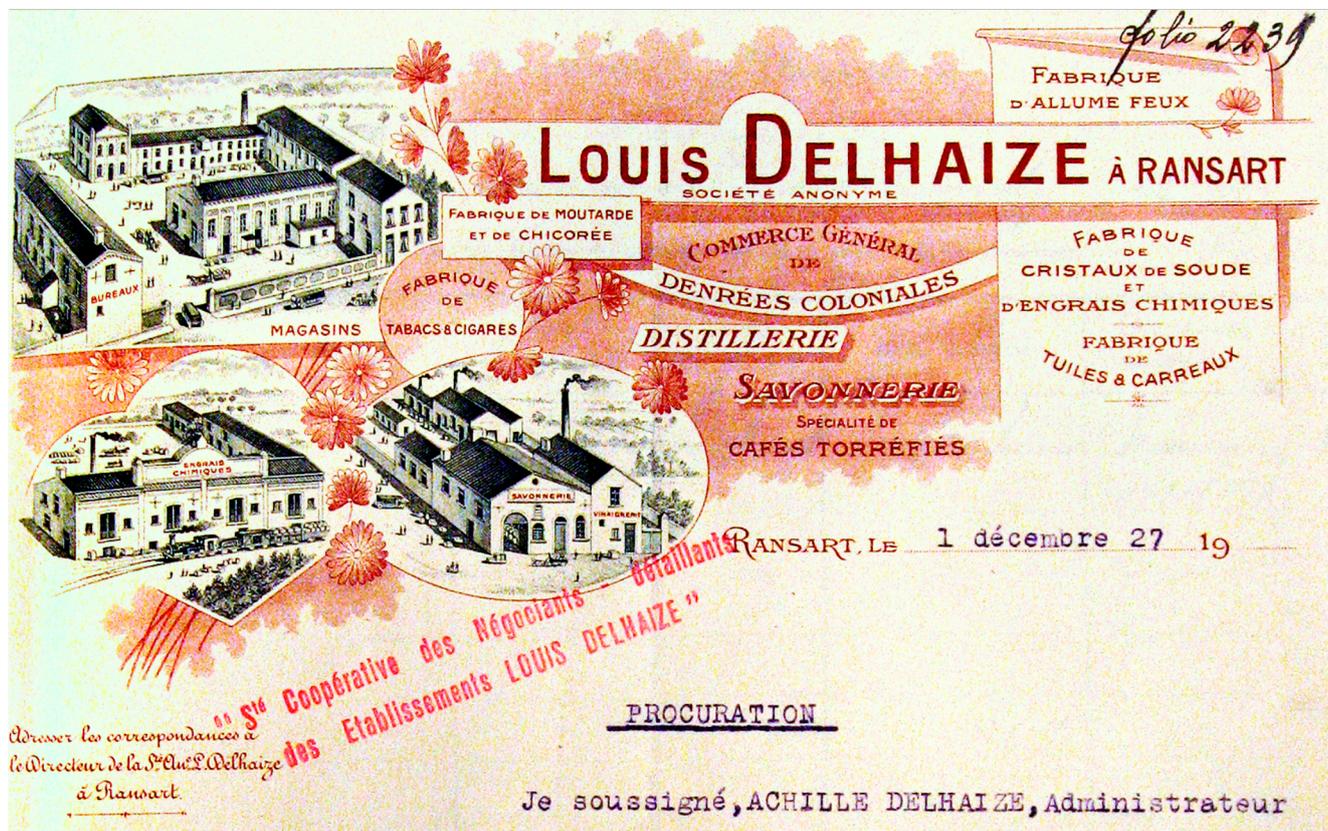


LES EN-TÊTES ILLUSTRÉS



△

En-tête de la *Société anonyme Louis Delhaize à Ransart*, 1927. Procuration annexée au bordereau 2239 du *Registre de commerce de Charleroi*. Archives de l'État, Mons.

Ce papier à lettres de la firme Louis Delhaize à Ransart date des années 1920.

L'en-tête occupe environ un tiers de la feuille. La partie illustrée, dans l'angle supérieur gauche, comporte trois images montrant les magasins et les ateliers de fabrication. Chaque bâtiment est identifié par une enseigne (placée vraisemblablement par le graphiste). Il règne autour d'eux une grande activité. Outre les personnes qui vaquent à leurs occupations, on aperçoit des camions attelés, un train, des automobiles.

Les textes se partagent entre l'angle supérieur droit, où sont énumérés les produits vendus, et la marge de gauche (non visible) où figurent les mentions administratives.

Que faut-il savoir des en-têtes illustrés pour en exploiter utilement les données ?

Les en-têtes sont les informations écrites et illustrées qui figurent sur les documents utilisés par les firmes industrielles et commerciales pour leur correspondance : papier à lettres, formulaire, facture, quittance, etc.

Les en-têtes ont pour mission d'identifier les firmes. Ils mettent en confiance les correspondants (clients, fournisseurs, agents administratifs, etc.) et cautionnent le contenu des documents.

Tous les en-têtes ne sont pas illustrés, beaucoup contiennent seulement du texte, décoré ou non. Parmi les en-têtes illustrés, certains occupent une surface considérable sur la feuille et accordent autant d'importance sinon plus à l'image qu'au texte. En général, ce sont les bâtiments de l'entreprise qui sont dessinés, le plus souvent à vol d'oiseau. Parfois, il s'agit d'une série des vues de détail des locaux ou d'une suite de scènes décrivant le processus de fabrication des produits vendus.

Les textes rassemblent tout ce qu'il faut savoir sur la firme : son nom, son adresse, son numéro de téléphone, celui de son compte postal ou bancaire, les types de produits fabriqués, etc. Parfois, ces mentions sont complétées par une accroche publicitaire, une date de fondation, la liste des médailles obtenues lors de concours de qualité, etc.

Ces données s'articulent à l'illustration de façon réfléchie et font appel à des polices de caractères qui facilitent la lecture par leur classicisme

et leur sobriété ou retiennent le regard par leur originalité et leur élégance recherchée.

Quelles précautions faut-il prendre pour faire bon usage des données fournies par les en-têtes illustrés ?

□ Les en-têtes illustrés montrent les entreprises telles qu'elles désirent être vues par le public. Ce sont des représentations embellies qui soulignent leur dynamisme et leur prospérité. Les bâtiments sont souvent plus grands que dans la réalité, plus ordonnés, plus coquets, plus espacés dans un site plus attirant. Pour leur donner de l'ampleur, ils sont isolés les uns des autres alors qu'ils sont jointifs ou imbriqués dans la réalité. Il arrive aussi qu'ils soient observés sous plusieurs angles, ce qui donne une impression de masse.

On y voit un personnel nombreux qui s'affaire, des clients et fournisseurs qui vont et viennent, des camions de livraison, des trains ou des péniches qui font la file dans l'attente d'un chargement.

□ Sauf exception, les documents à en-tête sont datés. Il faut néanmoins se méfier de cette date pour déterminer l'âge des illustrations. Les papiers à en-tête sont imprimés en quantité et utilisés pendant des années. Souvent, un même cliché est réemployé à plusieurs reprises lors d'impressions ultérieures. Le texte de l'en-tête est actualisé, mais pas l'image, dont la mise à jour est coûteuse.

□ Le graphiste qui conçoit l'en-tête souhaite satisfaire son commanditaire. Il n'effectue pas un dessin technique. Bien évidemment, il ne travestit pas la réalité, qui est connue de tous. Il s'efforce seulement de la montrer sous son meilleur jour, de valoriser ce qui est attrayant, de gommer ce qui l'est moins.

Comment se procurer des copies d'en-têtes illustrés de firme ?

- Il faut penser d'abord à ses propres archives familiales. Il n'est pas rare d'y trouver d'anciennes lettres à en-tête, d'anciennes factures, d'anciennes quittances, etc.

- En consultant les publications d'histoire locale. Les monographies et articles d'histoire économique sont souvent illustrés de documents à en-tête industriel ou commercial.

- En parcourant les brochantes et les sites Internet spécialisés dans la revente des papiers de firme, par exemple <https://www.delcampe.net>.

Quel est l'intérêt des en-têtes illustrés pour faire de l'étude du milieu ?

□ Les en-têtes sont surtout intéressants pour se faire une idée des sites et anciens bâtiments industriels ou commerciaux. Ils le sont moins pour connaître l'aspect général du paysage, qui est souvent un simple décor, une toile de fond.

□ Les en-têtes sont des sources utiles pour l'étude de la topographie et son évolution. Si l'on dispose d'illustrations datant de plusieurs époques, il est aisé d'observer les permanences et les changements.

□ Les en-têtes illustrés sont également une source précieuse pour l'étude de l'archéologie industrielle et commerciale et, d'une manière plus générale, pour l'histoire économique et sociale. Ils renseignent sur les installations, les équipements, les infrastructures (routes, chemins de fer, voies navigables), parfois aussi sur l'habitat aux abords des usines et des magasins.

□ Les en-têtes ont un intérêt esthétique. Ils sont influencés par les courants artistiques de leur époque. Ces influences sont également visibles dans les illustrations et les décors non figuratifs, ainsi qu'à travers les polices de caractères.

En savoir plus...

- Jean-Louis VAN BELLE, *Papier à lettre commercial : source mal connue pour la connaissance de la topographie historique des villes. Essai de typologie*, dans *Bulletin du Crédit communal de Belgique*, 47^e année, n° 183, Bruxelles, 1993, pp. 43-60.