

**Le COGNAC**  
**un Festival d'images**

# Dossier de Presse

Conservation des musées  
48 bd Denfert-Rochereau – 16100 COGNAC  
Tél. 05.45.32.66.00 – Fax 05.45.32.66.47  
Email : [musees.cognac@ville-cognac.fr](mailto:musees.cognac@ville-cognac.fr)



# Le **COGNAC** un **Festival d'images**

## *Le cognac à travers la publicité*

### Exposition temporaire

Présentée par les musées de Cognac

**3 juillet – 31 octobre 2009**

### **Quand le cognac fait son cinéma, il sort le grand jeu !**

Du plus classique au plus insolite, source d'inspiration et de créativité intarissable pour les publicitaires, le cognac stimule l'imagination...

Cette exposition ludique et graphique, imaginée à partir du fonds des musées, mise sur la diversité, l'audace ou le décalage de ces nombreuses publicités pour captiver le public estival.



### **Salle d'exposition temporaire des musées de Cognac**

48 boulevard Denfert-Rochereau 16100 COGNAC  
Tél. 05.45.32.07.25

[www.musees-cognac.fr](http://www.musees-cognac.fr)

### **3 juillet – 31 août**

10h – 18h30 / tous les jours

### **1er septembre – 31 octobre**

11h-12h30 – 13h30-18 h sauf le mardi

### **Entrée libre**



Conservation des musées  
48 bd Denfert-Rochereau – 16100 COGNAC  
Tél. 05.45.32.66.00 – Fax 05.45.32.66.47  
Email : [musees.cognac@ville-cognac.fr](mailto:musees.cognac@ville-cognac.fr)

  
VILLE DE  
**COGNAC**

# Le COGNAC

## un Festival d'images

### Introduction

Dès la fin du 19e siècle, les progrès de l'impression et le développement de l'image à usage publicitaire accompagnent l'histoire du cognac.

Affiches, publicités, calendriers, cendriers, porte-clefs, verres, cartes à jouer... Du classique au plus insolite, le cognac n'a cessé d'être source d'inspiration et de créativité.

Les documents présentés dans cette exposition sont issus de la collection des musées de Cognac. Sans prétendre à l'exhaustivité, ils témoignent de la continuité de la place de l'image dans le négoce du cognac. Si le cognac a su se créer au fil des siècles la réputation de meilleure eau-de-vie du monde, le dynamisme et l'audace de ceux qui ont mis en images son histoire y ont certainement contribué.

### Très brève histoire du cognac...

Sous l'Ancien régime, les régions productrices d'eaux-de-vie sont nombreuses en raison des vertus antiseptiques de l'alcool et de la difficulté à conserver l'eau propre à la consommation. En effet, jusqu'au 17e siècle l'eau-de-vie est avant tout utilisée comme médicament ou transformée en liqueur par macération de fruits ou de fleurs.

Très tôt, celle produite autour de Cognac se distingue par la finesse de ses arômes. Le terroir, bien sûr, mais aussi le procédé de double distillation, propre à la Charente, en sont la cause. Ses qualités particulières lui permettent de se bonifier en séjournant longuement en fût de chêne. Prisée dès le 17e siècle par une certaine clientèle anglaise, la consommation d'eau-de-vie de qualité se développe au 18e et gagne les classes aisées, prêtes à en payer le prix. Les représentants des acheteurs étrangers s'installent alors durablement dans la région pour devenir des négociants éleveurs.

Le 19e siècle est généralement considéré comme la grande époque du cognac. Le négoce se structure autour des grandes familles qui se sont implantées dans la région ; chais et hôtels particuliers s'élèvent en bord de Charente ; toute une activité se crée, entraînée par l'essor de la vente des eaux-de-vie : tonnellerie, batellerie, courtage, puis dans la deuxième moitié du siècle, verrerie, imprimerie, bouchage, caisserie etc... L'adoption progressive de la mise en bouteille à partir des années 1840 représente une véritable révolution dans les usages du négoce. Elle permet aux marques de se faire connaître auprès des consommateurs et surtout elle modifie à nouveau le rapport au produit. En effet, si l'eau-de-vie évolue tant qu'elle est stockée en fût, elle est en revanche stabilisée une fois enfermée dans un récipient de verre. Cela permet au producteur de contrôler et de garantir la qualité et la spécificité de son

# Le COGNAC un Festival d'images

produit depuis son élaboration jusqu'à sa consommation. Se développe alors l'usage, qui représente encore aujourd'hui l'une des particularités du cognac, d'assembler les eaux-de-vie provenant de lots différents pour obtenir de subtils assemblages. Chaque cru (ou terroir de production) est en effet caractérisé par une typicité particulière et chaque année de vendange offre des capacités de vieillissement variable. La gamme des possibilités offertes par les différentes *coupes* est infinie et c'est tout l'art du maître de chai que de proposer une création unique et adaptée aux goûts de sa clientèle. Chaque maison protège jalousement ses secrets et l'élaboration du cognac se drape alors d'un certain mystère, qui le rend d'autant plus désirable aux yeux des consommateurs.

Conservation des musées  
48 bd Denfert-Rochereau – 16100 COGNAC  
Tél. 05.45.32.66.00 – Fax 05.45.32.66.47  
Email : [musees.cognac@ville-cognac.fr](mailto:musees.cognac@ville-cognac.fr)



# Le COGNAC un Festival d'images

## La publicité du cognac, un festival d'images

Pour gagner la confiance du consommateur les marques comprennent tôt la nécessité de poser des repères comme gage de qualité et d'associer un nom et un symbole. Quelques exemples... Martell dépose son nom en 1849. Au cours des années 1850 Hennessy fait enregistrer son bras armé, tandis que Hine dépose sa marque au cerf couché et Rémy Martin son centaure. Courvoisier enregistre sa marque et la silhouette de Napoléon en 1909. Vers la même époque, la maison Monnet associe son nom à la salamandre. Larsen choisit comme emblème un drakkar en référence aux origines norvégiennes de son fondateur...

L'affiche publicitaire et ses variantes, la tôle imprimée ou le carton publicitaire, ont été pendant de nombreuses années le support de promotion privilégié de la commercialisation du cognac.

L'image doit fasciner, attirer le regard, capter l'attention, mais surtout véhiculer un message simple et efficace. Il est d'ailleurs le plus souvent réduit à sa plus simple expression. Au cours du 20e siècle, la rude concurrence que se livrent les différentes maisons de cognac présentes sur le marché tend à privilégier une communication centrée sur la marque plutôt que sur le produit. Au fil des époques le sujet suscite la créativité de dessinateurs de renom. De Mucha à Cappiello, en passant par Jean d'Ylen, Savignac ou Kiraz, nombreux sont les artistes qui ont mis leur talent au service de l'eau-de-vie charentaise.

Les négociants sont les intermédiaires entre les producteurs-viticulteurs et le consommateur, en France comme à l'étranger. Ils sont en général les commanditaires des affiches car ils sont chargés de mettre en place une organisation de vente pour trouver et accroître les débouchés du cognac. Cependant ils s'adressent rarement à l'artiste lui-même, mais plutôt à un imprimeur qui se charge de trouver le dessinateur. Dans la première moitié du 20e siècle, les grandes imprimeries possèdent des studios de dessin employant soit des dessinateurs anonymes, soit des artistes reconnus qui travaillent sous contrat, en exclusivité pour elles. Depuis la fin de la seconde guerre mondiale, la publicité s'adapte et évolue au gré de l'apparition de nouvelles techniques et de nouveaux médias. La plupart du temps la photographie remplace les images dessinées, mais les sujets privilégiés restent les mêmes: la féminité dans tous ses éclats, la sacralisation de la bouteille, ou les scènes de convivialité autour d'un verre qui mettent en avant différents modes de consommation...

# Le COGNAC

## un Festival d'images

### Alcool vs publicité, des relations complexes...

La réglementation relative à la publicité en faveur de l'alcool a pour but d'infléchir les comportements en réduisant la fréquence et l'ampleur des incitations à la consommation d'alcool, notamment en direction des médias des jeunes.

### Limitation des supports de publicité

La loi du 10 janvier 1991, dite « loi Evin » repose sur le principe selon lequel, en matière de publicité pour les boissons alcooliques, tout ce qui n'est pas expressément autorisé par la loi est prohibé. Elle autorise ainsi la publicité :

- dans la presse écrite (sauf presse destinée à la jeunesse);
- à la radio (dans certaines tranches horaires définies par décret);
- par voie d'affichage;
- par envoi de circulaires ou brochures commerciales;
- dans les fêtes et foires traditionnelles, les musées, les confréries et stages œnologie (dans des conditions définies par décret).

Toute publicité pour les boissons alcooliques au cinéma ou à la télévision est donc expressément exclue.

### Définition stricte du contenu de la publicité autorisée

L'article L.3323-4 du Code de la santé publique fixe limitativement la liste des mentions pouvant figurer en faveur des boissons alcooliques. Ainsi la publicité pour les boissons alcoolisées est limitée à l'indication du degré volumique d'alcool, de l'origine, de la dénomination, de la composition, des moyens de production et modes de consommation du produit, du nom et de l'adresse du fabricant. Cet article a été modifié par la loi du 23 février 2005 relative au développement des territoires ruraux. La disposition introduite permet la description objective du produit, à des fins informatives, au travers de ses trois principales caractéristiques: sa couleur, son goût et son arôme. Elle précise que les publicités pour l'alcool peuvent comporter des références relatives aux appellations d'origine ou aux indications géographiques.

source:

États généraux de l'alcool, [www.etatsgenerauxalcool.fr](http://www.etatsgenerauxalcool.fr), fiche thématique « la réglementation relative à la publicité en faveur de l'alcool »

# Le COGNAC un Festival d'images

**Exposition conçue et réalisée par les musées de la Ville de Cognac**

Commissariat de l'exposition : Stéphanie Dalmasso

Textes: Laurence Chesneau-Dupin  
Anne-Lise Quesnel  
Stéphanie Dalmasso

Muséographie de l'exposition réalisée par l'équipe technique des musées,  
avec la collaboration des services techniques de la ville

Catalogue en vente à l'accueil des musées

## ***Les cent plus belles images du Cognac***

par Laurence Chesneau-Dupin et Anne-Lise Quesnel, éditions Dabecom, 19 €



### **Salle d'exposition temporaire des musées de Cognac**

48 boulevard Denfert-Rochereau 16100 COGNAC  
Tél. 05.45.32.07.25

[www.musees-cognac.fr](http://www.musees-cognac.fr)

**3 juillet – 31 août**

10h – 18h30 / tous les jours

**1er septembre – 31 octobre**

11h-12h30 – 13h30-18 h sauf le mardi

### **Entrée libre**

Contact presse des musées  
[marie-luce.brousse@ville-cognac.fr](mailto:marie-luce.brousse@ville-cognac.fr)  
Tél. 05.45.32.66.00

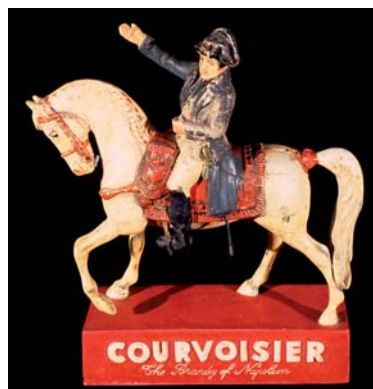


Conservation des musées  
48 bd Denfert-Rochereau – 16100 COGNAC  
Tél. 05.45.32.66.00 – Fax 05.45.32.66.47  
Email : [musees.cognac@ville-cognac.fr](mailto:musees.cognac@ville-cognac.fr)



# Le **COGNAC** un **Festival d'images**

Visuels disponibles pour la presse sur demande



Conservation des musées  
48 bd Denfert-Rochereau – 16100 COGNAC  
Tél. 05.45.32.66.00 – Fax 05.45.32.66.47  
Email : [musees.cognac@ville-cognac.fr](mailto:musees.cognac@ville-cognac.fr)

VILLE DE  
**COGNAC**