

La description archivistique des images : note méthodologique à partir du cas des affiches publicitaires de la marque Peugeot (1892-1999)

Anne Klein

Résumé

Les images gagnant en importance dans les services d'archives et les archivistes affirmant de manière croissante leur volonté de valoriser les fonds iconographiques dont ils ont la garde, la question de la description de ces documents se pose de manière accrue. L'une des particularités des images étant la condensation de l'information, leur description nécessite avant tout une sélection des éléments significatifs qui permettront de rendre les documents identifiables. De plus, la nature généralement sérielle des images pose le problème de la structuration d'un instrument de recherche selon la seule norme ISAD-G (Norme générale et internationale de description archivistique). Le classement et la description d'affiches publicitaires permettent de confronter les pratiques françaises et canadiennes en la matière et le cas particulier du traitement du fonds d'affiches de la marque Peugeot aboutit à une utilisation intégrée des Règles pour la description des documents d'archives canadiennes et de la norme ISAD-G développée par le Conseil international des archives.

Les images sont devenues omniprésentes dans les sociétés occidentales. L'archiviste se trouve devant un phénomène, qui pour n'être pas nouveau, prend une ampleur jamais vue : il lui faut décrire les milliers, parfois les millions, d'images qui composent ses fonds. Qu'il s'agisse d'affiches, de photographies (argentiques, numériques, plaques de verre, négatifs, etc.), de dessins, etc., le premier problème qui se pose tient dans la masse des documents. Or, si Michel Melot, archiviste et bibliothécaire, sous-directeur de l'Inventaire général et de la documentation du patrimoine en France, préconise d'indexer non les images mais leur contexte de production¹ au motif que « l'essentiel de ce qu'exprime [une image] est irréductible au langage »², il est pourtant nécessaire de décrire leur contenu si l'on veut les rendre accessibles. Toute la difficulté est de choisir les composantes iconographiques qui fourniront la matière pour obtenir l'information pertinente pour l'utilisateur.

Le traitement d'un fonds d'affiches publicitaires de la marque Peugeot, dont les plus anciennes datent de la fin du XIX^e siècle et les plus récentes, de la fin du XX^e siècle, a été l'objet d'un travail de stage de première année de Master professionnel au centre d'archives historiques du groupe PSA-Peugeot Citroën. Si la description des archives papier est largement réglementée par les pratiques archivistiques françaises et ISAD-G (Norme générale et internationale de description archivistique), les images ne bénéficient, en France, d'aucun outil spécifique pour guider leur traitement. Cependant, les archivistes canadiens se sont dotés d'un tel outil. Le chapitre 4 des RDDA (Règles pour la description des documents d'archives) est consacré aux documents iconographiques.

Les difficultés majeures rencontrées ont tenu à la description du fonds. D'abord, les affiches, en tant qu'objets, ont ceci de particulier qu'elles ont pour fonction première de communiquer un message le plus efficacement possible. Elles réunissent donc un maximum d'informations dans un minimum d'espace. Ces informations prennent deux formes : textuelle et iconographique. Ensuite, en tant que véhicules d'un discours publicitaire, ces affiches présentaient des informations redondantes d'un article à l'autre. Enfin, l'objet même des publicités rendait la description complexe puisqu'il s'agit de production industrielle, donc sérielle. Par définition, un objet industriel est fabriqué en assemblant des éléments standardisés que l'on retrouve dans plusieurs produits. L'accumulation de ces phénomènes a posé des questions d'ordre méthodologique qui ont largement influencé la rédaction de l'instrument de recherche. En effet, comme nous nous proposons de l'exposer ici, ces éléments contrevennent largement à une application stricte des principes de description archivistique. Les informations ne présentant pas une arborescence « naturelle », organique, comme c'est le cas des archives textuelles, il a fallu identifier les informations pertinentes et leur assigner artificiellement un niveau de description. Il a aussi été nécessaire d'éviter les redondances de manière à construire une structure arborescente.

C'est ce que nous verrons après avoir brièvement exposé les conditions dans lesquelles le traitement du fonds a été effectué. Dans un premier temps, nous survolerons donc l'histoire du groupe PSA-Peugeot Citroën et ses initiatives en matière patrimoniale. Ensuite, le traitement du fonds sera décrit de manière à mettre en lumière les choix qui ont été faits tant en matière d'outils de description qu'en termes d'analyse du contenu et de plan de classement. Enfin, nous expliquerons comment les notices descriptives ont été rédigées et en quoi la nature multiple (iconographique, industrielle et publicitaire) des affiches a rendu la structuration de l'instrument de recherche complexe. Il s'agit finalement ici de montrer que, malgré les efforts de normalisation, l'archiviste doit souvent faire preuve d'ingéniosité et de créativité dans l'utilisation qu'il fait des outils disponibles pour pouvoir rendre compte de l'unicité de l'image.

Le groupe industriel et son histoire³

Depuis le XVIII^e siècle, la famille Peugeot a marqué la région de Montbéliard, dans l'est de la France, par ses activités de meuniers et d'agriculteurs. En 1810, deux des fils se lancent dans la production d'acier, puis de petit matériel métallique et d'outils. Ils fondent la première société portant le nom de la famille : la Société Peugeot-Frères et J. Maillard-Salins. À plusieurs reprises au cours de son histoire, Peugeot a diversifié sa production, passant du petit matériel métallique à l'électroménager et aux véhicules automobiles à la fin du XIX^e siècle. À partir de 1886, la production de bicyclettes et de tricycles marque un tournant pour l'entreprise puisque la marque Peugeot est associée à ce produit jusque dans les années 1980. Dès 1889, la fabrication des premiers quadricycles à moteur conduit Peugeot à devenir l'un des principaux constructeurs d'automobiles français au XX^e siècle.

En 1976, le groupe Peugeot constitue la holding PSA-Peugeot Citroën. Dès lors, les deux marques restent différenciées et commercialement concurrentes, mais elles ont en commun les activités de recherche et de développement, le service des achats, la production, les ressources humaines et les services financiers et administratifs. PSA-Peugeot Citroën se développe au fil des années. Si la construction automobile est le secteur clé du groupe, ses activités sont diversifiées (banque, transport et logistique, machines automatisées de production, etc.). Le groupe PSA-Peugeot Citroën, riche d'une longue histoire, a décidé de mettre sur pied une politique d'archivage incluant les archives « vivantes » et les archives « historiques »⁴.

Depuis la fin des années 1970, le groupe bénéficie de plusieurs institutions patrimoniales, chacune associée à une marque particulière. Ainsi, la CAAPY (Collection de l'aventure automobile à Poissy) a été rassemblée lors du rachat de Chrysler Europe par Peugeot en 1978. Elle regroupe les véhicules produits sur le site de Poissy depuis sa mise en exploitation en 1938. On trouve donc les différentes marques qui s'y sont succédé. L'Aventure Peugeot, elle, est une association fondée en 1981 dans le but de rassembler les archives de la marque Peugeot pour répondre aux demandes de journalistes, de collectionneurs, de chercheurs et de collaborateurs Peugeot. Les documents réunis par l'association sont notamment constitués d'une documentation technique, de livres, de photographies et de documents audiovisuels. Les affiches dont il est ici question ont été regroupées par l'association. Depuis 1988, l'association gère le musée de Sochaux qui permet la mise en valeur du patrimoine de la marque Peugeot. Le Conservatoire Citroën, enfin, est une entité de la Direction Citroën. Il a pour vocation la conservation des modèles produits par la marque depuis sa création en 1919. Le Conservatoire gère les documents de la marque Citroën (plus de 300 véhicules et 1 400 mètres linéaires d'archives).

Les détenteurs ou créateurs d'archives privées non classées ne sont, en France, soumis à aucune obligation quant à la gestion de leurs documents patrimoniaux. Dans ce cadre, la volonté d'une entreprise de conserver ses documents patrimoniaux demande une prise d'initiative au plus haut niveau. C'est ainsi qu'au début des années 2000, Pierre Peugeot, alors Président du Conseil de surveillance du groupe, a décidé d'instaurer le repérage et la sauvegarde des archives historiques du groupe. Dans le même mouvement, le projet d'archivage de groupe a été mis en place en 2005. Il a permis l'implantation d'un service responsable des documents administratifs et la création d'un centre d'archives historiques situé dans la région dont la famille Peugeot est originaire, à Hérimoncourt. Une charte a aussi été rédigée dans ce cadre qui définit le rôle de chacune des institutions patrimoniales liées au groupe. Selon cette charte, le centre des archives historiques a donc une mission particulière qui est la gestion des archives définitives des différentes marques constituant le groupe ou ayant été liées au groupe PSA-Peugeot Citroën. Les missions du centre sont, conformément à l'archivistique française, la collecte, le classement, la communication et la conservation des documents d'archives.

Dans cette optique, les archives historiques ont d'abord été l'objet d'un repérage sur les différents sites de production et d'un recensement. Des opérations de sauvetage ont été menées pour les fonds menacés de disparition, la collecte d'archives orales a été organisée et la mise en place d'un contact régulier avec les services producteurs a permis de mettre en œuvre des procédures de versement et le contrôle des éliminations. Le centre comptait, en juin 2009, 2 800 ml de documents textuels et 700 ml de documents audiovisuels. En outre, des fonds constitués (actions PSA-Peugeot et Citroën, 1890-1990) et des collections d'affiches (dont celle traitée ici) et d'objets ont été acquis. Les documents ainsi collectés sont triés en fonction de leur intérêt historique et décrits de manière détaillée afin d'alimenter les différents outils de gestion informatisés existants ou en cours d'élaboration. Le public auquel s'adresse le centre des archives historiques est essentiellement composé des salariés du Groupe et de collectionneurs des différentes marques. Le centre n'est pas encore doté d'un site Internet qui permettrait une meilleure diffusion de ses fonds.

Le traitement du fonds : analyse et description

Dans sa totalité, le fonds à traiter compte environ 15000 affiches de publicité sur les lieux de vente. Ces affiches étaient donc exclusivement destinées aux concessionnaires du réseau Peugeot, tant en France qu'à l'étranger. Seules 327 pièces ont été traitées; elles couvrent la période s'étendant de 1892 à 1999. Cette collection a été rassemblée par l'association l'Aventure Peugeot, puis transférée au centre d'archives historiques qui offre de meilleures conditions de conservation. L'association a numérisé une partie des affiches. À cette occasion, un premier

recensement a été établi. À partir de ce travail, les pièces à traiter en priorité, les plus anciennes, ont pu être repérées. De plus, cette liste a souvent permis de dater les affiches et d'identifier les modèles. Les affiches évoquent différentes sociétés ayant été, à un moment où à un autre, liées à la marque Peugeot. Pour la plupart, elles vantent des automobiles, cycles et motocycles, mais on trouve aussi quelques publicités pour des moteurs ou de l'électroménager puisque la marque Peugeot a aussi été associée à ces types de production.

Le traitement du fonds a été effectué en trois étapes : l'analyse du contenu des affiches, le classement du fonds et enfin la rédaction de l'instrument de recherche. Tout au long du processus, l'objectif à atteindre ne devait pas être perdu de vue : la diffusion. Il fallait donc établir un instrument de recherche permettant de repérer chacune des affiches et surtout de pouvoir les distinguer les unes des autres. Après l'examen de plusieurs répertoires ou inventaires de fonds iconographiques, la difficulté majeure du travail est apparue : rendre compte de l'unicité d'une image.

Depuis la fin du XIX^e et le début du XX^e siècle, les archivistes ont travaillé à se doter d'outils visant l'uniformisation de leurs pratiques. Les concepts fondamentaux de la discipline et les premiers manuels datent de cette époque. Les années 1990 marquent, quant à elles, l'apparition des normes de description des fonds d'archives qui constituent aujourd'hui les principaux outils archivistiques. L'utilisation de la norme internationale ISAD-G (Norme générale et internationale de description archivistique) et des RDDA canadiennes (Règles de description des documents d'archives) a donc été centrale dans ce travail de traitement des affiches.

Comme l'expliquent Dominique Maurel et Michel Champagne, « la description archivistique allie la description physique des documents et l'analyse de leur contenu, tout en incluant des renseignements sur l'origine des documents »⁵. ISAD-G définit la description archivistique comme une « représentation précise d'une unité de description, et de ses composantes éventuelles, obtenue en sélectionnant, en analysant et en ordonnant toute forme d'information permettant d'identifier, de gérer et de localiser les documents d'archives et d'expliquer leur contenu et le contexte de leur production »⁶. De leur côté, les RDDA y voient un « enregistrement de l'information portant sur la structure, les fonctions et le contenu des documents présentés sous une forme normalisée »⁷. Il s'agit donc, pour l'archiviste, de déterminer les éléments du document éclairant à la fois son contenu, sa forme ou structure et son contexte de création. Si, en France, la description archivistique est fondée sur ISAD-G, les RDDA ont permis de déterminer et de structurer les éléments retenus pour l'élaboration de l'instrument de recherche. La description est composée de plusieurs étapes. D'abord, la description dite « bibliographique » n'a pas posé de problème particulier puisqu'il

s'agit de relever les caractéristiques matérielles des affiches (auteur, imprimeur, date et lieu de publication, dimensions, support, etc.). Ensuite, il a fallu effectuer une analyse du contenu qui s'est avérée plus problématique en ce que l'affiche condense de nombreuses informations sous deux formes : le texte et l'image.

L'analyse de contenu vise « à identifier les notions contenues dans les documents et à les présenter d'abord sous forme abrégée [...], pour en accélérer la prise de connaissance [...] ensuite sous forme codée, pour en faciliter le repérage »⁸. Elle comporte plusieurs phases dont la première est la prise de connaissance du contenu des documents. Comme le montrent Dominique Maurel et Michel Champagne⁹, cette étape est plus ou moins aisée et rapide en fonction du type de documents et du niveau de description. Il s'agit d'identifier les éléments d'information pertinents pour la description. En ce qui concerne les affiches, le traitement à la pièce facilite la prise de connaissance du contenu et permet de relever rapidement les éléments récurrents.

La deuxième phase est l'identification, l'évaluation et la sélection des concepts à retenir. Il s'agit de « reconnaître les concepts présents et [de] déterminer ceux qui seront retenus dans le produit final de l'analyse »¹⁰. Ce travail permet d'établir une grille d'analyse qui facilite le repérage des informations et permet d'assurer la cohérence de la description dans le temps puisque le risque principal lors du traitement d'un fonds relativement important est une évolution du regard porté sur les documents au fil des analyses. Pour cette étape, une grille préalablement constituée par l'archiviste du centre, en vue de la mise en place d'un outil de gestion informatisé des documents iconographiques, a été la base de l'élaboration d'une nouvelle grille type destinée à la description des seules affiches. Une fois les éléments de la grille sélectionnés, ces derniers constituent un cadre pour la ou les personnes qui procèdent à la description. Cette phase a constitué une part très importante du travail. Après l'apport de modifications trouvant le plus souvent leur fondement dans la lecture des RDDA, la grille comportait vingt-trois éléments que l'on peut regrouper selon trois catégories : les caractères externes aux affiches (cote, auteur, imprimeur, notes de l'archiviste, état matériel et nombre d'exemplaires) ; les caractéristiques matérielles des affiches (technique, dimensions, langue, support) ; enfin, les éléments de contenu (marque, type de véhicule, titre, slogan, modèle, silhouette, description, texte complémentaire, thème, lieu, personnalité, axe de représentation) et la date.

La dernière phase de l'analyse du contenu est la traduction des concepts dans un langage documentaire. En d'autres termes, une fois les éléments de la grille déterminés, il a fallu en normaliser le contenu. En effet, certains champs pouvaient, si la terminologie employée était suffisamment contrôlée, permettre d'établir des liens entre les articles. Ainsi, le champ relatif au thème des affiches, pour être pertinent, ne

devait pas évoquer plus de quelques sujets récurrents. Il pouvait éventuellement servir à l'établissement du plan de classement et ses données pourraient être utilisées comme termes d'indexation dans une base de données. Ce champ ne contient finalement que neuf grandes thématiques telles que « technicité », pour la présentation de procédés techniques singuliers, « économies », lorsqu'une affiche met en avant les avantages financiers procurés par la marque, « loisirs », qui regroupe notamment les notions de confort et de vitesse, etc.

Le contenu du champ de la description a posé un problème particulièrement aigu. Il était d'abord destiné à préciser le thème de l'image, mais il a plutôt servi à identifier l'ensemble des éléments de l'affiche : « Modèle dans la neige suivi par un avion ; titre en haut à gauche, nom de campagne en bas à droite, "Un constructeur sort ses griffes" en bas à gauche, logo Peugeot rallyes en bas à gauche ; modèle rouge, avion blanc, lettrage blanc, fond tricolore ». Bien que respectant l'ordre interne du document, comme le recommande un principe fondamental de la description archivistique, ce type d'analyse n'est pas suffisamment synthétique pour être efficace. Pour alléger la description et rendre les éléments repérables, de nouveaux champs ont été ajoutés. On voit dans cet exemple que le texte tient une grande place dans la composition d'une affiche publicitaire, ce qui a motivé son traitement en trois temps. Deux champs ont donc été ajoutés de manière à faire apparaître, outre le titre, le slogan et un texte complémentaire éventuel. D'un autre côté, les couleurs ont été complètement évacuées dans le contenu du champ « description » qui, finalement, ne donne plus qu'une indication relative à l'environnement du modèle (forêt, bord de mer, désert, etc.).

Les différentes modifications et évolutions de la grille devaient permettre de mettre en place un vocabulaire contrôlé propre aux affiches. Il s'agit là d'une particularité de l'indexation archivistique qui, bien que pouvant s'appuyer sur des thésaurus existants, est nécessairement une extraction des termes depuis les notices descriptives par l'archiviste. Les documents d'archives étant par définition uniques, les termes d'indexation d'un fonds sont généralement propres aux personnes et aux activités qu'il documente. Ainsi, « la notion de "sujet" en archivistique couvre une réalité assez vaste considérant les diverses manifestations possibles du "contenu" dans les documents »¹¹. Tout en constituant une représentation des concepts du fonds, les termes d'indexation doivent aussi être choisis en fonction des besoins des utilisateurs. Ici, les utilisateurs des affiches peuvent être le service de communication de la marque, qui cherche les différentes représentations d'un modèle à travers le temps, ou des collectionneurs, qui veulent voir une affiche qui manque à leur collection en vue de recherche ou d'achat à venir. La terminologie devait donc être précise en matière de mécanique, de dénomination des modèles ou des motorisations pour que les connaisseurs puissent trouver des représentations précises. D'un

autre côté, le vocabulaire décrivant l'environnement des modèles devait être plus restreint de manière à ne pas rendre les notices absconses.

L'organisation intellectuelle du fonds: classification et rédaction de l'inventaire

«La classification [...] joue un rôle essentiel, car l'organisation intellectuelle des documents permet [...] de situer les documents parmi l'ensemble de la production»¹². S'agissant d'une collection, «réunion artificielle de documents en fonction de critères communs liés à leur contenu ou à leur support et dont la juxtaposition est le fruit de la volonté ou du hasard, par opposition au fonds d'archives constitué de façon organique par un producteur»¹³, les affiches auraient pu être indexées selon les méthodes bibliographiques. Cependant, l'absence de classification n'aurait pas permis de représenter les filiations entre les modèles de véhicules ni les liens existant entre les moteurs et les modèles.

L'analyse du fonds à la pièce a permis de repérer les éléments les plus récurrents qui pourraient servir de base au classement du fonds. En archivistique, la classification peut être alphabétique, chronologique, numérique ou thématique. Après des tentatives de classement thématique, regroupant les affiches par le thème représenté selon les catégories établies lors de l'analyse du contenu, une autre approche a été privilégiée. Le plan de classement¹⁴ est articulé autour de deux axes: le secteur automobile et les autres productions. Au sein de ces axes, des niveaux permettent de distinguer les différentes sociétés productrices. La marque automobile la plus représentée est la Société des Automobiles Peugeot dont on a discriminé les publicités relatives à la seule marque de celles vantant des véhicules. Ces dernières ont été regroupées en fonction du type d'automobile et, enfin, le classement est relatif à la génération de véhicules. Le terme «génération» désigne le dernier chiffre du nom du modèle qui fait référence à son apparition dans le temps (205 et 105 sont des modèles de la cinquième génération de véhicules produits depuis 1930). Ce classement présente aussi l'avantage d'établir une chronologie puisque, globalement, une génération succède à l'autre.

Une typologie des instruments de recherche existe, qui s'appuie essentiellement sur les niveaux de description. En France, on distingue les instruments de recherche synthétiques, qui décrivent les unités archivistiques depuis le fonds (état des fonds) jusqu'à la série (état sommaire), des instruments de recherche analytiques qui donnent une description jusqu'au niveau du dossier (répertoire) ou de la pièce (inventaire)¹⁵. Généralement, les instruments de recherche présentent les unités de description dans l'ordre des cotes; il est alors nécessaire de se reporter aux index pour trouver un document. L'inventaire-index¹⁶, choisi dans ce cas, «présente les notices dans un ordre différent de celui des cotes»¹⁷. Les noms propres et les «sujets» du fonds sont utilisés comme entrées. Ici, les modèles et motorisations sont les entrées de l'instrument de recherche, ce qui permet de repérer facilement les articles recherchés.

Une fois le plan de classement établi, la rédaction de l'inventaire consiste essentiellement en l'organisation interne des notices descriptives. L'analyse ou notice descriptive est donnée par l'archivistique française comme la présentation, « sous une forme organisée, concise et précise, [des] informations d'ordre historique et diplomatique contenues dans un document ou un ensemble de documents »¹⁸. Fiable et concise, la notice doit aussi être intelligible. La description doit correspondre au contenu, être comprise par tous et ne pas être sujette à interprétation. Enfin, la notice doit être complète, elle doit donner les éléments d'information pertinents pour chacun des articles décrits. Dans la pratique française, les éléments de description sont les suivants : objet, action, agent, typologie documentaire et dates extrêmes. L'objet est le thème, ou sujet, sur lequel s'exerce l'activité de la personne physique ou morale à l'origine du document. L'action est l'activité dont résulte l'existence des documents. L'agent est l'auteur de cette action et est le plus souvent identifié aux niveaux supérieurs ou bien dans l'intitulé.

Une notice se présente donc ainsi :

Agent/Intitulé. – Objet, action : typologie documentaire	Dates extrêmes
Transports privés. – Réglementation : interventions des syndicats de transporteurs	1905-1910

Cette manière de faire est tout à fait adaptée aux documents textuels pour lesquels elle a été pensée et qui se présentent, la plupart du temps, sous la forme de dossiers relatifs à un événement ou un thème précis. Cependant, l'application de cette structure aux affiches est difficile, voire impossible. En effet, quelle est donc l'action exercée sur quel objet dans une image ? Quel est l'agent qui exerce cette action ? Aucune réponse pertinente à ces questions n'ayant été trouvée, les notices n'ont pas été structurées selon ce modèle. Toutefois, il a fallu trouver un moyen de répondre aux exigences de fiabilité, de concision, de précision et de complétude de la définition de la notice. Pour cela, les RDDA ont été d'une grande aide puisqu'elles donnent des indications précises quant au contenu des analyses.

Le choix de l'inventaire-index impose une profondeur de description proche de ce que les Canadiens nomment le résumé indicatif, utilisé pour la description sur le plan du dossier ou de la pièce et rendant compte de l'ensemble du document¹⁹. Tous les éléments repérés lors de l'analyse du contenu des affiches n'ont pas été retenus, mais peu ont été finalement écartés. Ainsi, les informations utiles aux seuls archivistes (état matériel, nombre d'exemplaires, etc.) n'apparaissent pas dans l'instrument de recherche. La consultation d'un usager considéré comme référence privilégiée par le personnel du centre d'archives a aussi permis d'évacuer les informations suivantes : couleur du modèle et axe de

représentation. En revanche, certains éléments tels que les lieux et les personnalités ont été refondus dans les notices. Les informations inutilisées dans l'instrument de recherche restent utiles à un outil de gestion informatique qui permet l'emploi d'un plus grand nombre de critères de recherche. Finalement, les choix opérés ont été largement tributaires du chapitre 4 des RDDA, qui permet d'établir une notice assez précise. Ainsi, parmi les éléments que les règles canadiennes préconisent d'indiquer, les suivants sont retenus et adaptés : titre propre, titres parallèles, compléments du titre, mentions de responsabilité, dates de création ou de diffusion (on peut rarement les distinguer), lieu de fabrication et nom du fabricant (il s'agit en fait, pour nous, des mentions d'imprimerie), dimensions, autres caractéristiques matérielles, portée et contenu.

Une fois les éléments de la notice sélectionnés, il fallait trouver une structure qui permette de restituer l'ordre originel des informations dans les documents. En ce qui concerne les documents iconographiques, la complexité réside dans l'établissement d'une hiérarchie des différents niveaux de lecture puisque « la valeur informative [des documents iconographiques] apparaît comme une accumulation de "couches sédimentaires" »²⁰. Dans le cas particulier des affiches, quel élément doit primer, le texte ou l'image ? Sur ce point, l'association de la norme internationale et des règles canadiennes pouvait fournir des éléments de réponse.

Comme les RDDA, ISAD-G repose sur le principe archivistique fondamental qu'est le respect des fonds. Ce principe recouvre trois aspects : le respect de la provenance, de l'intégrité et de l'ordre originel du fonds. Il s'agit d'abord de laisser les documents d'un producteur groupés, ensuite de n'extraire (ou ajouter) aucun document d'un fonds, enfin de maintenir le classement établi par le producteur. Ces principes s'appliquent à chaque niveau de description. Ici, le respect de l'ordre originel est important dans la mesure où il permet la représentation de l'image en mots. La norme internationale est, en outre, régie par quatre règles permettant à la description de refléter l'organisation du fonds, c'est-à-dire les niveaux de classement. D'abord, la description archivistique doit procéder du général au particulier. Ensuite, les informations fournies doivent être adaptées au niveau de description. Enfin, des liens doivent être établis entre les descriptions, ce qui rend possible le regroupement d'informations communes à plusieurs unités de description et, ainsi, l'application de la dernière règle : la non-répétition des informations.

Les vingt-six éléments définis dans ISAD-G sont répartis au sein de sept zones. La zone d'identification comprend les informations essentielles pour identifier l'unité de description. Celle du contexte informe sur l'origine et la conservation de l'unité de description. La zone du contenu renseigne sur l'objet de l'unité de description et sur son classement. Les conditions d'accès et d'utilisation de l'unité de description

sont contenues dans la quatrième zone. Les sources complémentaires, les notes et le contrôle de la description constituent les dernières des sept zones de la description²¹. Cependant, seuls six de ces éléments sont considérés comme fondamentaux :

- La référence, qui permet l'identification du service d'archives et l'établissement de lien entre les documents et leur description ;
- L'intitulé, qui nomme l'unité de description ;
- La ou les dates de l'unité de description ;
- Le niveau de description, qui donne le niveau de classement de l'unité de description ;
- L'importance matérielle de l'unité de description, qui permet en outre de déterminer le support de l'unité archivistique ;
- Le nom du producteur.

Pour répondre aux besoins de la description, les préconisations de la norme internationale et des règles canadiennes ont été refondues et les différents éléments répartis dans l'ensemble de l'instrument de recherche. Les notices sont organisées, en fait, selon trois parties relatives aux types d'éléments décrits : d'abord, le contenu ; ensuite, les caractéristiques matérielles ; enfin, les mentions de responsabilité. On a tenté de restituer l'organisation interne des documents. Finalement, les éléments des notices sont les suivants :

- Le titre de l'affiche et la description du contenu (ISAD-G 1.2, RDDA 4.1B et 4.7D) ;
- Les éléments matériels (ISAD-G 1.5, RDDA 4.5C) ;
- Les mentions de fabrications (RDDA 4.4G) ;
- La date (ISAD-G 1.3, RDDA 4.4).

Une notice se présente donc ainsi :

Titre	COTE
Description du contenu (iconographie, environnement du modèle) : « Texte complémentaire »	
Description matérielle (technique, dimensions)	
Mentions de responsabilités (créateur, imprimeur)	
	DATE

En ce qui concerne la ponctuation et la typographie, elles doivent permettre de repérer les différents éléments de la notice tout en reflétant les rapports qu'ils entretiennent les uns avec les autres. En la matière, la norme internationale ne fournit aucune prescription. Il a donc fallu se tourner vers la pratique française, les RDDA et les normes de description bibliographique. Ainsi, le titre, lorsqu'il existe, est indiqué en italique selon la norme de description bibliographique ISO Z44-005, pour les

références et citations bibliographiques dans les articles scientifiques, largement utilisée en France et dont les moyens typographiques de repérage sont très connus. Le texte complémentaire est indiqué, entre guillemets, à la suite de la description iconographique. Ce texte a été identifié comme complémentaire parce que, d'une part, il n'est ni court, comme le titre propre, ni récurrent d'une affiche à l'autre, comme un slogan. D'autre part, son contenu est lié directement au titre propre ou à l'iconographie qu'il explicite. Il est annoncé par deux points, comme le préconisent les RDDA. Ce choix a aussi été motivé par le fait que, dans la pratique française, les deux points sont utilisés pour préciser l'élément de description qui les précède.

Les mentions de la technique et des dimensions d'un côté, de l'auteur et de l'imprimeur, de l'autre, sont séparées par une virgule. Celle-ci est employée dans la pratique française pour séparer des informations de valeurs équivalentes. On trouve parfois mention de deux types d'auteurs, une personne travaillant pour une agence de publicité est le cas le plus fréquent. Les deux informations sont alors séparées par une barre oblique. Le lieu d'impression est indiqué entre parenthèses de manière à mettre en évidence le fait qu'il est lié à l'élément qui le précède. Ces deux manières de procéder sont inspirées des RDDA. Chaque analyse est close par un point.

Pour finir, chacune des parties de la notice est renvoyée à la ligne par souci de clarté. Il aurait été possible de les faire se succéder et d'employer le point-virgule, comme séparateur, dans la mesure où la langue française l'emploie pour séparer des groupes d'éléments de même nature au sein d'une même phrase. Dans une analyse comportant l'ensemble des informations, comme c'est le cas dans cet exemple, celles-ci seraient difficilement identifiables et repérables :



<i>Erst... Prüfen Sie einen Peugeot</i> ; Châssis, calandre et phares ; Photogravure couleur, 135 x 99 ; Arthur, Affiches Adalta, Genève	PI 2009 RE-2055
	1928
<i>Erst... Prüfen Sie einen Peugeot</i>	PI 2009 RE-2055
Châssis, calandre et phares	
Photogravure couleur, 135 x 99	
Arthur, Affiches Adalta, Genève	
	1928

Une fois la structure des notices établie, celles-ci doivent encore être reliées entre elles par le regroupement des informations qui sont communes aux différents articles. C'est la structure de l'instrument de recherche qui permet, tout en suivant le plan de classement, ces regroupements. La principale difficulté lors de la rédaction de l'instrument de recherche a été de le structurer de manière à éviter au maximum la répétition des informations. En théorie, cette règle est applicable par le simple fait de respecter les niveaux de description. En effet, dans le cas des archives textuelles, si l'on trouve les mêmes informations au sein de différents articles, alors ces informations identiques sont reportées, dans la description, au niveau supérieur. Si la description est faite au dossier, l'information est remontée au niveau de la série ou de la sous-série. Ici, les affiches sont composées de plusieurs éléments redondants repérés lors de la phase d'analyse du contenu. La question était de savoir à quel niveau de description correspondait chacune de ces informations. Il a été rapidement convenu que les secteurs de production concordaient avec le premier niveau de description, le deuxième niveau étant composé par les sociétés responsables de la fabrication et le troisième, par les types de fabrication. Les autres éléments caractéristiques des automobiles – modèle, silhouette et version – devaient aussi apparaître. La mention de la génération, enfin, a permis d'établir un lien entre les modèles. L'inventaire comporte donc sept niveaux de description différents.

Il s'agit d'une singularité rendue nécessaire par le type de documents traités. Comme nous le mentionnions en introduction, une affiche a pour principe de contenir un maximum d'informations en un minimum d'espace, caractéristique largement reflétée par la structure de l'instrument de recherche. Cependant, la nature industrielle, donc sérielle, des produits vantés singularise encore le fonds. En effet, une entreprise, quelle qu'elle soit, utilise au maximum les composants de ses fabrications. Une pièce ou un procédé est utilisé pour la fabrication d'objets différents. En l'occurrence, les mêmes silhouettes et versions sont utilisées pour la conception de tous les modèles. De ce fait, les répétitions sont inévitables, quelle que soit la structuration envisagée. Il

faut donc établir une priorité, déterminer l'élément le plus englobant et le plus important pour la compréhension. Le modèle du véhicule est apparu comme l'élément dominant en ce qu'il est, la plupart du temps, l'objet même de la publicité. La silhouette, ensuite, est l'un des éléments repérés le plus aisément par le public. Enfin, la version apparaît comme argument de vente ne concernant que les connaisseurs. Ces éléments correspondent donc aux derniers niveaux de description.

Un autre aspect propre à la publicité s'est révélé problématique. Par définition, la publicité fonctionne par redondance, une image ou un texte est associé à un produit de manière à marquer le public visé. Si les analyses mentionnent le titre et le texte complémentaire, reste le traitement des slogans. Dans un premier temps, ils ont été inclus dans l'analyse. La question de la redondance s'est alors de nouveau posée. Les slogans apparaissent de manière régulière à partir des années 1970; cependant, ils ne sont jamais systématiquement présents. Surtout, ils sont associés aux modèles qui sont eux-mêmes distincts par leur silhouette et leur version. Ainsi, un même slogan peut être lié aussi bien à une berline GTI qu'à un cabriolet GL. Le problème réside dans le fait que, le plus souvent, les analyses présentant un même slogan ne sont pas consécutives dans le plan de classement tel qu'il a été établi. De plus, lorsqu'une affiche présentait un slogan, un second y était presque systématiquement associé. Mais l'un concernait le modèle, l'autre, la marque. Si l'on ajoutait ces deux éléments à l'inventaire, la norme devenait absolument inapplicable puisque le slogan concernant la marque devait être placé en amont de celui associé au modèle. Cette solution amenait cependant à éclater totalement le plan de classement pour des éléments qui, non seulement, étaient peu présents, mais, surtout, moins importants et moins généraux que les informations définies comme niveaux supérieurs. Pour finir, le slogan associé à la marque a été exclu de l'instrument de recherche, mais il a, bien sûr, été conservé dans l'outil de gestion informatique, car autrement, il aurait trop éclaté sa structure. Pour rester cohérente avec le choix de faire apparaître le modèle de préférence à la silhouette et à la version, seul le slogan de la marque pouvait être évacué.

Finalement, la principale difficulté rencontrée lors de la rédaction de l'instrument de recherche a été l'application de la règle de non-redondance des informations. Les éléments « silhouette » et « version » ont été constitués en niveaux de description, car ils sont constitutifs de l'objet des affiches. Une automobile ne peut être décrite sans que ces caractéristiques ne soient mentionnées. Ce choix implique des répétitions inévitables en raison de la nature industrielle des objets représentés. La solution choisie quant à l'indication des slogans liés au modèle a été de les faire apparaître comme titres intermédiaires, mais sans les intégrer au plan de classement. Ces choix permettent d'éviter au maximum les répétitions tout en maintenant une structure cohérente à l'inventaire qui reste ainsi compréhensible.

Le traitement des fonds iconographiques devient une préoccupation de premier plan pour les centres d'archives qui voient les images s'accumuler dans leurs magasins sans que personne ne sache réellement ce que recouvrent ces masses documentaires. De plus, ces images innombrables sont autant d'objets de plus en plus utilisés par les usagers des services d'archives; ils doivent donc pouvoir être référencés de manière précise.

Cependant, comme on peut le voir à travers l'exemple du traitement et de la description d'affiches publicitaires, la mise en valeur de tels documents suppose, en amont, un travail considérable. Il a fallu trois mois pour décrire un peu plus de 300 affiches; or, le fonds en contient plus 15 000. Même si la mise en place de la grille d'analyse, telle qu'elle a été décrite ici, peut permettre une rationalisation du travail descriptif, il n'en reste pas moins que le traitement d'un tel fonds ne peut être qu'un projet à long terme et demandant des ressources certaines. Devant l'ampleur de la tâche, les archivistes doivent donc trouver des manières originales de procéder.

De plus, le problème essentiel posé par la description des affiches publicitaires est dû, comme cela a été expliqué, à l'impossibilité d'appliquer les pratiques archivistiques françaises et à la difficulté d'adapter la norme ISAD-G à cet objet. Et, si les RDDA ont pu donner des indications quant au contenu des notices, elles n'ont pas résolu les questions relatives à la répétition des informations causée par la nature industrielle de l'objet des affiches. Les solutions trouvées dans le cadre de ce travail, tel l'ajout d'intertitres n'appartenant pas au plan de classement, montrent que des contournements des normes et des règles sont inévitables. En effet, on a bien vu que les principes archivistiques, pour s'appliquer aux documents textuels, ne sont pas toujours adaptés à l'image. Celle-ci, décrite à la pièce, se prête davantage à l'établissement d'un catalogue qu'à celui d'un inventaire. Sans nul doute, comme nous l'avons précisé d'emblée, la description des documents iconographiques constitue un défi de taille sur le plan archivistique. L'archiviste doit, le plus souvent, faire appel à son ingéniosité pour le relever. C'est donc dire que le travail de normalisation est loin d'être complété en matière d'archives visuelles.

Finalement, les questions qui se sont posées tout au long de la rédaction de l'inventaire des affiches peuvent paraître désuètes au vu des avancées technologiques. Cependant, les instruments de recherche sont de plus en plus voués à être publiés en ligne; leur encodage nécessite alors une structure arborescente qui ne supporte pas les redondances et pose donc les mêmes problèmes que les instruments de recherche sur papier. De plus, si la description des images au sein de bases de données semble une solution aux problèmes rencontrés lors de l'établissement d'un instrument de recherche traditionnel, cette pratique soulève la question de la structure des fonds. En effet, pour retrouver aisément un article dès lors qu'il est correctement indexé, une base de données ne

permet pas, en règle générale, de représenter l'organisation des documents et les liens qui les unissent. Dans l'environnement numérique, la description et l'indexation des images semblent devoir connaître des développements qui favoriseront une meilleure visibilité des fonds iconographiques. Par exemple, le développement des folksonomies, c'est-à-dire « des systèmes de classification (*taxonomie*) composés de mots libres attribués de manière spontanée et collaborative par les utilisateurs (*folks*) »²², permet d'envisager un travail de plus en plus collaboratif en matière de description et une diffusion à grande échelle des documents. En effet, les archivistes pourraient, grâce à ce nouvel outil, à la fois présenter leurs fonds et mettre à contribution les connaissances de leurs usagers. Des expériences de cette nature sont menées par des institutions publiques de grande envergure au travers du projet *The Commons*, lancé par *Flickr* et la *Library of Congress* en 2008²³.

Notes

1. Michel Melot, «L'image n'est plus ce qu'elle était», *Documentaliste-Sciences de l'information*, vol. 42, n° 6 (2005), p. 362-363.
2. *Ibid.*, p. 361.
3. L'historique du Groupe PSA-Peugeot Citroën est construit à partir de la documentation interne.
4. Termes employés au sein du Groupe.
5. Dominique Maurel et Michel Champagne, «La description et l'indexation», dans Carol Couture (dir.), *Les fonctions de l'archivistique contemporaine*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 1999, p. 259.
6. Comité sur les normes de description. *ISAD(G) : Norme générale et internationale de description archivistique*. Stockholm (Suède), 1999, 7.
7. Bureau canadien des archivistes, *Règles pour la description des documents d'archives*, Ottawa, BCA, 2008, DC3.
8. Bureau canadien des archivistes, *L'indexation par sujet en archivistique*, Ottawa, BCA, 1992, p. 53-54.
9. Maurel et Champagne, *op. cit.* p. 270-271.
10. *Ibid.*, p. 271.
11. *Ibid.*, p. 330.
12. *Ibid.*, p. 324.
13. Archives de France, *Dictionnaire de terminologie archivistique*, 2002, p. 13. Site des Archives de France, <http://www.archivesdefrance.culture.gouv.fr/gerer/publications/terminologie-archivistique/> (page consultée le 2 juin 2010).
14. Voir Annexe 1.
15. Christine Nougaret et Bruno Galland, *Les instruments de recherche dans les archives*, Paris, La Documentation Française, 1999, p. 117 et suivantes.
16. Voir Annexe 2.
17. Nougaret et Galland, *op. cit.*, p. 122.
18. *Ibid.*, p. 217.
19. Normand Charbonneau et Mario Robert, *Gestion des archives photographiques*, Sainte-Foy, Presses de l'Université du Québec, 2003, p. 127.
20. *Ibid.*, p. 131.
21. Comité sur les normes de description, *loc. cit.*, p. 7.
22. Christine Dufour, «Web 2.0, organisations et archivistique», *Archives* 40, n° 2 (2008-2009), p. 3-26.
23. Flickr, *The Commons : Valoriser les collections de photos du monde entier avec vos commentaires*, http://www.flickr.com/commons?GXHC_gx_session_id=6afecb2055a3c52c/ (page consultée le 7 octobre 2010).