

Terroir & étiquettes

Une histoire d'image(s)

Musée départemental
de la Bresse -
Domaine des Planons

2010

2011



Exposition temporaire

à partir du 27 juin 2010

Musée départemental
de la Bresse-Domaine des Planons

Hameau de la mulatière
01380 Saint-Cyr-sur-Menthon

Renseignement : 03 85 36 31 22



cinéma**thèque**

www.musees.ain.fr

l'ain

Conseil général

Terroir et étiquettes. Une histoire d'image(s)

Musée départemental de la Bresse – Domaine des Planons

Exposition temporaire 2010-2011



« Produits de terroir », produits régionaux, spécialités locales...

Le pays de Brillat-Savarin a élaboré au cours des siècles des produits alimentaires de renommée, porteurs de l'identité de ce territoire : volaille de Bresse, beurre, crème et spécialités fromagères, quenelles, vins du Bugey...

Au cours du 20^e siècle, les pratiques alimentaires ont considérablement changé : évolution du niveau de vie et des modes alimentaires, montée en puissance de l'industrie agroalimentaire, élargissement des circuits de commercialisation, développement des stratégies de vente...

Dans un contexte de mondialisation des productions, l'ancrage historique et local des produits de terroir leur assure aujourd'hui une forte valeur ajoutée. Pour les consommateurs en manque de repères, les productions localisées redonnent une traçabilité et du sens à leur alimentation. L'image du terroir sert la commercialisation des produits alimentaires.

La question de la médiatisation d'un territoire à travers ses produits régionaux est au centre de l'exposition « Terroir et étiquettes : une histoire d'image(s) ». Le public est convié à découvrir, à travers des exemples de valorisation médiatique ou de stratégies commerciales, les différents supports et acteurs ayant contribué à cette notoriété, de la fin du 19^e siècle jusqu'à nos jours.



Films, spots et encarts publicitaires, étiquettes et emballages, produits dérivés, foires gastronomiques, organisations professionnelles, confréries gourmandes et grands chefs, labellisations et certifications... participent au rayonnement des produits régionaux et sont acteurs de leur patrimonialisation.

La valorisation de cet héritage gastronomique joue parfois sur certains clichés et une vision idéalisée du terroir, en Bresse comme ailleurs.

Entre valorisation et stéréotypes... la promotion des produits régionaux participe à la construction de l'image d'un territoire.

Sommaire

• Valorisation des collections départementales, partenariats publics et privés	4
• Commissariat d'exposition, conseil scientifique et publication	5
• Scénographie et commandes artistiques	6
• Les thématiques abordées, le parcours d'exposition	7
• Une médiation culturelle pour tous	9
• Remerciements	10
• Informations pratiques	12
• Photothèque	13

Contact presse

Conseil général de l'Ain

- **Direction de la communication**

Céline Moyne-Bressand, chargée de communication
tél. 04 74 22 98 33, celine.moyne-bressand@cg01.fr

Dossier de presse téléchargeable sur www.ain.fr (espace presse)

Valorisation des collections départementales

Partenariats publics et privés



L'exposition valorise l'important fonds des collections départementales lié aux thématiques de la volaille, des chefs et des restaurants. Le fonds Jean-Baptiste Tournassoud permet, notamment, d'illustrer de nombreuses pratiques et savoir-faire du secteur agroalimentaire dans la première moitié du 20^e siècle.

Les Archives départementales de l'Ain, les Archives municipales de la ville de Bourg-en-Bresse et le fonds de la Médiathèque Vailland ont permis de retrouver les premiers supports graphiques qui ont porté l'excellence gastronomique du département au delà des frontières régionales : dépôts de marque, affiches promotionnelles, publicités anciennes...



Cette exposition bénéficie aussi du soutien actif des organisations professionnelles locales ou régionales du secteur agroalimentaire qui ont su mobiliser leurs adhérents dans la recherche d'archives graphiques, photographiques ou audiovisuelles : Centre interprofessionnel de la Volaille de Bresse (C.I.V.B), Union des coopératives laitières de l'Ain (U.D.C.L), Syndicat de promotion de la crème et du beurre de Bresse, Chambre de l'Agriculture de l'Ain, Syndicat des vins du Bugey, Comité interprofessionnel du Gruyère de Comté (C.I.G.C), Syndicats interprofessionnels de défense du Morbier, Mont d'Or et Bleu de Gex Haut-Jura.

Des entreprises de l'Ain et de sa région ont contribué par le prêt d'objets ou de documents d'archives : Maison Giraudet, Groupe Bressor, Volailles Miéral, restaurant le Saint-Florent, Abbaye Notre-Dame des Dombes.

Dans une approche transversale, l'exposition accueille les prêts de collections de musées et institutions publiques : Ecomusée de la Bresse bourguignonne (Pierre de Bresse), Musée de la vie bourguignonne - Perrin de Puycousin (Dijon), Musée Alsacien (Strasbourg), Musée d'Art moderne et contemporain (Strasbourg), Musée historique de la ville de Strasbourg, Museon Arlaten (Arles), Musée départemental Breton (Quimper), Bibliothèque Forney (Paris), Maison de la Vache Qui Rit (Lons-le-Saunier).

La Cinémathèque du Ministère de l'Agriculture et de la Pêche et Educagri Editions, maison d'édition de l'enseignement agricole, comptent parmi les partenaires de l'exposition. Ils ont mis à disposition du musée plusieurs films de leurs fonds audio-visuels historiques ou contemporains autour de la question des produits de terroir.

En lien avec cette exposition, la Conservation départementale des musées de l'Ain a commandé le tournage d'un film documentaire de 10 minutes sur le 100^e chapitre de la Confrérie des Poulardiers de Bresse de novembre 2009, qui sera présenté en avant-première lors de l'inauguration de l'exposition.

Commissariat d'exposition

Conseil scientifique et publication

Le commissariat d'exposition est assuré par Delphine Cano, Conservateur des musées départementaux de l'Ain, assistée de Céline Chanas et de Pascale Court, attachées de conservation du patrimoine.

Des chercheurs spécialistes des questions de l'alimentation et des productions localisées ont été mis à contribution pour leur expertise scientifique et la rédaction d'articles pour le journal accompagnant l'exposition :

- Laurence Bérard et Philippe Marchenay, chercheurs à l'antenne du C.N.R.S « Ressources des terroirs Cultures, usages et sociétés » à Bourg-en-Bresse,
- Claire Delfosse, maître de conférence à l'Université Lyon 2, membre du Laboratoire d'études rurales,
- Henriette Touillier-Feyrabend, chargée de recherches au C.N.R.S.

Scénographie et commandes artistiques

Une prestation de conseil scénographique a été confiée à l'Agence Privée de Besançon pour la définition d'une ambiance scénographique générale de l'exposition et d'un parcours de visite. Des dispositifs et effets scénographiques porteurs de dynamisme restituent « l'esprit pub » dans une scénographie innovante et ludique, destinée à un public familial.

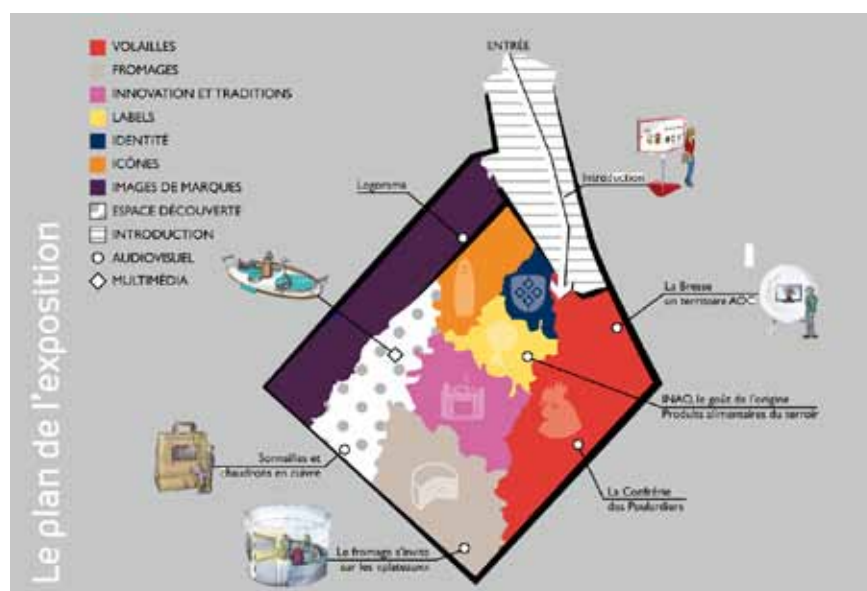
Sur le parcours, le recours à des éléments surdimensionnés directement inspirés de l'emballage, renvoie aux stratégies commerciales participant à la valorisation des produits alimentaires : « boîtes séquences » mobiles pour les différents modules de l'exposition, assiette et sachet kraft comme supports d'écran, cagette géante en cimaise, plateau à fromages comme espace de repos et boîte de fromage comme espace vidéo, mobilier de confort en carton...

Des pictogrammes ponctuent le parcours, annonçant les thématiques abordées.

Le parcours de visite accorde une large place aux courts-métrages, spots publicitaires ou spots radiophoniques constituant un fonds d'archives sonores révélateur de stratégies commerciales, mais aussi témoin des modes et tendances de la société de consommation.

Dans une boîte à fromage géante, les visiteurs sont invités à revoir ou réécouter un florilège de messages publicitaires sur le Comté et le Bresse Bleu, tandis que sur d'autres écrans ou bornes multimédia, plusieurs documentaires ou liens vers des sites institutionnels permettent de compléter les thématiques du parcours de visite.

Dans un espace de projection dédié, la Confrérie des Poulardiers de Bresse et la cérémonie ritualisée de son 100^e chapitre, font l'objet d'un film projeté en continu.



Les thématiques abordées, le parcours d'exposition

• Espace d'introduction

Dans un contexte de mondialisation des productions, de questionnements sur notre alimentation, les produits de terroir représentent une valeur refuge, symbole pour les consommateurs d'authenticité et de naturel, d'une ruralité éternelle, du « bon vieux temps ». Cet imaginaire propre au terroir est évoqué dans l'espace d'introduction où des étiquettes géantes anciennes et contemporaines courent du sol aux murs pour finir dans nos assiettes, évoquant l'importance des marques et des icônes de la publicité alimentaire dans l'imaginaire collectif.



• Promotion et « propagande » en faveur de la volaille de Bresse

La volaille de Bresse est aujourd'hui l'un des fleurons du patrimoine gastronomique français s'exportant dans le monde entier. Elle est présente sur les étals de luxe comme sur les tables des grands chefs. Sa renommée se construit dès la fin du 18^e et au 19^e siècle avec l'appui de gastronomes et d'érudits locaux. L'organisation de la première Glorieuse à Bourg-en-Bresse en 1862 puis la participation à un concours d'animaux gras à Paris en 1864, représentent les premières initiatives locales de promotion : ces marchés-concours sont alors souvent associés à des expositions gastronomiques.

L'AOC de 1957 fixe le standard de la race, ne retenant que la variété au plumage blanc. Désormais, le poulet sera Bleu, Blanc, Rouge : la référence aux couleurs nationales et le côté cocardier deviennent l'une des constantes de l'argumentaire publicitaire, associée à la « qualité ».



• SIQO, AOC, AOP... Les signes de la qualité

Assurant aux producteurs la différenciation de leurs productions, les signes de qualité constituent un outil de valorisation des produits de terroir. Ils participent à la visibilité et à la notoriété des productions locales, offrant au consommateur la possibilité d'un achat éclairé. Le lien existant entre un produit alimentaire et son origine géographique fonctionne comme un marqueur de qualité. Dans le riche panier garni du département de l'Ain, figurent les AOC « historiques » : Bleu de Gex en 1935, Poulet de Bresse en 1957, Comté en 1958 et des produits récemment certifiés : les AOC Bugey et Roussette du Bugey en 2009. Preuve de la valeur et de l'actualité de ce signe de reconnaissance, le syndicat des beurres et crèmes de Bresse mène depuis 1999 un travail de structuration, de descriptions organoleptiques, d'enquêtes et d'études en vue de l'obtention d'une Appellation d'Origine Contrôlée.

• En faire tout un fromage !

Fromages et vins participent de l'image de la France dans le monde et symbolisent la diversité de ses terroirs. La notoriété des fromages de l'Ain s'est appuyée à la fois sur des fabrications ancestrales et sur la réussite commerciale de nouvelles spécialités fromagères.

Les savoir-faire fromagers des zones de montagnes du Haut-Jura sont très tôt reconnus et valorisés par des appellations couronnant le Bleu de Gex, deuxième fromage français sous AOC dès 1935, puis le Comté et le Morbier. La Bresse, portée par la vitalité de ses coopératives, oriente sa production fromagère vers de nouveaux « bleus » à pâte persillée dans les années 1950. Le Bresse Bleu connaîtra un grand succès commercial grâce une recette originale, un conditionnement novateur. Dans les archives audiovisuelles et campagnes publicitaires dédiées à la promotion de ces deux spécialités, la notion de terroir reste une constante des messages.



Le Comté, fromage sous AOC, revendique plus fortement l'authenticité, la maîtrise de procédés de fabrication immuables, tandis que le Bresse Bleu rattache son image à la notoriété gastronomique du terroir bressan.



• **Etiqueter le terroir : tradition ou innovation**

L'emballage est le premier ambassadeur d'un produit auprès des consommateurs.

Sur les étiquettes, la revendication de la provenance et le respect de savoir-faire ancestraux sont une constante dans la valorisation des produits régionaux. Les groupes alimentaires et la grande distribution ne s'y trompent pas et se positionnent sur ce créneau, notamment à travers la création de marques de distributeurs estampillées « terroir » (« Reflets de France », « Nos régions ont du talent »...). Cherchant à se donner une patine de qualité, ils proposent des conditionnements « à l'ancienne » jouant sur la nostalgie des consommateurs pour les produits traditionnels.

Dans une tout autre démarche plus novatrice, des recettes anciennes trouvent leur place dans une culture urbaine jeune et « branchée » par le choix d'un emballage débarrassé de codes passéistes, au style graphique épuré, aux couleurs vives et toniques, à la typologie moderne. C'est le cas de la maison Giraudet, fabricant de quenelles à Bourg-en-Bresse depuis 1910, qui a fait le choix de repositionner son image en adoptant une nouvelle charte graphique et en initiant un nouveau concept de lieux de vente (bar à quenelles) et des recettes innovantes proposées par un chef.



• **Valorisation des produits locaux et construction identitaire d'un territoire**

Manger un aliment, c'est aussi absorber l'imaginaire qui l'accompagne. L'image du terroir sert la commercialisation des produits alimentaires : « authenticité » du produit, tradition, savoir-faire, vision bucolique de la campagne constituent autant d'arguments de vente et de valeur ajoutée.

En retour, le territoire d'origine, ses institutions politiques ou touristiques peuvent se saisir de la renommée des productions locales pour se forger une image valorisante et attrayante. Certains produits, comme la volaille de Bresse, sont revendiqués comme des éléments essentiels du patrimoine local alors que d'autres productions traditionnelles, comme les gaudes en Bresse, ne participent pas à ce phénomène de patrimonialisation, restant cantonnées à une notoriété locale. La valorisation de cet héritage gastronomique et patrimonial joue sur certains clichés et une vision idéalisée du terroir, en Bresse comme ailleurs.



• **Le terroir et ses icônes**

Dès le 19^e siècle, le discours accompagnant la valorisation des produits régionaux s'est cristallisé autour d'images évocatrices de valeurs éternelles, encore omniprésentes aujourd'hui :

- une représentation idyllique et pittoresque des campagnes et du monde rural : prés charmants, animaux rieurs, paysans en sabots, petit village et clocher...

- une représentation simplifiée des cultures régionales, tout entières résumées par un costume folklorique, un élément architectural, un animal emblématique.

Elevées au rang d'icônes publicitaires, aisément identifiables, ces images permettent de célébrer l'authenticité de la vie provinciale, en réaction aux phénomènes d'urbanisation et d'industrialisation. Sur les affiches, les emballages et autres produits dérivés, épis de maïs dorés, poulets et Bressans en costumes traditionnels constituent des icônes incontournables, vecteurs de l'image de leur terroir. D'autres produits des régions de France ont eu recours à ce type d'association : l'Alsacienne et la cigogne, l'Arlésienne et l'olivier, la Bretonne devant un calvaire illustrent encore des boîtes de biscuits, des emballages de fromages ou des bouteilles d'huile...

Une médiation culturelle pour tous

- **Pour les publics groupes, jeunes et adultes**

L'exposition est accessible en visite libre mais sa découverte peut aussi être enrichie lors de visites commentées (sur réservation) et d'approfondissements thématiques proposés par l'équipe de médiation culturelle.

- **Pour le grand public**

Un programme spécifique d'animations est proposé au grand public, avec conférences, rencontres avec des spécialistes, ateliers, spectacles, projection de films documentaires ou de fiction...

- **Animations / Saison 2010**

- ➔ **Animation d'ouverture de l'exposition**

Dimanche 27 juin de 10 h à 19 h - Spectacle « l'Épicerie d'hier »

Une épicerie d'autrefois remise en scène dans une camionnette : l'ambiance d'un commerce de proximité au début du 20^e siècle et des saynètes sur l'histoire des grandes marques alimentaires françaises et de leurs créateurs.

Tout public, séances à 11 h, 15 h et 16 h

- Visites thématiques de l'exposition temporaire à 10 h, 12 h, 14 h, 17 h
- Lancement du film « 100^e chapitre de la confrérie des Poulardiers de Bresse »
- Dégustations de produits régionaux en partenariat avec les entreprises agroalimentaires de l'Ain

- ➔ **Week-end du goût**

Samedi 16 et dimanche 17 octobre de 10 h à 18 h

« Une révolution en boîtes : la conserve alimentaire »

- Conférence « Nicolas Appert, inventeur de la conserve », par Jean-Paul Barbier
- Dégustations avec les chefs de l'Ain
- Exposition et films documentaires sur la conserve
- Visite guidée en langue des signes (se renseigner)

Animations proposées en lien avec l'anniversaire des 200 ans de l'invention de l'appertisation et en partenariat avec l'Association Nicolas Appert, l'Union Pour la Promotion des Industries de l'Appertisé (UPPIA) et le Club des cuisiniers de l'Ain.



Le livret de l'exposition à 3 € !

Pour prolonger l'exposition, une édition est proposée à la vente. Des articles d'universitaires spécialistes de l'alimentation apportent un éclairage sur la dimension culturelle des produits régionaux et permettent d'élargir la réflexion autour des thématiques développées dans le parcours de visite. Une affirmation des terroirs qui prend aujourd'hui des allures de revanche contre la mondialisation.

Remerciements

La Conservation départementale des musées de l'Ain remercie tous les prêteurs publics et privés et institutions qui ont accepté de contribuer à ce projet, par le prêt ou le don de collections, leurs témoignages et leurs contributions scientifiques.

- **Financement**

Conseil général de l'Ain

Avec le soutien de l'Etat – Direction régionale des affaires culturelles Rhône-Alpes

- **Commissaires d'exposition**

Delphine Cano, conservateur départemental

Céline Chanas, responsable du musée

Pascale Court, médiatrice culturelle

- **Collaboration pour la conception-réalisation**

Amandine Borgeot, médiatrice culturelle

Lucie Nave, stagiaire

- **Conseils scientifiques**

Henriette Touillier-Feyrabend, Chargée de recherches au C.N.R.S

Laurence Bérard et Philippe Marchenay, Chercheurs à l'antenne du C.N.R.S

« Ressources des terroirs - Cultures, usages et sociétés » à Bourg-en-Bresse

Claire Delfosse, Maître de conférence à l'Université Lyon 2 – membre du Laboratoire d'études rurales

- **Scénographie, graphisme, édition**

L'Agence privée – Besançon, Geoffroy Rigoulot, Pascale Linderme, Stéphane Gaiffe

- **Recherches documentaires et iconographiques**

Jasmine Covelli, Pascal Damien, Séphora Peyre, Julie Voinson

- **Photographie**

Jorge Alves

- **Recherche et régie des collections**

Cathy Gimenez, Sylvie Cros, Valérie Guyonnet, Liliane Liégon, Myriam Vulin-Desmaris

- **Réalisation technique**

Yves Delhommeau, Daniel Billoud, Luc Martinot, Marc Parillaud, Christophe Vanier, Emmanuel Colas

- **Prêteurs publics**

Archives départementales de l'Ain, Archives municipales de Bourg-en-Bresse, Bibliothèque Forney (Paris), Ecomusée de la Bresse bourguignonne (Pierre de Bresse), Maison de la Vache Qui Rit (Lons-le-Saunier), Médiathèque Vailland (Bourg-en-Bresse), Musée Alsacien (Strasbourg), Musée d'Art moderne et contemporain (Strasbourg), Musée de la vie bourguignonne (Dijon), Musée départemental Breton (Quimper), Musée historique de la ville de Strasbourg, Museon Arlaten (Arles)

- **Prêteurs privés et partenaires**

Cinémathèque du Ministère de l'agriculture et de la pêche, Educagri éditions (Maison d'édition de l'enseignement agricole), Institut national de l'origine et de la qualité (I.N.A.O), Vidéadoc Production

- **Comités interprofessionnels de l'agroalimentaire des filières laitières, fromagères et viticoles**

Centre interprofessionnel de la Volaille de Bresse (C.I.V.B), Chambre de l'Agriculture de l'Ain, Antenne du C.N.R.S « Ressources des terroirs - Cultures, usages et sociétés », Comité interprofessionnel du Gruyère de Comté, Confrérie des Poulardiers de Bresse, Syndicat des vins du Bugey, Syndicats interprofessionnels de défense du Morbier, Mont d'Or et Bleu de Gex Haut-Jura, Syndicat de promotion de la crème et du beurre de Bresse, Union des coopératives laitières de l'Ain (U.D.C.L), Abbaye Notre Dame des Dombes

- **Entreprises agroalimentaires de l'Ain**

Fromagerie de l'Abbaye, Groupe Bressor, Laiterie Coopérative Coq d'Or, Laiterie coopérative d'Étrez-Beaupont, Maison Giraudet, Quenelles Nolo Frères, les Volailles Miéral, Fromagerie Seignemartin
Association Internationale Nicolas Appert, Restaurant le Saint Florent
Max Cormarèche, Louis Jannel, Christophe Vuillot, Jean-Claude Zagonel

Informations pratiques

➔ Contact

Musée départemental de la Bresse - Domaine des Planons

Hameau de la Mulatière

01380 Saint-Cyr-sur-Menthon

Tél. 03 85 36 31 22 / 04 74 32 10 60

E.mail : musees.paysdelain@cg01.fr

www.musees.ain.fr

➔ Ouverture

• Du 14 février au 31 mars 2010

Dimanche : de 13 h 30 à 18 h

• Du 1^{er} avril au 14 novembre 2010

Tous les jours de 10 h à 18 h (fermeture le mardi)

• Du 1^{er} juin au 30 septembre 2010

Tous les jours de 10 h à 18 h (fermeture le mardi) et jusqu'à 19 h les dimanches et jours fériés

➔ Tarifs

• Individuels :

Moins de 26 ans : gratuit

Adulte : 4,50 €

• Groupes adultes (à partir de 10 personnes, sur réservation) : 4 € en visite libre, 6 € en visite commentée / Groupes jeunes : 2,75 € l'activité éducative, 1,75 € l'activité supplémentaire, 1,50 € en visite libre

• Passeport musées : 5 €, accès illimité et gratuit pour la saison dans les musées départementaux et aux Soieries Bonnet. Tarif réduit au Fort l'Ecluse et au Parc des Oiseaux

➔ Accès

30 mn de Bourg-en-Bresse

15 mn de Mâcon par la RD 1079

1 h de Lyon

1 h 30 de Genève par l'autoroute A40, sortie Feillens / Replonges en direction de Genève, sortie Saint-Genis-sur-Menthon en direction de Mâcon.

Nouveauté 2010 !

Une pause culturelle sur la route des vacances !
Accès piétonnier au musée depuis la nouvelle aire de repos du musée de la Bresse sur l'autoroute A40 dans le sens Genève / Paris.

Photothèque



Affiche « Foire-exposition de Bourg-en-Bresse, 1954 »
© Coll. Musées départementaux de l'Ain



Etiquette de fromage « Parfait Bressan nous deux », vers 1950
© Coll. Musées départementaux de l'Ain



Document publicitaire, A.O.C Volaille de Bresse
© Coll. particulière



Marque de fabrique de produits alimentaires
© Coll. Archives départementales de l'Ain



A la croisée de la tradition et de l'innovation,
un produit phare : la quenelle
© Coll. Giraudet



Affiche Bresse Bleu, année 2001
© Groupe Bressor



Etiquette « Vin du Bugey »
© Coll. particulière



Marque de fabrique de produits alimentaires
© Coll. Archives départementales de l'Ain



Etiquette de meule de Bleu de Gex
© Coll. particulière



Etiquettes de meule de Comté
© Coll. particulière

Guide de marque / packaging / design d'environnement



Charte graphique de l'entreprise Giraudet
© Super regular Eric Leprince



Plaquette promotionnelle « Rendez-vous en Bresse », Glorieuse de Rungis, 2007, C.I.V.B
© Coll. particulière