

DES ENSEIGNES PHARMACEUTIQUES

par le Phⁿ A. Guislain

A l'origine, l'enseigne désignait de loin, le genre de commerce pratiqué dans une boutique et servait à l'identifier. Elle devait être bien visible et parlante pour le peuple, en grande partie encore illettré. Et ainsi, si les enseignes permettaient de distinguer les différents métiers, elles servaient aussi de repaires pour les adresses avant le numérotage des maisons, qui ne fut réalisé de façon efficace et tel qu'il existe encore de nos jours que par Napoléon, décret du 15 pluviôse, an XIII. Plusieurs essais avaient bien été tentés sous Louis XV et Louis XVI, mais s'étaient heurtés à l'opposition de la noblesse et des gens riches, se prévalant de privilèges et estimant déchoir en apposant un numéro sur leurs propriétés. Le mode de numérotage



Enseigne du musée du Cinquantenaire (XV^e siècle)

essayé n'était d'ailleurs pas pratique, tous les numéros se succédant de pair à impair d'un même côté, pour reprendre en sens inverse à l'autre bout. A la Révolution, on numérotait les maisons par sections, et non par rues, d'où de nombreuses confusions.

On pourrait aussi comparer les enseignes à des sobriquets, employés par rapport aux noms de l'état civil et comme eux d'origine et de formation semblables. Des noms de rues et même de quartiers, rappellent encore maintenant des noms d'enseignes.

Pour les apothicaires, Jean de Renou, dans ses *Œuvres pharmaceutiques*, après avoir donné diverses indications quant au bon établissement d'une officine, ajoute qu'une enseigne devait être suspendue à la porte, afin que le public soit de suite renseigné sur le commerce qui s'y exerce.

Et n'est-il pas logique dès lors, de représenter dans ce but un instrument indispensable à la profession? Ainsi, voyons-nous comme premiers indices des boutiques d'apothicaires, représentés le plus souvent, des mor-

tiers. En 1498, à Paris, Thomas Cadier habite au *Mortier d'or*, rue Saint-Jacques. Le mortier d'or et le mortier d'argent sont signalés fréquemment au XVI^e siècle, dans de nombreuses villes, à Poitiers notamment.

Le mortier peut être accompagné d'autres instruments utilisés dans la profession, comme spatules et seringues. Ces divers ornements entourant une ou plusieurs maximes, telles les suivantes rencontrées, à Vesc, dans la Drôme (1592) :

*Initium Sapientiae Timor Domini.
Bene Vivere, Bis Vivere Est.*

Bien souvent, on rencontre aussi, non pas le mortier seul, mais avec un personnage pilant, tel un bas-relief, se trouvant à Sillé-le-Guillaume, dans la Mayenne, peint en vert, et en dessous, une inscription gravée : *Au pilier vert*. On trouve de même, *Le pilier noir*.

Probablement pour la bonne symétrie de l'ensemble, on voit alors représenté deux garçons-apothicaires pilant de chaque côté d'un mortier, telle l'enseigne en bois de la seconde moitié du XV^e siècle, en provenance de Lierre et se trouvant au Musée du Cinquantenaire à Bruxelles.

Une autre association rencontrée, est celle d'un garçon-apothicaire et d'un animal, un singe par exemple, pilant de concert, telle la célèbre ensei-



Enseigne du moutardier, au musée de Beauvais (XV^e siècle)

gne, dite du moutardier, de Beauvais, haut-relief en pierre, de la fin du XV^e siècle, sculpté sur la façade de la maison d'un épicier-apothicaire.

Il ne reste finalement qu'un animal et un mortier, comme l'enseigne lyonnaise : *Le Renard qui pile*; mais, généralement, c'est un lion qui est représenté. On trouve une telle enseigne en pierre, au Musée communal de Bruxelles, datant probablement du XVII^e siècle. Une autre, plus simple et plus récente, se rencontre, à Liège, au Musée de la vie wallonne.

Ces enseignes ont-elles un caractère satirique? Il est vrai que l'apologue qui consiste à prêter aux animaux les passions et le langage des hommes, remonte à l'origine de toutes les littératures. Et le *Roman du Renard*, ne prit-il pas naissance à l'époque de formation des villes, c'est-à-dire de l'établissement des artisans avec leurs boutiques et leurs enseignes? En tout cas, l'engouement pour cette épopée animale, associé à un esprit satirique très développé, était grand au moyen âge. Et peut-être pourrait-on avancer



Type de Salamandre, à Woudrichem (Pays-Bas)

que ces enseignes rappellent les personnages animaux de ces fabliaux moyenageux, que chantaient au coin des rues, sur les ponts ou les marchés, les jongleurs et bateleurs, héritiers des troubadours.

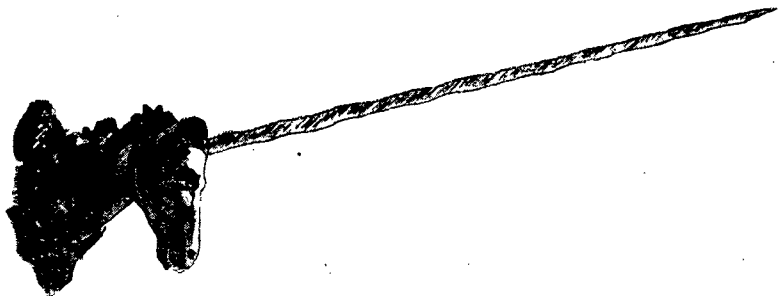
A côté de ces animaux triturant et préparant des drogues, nous trouvons des animaux seuls ou encore des parties d'animaux, entrant dans des compositions ou préparations pharmaceutiques, comme les vipères.

Ainsi, la plus célèbre enseigne de Paris, au XVII^e siècle, est celle de Moïse Charras, rue des Boucheries-Saint-Germain, *Aux Vipères d'or*, parce que l'on y « remarquait de chaque côté et au-dessus de la porte d'entrée, un énorme groupe de vipères en bois doré entrelacées à la manière d'un caducée antique, au milieu d'un cadre formé d'arabesques bizarres relevé par des guirlandes naturelles de racines et de plantes médicinales ».

Beaucoup d'apothicaires ont pour enseigne le cerf, mais aussi la corne de cerf et le bois de cerf. La plus ancienne pharmacie française connue, dont l'origine se situe au XIII^e siècle, est celle du Cerf, à Strasbourg. L'enseigne est toutefois plus récente et ne date que du XVII^e siècle. Une autre enseigne représentant un cerf couché se trouve au Musée du

Cinquantenaire. En 1536, à Paris, Jean Boursetté, apothicaire et épicier, est installé Grande-Rue Saint-Jacques, à *La Corne de Cerf*.

Nous rencontrons, d'autre part, toute une série d'animaux fantastiques, représentant des substances alchimiques ou simplement allégoriques. Ainsi, la Licorne, animal fabuleux, dont le front s'orne d'une corne droite, tortillée en spirale; la Salamandre, dont on croyait autrefois qu'elle vivait dans le



Licorne (Allemagne, vers 1750)

feu, parce qu'elle y demeure plus longtemps que les autres animaux, sans se consumer; le Phenix, oiseau fabuleux, renaissant de ses cendres.

Dans un autre domaine, et toujours en rapport avec l'exercice de la profession, quelques enseignes *Au Vase d'Or* et toute une série d'enseignes représentant des fruits, comme la Grenade, le Citron, la Pomme Cythrine, à Fontenay-le-Comte, l'Orange d'Or, à Troyes, ou encore des fleurs, comme la Rose. La plus vieille pharmacie connue actuellement en Belgique est à Bruges, à l'enseigne *Den Cleynen Thems* (Au petit Tamis — 1696).

Parfois est évoquée toute une scène pharmaceutique, taillée dans la pierre de la façade, ou en bois sculpté et peint, ou encore sous forme de tableau. La mieux connue est celle qui se trouve à Bruges et représente l'administration d'un clystère en pleine rue. On n'en connaît pas l'origine et on la considère d'ailleurs comme une semelle de poutre et non comme une enseigne. Il existerait à Montferrand une maison connue sous la dénomination de *Maison de l'Apothicaire*, du XV^e siècle, où se trouve reproduite une scène à peu près identique et en bois également.

D'autres scènes montrent l'apothicaire dans sa boutique préparant ou administrant une purge d'une part, le malade rendant cette purge, d'autre part, et laissant échapper les causes de sa maladie.

Mais à côté de ces enseignes se rapportant à l'art de l'apothicaire, il en existe beaucoup d'autres, représentant soit des animaux familiers ou exotiques, comme la cigogne, la mésange, l'ours, le cheval blanc, le lion d'or, l'éléphant; soit encore toutes sortes d'objets, ainsi la croix verte, le chapeau rouge, la couronne, les trois rois, les croix blanches, le bourdon vert, le bourdon d'or (occupé par Fr. Clérambourg, à Paris, en 1724), les trois flutes, le faucheur, l'escu de France, le heaume, l'étoile dorée à Nuremberg.

Que penser de ces enseignes? Il est certain qu'elles n'ont pas été créées pour des apothicaireries, mais pour d'autres destinations. La maison changeant de propriétaire et d'activité, au cours du temps, gardait son

enseigne originelle. Ce cas est typique par exemple; pour la pharmacie Lebeau, à Hasselt. Signalé comme auberge, dès 1426, cet immeuble fut cédé, en 1713, au pharmacien Frans Coninx, et la pharmacie est toujours dénommée *Het Sweet* (Le Glaive), du nom de son enseigne primitive, représentant un glaive doré se dressant au bout d'un bras sortant d'une gueule de lion. A comparer avec la pharmacie *A l'Epée* qui se trouvait à Bourges.

De même, Pierre Coudenberg établissait une pharmacie à Anvers, vers 1558, *A la Cloche*, tandis qu'à Malines, une pharmacie fondée à la fin du XVIII^e siècle et occupée par plusieurs pharmaciens Van Aerde, portait l'enseigne *A la Main Bleue*.

Signalons enfin que les apothicaires jouissant de privilèges tels les apothicaires royaux, en France, devaient, par arrêt du 17 octobre 1662, signaler extérieurement leur boutique par des tapis, enseignes, écussons ou autres marques de leur choix, comme par exemple des tapis bleus semés de fleurs de lys.

Il semble à première vue que ce premier groupe d'enseignes que nous venons de passer en revue soit assez disparate. Et pourtant, tous ces instruments, objets, animaux ont une signification, purement conventionnelle d'ailleurs, un trait commun qui les rapproche. Toutes ces enseignes ont un caractère symbolique.

Par opposition, nous allons rencontrer un deuxième groupe d'enseignes, celles qui ont un caractère protecteur.

La boutique est placée simplement sous la protection d'une statuette fixée dans une niche sur la façade ou à l'intérieur. Cette effigie représente tantôt Esculape ou Hygie, mais le plus souvent un saint patron de la corporation, comme saint Nicolas, sur une apothicairerie du XV^e siècle à Rouen, ou encore les saints Cosme et Damien, parfois une image de la Vierge. Ainsi, l'apothicaire parisien Gervais Honoré possède dans son officine, en 1530 : « Une ymaige Nostre-Dame, taillée en boys, dorée, guernye de son chappiteau de plomb doré, estant en ung estuy de boys, apinct à deux anges... »

Particulièrement dans les pays germaniques, on trouve des représentations de Jésus apothicaire et même des pharmacies *A l'Œil de Dieu* (Zum Auge Gottes), portant l'œil divin sur leur enseigne.

Parallèlement au développement de l'enseigne, nous assistons à l'évolution de l'étalage. A l'origine, la boutique est ouverte sur la rue, fermée la nuit par deux vantaux. Parfois, un petit mur bas, sur lequel on dispose des plantes, la sépare de la rue. Il n'y a pas d'étalage. Puis, vers la fin du XVII^e siècle, la boutique se ferme par de petits vitraux colorés, qui sont remplacés peu à peu par de grandes vitres transparentes, derrière lesquelles l'apothicaire expose des chevrettes qu'il est seul à pouvoir détenir, des pots à canon, puis plus tard encore, de grands vases d'apparat lorsque la chevette elle-même devient un instrument périmé, vers la fin du XVIII^e siècle.

Ainsi, l'enseigne extérieure, en tant qu'indicatrice de la profession, n'a plus de raison d'être. Elle va disparaître progressivement, peut-être un peu par manque de goût artistique, plus sûrement à la suite des taxations dont elle sera l'objet, dès la seconde moitié du XIX^e siècle.

Mais en même temps apparaît un dernier groupe d'enseignes à caractère nettement commercial, dont le but n'est plus de désigner la boutique

de l'apothicaire, mais d'attirer le client éventuel. L'enseigne devient un instrument de réclame.

C'est ainsi qu'apparaît un type assez curieux, rencontré surtout dans les Pays-Bas, le « gaper » ou « bâilleur ».

On raconte qu'un charlatan de Gouda, du nom de Gaper, se faisait accompagner, tantôt d'un petit singe travesti, tantôt d'un gamin déguisé en nègre pour distraire par des grimaces, le patient qu'il opérait assez brutalement sans anesthésie. Mais, comme les « bâilleurs » sont toujours représentés en tirant la langue, peut-être représentent-ils l'attitude du malade, en réponse à la question classique du médecin : « Tirez la langue », ou tout simplement la grimace qu'il fait en avalant une drogue à saveur désagréable. Voir à ce propos, le célèbre tableau d'Adriaen Brouwer : *La Médecine amère*.

Le plus ancien « gaper » connu date des environs de 1750 et provient d'Amsterdam. Rarement taillé dans la pierre de la façade, il est le plus souvent fabriqué en bois et peint de couleurs vives. Il représente volontiers des sujets orientaux ou exotiques, affublés d'un turban, ou encore des bouffons, des guerriers. Il y a des « gaper » gais, d'autres qui sont tristes ou sérieux. Il y en a qui portent au cou une guirlande de têtes de pavots, enseigne type des droguistes.

En tout cas, ces figures ont un trait commun, elles cherchent à attirer l'attention du passant. Il est en effet curieux de constater qu'à l'origine, le « gaper » se plaçait dans la vitrine et servait ainsi à attirer les regards sur le contenu de l'étalage. Ce n'est que plus tard qu'il fut suspendu au-dessus de la porte d'entrée.

Beaucoup de ces « gaper » existent encore de nos jours, en Hollande surtout, et en pays flamand. On n'en connaît pas en Wallonie, et pourtant ils y ont existé, si l'on s'en rapporte, par exemple, au dictionnaire liégeois-français de Forir (1874) qui cite l'expression « hegn d'apotikâr : enseigne grotesque d'apothicaire ». Le mot hegn est la déformation sous l'influence de hêgne, signifiant grimace, du vieux terme hème, mentionné dans le Dictionnaire étymologique de la langue wallonne, de Grandgagnage (1847) comme « figure grotesque qui sert d'enseigne aux boutiques d'apothicaires ».

Il est curieux aussi de retrouver une expression semblable, en Picardie, dans le dictionnaire rouchi-français de Hécart (1834) : « Gréneden d'apothicaire. On donnait ce nom à des figures ridicules que les apothicaires avaient coutume de mettre à leurs portes pour faire rire les passans, et attirer les chalans. Cet usage subsiste encore en certains lieux. On disait, pour injurier quelqu'un, gréneden d'apothicaire. »

De même, dans le dictionnaire du patois de la Flandre française ou wallonne, de Vermesse (1867), il est signalé « qu'autrefois les pharmaciens mettaient à leur porte des têtes grotesques que l'on appelait graingnard d'apothicaire ».

On retrouve donc ces têtes grotesques sous diverses appellations — mais dont l'origine étymologique est certainement semblable — servant d'enseignes sur une aire assez étendue.

Il semble toutefois que leur existence fut éphémère en Wallonie et dans le nord de la France. Et peut-être doit-on attribuer cette disparition

au développement industriel rapide de ces régions, dès le début du XIX^e siècle, alors que les Flandres et les Pays-Bas restaient essentiellement agricoles et conservateurs.

En France apparaissent d'ailleurs vers 1820, avec l'éclairage au gaz, les bocaux de couleur, à l'étalage, ainsi la pharmacie de M. Homais, « quand son quinquet est allumé et que les bocaux rouges et verts qui embellissent sa devanture allongent au loin, sur le sol, leurs deux clartés de couleur... ».

De nos jours, des enseignes fabriquées en série déparent les façades des pharmacies. Et mieux vaut ne pas parler des étalages à notre époque de matérialisme et de nivellement par le bas, où l'originalité est devenue un luxe très coûteux.

Aussi, il est grand temps de rechercher et de sauver de la destruction et de l'oubli les quelques vieilles enseignes qui subsistent encore dans notre pays.



« Gaper » (Collection Segers)

BIBLIOGRAPHIE

- M^{me} Roger CAZALA. — *Les Mortiers d'apothicaires*. Grenoble, 1953.
- André ALLARD. — *La Boutique de l'apothicaire au XVII^e siècle*. Cahors, 1952.
- Maurice BOUVET. — *Histoire de la pharmacie en France, des origines à nos jours*. Paris, 1937.
- Revue d'Histoire de la pharmacie*. Juin 1938.
- L. MAETERLINCK. — *Le genre satirique, fantastique et licencieux dans la sculpture flamande et wallonne*. Paris, 1910.
- Agenda Philips*, 1957.
- Enquêtes du Musée de la vie wallonne*, t. IV, 1946, p. 164.

Extrait de la Revue de Médecine et de Pharmacie
(Section de pharmacie) N° 2 de 1957