

Module 12 - section 4 : Les publications

Brigitte Guigueno,

Xavier Laubie

30/10/2019 28/12/2024

Table des matières

Objectifs	4
1. Publier, pour qui, pour quoi, comment ?	6
1.1. Pour qui ? Un public à conquérir	6
1.2. Pour quoi ? Des documents à faire découvrir	6
1.3. Comment ? Une politique à construire	7
1.3.1. Qu'est-ce qu'une politique définie ?	7
1.3.2. Les publications au coup par coup	7
1.3.3. Des éléments identifiants	8
1.4. Comment ? Un budget à établir	8
1.4.1. Choisir le type et le support de publication	9
1.4.2. Établir le budget	9
1.4.3. Fixer le tarif de vente	9
1.4.4. Éditer et rééditer	11
1.4.5. Coéditer	11
2. Règles juridiques	13
2.1. Le droit d'auteur en France	13
2.2. Les droits de reproduction	14
2.3. Le respect de la vie privée	15
2.4. Les mentions obligatoires et recommandées	16
3. Un contenu à valoriser : les différentes parties d'une publication	18
3.1. La partie textuelle	18
3.2. La partie informative	18
3.3. La partie illustrative	19
3.4. La partie de l'appareil critique	20
3.5. Les étapes de la publication	21
3.5.1. La publication en interne	22
3.5.2. La publication en externe	23
3.6. La mise en forme : faire-valoir du contenu	23
3.6.1. Faire-valoir du contenu	23
3.6.2. Exemples	24
4. Typologie et supports de publication : de la carte postale au site Internet	25
4.1. Distinction entre types et supports de publication	25
4.2. Tableau récapitulatif des types et des supports de publication	26

4.3. Détail illustré des types et des supports de publication	27
4.3.1. Publications scientifiques	27
4.3.2. Catalogue d'exposition	28
4.3.3. Publications éducatives et culturelles	30
4.3.4. Publications d'information	32
4.3.5. Publications audio-visuelles	32
4.3.6. Publications multimédias	33
4.3.7. Internet et Intranet	33
4.3.8. Produits d'appel	34
5. La diffusion	36
5.1. La publicité	36
5.2. Organisation de la vente	38
5.3. Le dépôt légal en France	39
6. Évaluation des connaissances	40
Les galeries associées à ce module	41
Ressources annexes	42
Mentions légales	50

Objectifs



Description du module :

Ce module, consacré à la valorisation des archives, traite des possibilités d'exploitation pédagogique et culturelle des documents. Pour l'archiviste, il s'agit de répondre à une demande grandissante des publics dans une programmation diversifiée et de qualité, aux formes plurielles : aujourd'hui, plus de 60% des visiteurs des Archives y viennent, non plus pour consulter les documents originaux, mais pour participer aux manifestations culturelles et pédagogiques.

Les différentes actions proposées prennent en compte le territoire, les moyens humains et financiers du service, les différents publics ainsi que les possibilités offertes par les nouveaux outils numériques. Il est chaque fois important de se poser les questions suivantes :

- Valoriser, pour qui ?
- Valoriser, pour quoi ?
- Valoriser, comment ?

Pour répondre à cette triple interrogation, le module se décline en quatre volets :

- **Section 1 - Introduction générale sur les nouvelles attentes et les nouvelles technologies.**
- **Sections 2 à 4** - Le "socle" des actions fondamentales, validées par une longue pratique et qui ont fait leurs preuves dans les services d'archives en France et ailleurs : les services éducatifs, l'action pédagogique, l'exposition, la publication.
- **Sections 5 à 8** - "Les nouveaux territoires" de l'action éducative et culturelle, modes d'exploitation des archives de plus en plus utilisés afin de correspondre à l'évolution de la société, des outils, au nouveau regard porté sur le document : les lectures d'archives, l'ouverture aux arts et aux artistes, le ludique et les actions collaboratives et réseaux sociaux.
- **Section 9** - Conclusion sur le rôle que peuvent jouer les archives pour la cohésion sociale et la citoyenneté.

Le but du module est de :

- Donner des indications très précises d'organisation d'une manifestation ou d'une séquence de travail
- Présenter des exemples dans chacun des domaines
- Susciter l'envie de se lancer dans l'action
- Permettre à chacun de se nourrir des expériences des autres

L'apprenant doit être en mesure de :

- Participer avec les archives à la valorisation sociale et culturelle d'un territoire
- Engager et encadrer des actions pédagogiques et culturelles
- Développer de nouveaux publics, de proximité, éloignés ou empêchés.

Positionnement :

Le module valorisation (module 12), introduit par le développement sur les publics commun aux modules 11 et 12, prend la suite du module 11 sur la communication des documents d'archives dont il constitue la prolongation naturelle permettant de créer un lien spécifique entre la notion de communication des documents et leur exploitation pédagogique et culturelle.

Conseils d'apprentissage :

Il est préférable, avant d'aborder ce module, d'avoir pris connaissance du cours sur les fondamentaux (modules 1 et 2), de l'introduction sur les publics ainsi que du module 11 sur la communication des documents avec une attention particulière aux règles de communicabilité. La consultation du module 14 sur les modes de partenariat sera très profitable. Les cours consacrés à la gestion ne sont pas indispensables pour ce module ouvert aux membres de structures associatives culturelles ou pédagogiques.

1. Publier, pour qui, pour quoi, comment ?



Introduction

Le terme « **publication** » est à prendre ici **au sens large**, qu'il s'agisse de publication traditionnelle sur **papier** ou de publication par le biais des **nouvelles technologies**.

Ces dernières ont considérablement étendu le champ des possibles et par là même l'opportunité de toucher des publics plus variés. Les publications, comme les expositions, représentent la « **vitrine** » du **service** d'archives. D'elles dépend souvent son image de service dynamique, novateur ou non. Aussi cet aspect doit-il être particulièrement soigné et pris en compte dans la politique globale du service.

La question « publier, pour qui, pour quoi, comment ? » est préalable à toute opération.

En effet, une opération de publication s'inscrit dans un contexte précis : il faut se demander quel est le public que l'on va vouloir toucher, quel type de documents sera mis en valeur, si l'opération s'inscrit dans une politique définie (par le service ou l'institution dont il dépend), de quels moyens financiers on disposera. De la réponse à ces questions dépendront le fond et la forme de la publication.

1.1. Pour qui ? Un public à conquérir

Le public qui fréquente un service d'archives s'est considérablement diversifié durant les deux dernières décennies. Ainsi se côtoient :

- **le public des habitués** : généalogistes, étudiants, universitaires, qui forment un lectorat fidèle ;
- **le public « éclairé »** : amateurs d'histoire et de patrimoine, qui n'osent pas toujours franchir la porte des archives ou trop peu ;
- **le public scolaire** : enfants de tous âges, qui abordent les archives par le biais du service éducatif et de l'action culturelle (section 2) ;
- **le public spécifique** : ceux dont le milieu de vie demande une réponse adaptée (milieu carcéral, hospitalier, personnes handicapées, etc.), et ceux qui viennent chercher un renseignement ponctuel ou justifier d'un droit.

Le « **grand public** », lui, est absent. En général le mot archives lui est inconnu ou alors il n'a qu'une très vague notion de ce qu'il représente. Comment, dans ces conditions, franchirait-il les portes d'un service d'archives ?

L'**enjeu** se situe donc à un double niveau :

- fidéliser le public qui, peu ou prou, connaît déjà les archives,
- et élargir l'auditoire par la conquête d'un nouveau public.

1.2. Pour quoi ? Des documents à faire découvrir

La mission de l'archiviste consiste à collecter et à conserver les documents aux fins de les communiquer.

La mise en valeur des collections se situe donc au cur de son action : elle est son faire-valoir, sa vitrine, tant aux yeux du public que des autorités dont il dépend.

Les publications s'emploient à faire découvrir la **richesse** et la **variété des collections**, d'un point de vue chronologique, thématique, de supports, de techniques, etc.

Excellente manière d'illustrer ce que recouvre le mot archives, du document médiéval sur parchemin à la disquette informatique, en passant par le plan aquarellé et la photographie.

Cette information diffusée amène toujours un certain nouveau public.

1.3. Comment ? Une politique à construire

Introduction

Avoir ou non **une politique définie en matière éditoriale** reste une question récurrente pour beaucoup de services.

Cette politique **se définit en interne**, de façon autonome ; mais on peut voir d'autres paramètres entrer en jeu, comme les intentions de l'institution de tutelle.

1.3.1. Qu'est-ce qu'une politique définie ?

On peut en recenser plusieurs aspects :

- **Mise en valeur systématique des travaux scientifiques** menés par le service (instruments de recherche, journées d'étude, etc.), des ateliers éducatifs, etc.
- **Ligne éditoriale** : elle peut être plus ou moins contraignante en fonction du nombre d'éléments pris en compte (support, format, corps de caractères, coloris, mise en page, etc.) et concerner tous les événements du service (expositions, *instruments de recherche*, ateliers éducatifs, informations générales, petit journal, etc.). Le service peut lui-même créer sa ligne éditoriale ou se la voir imposée par l'institution dont il dépend.
- **Régularité de publication** : elle peut aller de pair avec la ligne éditoriale, et ne concerner que certains types de publication.
- **Type de diffusion** : papier ou électronique (la solution papier est de plus en plus mise à mal pour des questions de rapport coût-diffusion).



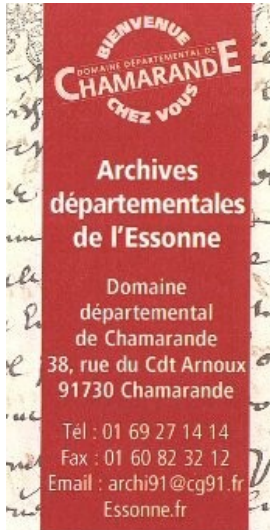
Histoire et mémoire, bulletin trimestriel d'information, Archives départementales du Pas-de-Calais, n° 30, 2e trimestre 2002.

Une politique ainsi définie, qui peut ne s'attacher d'ailleurs qu'à tel ou tel aspect, suppose des moyens financiers et humains à évaluer à leur juste mesure.

1.3.2. Les publications au coup par coup

Les publications peuvent tout simplement se faire au « coup par coup », en s'adaptant aux circonstances et aux besoins ponctuels.

1.3.3. Des éléments identifiants



Signet réalisé par les Archives départementales de l'Essonne.

En tout état de cause, et quelle que soit la stratégie adoptée, les éléments identifiants du service doivent toujours y figurer :

- nom,
- adresse postale et électronique,
- téléphone,
- télécopie,
- site Internet,
- le nom précis d'une personne référente le cas échéant,
- sans oublier, s'il existe, le logo.

Le **logo** représente aujourd'hui un élément essentiel d'identification, même s'il est plus ou moins pérenne. Le service d'archives peut avoir son propre logo, utiliser celui de son institution ou juxtaposer les deux.

? Exemple

Le centre historique des Archives nationales en France juxtapose son propre logo à celui du ministère de la Culture.



Image 1 Exemple

! Attention

Ne pas oublier, pour une publication papier, le numéro d'ISBN .

1.4. Comment ? Un budget à établir

Introduction

Le **budget** : voilà le **nerf de la guerre**.

Le projet conditionne-t-il le budget ou inversement ?

Dans le meilleur des cas, le service obtient le budget correspondant au projet qu'il a établi et lui permettant de le mener à bien.

Dans le cas contraire, le service est amené à revoir à la baisse son projet et à le modifier ; ce peut être au niveau :

- du support,
- du volume,
- de la quadrichromie,
- de la prestation du maquettiste, etc.

1.4.1. Choisir le type et le support de publication

Ce choix est préalable et indispensable, tant les offres sont nombreuses, sous peine de s'égarer et de perdre du temps.

Un tableau récapitulatif des différents types et supports de publication a été dressé au chapitre 4.2. ; s'y reporter.

1.4.2. Établir le budget

Un ou plusieurs devis sont réclamés auprès de personnes physiques ou morales extérieures, susceptibles de répondre correctement à la demande. Pour être comparables, les devis doivent répondre au **cahier des charges** que le service d'archives aura établi de façon la plus précise possible : nature du support, caractéristiques techniques, nombre d'exemplaires, etc., et faire apparaître, si besoin est, les prestations « intellectuelles » de conception graphique et de maquettage.

1.4.3. Fixer le tarif de vente

Si le produit est destiné à la commercialisation un tarif est établi. Il l'est d'emblée pour les produits sur lesquels il doit figurer.

Mais comment fixer ce prix ?

Un service d'archives n'a ni l'ambition ni les moyens de faire du chiffre d'affaires. Son seul souci est bel et bien la **diffusion la plus large**, ce qui suppose un **tarif raisonnable**.

Comme celui-ci se situe rarement au-dessus du prix de revient, il résulte en général d'un **subtil équilibre entre le prix de revient et le prix jugé attractif afin que le produit se vende** :

- dans des délais corrects,
- sans constituer de stocks.

La souscription offre un prix attractif : édité suffisamment à l'avance, le bulletin de souscription peut permettre de fixer plus précisément le nombre d'exemplaires qui seront imprimés.

BULLETIN DE SOUSCRIPTION
ABRÉGÉ D'ARCHIVISTIQUE

L'ouvrage aborde l'ensemble des notions archivistiques de façon concrète, s'appuyant sur des exemples issus de la pratique. Il a été entièrement élaboré par des professionnels exerçant dans tous les secteurs du métier. Il est plus spécialement destiné aux étudiants et aux enseignants qui débiteront dans cette matière.

Au sommaire

- I. Archives et archivistes dans leur environnement
- II. Archives courantes et intermédiaires
- III. Collecte des archives définitives
- IV. Classement et conditionnement
- V. Analyse et indexation
- VI. Instruments de recherche : les principes
- VII. Instruments de recherche : la mise en œuvre des nouvelles technologies
- VIII. Conservation des archives
- IX. Communication des archives
- X. Valorisation des archives

Annexes : glossaire, bibliographie, index

Format 16x24 cm, 240 pages.
Publié par l'Association des archivistes français, Paris, 2004.

BULLETIN DE SOUSCRIPTION

Nom.....
Service.....
Adresse.....

Commande ☐ exemplaire (s) au prix de 16 euros (en souscription jusqu'au 1^{er} avril 2004)
☐ exemplaire (s) au prix de 20 euros (après le 1^{er} avril 2004)

Frais de port ☐ 4 euros de 1 à 3 exemplaires
☐ francs au-delà de 3 exemplaires

Règlement ☐ par chèque ☐ sur facture

À renvoyer à l'Association des archivistes français :
9, rue Mouton - 75018 Paris.

Association
des
Archivistes
Français

Image 2 Bulletin de souscription de l'Abrégé d'archivistique, publié par l'Association des archivistes français, mars 2004

On peut aussi recourir à un simple bon de commande.

ARCHIVES DÉPARTEMENTALES DE L'ISÈRE



**INTERNEMENT
ET CAMPS D'INTERNEMENT
EN ISÈRE (1940-1947)**

Répertoire numérique détaillé des sous-séries 15 W-19 W
par Tol BRUTTMANN

OFFICINE
CENTRALE DE REPRODUCTION

Afficher d'autres
vues (cf. p.41)

Bon de commande du répertoire numérique relatif à Internement et camps d'internement en Isère (1940-1947), publié par les Archives départementales de l'Isère, 2004.

1.4.4. Éditer et rééditer

L'évaluation du nombre d'exemplaires à publier est très importante et délicate : il faut **éviter de constituer des stocks d'invendus** qui vont encombrer les magasins, se périmer et ne pas immobiliser inutilement des capitaux.

La même évaluation doit présider à la décision de rééditer un produit épuisé, à laquelle s'ajoute, au préalable, le critère d'opportunité :

- le produit ne va-t-il pas lasser ?
- la clientèle potentielle n'a-t-elle pas été entièrement, ou presque, touchée ?
- le coût ne sera-t-il pas bien supérieur aux ventes supplémentaires espérées ?

? Exemple

À l'occasion du 60^{ème} anniversaire de la Libération (juin 1940 - juin 2004), les Archives départementales de Maine-et-Loire ont réédité le film qu'elles avaient réalisé pour le 50^{ème} anniversaire. Épuisé, il a été repris, non sous forme de cassette VHS, mais sur support DVD, plus usité aujourd'hui et censé être plus pérenne.

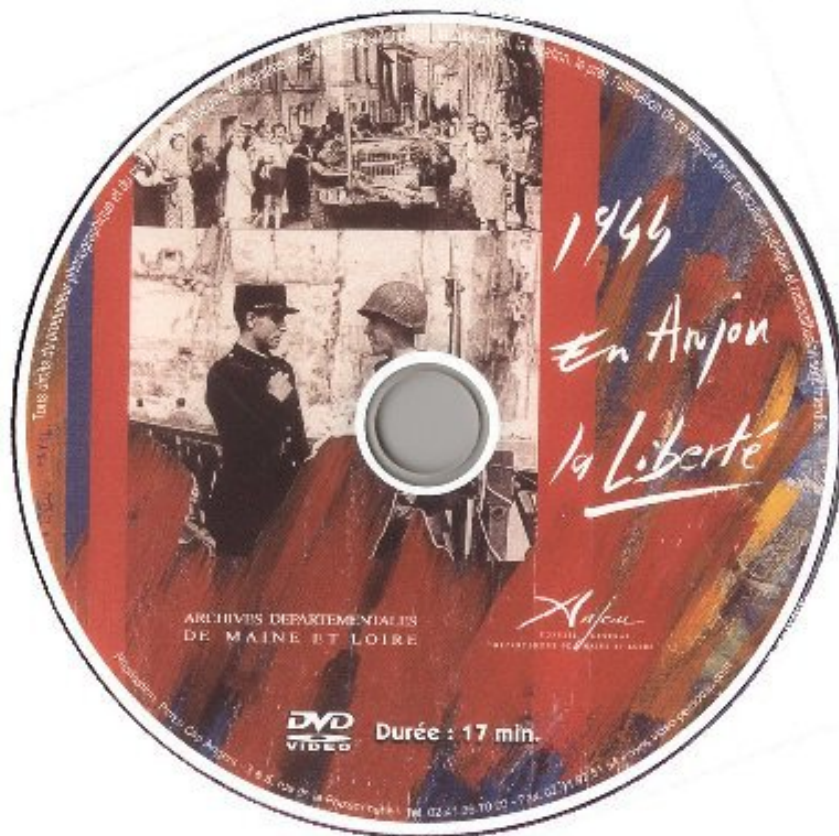


Image 3 Exemple

1.4.5. Coéditer

La **coédition** permet en général le **partage des frais** : elle peut s'effectuer sous forme :

- de participation financière directe
- ou d'achat d'exemplaires en nombre.

La coédition est parfois l'occasion de collaborer avec des institutions étrangères, ce qui pose le problème des traductions et de l'adaptation du discours aux réalités du pays concerné.

Un exemple de coédition et de traduction



Le cédérom Resplendent India : cliquez pour visualiser l'exemple (format .pdf)

Le cédérom Resplendent India (cf. cederom.pdf)

2. Règles juridiques



Introduction

Publier suppose la connaissance et le respect de certaines règles juridiques :

- les **droits fondamentaux de l'auteur** de l'œuvre (inventaire, photographie...),
- le **droit à l'image**,
- l'indication de **mentions obligatoires**.

Les législations nationales, plus ou moins développées et précises, sont complétées par la jurisprudence. Ce qui suit s'appuie sur la législation française, en particulier sur le Code de la propriété intellectuelle (le texte est consultable sur www.legifrance.gouv.fr).

2.1. Le droit d'auteur en France

La nature

« L'auteur d'une œuvre de l'esprit jouit sur cette œuvre, du seul fait de sa création, d'un droit de propriété incorporel et exclusif, opposable à tous » (France, Code de la propriété intellectuelle, art. L 111-1).

Ce droit se compose d'un droit moral et d'un droit patrimonial.

- Le **droit moral** : l'auteur jouit du droit au respect de son nom, de sa qualité et de son œuvre. Ce droit est perpétuel et inaliénable, transmissible aux héritiers. Il jouit par ailleurs du droit de repentir et de retrait sur son œuvre.
- Le **droit patrimonial** : il s'agit d'un droit d'exploitation qui appartient à l'auteur et comprend le droit de représentation et le droit de reproduction. Toute représentation, intégrale ou partielle, faite sans consentement de l'auteur est illicite, de même que pour la traduction, adaptation... Ce droit peut être concédé à titre onéreux ou gratuit.

Les œuvres protégées

Elles recouvrent toute œuvre de l'esprit, quels que soient le genre, la forme d'expression, le mérite et la destination, c'est-à-dire œuvre écrite, orale, artistique, musicale, photographique, cinématographique, architecturale, mais aussi logiciel informatique et création des industries saisonnières de la mode (Code de la propriété intellectuelle, art. L 112-1 et L 112-2).

Le titulaire du droit d'auteur

La qualité d'auteur appartient à celui sous le nom duquel l'œuvre est divulguée. On peut avoir des œuvres de collaboration, des œuvres composites, collectives... (Code de la propriété intellectuelle, art. L 113-1 et L 113-2).

La durée de la protection

Elle est variable suivant les pays. En Europe, elle s'étend 70 ans après la mort de l'auteur au bénéfice de ses ayants droit (Code de la propriété intellectuelle, art. L 123-1).

La gestion des droits

Les droits d'auteur peuvent être gérés collectivement par des sociétés regroupant des catégories d'auteurs et ayant pour objet la défense des intérêts moraux et professionnels de leurs membres.

? Exemple

En France, plusieurs "sociétés de perception et de répartition de droits" se sont constituées sous forme de sociétés civiles. La plus connue est la SACEM (société des auteurs, compositeurs et éditeurs de musique) qui gère les droits sur les œuvres musicales (voir www.sacem.fr).

Les sanctions

Les infractions aux droits d'auteur sont sanctionnées pénalement. Outre des sanctions civiles, la violation des droits d'auteur est constitutive d'un délit de contrefaçon qui peut être puni par l'amende, l'emprisonnement, la confiscation, etc.

Que doit faire l'archiviste ?

Tout moyen doit être entrepris pour rechercher l'auteur de l'œuvre et les ayants droit et s'acquitter des frais éventuels réclamés. En cas de recherche infructueuse, l'archiviste évalue le risque que constitue la publication de l'œuvre. Il devra faire preuve de sa bonne foi et des moyens employés pour retrouver les titulaires des droits lors d'une réclamation éventuelle.

? Exemple

Il n'est jamais facile de connaître les titulaires des droits des cartes postales anciennes. Peut-on alors s'autoriser à diffuser sur Internet ces documents très consultés par le public ? Le risque doit être évalué. Certains n'hésitent pas à le prendre. Le choix d'afficher les images en basse définition et en vignette, qui permette une consultation simple et non pas une reproduction, constitue une protection supplémentaire pour l'archiviste.

Voir le site des cartes postales de Touraine : www.cg37.fr, rubrique Culture et patrimoine, cartes postales.

2.2. Les droits de reproduction

La reproduction dans le cadre du "cercle de famille"

Lorsqu'une œuvre a été divulguée, l'auteur ne peut en interdire les copies ou reproductions réservées à l'usage privé du copiste et non destinées à une utilisation collective. Ce type de reproduction ne peut donner lieu à paiement de droit.

La reproduction à usage public

Les courtes citations sont tolérées, sans paiement de droit à et à condition que soient clairement indiqués :

- le nom de l'auteur
- et de son œuvre.

Les droits de reproduction

Les tarifs varient suivant :

- le support de reproduction
 - sa dimension,
 - sa place dans la publication (pleine page, première de couverture, etc.),
- le type de diffusion envisagé

- commerciale,
- non commerciale,
- son étendue
 - nationale,
 - internationale, etc.

Se renseigner "au coup par coup".

Le don d'un exemplaire de la publication est d'ordinaire exigé par le propriétaire (privé ou institutionnel) des œuvres.

2.3. Le respect de la vie privée

Le droit à l'image et sur l'image s'appuie sur le droit au respect de la vie privée (Déclaration universelle des droits de l'homme, 1948, art. 12). Aussi toute information ne peut-elle être divulguée sans discernement.

- **Pour les documents d'archives**, il existe des délais de communicabilité fixés par les législations nationales.

? Exemple

Pour la France, les délais pour les archives publiques sont précisés dans le Code du patrimoine, livre II.

- **Pour les images des personnes physiques et des biens**, il existe un droit à l'image et sur l'image qui possède une double nature juridique :
 - un droit à l'image qui offre une protection contre des divulgations indésirables,
 - un droit sur l'image qui permet au titulaire de l'exploiter financièrement le cas échéant.

Se pose l'éternel **problème de la** définition de la vie privée et de la **ligne de démarcation entre vie privée et vie publique**, entre vie privée et publique des personnes publiques, et vie privée et publique des personnes privées. Dans la pratique judiciaire, cette situation floue conduit souvent les magistrats à n'apprécier les faits qu'au cas par cas. La jurisprudence en la matière est très abondante.

Concrètement, **l'archiviste doit adopter une attitude prudente** en cas de doute et ne rien laisser publier dont il ne soit sûr qu'il détient droit et autorisation, sauf à évaluer, là encore, le risque de passer outre si celui-ci s'avère minime ou de peu de conséquence

2.4. Les mentions obligatoires et recommandées

Tout document publié doit être légendé

À cette légende s'ajoutent des **mentions obligatoires** et des **mentions recommandées** qui découlent directement des droits d'auteur et de reproduction.



*Exposition réalisée par les Archives
départementales de Seine-Maritime, Rouen, 1998.*

(cf. Agrandir l'image) (cf. p.44)

Les **mentions obligatoires** comprennent :

- le nom de l'auteur,
- la mention de réserve des droits qui signale que l'œuvre est encore soumise à des droits patrimoniaux d'auteur ; elle peut se traduire par le copyright ou la mention "tous droits réservés".



(cf. *Agrandir l'image*) (cf. p.45)

(cf. Voir le détail des mentions)^(cf. p.44)

Les Indes belliqueuses. Aventure et cartographie des Français aux Indes aux XVIIe et XVIIIe siècles, Centre des archives d'outre-mer, Aix-en-Provence, 2000 : indications portées sur la jaquette et sur le CD-Rom

Les **mentions recommandées** portent en particulier sur :

CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES

Jean-Loup Charmeret
p. 2-3, 21, 24, 29, 31, 32, 35, 40, 41, 47, 48, 51, 54, 65, 70,
78, 83, 86, 87, 98, 100, 122, 129, 131, 132, 140, 146, 147,
148, 150, 151, 160, 164, 170, 174, 175, 177
Agence Archipel / C. Biard
p. 16
Service photographique de la Bibliothèque
nationale de France
p. 19, 20, 69, 73, 75, 89, 102, 103, 111, 115, 119, 121, 123,
127, 130, 138, 142
Laboratoires photographique de la RMN - JG
Berizzi
jaquette, p. 31, 42, 43, 79, 120, 126, 139
Musée de Darmstadt
p. 58, 72
Musée de Nancy
p. 33, 97 (C. Mangin)
Atelier photographique des Archives du ministère
des Affaires étrangères - Cl. Rollo
p. 77, 82, 110, 112, 116, 117, 125, 126, 141, 142, 144, 155,
168, 173, 179, 180, 189

- le rappel du droit de l'auteur de l'œuvre : certains organismes spécialisés dans la diffusion de photographies apposent au dos un cachet rappelant que toute utilisation est soumise à l'acquittement des droits inhérents ;
- l'usage limité du document : si les droits ont été acquis pour une manifestation particulière ou un pays donné, le mentionner au dos des épreuves; des droits nouveaux seront acquittés à chaque nouvelle utilisation.

Dans tous les cas, on signalera en fin de publication les **crédits photographiques** avec la mention du nom du photographe.

1648 : la paix de Westphalie, vers l'Europe moderne, catalogue de l'exposition réalisée par le ministère des Affaires étrangères (direction des Archives), Paris, 2003 (Extraits).

(cf. *Agrandir l'image*) (cf. p.42)

3. Un contenu à valoriser : les différentes parties d'une publication



Introduction

Quels que soient le support et le genre de publication qui seront retenus (il pourra y en avoir plusieurs en fonction des besoins et de l'ampleur de l'opération), un contenu type se compose des parties suivantes :

- la partie textuelle
- la partie informative
- la partie illustrative
- l'appareil critique.

3.1. La partie textuelle

La partie que l'on qualifie ici de "textuelle" est une partie rédactionnelle qui présente la publication. Elle indique notamment l'événement "déclencheur" qui suscite la publication : commémoration historique, achèvement du classement d'un fonds, 10^e anniversaire du bâtiment d'archives, etc.

Puis présente les caractéristiques générales de la publication : les partenaires, la méthode de travail adoptée, le plan retenu etc.

? Exemple

Dans un instrument de recherche, il s'agit de l'introduction où seront détaillés la présentation et l'historique du producteur, le mode d'entrée des documents, leur métrage linéaire, leurs conditions de consultation et de reproduction, etc.

3.2. La partie informative

La partie dite "informative" renferme la raison même de la publication.

? Exemple

- Dans un instrument de recherche, il s'agit de la description du (ou des) fonds avec cotes et dates.
- Dans les actes d'un colloque, il s'agit de la publication des communications prononcées par les différents intervenants.
- Pour les publications audiovisuelles, il s'agit de la reproduction de témoignages oraux ou de films.

Cette partie est traitée avec toute la rigueur scientifique que requiert la matière concernée.

Dans le cas d'une publication d'information, type journal interne ou externe, la partie informative rejoint la partie textuelle.

3.3. La partie illustrative

La partie illustrative concerne les reproductions des pièces sélectionnées.

La reproduction des pièces sélectionnées constitue une étape essentielle : elle conditionne en effet la qualité visuelle de la publication. Aussi doit-elle être d'aussi **bonne qualité** que possible (ecktachrome, image numérique haute définition), surtout si les reproductions sont destinées à l'agrandissement.

Si le service possède un photographe, il reproduit les documents conservés en interne. Il peut aussi être autorisé par certaines institutions à venir sur place réaliser les clichés désirés.

La plupart du temps, on passe par le biais de la commande. Attention aux délais qui peuvent être très longs et courir sur plusieurs mois.



Image 4 Les Yvelines à travers leurs archives, catalogue de l'exposition réalisée par les Archives départementales des Yvelines, Somogy éditions d'art, Paris, 2003

Toutes les pièces reproduites sont légendées.

Un des intérêts de la légende est de localiser précisément les pièces, ce qui permet ensuite, à qui veut les voir en original ou en demander reproduction, de le faire très aisément.

Éléments obligatoires :

- lieu de conservation,
- cote ou numéro d'inventaire,
- titre ou analyse,
- date.



*Marseille et ses rois de Naples. La diagonale angevine, 1265-1382.
Archives municipales de Marseille, Édisud, 1988.*

En fonction du type de publication ou de l'importance de la pièce, l'analyse peut être plus développée et s'accompagner d'un commentaire.

Éléments facultatifs :

- auteur, artiste,
- support,
- technique,
- dimensions
- état matériel.



*Marseille et ses rois de Naples. La diagonale angevine, 1265-1382. Archives
municipales de Marseille, Édisud, 1988.*

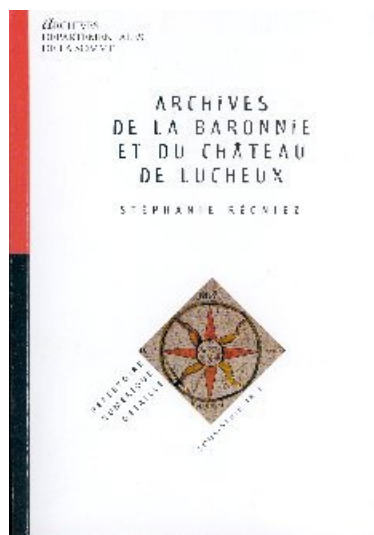
3.4. La partie de l'appareil critique

À côté de ce qui constitue le cœur de la publication, s'ajoutent divers éléments de contenu, l'"appareil critique", qui vont la parachever et l'enrichir de manière significative.

En voici les principaux :

- présentation de la composition des comités d'honneur, scientifique, etc.,
- remerciements, liste des différents collaborateurs,
- préface, avant-propos, préambule (les termes sont variables) : signé en général par une personnalité; si plusieurs personnalités sont concernées, soit elles cosignent un texte commun, soit elles en rédigent chacune un,
- introduction, historique et/ou méthodologique : signée par l'archiviste ou celui qui a rédigé l'ouvrage,
- bibliographie, sources complémentaires,
- annexes : elles ne sont définies ni en nombre, ni en contenu ; elles peuvent être d'une extrême variété : cartes (élément toujours apprécié), graphiques, listes, transcriptions, etc.,
- tables des sigles et abréviations, des illustrations,

- index des noms de personnes, de lieux, de matières,
- sommaire ou table des matières,
- éléments identifiants du service (voir 1.3.3.) : nom et coordonnées, logo(s),
- droits, crédits photographiques,
- date de réalisation, date du dépôt légal,
- ISBN (International standard book number),
- prix T.T.C. (toutes taxes comprises).



(cf. Afficher les autres vues) (cf. p.42)

Archives de la baronnie et du château de Lucheux. Répertoire numérique détaillé, sous-série 18 J, Archives départementales de la Somme, [2001], 169 p.

Pour plus de détails...



Qu'est-ce que l'ISBN ? Cliquez pour visualiser le document (format .pdf)

Qu'est-ce que l'ISBN ? (cf. isbn.pdf)

3.5. Les étapes de la publication

Introduction

Les principales étapes de la publication sont au nombre de six :

1. Saisie du contenu textuel du document sur informatique: textes, légendes, transcriptions, etc.
2. Numérisation des documents ou des clichés
3. Mise en page, maquetage
4. Tirage
5. Reproduction: photocopie, pressage de Cédérom, édition,...
6. "Emballage" : reliure, jaquette, etc.

Ces étapes peuvent se réaliser:

- en interne
- ou en externe
- ou combiner les deux.

3. Un contenu à valoriser : les différentes parties d'une publication

3.5.1. La publication en interne

Scanner, outils informatiques de mise en page, imprimante couleur sont devenus très abordables en terme de coût et de manipulation.

Un service qui publie beaucoup aura intérêt à **investir un minimum** dans ce domaine et à former un ou plusieurs agents.

Il **réduira ses coûts extérieurs de publication** :

- sinon en sortant lui-même ses propres documents,
- du moins en les préparant au mieux pour restreindre le travail final de l'éditeur.

Il peut maîtriser quasiment toute la chaîne de production, même en ce qui concerne les CD-Rom.

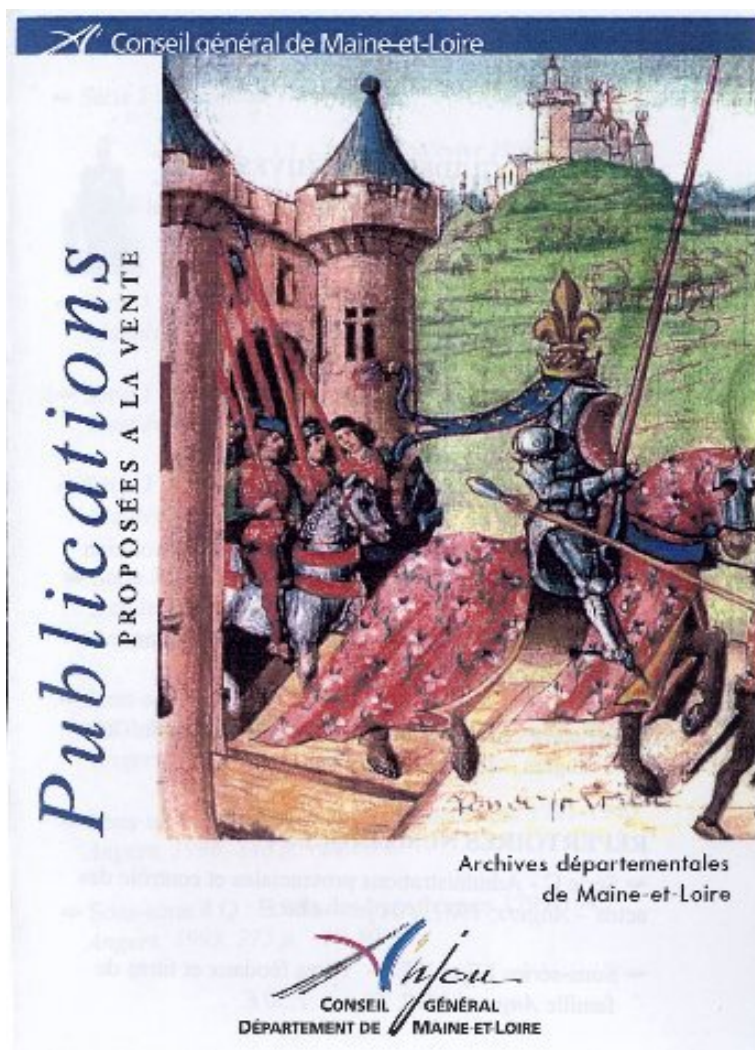
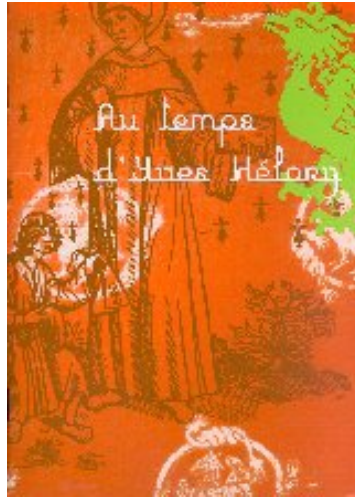


Image 5 Catalogue des publications proposées à la vente par les Archives départementales de Maine-et-Loire : composition et tirage effectués en interne.

Éléments à soigner :

- le titre général de la publication (pour un site internet : les titres du menu),
- la première de couverture (pour un site internet : la page d'accueil).



*Au temps d'Yves Hélory, catalogue de l'exposition sur saint Yves,
Conseil général des Côtes-d'Armor, 2003.*

Afficher les autres vues :

(cf. Détails de la
couverture) (cf. p.43)

(cf. Maquettage intérieur (p.
26)) (cf. p.47)

3.5.2. La publication en externe

Quel que soit l'équipement du service, certains gros travaux ne peuvent être réalisés que par des professionnels, surtout si l'on désire un produit fini de qualité. On peut citer en particulier les catalogues d'exposition.

Le service prend en charge une ou plusieurs étapes de la publication (la première en général - la saisie informatique des textes - ne pose pas de problème) :

- en fonction de la qualité que l'on souhaite - ou que l'on a les moyens de - donner au produit,
- en fonction du nombre d'exemplaires prévus



La compatibilité des systèmes informatiques n'est pas toujours totale.

Se renseigner d'emblée sur les outils utilisés par l'imprimeur afin de n'avoir pas à ressaisir des textes ou constater les pertes d'informations.

3.6. La mise en forme : faire-valoir du contenu

Introduction

Le contenu de la publication est rassemblé, les textes et légendes rédigés : il s'agit à présent de leur donner une forme agréable.

Cette étape n'est pas à négliger : c'est le **maquettage**.

3.6.1. Faire-valoir du contenu

Le **maquettage**, équivalent de la scénographie pour une exposition, représente le faire-valoir du contenu. Il peut se concevoir :

- en interne
- ou être externalisé.

Le maquetage prend en compte :

- l'agencement des textes et des visuels,
- la typographie,
- les couleurs,
- la structure type d'une page (papier ou écran), etc.

Il peut rencontrer la contrainte d'une charte graphique.

Éléments à soigner :

- le titre général de la publication (pour un site Internet : les titres du menu),
- la première de couverture (pour un site Internet : la page d'accueil).



20 jours, 20 siècles qui ont fait l'Anjou. Catalogue de l'exposition réalisée par les Archives départementales de Maine-et-Loire, Angers, 2000.

Le scénographe de l'exposition a réalisé aussi le maquetage du catalogue. Pour chacun des 20 siècles écoulés depuis l'an I, un événement avait été retenu : sa date figure sur la première de couverture du catalogue ainsi qu'à l'intérieur, au siècle correspondant.

Exemple : pour le XVIII^e siècle, a été retenu l'insurrection de Saint-Florent-le-Vieil en 1793, prélude des Guerres de Vendée ; pour le XIX^e siècle, la venue à Angers de Napoléon III en 1856 à la suite des inondations de la Loire. Un même maquetage a été adopté pour tous les siècles, chacun figurant sur une double page.



Image 6 20 jours, 20 siècles qui ont fait l'Anjou. Catalogue de l'exposition réalisée par les Archives départementales de Maine-et-Loire, Angers, 2000.

(détail de la maquette du catalogue de l'exposition page suivante)

3.6.2. Exemples

Cliquez sur le lien ci-dessous pour visualiser les exemples.

(cf. Exemples)

4. Typologie et supports de publication : de la carte postale au site Internet



Introduction

Différents types et supports de publication se présentent au choix de l'archiviste.

La liste ci-après ne prétend pas à l'exhaustivité, puisqu'en la matière l'imagination est de mise – surtout dans le domaine des produits d'appel – et la technologie évolutive mais, plus que de longs discours, il nous a paru essentiel de l'illustrer à l'aide d'exemples divers.

La liste et les illustrations qui suivent sont perfectibles. Merci par avance à tous ceux qui voudront bien contribuer à les enrichir.

4.1. Distinction entre types et supports de publication

Il faut, au préalable, opérer la distinction entre :

- le **type de la publication** : scientifique, éducative, etc.
- le **support de la publication** : papier, CD-Rom, Internet, etc.

Type et support sont indépendants, un même type de publication pouvant se réaliser sur plusieurs supports différents.

Huit grands types de publication peuvent se dégager :

- publications scientifiques
- catalogue d'exposition
- publications éducatives et culturelles
- publications d'information
- publications audiovisuelles
- publications multimédias
- Internet et Intranet
- produits d'appel.

Quatre grands types de support se distinguent :

- papier
- audiovisuel : cassette vidéo et audio
- numérique : CD-Rom, DVD, etc.
- Internet.

4.2. Tableau récapitulatif des types et des supports de publication

Type de publication	Support
1) Publications scientifiques - guide du service, instrument de recherche - édition de textes - actes de colloque, de journées d'étude - article	- papier, numérique, Internet - papier, numérique, Internet - papier, numérique, Internet, audiovisuel - papier, numérique, Internet
2) Catalogue d'exposition	papier, numérique, Internet
3) Publications éducative et culturelle - textes commentés - mallette pédagogique - cahier de cours, livret de l'atelier pédagogique - bulletin d'information	- papier - papier - papier, audiovisuel, numérique - papier, Internet
4) Publications d'information - affiche - invitation - journal interne ou externe	- papier - papier - papier, Internet, Intranet
5) Publications audiovisuelles - témoignage, archives orales - film	- audiovisuel, numérique - audiovisuel, numérique
6) Publications multimédias	numérique
7) Internet et Intranet	- Internet - Intranet
8) Produits d'appel - objet : crayon, porte-clé, etc. - cartes postales - reproduction de documents - jeux	- variable - papier - papier - papier, numérique, Internet

4.3. Détail illustré des types et des supports de publication

Introduction

Suivant le tableau récapitulatif ci-dessus :

- se dégagent huit grands types de publication,
- auxquels s'adjoignent quatre grands supports.

Les exemples suivants en fournissent quelques illustrations

4.3.1. Publications scientifiques

Entre toutes les publications scientifiques, celle des instruments de recherche est la plus fondamentale : elle se rapporte au cœur du métier d'archiviste.

Celui-ci met en valeur le travail de longue haleine qui est le sien, inconnu du public, mais sans lequel toute autre publication, toute exploitation culturelle seraient impossibles. La publication, en permettant la diffusion des instruments de recherche dans les centres documentaires, démultiplie les possibilités d'études des fonds. Ce qui trop souvent empêche la publication d'un instrument de recherche est son caractère jugé inachevé ou provisoire. La technologie d'Internet permet aujourd'hui, pour le plus grand bonheur des chercheurs, de mettre en ligne des instruments que l'on n'aurait pas estimé opportun de publier sous forme papier.

Par la publication de journées d'étude ou d'articles, l'archiviste se situe davantage dans son rôle d'historien.

Voici les principales catégories de publications scientifiques :

Instruments de recherche :

(Nous ne présentons ici que quelques exemples.)

- **Guide des archives du service :**

Le guide du chercheur aux Archives départementales de la Haute-Vienne Publications scientifiques - catégorie instruments de recherche : guide des archives du service

- **État des fonds :**

Archives d'architectes. État des fonds, XIXe-XXe siècles Publications scientifiques - catégorie instruments de recherche : état des fonds

État des instruments de recherche produits par les Archives départementales de Seine-et-Marne Publications scientifiques - catégorie instruments de recherche : état des fonds



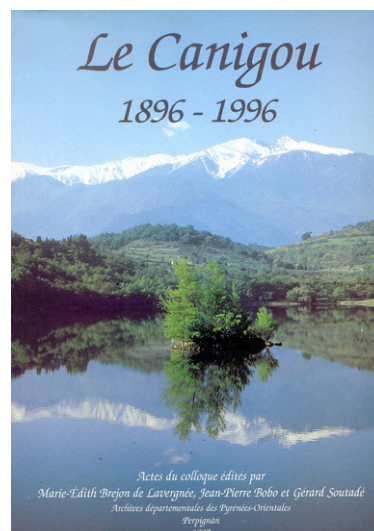
Illustration

- **Répertoire numérique :** *Les plans du cadastre dit "napoléonien" dans le Rhône : 1808-1838.* Publications scientifiques - catégorie instruments de recherche : répertoire numérique
- **Catalogue :** *Fragile mémoire. Catalogue illustré des clichés sur verre.* Publications scientifiques - catégorie instruments de recherche : catalogue

Actes de colloque ou de journée d'étude :

Les princes angevins du XIII^e au XV^e siècle. Un destin européen. Publications scientifiques - catégorie actes de colloque ou de journée d'étude :

Le Canigou. Cent ans d'aménagements, 1896-1996. Publications scientifiques - catégorie actes de colloque ou de journée d'étude :



Illustration

Articles dans des revues, des journaux d'information, etc. :

De l'abbaye de la Couture au parc à fourrages : deux siècles d'histoire des bâtiments des archives Publications scientifiques - catégorie articles parus :

Édition de textes, participation à des publications scientifiques...

Pas d'exemple spécifique.

4.3.2. Catalogue d'exposition

Une grande diversité existe en ce domaine, depuis le petit journal jusqu'au catalogue pièce à pièce.

Le service peut constituer une ligne éditoriale spécifique s'il est amené à publier régulièrement ce genre de produit.

On peut distinguer :

- **le petit journal** : il se compose souvent de quatre pages de grand format (A3) :



Image 7 Journal de l'exposition. Une autre enfance... enfants trouvés, enfants assistés. XVIII^e - XX^e siècles, Archives départementales de Maine-et-Loire, Angers, 2003.

(cf. Afficher d'autres vues) (cf. p.42)

- **le catalogue reprenant les panneaux** d'exposition (textes et photos) :

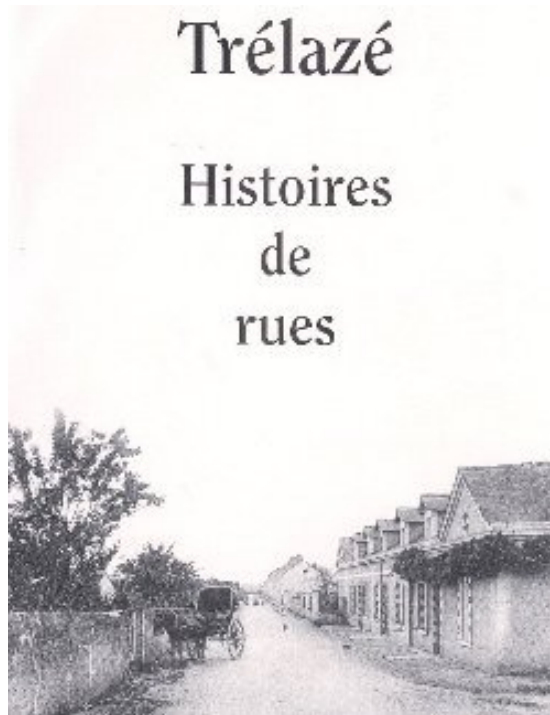


Image 8 Extrait de : *Trélazé : histoires de rues*, catalogue de l'exposition réalisée par les Archives départementales de Maine-et-Loire, Angers, 1997. Textes et photos des panneaux de l'exposition ont été repris intégralement mais avec une mise en page différente.

(cf.) (cf. p.45) Afficher d'autres vues : (cf. Intérieur : page 22) (cf. p.45), et (cf. Intérieur : page 23) (cf. p.46)

- **le catalogue comportant l'intégralité des textes et des pièces** exposées ou une large sélection :

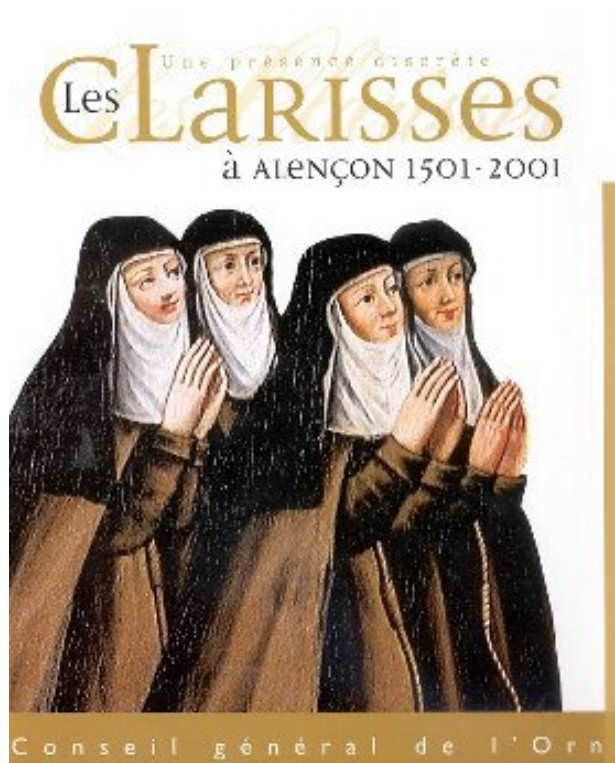


Image 9 Extrait de : *Une présence discrète : les Clarisses à Alençon, 1501-2001*, catalogue de l'exposition réalisée par les Archives départementales de l'Orne, Alençon, 2001.

(cf. Afficher d'autres vues) (cf. p.42)

- **le catalogue, ouvrage d'histoire** : successions d'articles d'auteurs, il comporte en fin d'ouvrage la liste sommaire des pièces exposées.

Par exemple : *De temps en temps, histoire de calendriers*, publié par le Centre historique des Archives nationales. *Catalogue d'exposition*

4.3.3. Publications éducatives et culturelles

Là aussi les réalisations sont multiples et peuvent faire montre d'une grande originalité.

Nous n'en citons ici pour mémoire qu'une sélection :

1) ateliers pédagogiques

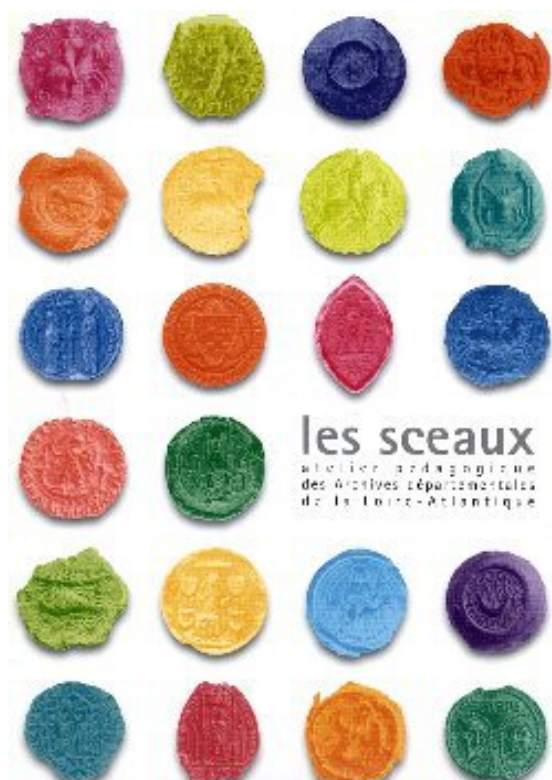


Image 10 Les sceaux. Atelier pédagogique proposé par les Archives départementales de la Loire-Atlantique.

(cf. Afficher d'autres vues) (cf. p.42)

2) bulletin d'information pour les enseignants

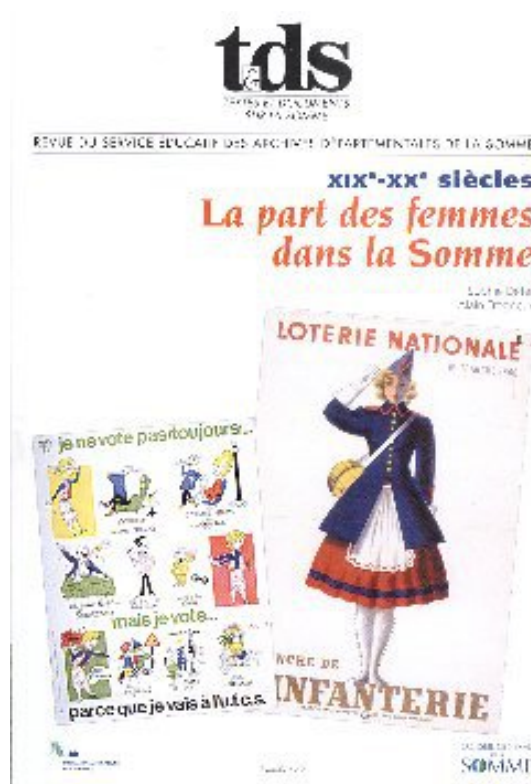


Image 11 Textes et documents sur la Somme. Revue du service éducatif des Archives départementales de la Somme, n° 72, 2001, 30 p.

(cf. Afficher d'autres vues) (cf. p.42)

3) publication de textes commentés

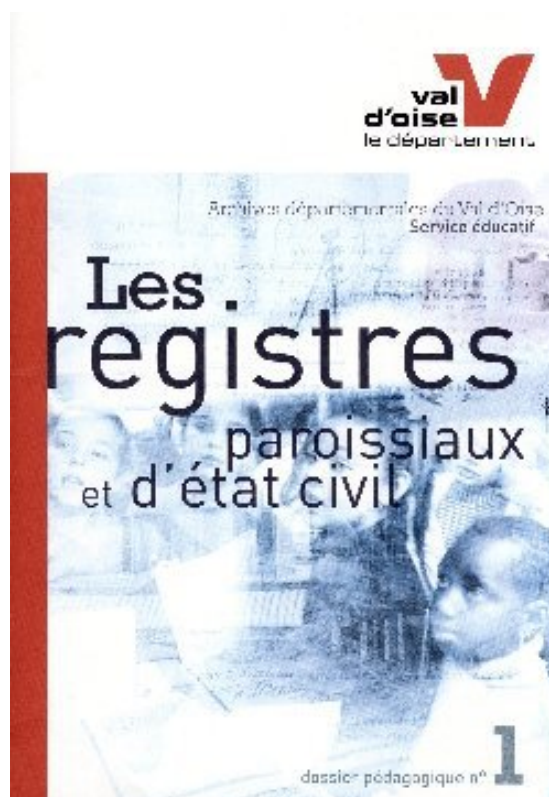


Image 12 Les Archives départementales du Val-d'Oise publient une collection de "Dossier pédagogique" où se mêlent commentaires des documents, questions posées à l'élève pour une meilleure participation de celui-ci et "fiche professeur" comportant les réponses aux questions.

(cf. Afficher d'autres vues) (cf. p.44)

4) mallette pédagogique.

4.3.4. Publications d'information

Ce qui est compris et rassemblé ici sous le terme "information" est très large. Il s'agit de tout ce qui peut faire connaître les activités du service :

- affiche : pour une exposition, une conférence, un concours scolaire, etc.
- invitation : pour une inauguration, une manifestation, etc.
- dépliant : pour un cycle de conférence, une exposition, etc.
- bulletin interne d'information
- bulletin externe d'information
- dépliant de présentation du service
- dépliant de présentation de la salle de lecture
- dépliant à l'attention des producteurs d'archives
- etc.

4.3.5. Publications audio-visuelles

Les publications audio-visuelles recouvrent :

- **la reproduction de documents déjà existants** sous cette forme, comme les témoignages oraux et les archives filmiques et orales (son et/ou images animées),



Image 13 CD-audio réalisé par les Archives départementales de Maine-et-Loire à partir d'un disque vinyl d'époque comportant notamment le discours prononcé par le général de Gaulle lors de sa venue à Angers le 14 janvier 1945 suivi de la Marseille chantée par le général de Gaulle et les Angevins (Angers, 2003, 5 mn et 41 s.).

(cf. Audio 02[mp3])

- **la création de documents à part entière**, éventuellement à partir d'archives filmiques et orales.

4.3.6. Publications multimédias

Les publications multimédias se sont beaucoup développées au cours de la dernière décennie.

Devenues d'un coût très abordable, elles sont utilisées avec des degrés différents de technicité, depuis le **texte simple** jusqu'aux **animations sophistiquées**.

Les supports évoluent rapidement, les capacités de stockage augmentent : cédérom, DVD, ...

4.3.7. Internet et Intranet

Internet, "réseau mondial de réseaux télématiques utilisant le même protocole de communication", touche aujourd'hui tous les secteurs d'activité et s'impose comme une source première d'information. Aussi les archivistes ne restent-ils pas en dehors de ce formidable outil de diffusion.

L' **Intranet**, utilisant les techniques d'Internet, n'est accessible qu'aux seuls membres d'un même groupe (le service d'archives ou l'institution dont il dépend).

Il suffit de saisir le mot "archives" sur un moteur de recherche Internet pour qu'une impressionnante liste de sites apparaisse. C'est un lieu commun de dire qu'ils sont très inégaux, tant dans leur contenu que dans leur présentation, tant dans les liens proposés que dans les possibilités de recherche thématique.

Le but n'est pas ici de détailler ce que doit contenir un site Internet mais d'en dégager les grandes lignes :

- informations pratiques
 - adresse
 - recherches par correspondance
 - commande de publications et de reproductions de documents
- historique et missions
 - définition
 - historique
 - chiffres
 - visite virtuelle
 - textes réglementaires
- faire des recherches
 - conditions de communication
 - règlement de salle de lecture
 - formalités d'inscription
 - fiches thématiques de recherche
 - sources complémentaires
- fonds et collections: accès aux inventaires
- documents en ligne: florilège ou fonds entiers
- actualités
- action éducative et culturelle
- vos archives personnelles: conseils pratiques
- boîte à outils de l'élus et du fonctionnaire

- responsabilités
- modèles de bordereaux de versement et d'élimination
- conseils pratiques.

Cette dernière rubrique pourra être développée dans le cadre d'un intranet. Par exemple : grâce à un code personnalisé, les services versants accéderont à leurs propres bordereaux de versement et d'élimination, pour les consulter ou pour les saisir directement.

Pour plus de détails...



Exemples de sites :

www.sabaudia.org : site des Archives départementales de la Savoie et de la Haute-Savoie

www.sarthe.com, rubrique Archives départementales : site des Archives départementales de la Sarthe

www.cg63.fr, rubrique Archives départementales : site des Archives départementales du Puy-de-Dôme

www.archives.rennes.fr : site des Archives municipales de Rennes

www.diplomatie.gouv.fr/archives : site des archives du ministère des affaires étrangères français

www.banq.qc.ca : site des archives nationales du Québec

4.3.8. Produits d'appel

Les produits d'appel relèvent d'une double **logique, commerciale et publicitaire** : ils sont censés être conçus pour se vendre facilement auprès d'un public plus large et donc pour être, sinon bénéficiaires, du moins plus rentables que d'autres produits ; attractifs, ils se diffusent mieux et, par là même, exportent l'image du service d'archives.

Citons les plus courants :

1) cartes postales et cartes de vœux

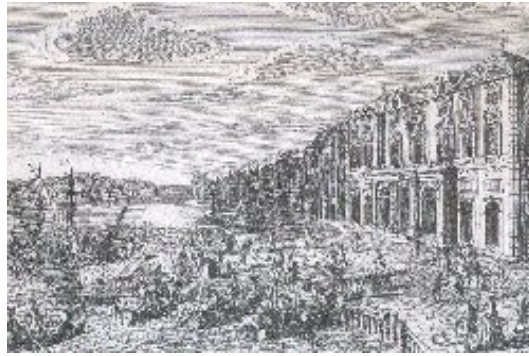
(cf. *Afficher d'autres vues*) (cf. p.42)



Carte de vœux 2004 des Archives nationales de France.

2) reproduction de document

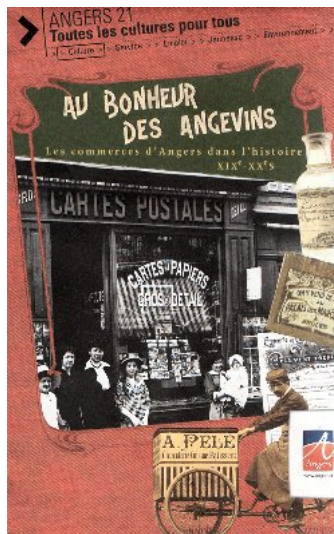
(cf. Afficher le détail de l'image) (cf. p.48)



Reproduction d'une gravure du port et de l'hôtel de ville de Marseille de la fin du XVIIIe siècle, Archives municipales de Marseille, 2000.

3) jeu

(cf. Afficher d'autres vues) (cf. p.47)



Jeu de l'oie réalisé à l'occasion de l'exposition "Au bonheur des Angevins : les commerces d'Angers dans l'histoire. XIXe-XXe siècles", par les Archives municipales d'Angers, 2004.

4) objets : crayon, porte-clé, etc.

5. La diffusion



Introduction

Le produit est réalisé ; il reste à le diffuser.

L'archiviste n'ayant pas de culture commerciale néglige souvent ce "service après production" qui peut aboutir au désastreux effet de laisser dormir des stocks et de ne pas en faire profiter le public potentiellement intéressé. Il est en effet plus facile de publier que de diffuser.

La diffusion comprend trois aspects principaux :

- la publicité
- l'organisation de la vente
- le dépôt légal.

5.1. La publicité

Une diffusion réussie procède d'une bonne publicité.

Celle-ci doit être adaptée :

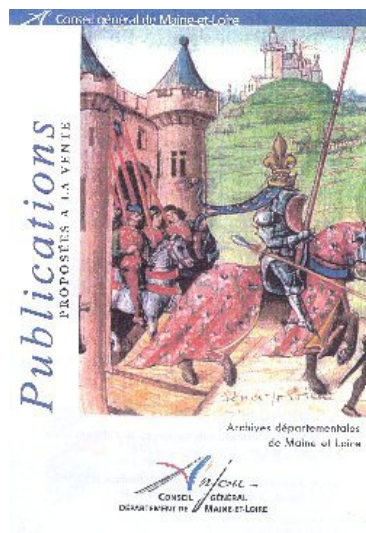
- au type de produit concerné,
- au public que l'on veut viser
- et bien sûr au budget que l'on peut y consacrer.

En tout état de cause, plus la publicité sera **multiforme**, plus elle aura d'impact.

La publicité "interne"

La première publicité est celle qui est faite dans le service lui-même. **Le nouveau produit est exposé sur présentoir** dans le hall, en salle de lecture, à l'accueil du secrétariat, bien en vue du public qui franchit les portes des archives. Dans le cas d'une exposition, il figurera à l'entrée, sur la table d'accueil.

Il est judicieux de réaliser un "**catalogue des publications**" : il pourra être posé en libre accès sur un présentoir ou glissé dans les courriers de réponse aux recherches. Le catalogue présente en général les publications par type, comporte les précisions indispensables de titre, date, importance matérielle et coût ; il s'accompagne d'un bon de commande.



(cf. Afficher d'autres vues) (cf. p.43)

Publications proposées à la vente par les Archives départementales de Maine-et-Loire : catalogue réalisé entièrement en interne (conception et tirage).

Le site Internet constitue un support idéal de publicité : une rubrique sera spécialement réservée aux publications, à leur description et à leur mode d'acquisition.

La publicité "externe"

Les différents médias peuvent bien entendu être utilisés.

La presse reste le plus accessible ; l'archiviste peut :

- proposer un communiqué,
- organiser une conférence de presse,
- rédiger lui-même un article.

La manifestation spéciale de "sortie"

Le produit peut être "lancé" lors d'une manifestation spécialement conçue à cet effet, comme une conférence par exemple.

Dans un certain nombre de cas, il le sera tout simplement au moment de l'exposition dans le cadre de laquelle il a été conçu.

Ces manifestations sont l'occasion d'inviter largement les médias.



Il est très important de prévoir de distribuer gratuitement des exemplaires aux journalistes.

5.2. Organisation de la vente

Dans la grande majorité des cas, les produits sont mis en vente.

Il peut arriver que l'institution réalise une publication de prestige uniquement destinée à être offerte mais le fait reste rare.



(cf. Afficher le détail de l'image) (cf. p.43)

Catalogue réalisé par les Archives départementales d'Indre-et-Loire et diffusé gratuitement au cours de l'exposition, 2003,

La vente s'opère :

- **en interne** : le service d'archives vend directement ses produits ; c'est sur place qu'ils se vendent le mieux, au contact du public le plus susceptible d'être concerné ; il faut prévoir un accueil à cet effet : horaires et personnel ; même chose dans le cadre d'une exposition : la vente en direct est plus fructueuse ; les institutions importantes peuvent disposer d'une boutique spécifique.
- **par correspondance** : le produit est acheminé sur demande par correspondance ; des frais de port peuvent alors être comptés en sus ;
- **chez des distributeurs professionnels** :
 - certains services négocient directement avec les distributeurs professionnels (libraires, grandes surfaces) soit en consentant un dépôt d'ouvrages, soit en leur vendant des exemplaires à prix préférentiels (prix de souscription par exemple ou remise forfaitaire - en France, cette remise s'élève autour de 33 %) ;
 - le service d'archives peut également déléguer cette tâche à un distributeur patenté qui se chargera de la diffusion dans le réseau des professionnels ou donner une exclusivité à l'un d'entre eux, bien placé sur le marché, qui inclura le produit dans son catalogue.

Quelles que soient la ou les solutions retenues, il est important que le service garde des exemplaires du produit en nombre suffisant pour en **faire des dons** aux institutionnels, en cadeau, en remerciement.

? Exemple

Il est de tradition, au sein du réseau des Archives départementales en France, d'envoyer gratuitement à tous les services départementaux un exemplaire des instruments de recherche publiés afin de diffuser largement la connaissance des fonds auprès du public (le rôle croissant d'Internet tend cependant aujourd'hui à modifier ces pratiques).

Les recettes induites par la vente reviennent directement ou non au service.

? Exemple

En France, le principe de séparation de l'ordonnateur et du comptable dans l'administration interdit au service de bénéficier des recettes. Celles-ci sont versées directement à l'institution "mère".

Le service d'archives public est contraint d'ailleurs de tenir une régie de recettes et de suivre la comptabilité exacte de ses stocks.

Les problèmes de place pris par les stocks et le vieillissement des publications peuvent conduire à une opération de déstockage :

- prix soldés,
- dons.

5.3. Le dépôt légal en France

Le dépôt légal est une procédure qui oblige éditeurs et imprimeurs à déposer à titre gratuit plusieurs exemplaires de leur production aux fins de conservation dans des établissements publics spécialisés.

Conçu à l'origine pour constituer une collection complète de toute la **production imprimée** d'un pays, il s'étend aujourd'hui à la **production audio, vidéo et multimédia**, avec plus ou moins de succès.

Dans la pratique, peu de réclamations sont effectuées envers les contrevenants.

? Exemple

En France, le dépôt légal éditeur oblige l'envoi de quatre exemplaires de chaque publication au service du dépôt légal de la Bibliothèque nationale de France. L'envoi s'effectue franco de port (cf. site internet : www.bnf.fr).

Pour plus de détails...

+ Complément

Le dépôt légal en France (cf. [depotlegal.pdf](#))

6. Évaluation des connaissances



Objectifs

Avez-vous bien compris tout ce qui vient de vous être enseigné ?

Si vous voulez le vérifier, faites les exercices proposés ci-dessous.

Si vous ne savez pas répondre, ne regardez pas trop vite le corrigé, travaillez à nouveau la (les) section(s) précédente(s) où vous découvrirez les solutions.

Bien sûr, si vous n'y arrivez vraiment pas, vous pouvez consulter les réponses. Ne les lisez pas avec précipitation mais avec une grande attention et surtout essayez de comprendre.

À vous de jouer...

Exercice 1

Une politique en matière éditoriale est définie par le service d'archives. Elle est constituée de quatre éléments principaux. Lequel ne fait **pas** partie d'une politique en matière éditoriale ?

- ☐ La mise en valeur des travaux scientifiques
- ☐ La ligne éditoriale
- ☐ Le budget
- ☐ La périodicité de publication
- ☐ Le type de diffusion

Exercice 2

Le but de la publication est de mettre en valeur les fonds et collections conservés par un service d'archives ; quel que soit le support retenu, le contenu doit offrir au moins quatre parties. Parmi les choix suivants, lequel ne représente pas une de ces parties ?

- ☐ La partie textuelle
- ☐ L'appareil critique
- ☐ La partie illustrative
- ☐ La partie de transcription
- ☐ La partie informative

Les galeries associées à ce module



(cf. 01_accueil31)
(cf. 02_Documents-objets-texte86)
(cf. 03_scenographie32)
(cf. 04_signalétique82)
(cf. 05_montage29)
(cf. 06_exposition28)
(cf. 07_section-3-122a)
(cf. 08_section-3-122b)
(cf. 09_section-2-3122a)
(cf. 10_section-2-3122b)
(cf. 11_section-3-4121a)
(cf. 12_section-3-4121b)
(cf. 13_section-3-4124)
(cf. 14_section-3-42)
(cf. 15_section-3-51)
(cf. 16_section-3-53)
(cf. 17_section-3-543)
(cf. 18_section-3-544)
(cf. 19_section-3-331)
(cf. 20_section-4-143)
(cf. 21_section-3-332)
(cf. 22_section-3-334)

Ressources annexes



1648 : la paix de Westphalie, vers l'Europe moderne , catalogue de l'exposition réalisée par le ministère des Affaires étrangères (direction des Archives), Paris, 2003 (Extraits).

CRÉDITS PHOTOGRAPHIQUES

Jean-Loup Charmet

p. 2-3, 21, 24, 29, 31, 32, 35, 40, 41, 47, 48, 51, 54, 65, 70,
78, 83, 86, 87, 98, 100, 122, 129, 131, 132, 140, 146, 147,
148, 150, 151, 160, 164, 170, 174, 175, 177

Agence Archipel / C. Biard

p. 16

Service photographique de la Bibliothèque
nationale de France

p. 19, 20, 69, 73, 75, 89, 102, 103, 111, 115, 119, 121, 123,
127, 130, 138, 142

Laboratoire photographique de la RMN - JG
Berizzi

jaquette, p. 31, 42, 43, 79, 120, 126, 139

Musée de Darmstadt

p. 58, 72

Musée de Nancy

p. 33, 97 (C. Mangin)

Atelier photographique des Archives du ministère
des Affaires étrangères - Cl. Rollo

p. 77, 82, 110, 112, 116, 117, 125, 126, 141, 142, 144, 165,
168, 173, 179, 180, 189

1648 : la paix de Westphalie, vers l'Europe moderne , catalogue de l'exposition réalisée par le ministère des Affaires étrangères (direction des Archives), Paris, 2003 (Extraits).

Appareil critique

(cf. Appareil critique)

Atelier pédagogique

(cf. Atelier pédagogique)

Bulletin d'information

(cf. Bulletin d'information)

Carte postale

(cf. Carte postale)

Catalogue d'exposition

(cf. Catalogue d'exposition)

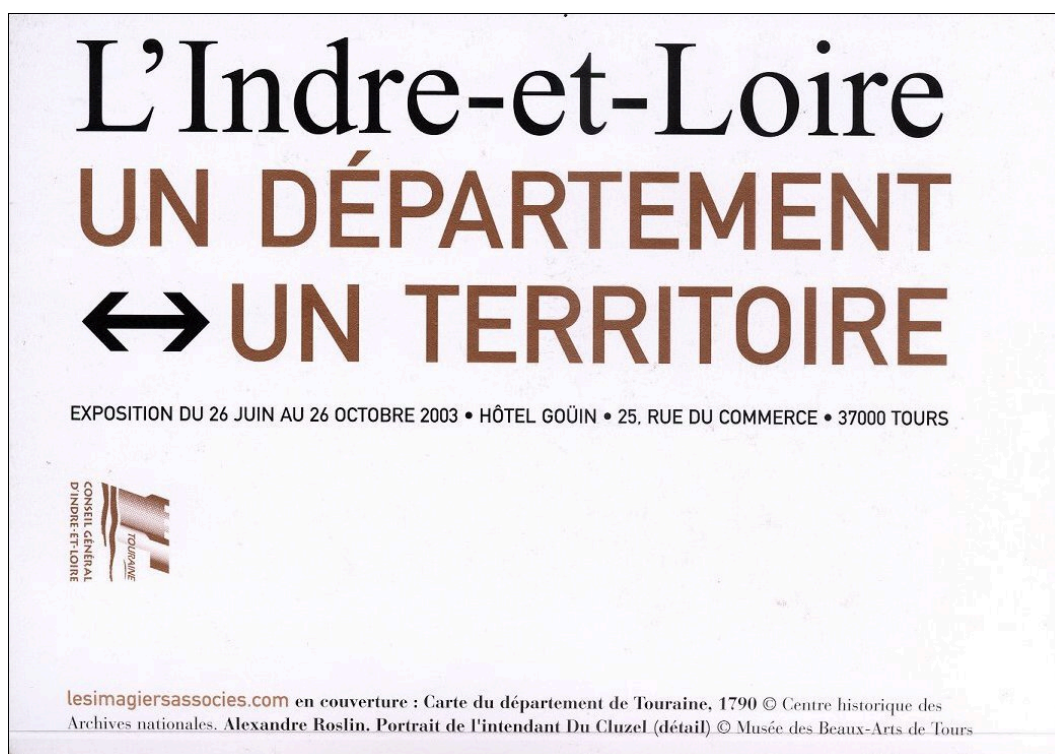
Catalogue d'exposition

(cf. Catalogue d'exposition)

Catalogue des publications

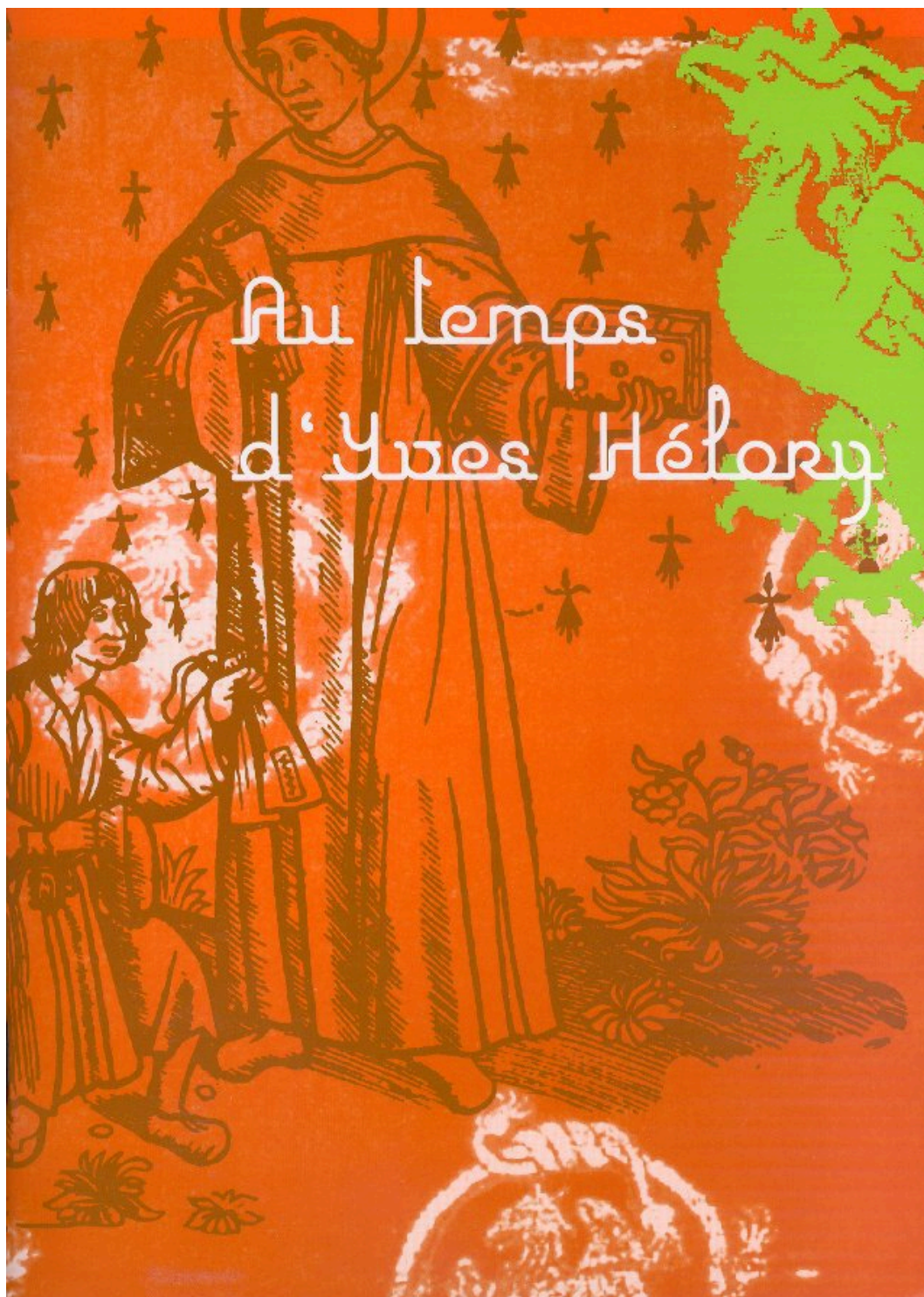
(cf. Catalogue des publications)

Catalogue réalisé par les Archives départementales d'Indre-et-Loire et diffusé gratuitement au cours de l'exposition, 2003,



Catalogue réalisé par les Archives départementales d'Indre-et-Loire et diffusé gratuitement au cours de l'exposition, 2003,

Couverture



Couverture

Détail des mentions



REPRODUCTION INTERDITE. TOUS DROITS RÉSERVÉS. Tous les documents reproduits en plein écran dans le cd-rom "Les Indes belliqueuses" sont conservés au Centre des archives d'outre-mer à Aix-en-Provence dans le fonds du Dépôt des fortifications des colonies, sauf l'Atlas de Lafitte de Brasier, conservé au Service historique de la Marine à Vincennes, qui en a aimablement autorisé la reproduction.

Détail des mentions

Dossier pédagogique

(cf. Dossier pédagogique)

Exposition réalisée par les Archives départementales de Seine-Maritime, Rouen, 1998.



Exposition réalisée par les Archives départementales de Seine-Maritime, Rouen, 1998.

Indications portées sur la jaquette et sur le CD-Rom.

Ce cédérom a été réalisé sous la direction de Françoise Durand-Evrard, conservateur général du patrimoine, directeur du Centre des archives d'outre-mer.

L'inventaire «Dépôt des fortifications des colonies : Indes» est le fruit du travail d'Alexis Rinckenbach, conservateur du patrimoine.

La partie animée «Aventures et cartographie des Français aux Indes», conçue initialement par Alexis Rinckenbach comme le reflet de son exposition «Villes Fleurs», a été développée par Christophe Beyeler, conservateur du patrimoine, en une fresque historique «Les Indes belliqueuses».

Photographie et numérisation : sous la direction d'Edmond Fernandez, avec le concours de Bruno Dury, photographes au CAOM.

Réalisation : Altair Production et Acont Z multimédia

Illustration de couverture : cartouche aux armes de Blois de La Bourdonnais (1699-1753), détail d'un plan manuscrit de Madras de 1750 (DFC 51 B 289)

CONFIGURATION MINIMUM REQUISE :

Pour PC :	Pour Macintosh :
Pentium 333	Power PC 603
32 Mo Ram (64 recommandée)	32 Mo Ram (64 recommandée)
250 Mo de Disque Dur libre	250 Mo de Disque Dur libre
Affichage : 800 x 600	Affichage : 4 Mo sur 1152 x 870
32 bits (millions de couleurs)	en millions de couleurs
Lecteur de CD Rom x 8	Lecteur de CD Rom x 8
Windows 95/98	Système 7.5

Ministère de la Culture
Adobe Acrobat
MADE WITH MACROMEDIA
ALT AIR PRODUCTION
Acont Z
C.A.O.M.

Adobe Acrobat est une marque de Adobe, Inc. Made with Macromedia est une marque de Macromedia, Inc.

REPRODUCTION INTERDITE. TOUTS DROITS RÉSERVÉS. Tous les documents reproduits en plein écran dans le cédérom «Les Indes belliqueuses» sont issus de la Centre des archives d'outre-mer à Aix-en-Provence dans le cadre du Dépôt des fortifications des colonies, sous l'autorité de Louis de Broissac, directeur du Service Historique de la Marine à Vincennes, qui en a autorisé la reproduction.

Indications portées sur la jaquette et sur le CD-Rom.

Intérieur : page 22

La Cité s'agrandit

Après une crise sans précédent en 1848, provoquant le licenciement de près d'un tiers du personnel, l'activité ardoisière connaît une très forte expansion : demande et production augmentent ; de 1851 à 1858, le nombre d'ouvriers passe de 1554 à 3027. L'extraction surpasse rapidement le travail de la terre et occupe une large majorité de la population trélazéenne (75% en 1857).

Les métiers parallèlement se diversifient ; en 1863 Lebatteux crée la manufacture d'allumettes pour fournir du travail aux femmes des ardoisiers et assurer ainsi aux ménages un complément de ressources.

Face à la croissance de la popula-

tion, due à un fort taux de natalité et à une immigration importante que facilite le développement du chemin de fer, Trélazé doit résoudre le problème du logement. En 1865, les sociétés ardoisières entreprennent la construction de cités ouvrières : "Les Tellières" et "Le Petit-Bois" forment ainsi le premier quartier excentré par rapport au vieux bourg. Louée ou vendue au prix de revient, chaque maison possède sa cour et son jardin avec, grand progrès sanitaire, des "water-closets". La cité, barrée par des chaînes, se présente comme un petit village avec sa place, sa fontaine, son marché et son lavoir.

10. LA PYRAMIDE TRÉLAZE
Le Lavoir de la cité ouvrière



(Archives départementales de Maine-et-Loire)

Place
des TELLIERES

RUE
Château-d'Eau

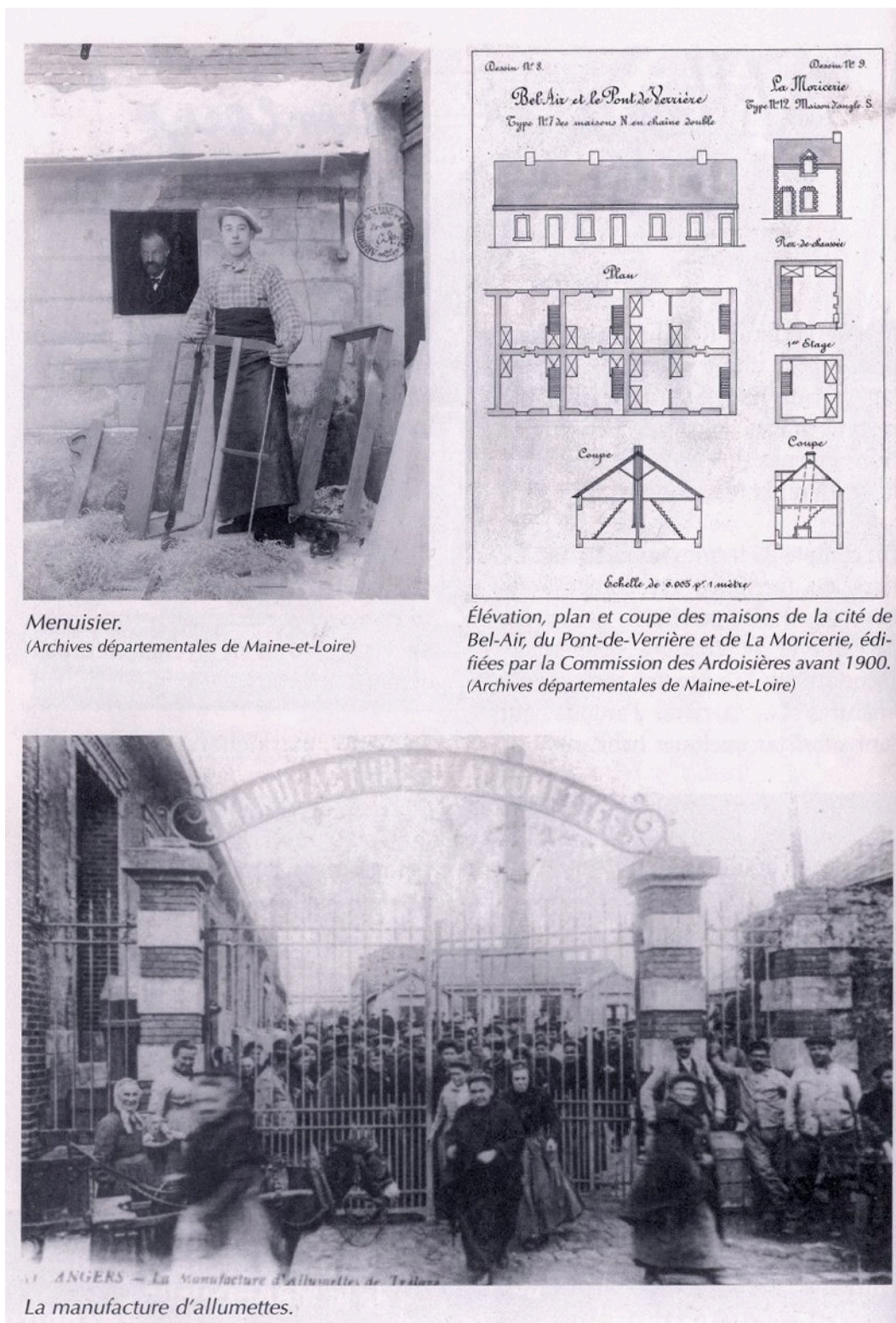
RUE
du Lavoir

RUE
du Lavoir

RUE
S MINEU

Intérieur : page 22

Intérieur : page 23



Intérieur : page 23

Jeu
(cf. Jeu)
Maquettage intérieur (p. 26)

Thierry Hamon

Maître de conférence en Histoire du Droit,
Université de Rennes I

le jugement,
Philippe de Beaumanoir,
Coutumes de Clermont en
Beauvoisie, Fin ^{xiii} début ^{xiv} s.,
Staatsbibliothek zu Berlin
MS Hamilton 193

L'organisation judiciaire de la Bretagne à l'époque d'Yves Hélori

(XIII^e - XIV^e siècle)



Très Ancienne Coutume de Bretagne,
manuscrit sur parchemin, 1462,
Archives Départementales
des Côtes d'Armor



Lorsque, vers 1250, naît Yves Hélori, à moins d'une lieue de l'antique tour de la cathédrale Saint Tugdual, le monde médiéval occidental en général et le Duché de Bretagne en particulier présente, depuis plus de cent ans, l'aspect d'une société déjà profondément marquée par le Droit et fortement encadrée par les institutions judiciaires.

Venu au monde deux siècles plus tôt, le futur saint n'aurait assurément pas trouvé des circonstances aussi favorables lui permettant d'incarner, pour la postérité, l'Avocat des Pauvres et le Patron des Juristes : s'il eût incontestablement pu exercer sa compassion pour les démunis et les nécessiteux, la misère étant, hélas, de tous temps... et pas seulement du Moyen Âge ! sa charité n'aurait par contre alors trouvé que de bien rudimentaires supports juridiques pour se manifester.

Quel contraste avec la fébrile agitation animant le microcosme de la Justice bretonne, telle que nous la révèle incidemment l'enquête de canonisation de 1330 : voici, par exemple, la veuve Levenez en procès avec un usurier lui contestant la propriété

26

Maquettage intérieur (p. 26)

Reproduction d'une gravure du port et de l'hôtel de ville de Marseille de la fin du XVIII^e siècle, Archives municipales de Marseille, 2000.



Reproduction d'une gravure du port et de l'hôtel de ville de Marseille de la fin du XVIIIe siècle, Archives municipales de Marseille, 2000.

Mentions légales



©AIAF - PIAF