que le catalogue n'a pas alimenté l'histoire littéraire uniquement grâce aux montages avant-gardistes : des auteurs importants s'y sont illustrés, dont ces textes, de circonstance, ont depuis longtemps rejoint l'œuvre. Les textes sont ici sortis du catalogue et se sont enrichis de nouvelles lectures. De leur première apparition à leur reprise, on se demandera quelles sont les conditions de leur intégration au corpus de la littérature.

### ***Bibliographie indicative***

**ADAM**, Jean-Michel, « Entre conseil et consigne : les genres de l'incitation à l'action », *Pratiques*, n° 111-112, 2001, pp. 7-38.

- « Types de textes ou genres de discours ? Comment classer les textes qui *disent de et comment faire ?* », in Garcia-Debanc, Claudine (dir.), *Les discours procéduraux, Langages*, 35<sup>e</sup> année, n° 141, 2001, pp. 10-27.  
[URL : [http://www.persee.fr/issue/lgge\\_0458-726x\\_2001\\_num\\_35\\_141](http://www.persee.fr/issue/lgge_0458-726x_2001_num_35_141)]

**BARTHES**, Roland, « Le Message publicitaire, rêve et poésie », in *Langue et publicité. Les Cahiers de la publicité*, n° 7, pp. 91-96 [URL : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_1268-7251\\_1963\\_num\\_7\\_1\\_4840](http://www.persee.fr/doc/colan_1268-7251_1963_num_7_1_4840)]

**BOUCHARENC**, Myriam, « Publicité sous influence ou du document comme littérature », in Reverseau Anne & Alii, *Littérature et document autour de 1930. Hétérogénéité et hybridation générique*, *La Licorne* n° 109, Presses Universitaires de Rennes, 2014.

- « Etranges fleurs mobiles. Littérature publicitaire et publicité littéraire dans l'entre-deux-guerres », in *Les Circulations publicitaires de la littérature. Interférences littéraires/Littéraire interférenties*, n° 18, mai 2016.

**BOUCHARENC**, Myriam, **GUELLEC**, Laurence, **MARTENS**, David, *Les Circulations publicitaires de la littérature. Interférences littéraires/Littéraire interférenties*, n° 18, mai 2016.

**CENDRARS**, Blaise, *Le Spectacle est dans la rue*, Montrouge, Draeger frères, 1935.

**CLIFFORD** James, *Malaise dans la culture : l'ethnographie, la littérature et l'art au XX<sup>e</sup> siècle*, Paris, École nationale supérieure des Beaux-Arts, 1996 [1988].

**COLLOMB**, Michel, *La Littérature Art Déco*, Paris, Klincksieck, 1987.

- « ... », in Boucharenc, Myriam, Leroy, Claude (dir.), *L'Année 1925*, Paris, Presses Universitaires de Paris Nanterre, 20...

**DJELASSI**, Souad, **FERRANDI**, Jean-Marc, « L'Influence de la perception du temps sur l'achat par catalogue », in *Revue française de gestion*, 3/2006 (n° 162), pp. 161-175. [URL : <http://www.cairn.info/revue-francaise-de-gestion-2006-3-page-161.htm>]

**FÈVRE-PERNET**, Christine, « Pour Noël, je voudrais... ou comment se réalise la communication persuasive dans les catalogues de jouets », in *Market Management*, 1/2005 (Vol. 5), pp. 56-70. [URL : <http://www.cairn.info/revue-market-management-2005-1-page-56.htm>]

**FLOCH**, Jean-Marie, « La maison d'épicure. Les désirs naturels et non nécessaires d'habitat », in *Identités visuelles*, Paris, Presses Universitaires de France, (coll. "Formes sémiotiques"), 2010, pp. 145-179. [URL : <http://www.cairn.info/identites-visuelles--9782130582564-page-145.htm>]

**GRAWEZ**, Damien, « [MAGRITTE (René), NOUGE (Paul)], *Le Catalogue Samuel | Les Souvenirs déterminants | La Terre n'est pas une vallée de larmes* », in *Textyles* [En ligne], 15 | 1999, mis en ligne le 25 juillet 2012, consulté le 24 janvier 2017. [URL : <http://textyles.revues.org/1240>]

**GUELLEC**, Laurence, **BERRANGER**, Marie-Paule, *Les Poètes et la Publicité*, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, ANR LITTÉPUB [en ligne], 2017, mis en ligne le 20 février 2017 [URL : <http://littepub.net/publication/je-poetes-publicite/introduction-poetes-publicite.pdf>]

**HUXLEY**, Aldous, *En Marge. Essais et Notes*, Paris, Les Éditions Universalis, 1945 (trad. de Jules Cattier).

**JACQUELLE**, Alain, **BRUGUIÈRE** Francis, « Un catalogue qui vend vraiment... entretien avec Francis Bruguière », in *Communication et langages*, n° 9, 1971. pp. 121-129.

**MARGARITO**, Mariagrazia, « La promotion entre description et injonction dans les catalogues de vente par correspondance », in *Ela. Études de linguistique appliquée*, n° 2, 2005 (no 138), pp. 189-203. [URL : <http://www.cairn.info/revue-ela-2005-2-page-189.htm>]

**MOULLAUD**, Maurice, « L'iconostase du foie gras : les catalogues "Comtesse du Barry" », dans A. Montandon (dir.), *Signe/Texte/Image*. Lyon : Césura, 1990, p. 188-205.

**POOL-INTER**, « Sondages : Les femmes et la V.P.C. Qui achète par correspondance ? », *La révolution informatique. Les Cahiers de la publicité*, n° 19, pp. 17-20. [URL : [http://www.persee.fr/doc/colan\\_1268-7251\\_1968\\_num\\_19\\_1\\_5028?q=catalogue+VPC](http://www.persee.fr/doc/colan_1268-7251_1968_num_19_1_5028?q=catalogue+VPC)]

**REVERSEAU**, Anne, « Des affinités électives du surréalisme belge et de la publicité : autour de Paul Nougé et d'E.L.T. Mesens », in Guellec, Laurence, Berranger, Marie-Paule, *Les Poètes et la Publicité*, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, ANR LITTÉPUB [en ligne], 2017, mis en ligne le 20 février 2017 [URL : <http://littepub.net/publication/je-poetes-publicite/introduction-poetes-publicite.pdf>]

**REVERSEAU**, Anne, **BONCIARELLI**, Sarah, **VAN DEN BERGH**, Carmen, *Littérature et document autour de 1930. Hétérogénéité et hybridation générique*, La Licorne n° 109, Presses Universitaires de Rennes, 2014.

- , « La Littérature comme document. Les Écrivains et la culture visuelle autour de 1930 », *Littératures. Modes d'emploi. Plateforme d'expositions*, Exposition en ligne, page consultée le 26 janvier 2017 [URL : <http://www.litteraturesmodesdemploi.org/expositions/realisees>]

**RIALLAND**, Ivane (dir.), *Critique et Médium*, Paris, CNRS Éditions (coll. "Génétique"), 2016.

**SIMONIN**, Anne, « Le catalogue de l'éditeur, un outil pour l'histoire. L'exemple des éditions de minuit », *Vingtième Siècle. Revue d'histoire*, 1/2004 (n° 81), p. 119-129. [URL : [https://www.cairn.info/article.php?ID\\_ARTICLE=VING\\_081\\_0119](https://www.cairn.info/article.php?ID_ARTICLE=VING_081_0119)]

**VAN GANSEN**, Kistof, « Arts et Métiers graphiques : la littérature comme art appliqué ? », in Guellec, Laurence, Berranger, Marie-Paule, *Les Poètes et la Publicité*, Université Sorbonne Nouvelle-Paris 3, ANR LITTÉPUB [en ligne], 2017, mis en ligne le 20 février 2017 [URL : <http://littepub.net/publication/je-poetes-publicite/introduction-poetes-publicite.pdf>]