

PUBLICITÉ EXTÉRIEURE

PUBLICITÉ :

(1694) « Le fait et l'art d'exercer une action psychologique sur le public à des fins commerciales » (Le Robert).

La publicité extérieure : enseigne, pré-enseigne et toute « inscription, forme ou image [ou leur support] destinée à informer le public ou attirer son attention » (loi du 19 décembre 1979).

On peut également la définir comme l'ensemble des « supports publicitaires qui s'inscrivent dans le paysage » (M. Cassou-Mounat).

Le *signum* romain, qui donnera l'« enseigne », est certainement le premier support publicitaire. Forme ou image apposée sur un immeuble ou dans un espace où se déroule l'activité signalée, il est destiné aux illettrés.

Les enseignes se multiplient au XIV^e siècle. Peintes, de bois ou de métal, elles sont suspendues à une potence au dessus d'une auberge ou d'une boutique (1).

En 1539, un édit de François I^{er} pose les bases de l'affichage en annonçant que « les ordonnances seraient attachées à un tableau [...] dans les seize quartiers de la ville de Paris et dans les faubourgs aux lieux les plus éminents ».

Dès le XVIII^e siècle, on dénonce la prolifération des enseignes. Une ordonnance du bureau des finances de la Généralité interdit toute enseigne saillante et donne naissance à l'enseigne peinte (2) directement sur le mur.

Les travaux d'Hausmann contribuent à l'essor de l'affiche avec les palissades comme support (3). L'affiche d'art apparaît avec les Nabis et Chéret (3), qui voient dans la rue un espace nouveau où développer leur

« La publicité est la fleur de la vie contemporaine ; elle est une affirmation d'optimisme et de gaieté ; elle distrait l'œil et l'esprit. C'est la plus chaleureuse manifestation de la vitalité des Hommes d'aujourd'hui, de leur puissance, de leur puérilité, de leur don d'invention et d'imagination, elle est la plus belle réussite de leur volonté de moderniser le monde dans tous ses aspects et dans tous les domaines. »

Blaise Cendrars

« Où il n'y a pas d'église, je regarde les enseignes. »

Victor Hugo

art. Toulouse-Lautrec et Manet lui donneront ses lettres de noblesses.

En 1857, la publicité s'installe sur le mobilier urbain. Des bancs publics supportent des annonces publicitaires. La société Morris obtient une concession de quinze ans pour installer ses colonnes sur la voie publique (4). On en compte cent cinquante exemplaires en 1861. Cet édifice sert aussi d'espace de rangement.

La loi du 29 juillet 1881 sur la liberté de la presse donne un cadre juridique à la publicité et contribue à faire de l'affiche un élément essentiel du paysage urbain.

En 1889, l'illumination du *Moulin-Rouge* annonce les débuts de la publicité lumineuse (8).

Au tout début du XX^e siècle, la construction du métropolitain fournit des espaces souterrains pour les afficheurs. Le panneau de 4 par 3, épousant la voûte en anse de panier des stations, est lisible depuis le quai opposé (5).

Dans les années vingt, le Bauhaus intègre l'esthétique publicitaire dans l'architecture (6). Les murs peints (7) (1920-1925) sont de véritables fresques modernistes. Dans *Je me souviens*, Pérec évoque la publicité Dubonnet (10) qui utilise pour la première fois l'effet cinétique (DUBO,

DUBON, DUBONNET) entre deux stations de métro. En 1924, la publicité lumineuse de Citroën investit abusivement le monument français le plus emblématique, la tour Eiffel. Classée monument historique, elle scintille depuis l'an 2000 de mille feux, symbolisant désormais la ville-lumière. Elle rejoint ainsi l'esprit de son embrasement lors de l'Exposition universelle de 1889 (9).

En 1964, la société JCDecaux propose aux mairies des abribus pour voyageurs, dits « abribus », comportant des espaces publicitaires loués aux afficheurs (11).

Aux États-Unis, dans les années soixante-dix, à Las Vegas une nouvelle typologie de publicité extérieure distingue les hangars décorés, appelés « canards » (bâtiments dont la forme architecturale évoque le produit vendu et se confond à l'enseigne). R. Venturi voit dans la publicité les moyens d'une nouvelle signalétique urbaine.

La loi du 29 décembre 1979 relative à la publicité, aux enseignes et aux pré-enseignes concerne tous les messages visibles sur la voie publique (et non plus seulement dans les zones protégées). Elle s'inspire du droit de l'urbanisme en permettant l'établissement de zonages locaux et reconnaît le panneau portatif (12) en

tant que publicité.

Le panneau d'affichage ou le portatif 4 par 3 reste adapté au cône de vision de l'automobiliste et est actuellement le support le plus utilisé. Il tend à être supplanté par le « 8 m² » (12), éventuellement défilant et de mêmes proportions. Il se multiplie aux entrées de villes, à proximité des zones commerciales.

Dans les années quatre-vingt-dix, les grandes bâches peintes de C. Feff ont embelli les chantiers parisiens en annonçant des événements exceptionnels (13). L'informatique permet d'imprimer des films métallo-textiles de grand format (14). Ces bâches sont appliquées sur des supports fixes (mur, pignon, échafaudage) ou mobiles (bus, métro, voiture).

Le portatif vidéo est utilisé dans certaines villes, à titre expérimental.

La publicité extérieure diurne et nocturne doit être étudiée comme un élément à part entière de l'architecture urbaine et du paysage. Elle participe au dessin de l'espace public. Elle est une expression de la vie économique, culturelle et artistique de la société propre à chaque pays.

Le Concours arturbain.fr 2004 distingue un traitement de la publicité extérieure à l'échelle du bâtiment (15), de l'espace public (16) et du paysage (17).

V. AFFICHE D'ART, BANC PUBLIC, ÉCHAFAUDAGE, ENSEIGNE, MUR PEINT, MOBILIER URBAIN, PALISSADE, PANNEAU PORTATIF, PLAN LUMIÈRE, PRÉ-ENSEIGNE, PUBLICITÉ LUMINEUSE, SIGNALÉTIQUE URBAINE.



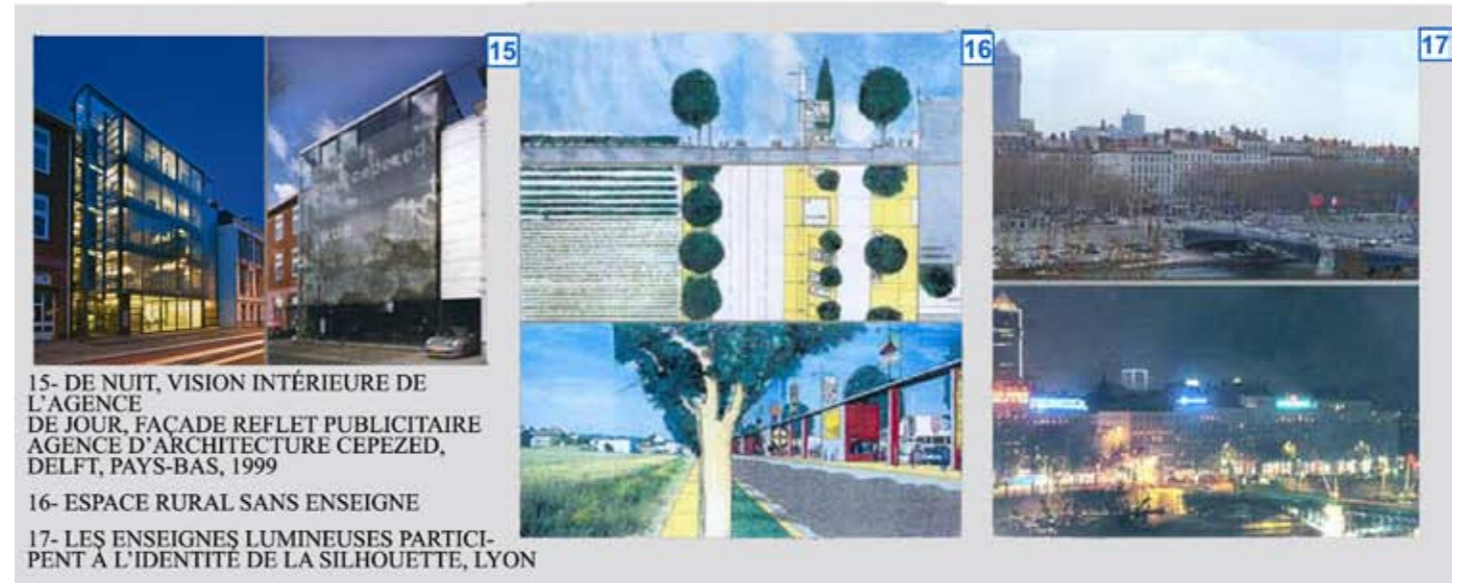
1- ENSEIGNE DE MAISTRE APOTICAIRE, XV^e S. 2- ENSEIGNE PEINTE, RUE MONGE, PARIS 3- PALISSADES, LONDRES, 1850 LE FIGARO, J. CHÉRET, 1904 / AFFICHE BRITANIQUE, 1915 4- COLONNE MORRIS, PARIS 5- STATION MÉTRO "BONNE NOUVELLE", PARIS



6- LE BAHAUSS INTÈGRE LA PUBLICITÉ DANS L'ARCHITECTURE D'UN KIOSQUE 7- AFFICHE DU MOULIN ROUGE À LA BELLE ÉPOQUE, A. WILLETTE 8- "ST RAPHAEL", MENDE, LOZÈRE, VERS 1920 9- G. GAREN, TABLEAU, 1889 10- CASSANDRE JOUE SUR L'EFFET CINÉTIQUE, 1947



11- "ABRIBUS", PARIS, JCDecaux 12- RESPECT DE LA LIGNE DE CRÈTE AVEC PANNEAU DÉFILANT, TOULON 13- ÉGLISE ST-AUGUSTIN, PARIS, C. FEFF 14- TOILE TENDUE, PORTE DE LA CHAPPELLE, PARIS



15- DE NUIT, VISION INTÉRIEURE DE L'AGENCE DE JOUR, FAÇADE REFLET PUBLICITAIRE AGENCE D'ARCHITECTURE CEPEZED, DELFT, PAYS-BAS, 1999 16- ESPACE RURAL SANS ENSEIGNE 17- LES ENSEIGNES LUMINEUSES PARTICIPENT À L'IDENTITÉ DE LA SILHOUETTE, LYON