

LITTéPUB est un projet interdisciplinaire s'appuyant sur un socle littéraire. Il associe une démarche patrimoniale, interprétative et éditoriale dans la perspective inédite d'une histoire croisée de la littérature et de la publicité en France. Il vise à construire comme objet d'étude la « publicité littéraire » ou la publicité faite selon les modèles littéraires, par les écrivains et/ou pour la littérature. Il s'agit d'exhumer et d'analyser un vaste corpus de documents oubliés, témoignage de la part prise par la culture lettrée à la culture marchande, en corrélation avec l'émergence concomitante d'une littérature et d'une pensée critique qui réagissent à la « propagande » commerciale pour en dénoncer les mécanismes ou en capter les pouvoirs de séduction. Cette recherche en prise sur les nouvelles problématiques de la communication de marques liées à l'essor du numérique entend restituer à l'histoire culturelle des deux derniers siècles un chapitre fondamental de son évolution.

DE LA "LITTÉRATURE INDUSTRIELLE" À LA "POÉSIE DU HAUT NÉGOCE"

LA PUBLICITÉ LITTÉRAIRE, DE 1830 À NOS JOURS

Journée d'études inaugurale du programme ANR LITTéPUB

Lundi 15 décembre 2014, de 9h30 à 17h30

Bibliothèque Forney
Hôtel de Sens
1, rue du Figuier
75004 Paris

Journée organisée avec le concours de la Bibliothèque Forney, du Centre des Sciences de la Littérature française (EA 1586) et de l'Agence Nationale de la Recherche.

Responsables scientifiques : Myriam Boucharenc, Laurence Guellec, Renaud Fuchs.

PRÉSENTATION GÉNÉRALE DU PROGRAMME ET RESSOURCES DOCUMENTAIRES

9H30

Accueil des participants

par Renaud Fuchs,
conservateur en chef, directeur de la Bibliothèque Forney



9H45

Présentation du programme scientifique

par Myriam Boucharenc et Laurence Guellec

- historique et genèse du programme
- corpus et typologie (auteurs / genres, médias / supports, secteurs / marques)
- périodisation du sujet (1830-2014)
- axes et planning du programme



11H

Présentation des fonds / numérisation / valorisation

par les Bibliothèques partenaires

- *Bibliothèque Forney*
Renaud Fuchs, avec le concours de Béatrice Cornet, Sylvie Pitoiset et Isabelle Servajean
- *Bibliothèque Interuniversitaire de Santé (BIU Santé, Paris)*
Guy Cobolet, directeur de la BIU Santé, avec le concours de Jean-François Vincent, service d'histoire de la santé
- *Fonds Blaise Cendrars, Bibliothèque Nationale Suisse*
Christine Le Quellec-Cottier,
directrice du Centre d'études Blaise Cendrars
- *IMEC*
Albert Dichy, directeur littéraire,
et André Derval, directeur des collections



12H30

Discussion

PRÉSENTATION DU PROGRAMME PAR LES PARTENAIRES SCIENTIFIQUES

14H30

Nanterre / CSLF

Coordination et gestion administrative du programme.
Publicité littéraire XX^e-XXI^e siècles

Myriam Boucharenc

Intervenants : Françoise Galle, Anne Struve-Debeaux, Pierre Hyppolite



15H

Université de Caen / LASLAR

La publicité éditoriale (XIX^e-XX^e siècles)

Brigitte Diaz

Intervenants : Marie Hartmann, Marie-Hélène Boblet



Discussion

16H

Laboratoire Communication et Politique / CNRS

Enquête au cœur des représentations sociales des marques
et de la publicité chez les romanciers contemporains

Valérie Sacriste

Intervenants : Magali Bigey, Pascal Guénée



16H30

Paris 3 / THALIM - Écritures de la modernité

Pilotage du site web LITTÉPUB,
Publicité littéraire XIX^e-XXI^e siècles

Laurence Guellec

Intervenants : Alain Schaffner, Xavier Sense, Marie-Paule Berranger,
Hélène Campagnolle-Catel, Françoise Hache-Bissette, Christophe Reffait



17H30

Discussion et clôture