SOMOGY

Alain Weill

L'affiche dans le monde

Pour François Mathey

L'AFFICHE DANS LE MONDE

4°V
45172

Cet ouvrage a été achevé
d'imprimer le 10 novembre 1984
sur les presses de Printer
Industria gráfica S.A., Barcelone.
Photogravure : GINSA, Barcelone.
Recherche iconographique : Marie Christine Gauthier
Maquette : Jean-Louis Germain

76
33.34

Alain Weill

L'AFFICHE DANS LE MONDE

Somogy

DI - 26-02-1987 - 06389

Crédits photographiques

Les numéros indiqués correspondent aux numéros des pages où sont reproduites les affiches.

Musée de la Publicité, Paris : 19, 20, 21, 24, 30, 35, 42, 49, 62, 81, 82, 83, 91, 117, 184, 185, 188, 190, 195, 280.
Archives Musée Vie Wallonne, Liège : 129
Bauhaus Archiv, Berlin : 156
Collection d'affiches du Musée des Arts et Métiers de Zurich : 120, 121, 122, 157, 244, 246, 248, 249, 250, 251, 252, 253, 254, 255, 256, 258
Collection Galerie Ciné Image, Paris : 193
Collection Merrill C. Berman : 143, 144, 145, 146, 147, 148, 150, 151, 152, 153, 154, 155, 158, 159, 264
Galerie Gmurzynska, Cologne : 141
Jacqueline Hyde : 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 18, 27, 54, 56, 58, 60, 62, 63, 64, 65, 70, 71, 93, 96, 98, 102, 110, 111, 112, 115, 125, 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 152, 157, 160, 164, 172, 173, 180, 181, 182, 188, 192, 196, 206, 207, 208, 209, 210, 211, 224, 226, 228, 232, 238, 241, 243, 247, 252, 256, 260, 265, 266, 267, 269, 272, 273, 280, 281, 282, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 295, 296, 297, 298, 299, 301, 302, 303, 305, 307, 308, 309, 310, 311, 313, 314, 340, 341, 346, 347, 348, 349, 350, 351, 352, 353, 354, 355, 356, 357, 360, 361
Kunstbibliothek mit Museum fur Architektur
Modebild und Graphik-Design
Staatliche Museen Preussischer Kultur
Berlin (West) : 95, 96, 98, 99, 100, 101, 103, 104, 105, 106, 107, 108, 113, 155, 162, 163, 164, 165, 166, 170, 171, 178, 179, 263
Liège, Cabinet des Estampes : 219
Miscellaneous Man, New Freedom, P.A. : 165, 167, 168, 169, 171, 172, 176
Musée des Deux Guerres Mondiales - BDIC (Université de Paris) : 129, 130, 131, 132, 133, 134, 135, 136, 286, 287, 288, 289, 290, 291, 292, 293, 295, 296, 297, 298, 299
Museum der Stadt Wien : 114, 115, 118
National Railway Museum : 227, 229
Sally Chappell - Victoria & Albert Museum : 222, 223, 225, 230, 231, 233, 234, 235, 236, 239
Stadtmuseum Munich : 95, 97, 100, 101, 112, 164, 171, 173, 174
Museo Civico, Trévise : 84, 85, 87, 88, 128, 274, 276, 277, 278, 279
Posters Please, Inc. NY City : 26, 32, 34, 37, 39, 40, 41, 43, 44, 45, 46, 48, 49, 52, 53, 56, 57, 60, 72, 73, 74, 75, 76, 78, 79, 85, 88, 92, 94, 109, 118, 127, 129, 130, 175, 186, 187, 191, 194, 195, 197, 202, 203, 206, 207, 209, 210, 215, 224, 237, 240, 242, 245, 251, 257, 259, 270, 271, 292, 343, 344, 345

Droits de réproduction S.P.A.D.E.M et A.D.A.G.P

© Editions Aimery Somogy, Paris
ISBN 2-85056-175-4



SOMMAIRE

4 Crédits photographiques
7 Avant-propos
8 Préhistoire de l'Affiche
16 La protohistoire
24 Jules Chéret
30 L'âge d'or de l'affiche en France
54 L'Affiche à la conquête du monde

La Belgique, 56 – L'Angleterre, 63
L'Amérique jusqu'à 1914, 72
L'Espagne 81 – L'Italie, 84
La Hollande, 89 – Pays nordiques, 93 –
L'Allemagne, 95 – L'Autriche, 114 –
La Suisse, 121 – Le Japon avant 1914, 123 –
L'Affiche française de 1900 à 1914, 125 –

128 La Première Guerre mondiale
137 La Russie soviétique
148 Les Avant-gardes
160 L'Allemagne
180 L'Autriche
184 La France entre deux guerres
216 La Belgique
222 L'Angleterre
240 Les Etats-Unis
244 La Suisse
260 L'Europe centrale
268 La Hollande et les pays nordiques
274 L'Italie
280 L'Espagne
284 Le Japon entre les deux guerres
286 La Seconde Guerre mondiale
300 Les tendances de l'affiche 1945-1970
318 L'Affiche polonaise d'après-guerre
332 L'Affiche japonaise d'après-guerre
340 Cuba et la Chine
346 Les images de la révolte
354 Peinture, culture et consommation
362 L'Affiche aujourd'hui
375 Notices biographiques
399 Bibliographie
405 Table des illustrations
411 Index des noms cités

BIBLIOTHÈQUE NATIONALE R F IMPRIMÉS

Remerciements

Mis à part les responsables de très nombreuses institutions auxquelles nous nous sommes adressés pour obtenir des documents et des renseignements, je tiens à remercier tout particulièrement:

A Paris: Claudie Roger, conservateur au fonds iconographique de la Bibliothèque Forney ; Réjane Bargiel – Harry et Christophe Zagrodski au Musée de la Publicité (ce dernier m'a particulièrement aidé pour les chapitres concernant la Pologne et les Pays nordiques) ; Cécile Coutin, conservateur au musée des Deux Guerres mondiales ; Jacques Bacquier et Jacques Fivel de la galerie Serpente et Jean-Louis Capitaine de la galerie Ciné-images.

A New York, mon ami Jack Rennert qui s'est, comme d'habitude, dépensé sans compter pour m'aider à réaliser ce projet tout comme un autre chercheur et ami de toujours, George Theofiles de Schrewsberry, Pennsilvanie. Merrill Berman, exemplaire collectionneur des avant-gardes, a lui aussi répondu à mon appel avec enthousiasme et diligence.

Dans mon travail, j'ai eu la chance d'être aidé par deux collaboratrices aussi efficaces qu'indulgentes : Corinne Massiot et Nathalie Mei. J'y associe Bernadette Courtiade qui, durant les longs mois de gestation de cet ouvrage, a toujours su m'encourager et me soutenir.

A tous je réitère ma gratitude et mon affection.

Avant-propos

Entreprendre une histoire mondiale de l'affiche est un projet un peu fou mais, je crois, nécessaire. Un peu fou car la masse des documents est énorme – des dizaines de milliers d'images – et très inégalement inventoriée : ici, il faut trier, sélectionner ; là il faut chercher le document improbable. Ce travail gigantesque m'a cependant paru nécessaire car aucun ouvrage de ce type n'existe en langue française et que, la plupart de ceux consacrés à ce jour à l'affiche l'ont été en langue anglaise ou allemande et qu'ils ont presque toujours fait une place très privilégiée au pays dont l'auteur était originaire.

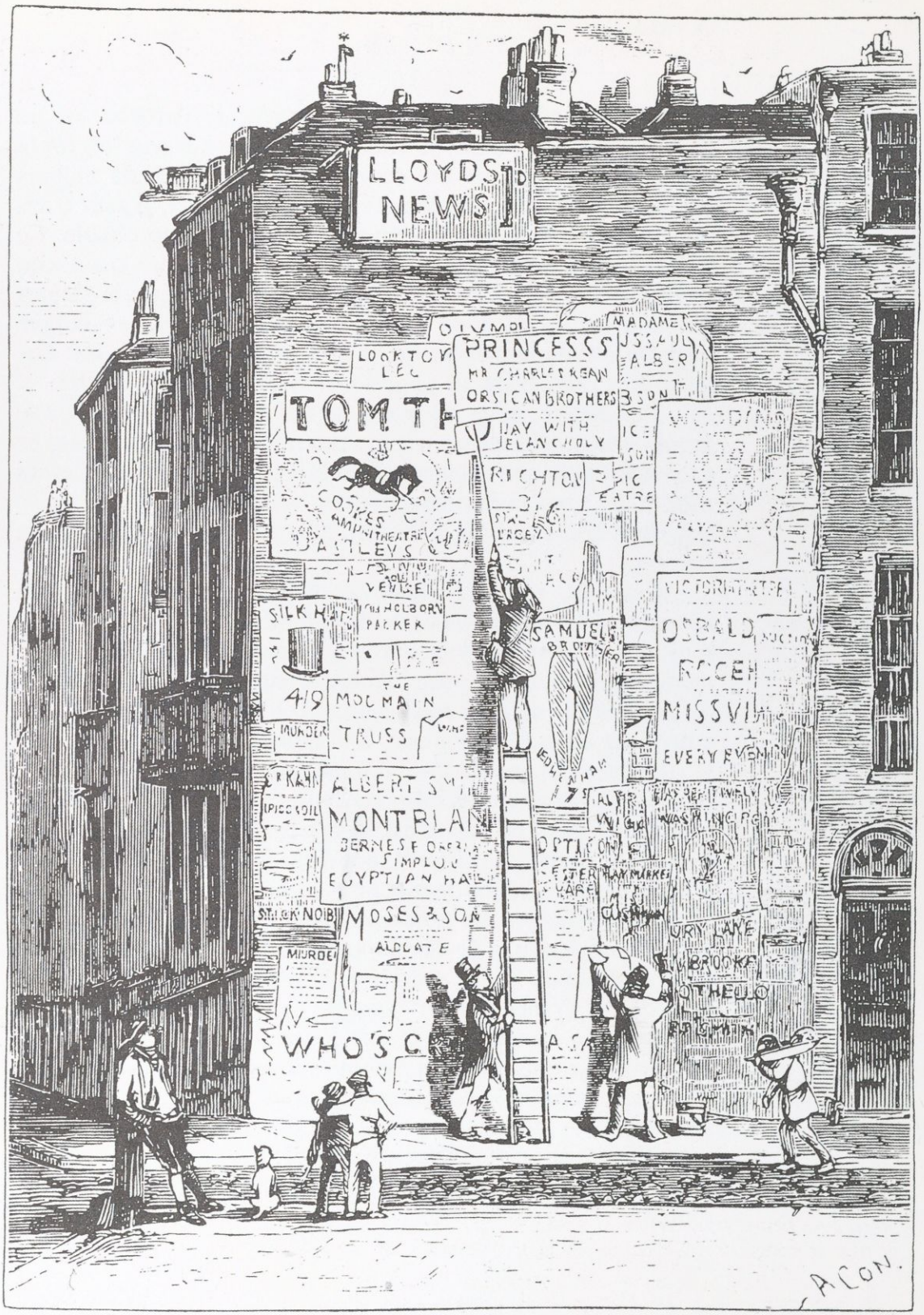
J'ai essayé, pour ma part, de traiter tous les pays où le graphisme publicitaire a connu une importance suffisante, en accordant à chacun la place qui est la sienne dans la production mondiale. Ainsi la France n'occupe-t-elle une place privilégiée que dans la mesure où, a telle ou telle période, sa créativité la justifie.

Cela dit, résumer l'histoire de l'affiche en un volume, nécessite de schématiser et de dégager de grands courants sans toujours pouvoir apporter toutes les nuances nécessaires ; de la même manière, un tel projet amène à citer les grands maîtres et ne permet pas de citer tous ceux qui, d'une manière ou d'une autre, ont apporté leur pierre à l'édifice...

Je crois cependant que, ces quelques réserves mises à part, cet ouvrage donne une idée de l'évolution de l'affiche dans les principaux pays où elle s'est développée, depuis les origines jusqu'à la Deuxième Guerre mondiale. Pour l'après-guerre où les documents surabondent et où manque le recul du temps, j'ai essayé de dégager les tendances générales puis, en quelques chapitres spécialisés de développer des courants qui me paraissent révélateurs de la créativité contemporaine. Dans cette période, la France est un exemple privilégiée de la publicité commerciale dans le monde occidental.

Je pense que, soutenu par une abondante iconographie, ce livre doit remplir la fonction que nous lui avons souhaitée : permettre de donner une vue d'ensemble de ce sujet très inégalement connu et référencé, et au lecteur qui le souhaitera, d'approfondir les domaines qui l'intéresseront plus particulièrement.

Alain Weill



1. Gravure anglaise.
XIXème siècle

La Préhistoire de l'affiche

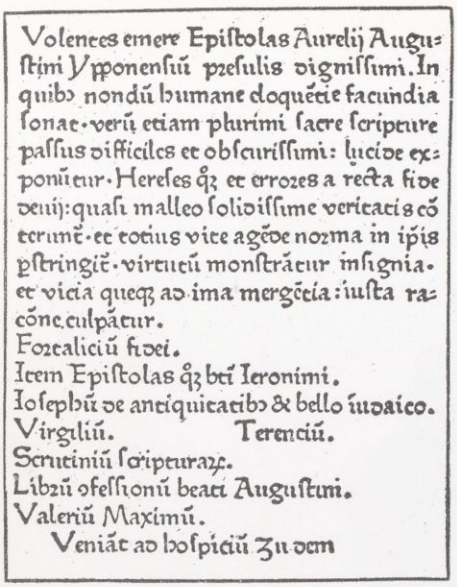
La vie en société implique la publicité : les règles d'organisation de la vie, pour être applicables à tous doivent être connues de tous ; pour être indiscutables, elles doivent être retranscrites, que ce soit sur pierre, peau de bête ou quelque autre support. S'il est impossible d'en apporter la preuve, il est cependant raisonnable de penser que c'est dans les peintures rupestres qu'on trouve les plus lointains ancêtres de l'affiche.

Dans toutes les sociétés primitives, on trouve des traces d'écriture ou des signes qui appartiennent au domaine de la communication : citons avec Datz[1] *ces batonnets des Scythes et des Tartares que nous retrouvons aujourd'hui chez les Australiens, comme aussi les anciens Wampums des Iroquois, les peaux illustrées des Indiens d'Amérique du Nord, les bois parlants de l'île de Pâques et les cailloux du Yucatan.* A cette liste on peut ajouter *les quippos, cordelettes à nœuds de diverses couleurs, utilisés par les Péruviens pour conserver la mémoire des grands événements et faire connaître au peuple les hauts faits de leurs souverains.* Datz cite comme premier exemple de publicité une inscription érigée sur le mont Heng Chan par Yu le Grand en 2278 av.J.C. Plus connu et plus important est le code d'Hammurabi qu'on peut dater d'environ 2050 avant notre ère. Toutes les civilisations du bassin méditerranéen ont ainsi gravé les règles fondamentales d'organisation de leur société. Moïse, en transcrivant sur la pierre les dix commandements qu'il venait de recevoir de Dieu ne fit pas autre chose.

Des inscriptions de toutes sortes abondent dans le bassin méditerranéen, notamment en Egypte, ce qui démontre que l'écriture y était largement répandue. Maindron[2] cite par exemple une inscription en grec découverte en 1872 par Monsieur Clermont-Gannereau sur le temple de Jérusalem, datant d'Hérode, et interdisant sous peine de mort l'entrée du temple aux étrangers. Il cite aussi, et là nous nous rapprochons de l'affiche proprement dite, un papyrus égyptien d'Alexandrie conservé au Louvre, datant de 164 av.J.C. et offrant récompense à quiconque retrouverait deux esclaves en fuite. Nous savons qu'en Grèce la publicité officielle était faite sur des panneaux de bois pivotant appelés Axones. mais c'est à l'Empire Romain, sur lequel nous avons une information suffisamment riche et complète, que nous pouvons faire remonter l'organisation d'un système de publicité extérieure comparable au nôtre.

Dans toutes les cités romaines, sur le forum, était érigé l'album, mur blanchi à la chaux (d'où son nom) et souvent richement orné. Là se trouvaient portées les annonces ou inscriptions légales, à la peinture rouge ou noire. Des peines très sévères punissaient toute détérioration ou altération de cet affichage. Parallèlement, comme l'attestent les murs de Pompéi,

1. P. Datz: *Histoire de la Publicité.* J. Rothschild Paris 1894.
2. E. Maindron: *Les Affiches illustrées.* H. Launette Paris 1886.



Volentes emere Epistolas Aurelij Augustini Ypponensiũ presulis dignissimi. In quibꝫ nondũ humane eloquẽtie facundia sonat. verũ etiam plurimi sacre scripture passus difficiles et obscurissimi: lucide exponũtur. Hereses q̃ꝫ et errores a recta fide deuij: quasi malleo solidissime veritatis cõterunt̃. et totius vite agẽde norma in ip̃is ꝑstringit̃. virtutũ monstrãtur insignia. et vicia queqꝫ ad ima mergẽtia: iusta racõne culpãtur.
Fortaliciũ fidei.
Item Epistolas q̃ꝫ bt̃i Ieronimi.
Iosephũ de antiquitatibꝫ & bello iudaico.
Virgiliũ. Terenciũ.
Scrutiniũ scripturarꝫ.
Librũ ꝯfessionũ beati Augustini.
Valeriũ Maximũ.
Veniãt ad hospiciũ Zu dem

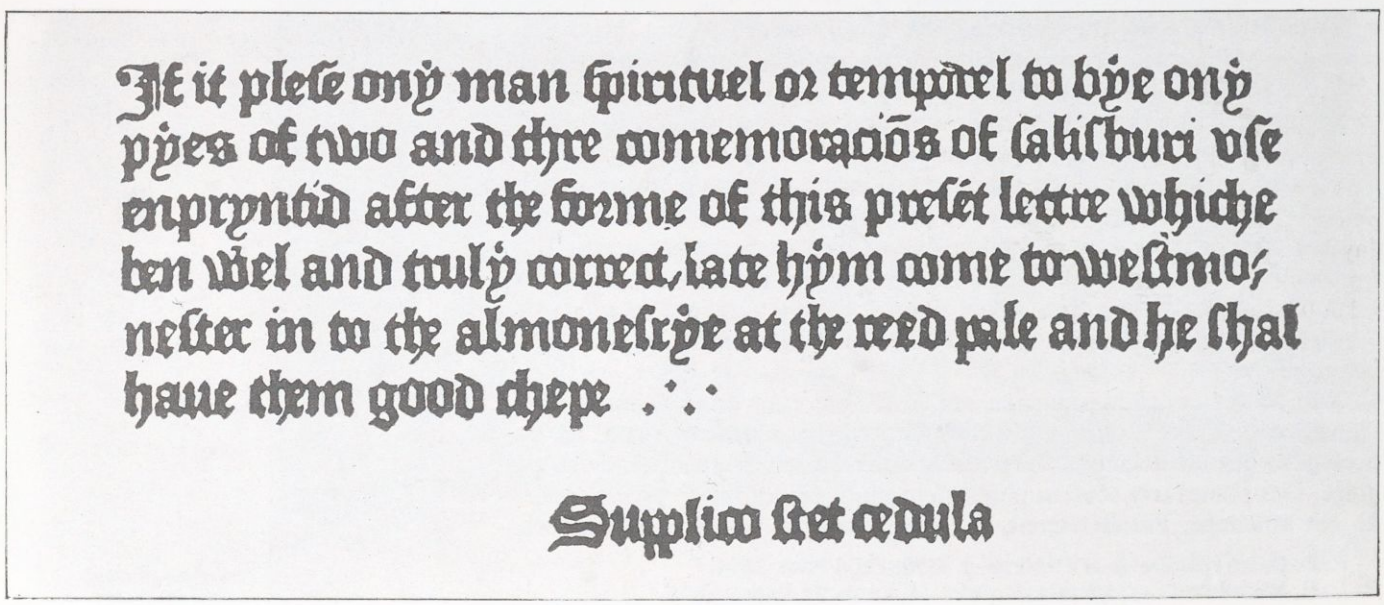
2. Johann Mentels. *Affiche d'imprimeur.* ç. 1469

l'affichage privé était florissant dans les rues les plus passantes. Maindron, citant Edouard Fournier, évoque la publicité des théâtres où non seulement figurait le nom de la vedette en lettres gigantesques, mais aussi, peinte de couleurs voyantes, la scène de la pièce où elle était le plus à son avantage – rien de bien différent de nos affiches actuelles ! Un certain Callades excellait dans ce genre de tableaux à tel point que Pline cite ses *tabellae comicae* parmi les exemples les plus curieux de peinture. A côté du théâtre et des jeux du cirque pour lesquels les impresarii ne manquaient pas de mentionner qu'il y aurait des tentes pour se protéger du soleil – Vela erunt – on peut aussi noter la publicité des libraires et de très nombreuses inscriptions politiques pour soutenir les candidats aux nombreuses charges électives que comptait la cité.

L'invasion barbare bouleverse toutes ces structures : après les flottements mérovingiens, c'est Charlemagne qui, en créant la chancellerie, reconstitue une publicité des textes de loi. Le chancelier les enregistrait sur des rouleaux et en faisait expédition aux comtes, à charge pour eux de les répercuter. L'Europe entière étant tombée dans l'analphabétisme, ce sont les crieurs publics qui, durant tout le Moyen-Age, assurèrent la publicité. Ceux-ci étaient des fonctionnaires, possédant le monopole du criage des actes officiels, des marchandises, des objets perdus... on les trouve partout, que ce soit en Angleterre où, selon Hiatt[1] exerce en 1299 un certain « Edmund the criour » ; en France Philippe Auguste cède ses droits sur cette prospère activité à la hanse de Paris pour 200 livres. A ce criage officiel s'ajoutent les cris des petits commerçants, faisant de la ville médiévale une joyeuse cacophonie.

L'invention de l'imprimerie, vers 1450 par Gutenberg, fournit la technique nécessaire au développement du multiple – livre ou affiche – qui jusque-là ne pouvait être que manuscrit. La population restant peu alphabétisée, les premiers placards qui nous soient parvenus sont essentiellement liés aux activités des libraires et des éditeurs.

3. William Caxton. *Pyes of Salisbury Use.* 1477 - 1480



If it plese ony man spirituel or temporel to bye ony pyes of two and thre comemoraciõs of salisburi vse enpryntid after the forme of this presẽt lettre whiche ben wel and truly correct, late hym come to westmonester in to the almonesrye at the reed pale and he shal haue them good chepe .·.·

Supplico stet cedula



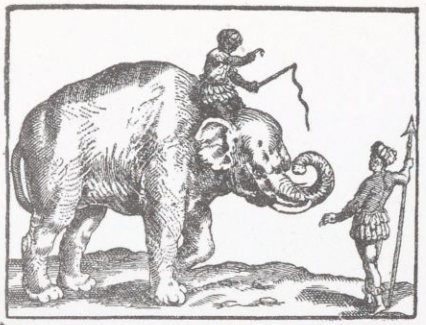
¶ Een ſchoene ghenuechlicke eñ ſeer vreẽde hyſtorie van eenre vrouwẽ gheheeten Meluzyne/ eñ van haren afcoemſte eñ ghelachte vã haer voert ghecomen ſynde.eñ van haren alre wonderlike eñ vromme werckẽ eñ feyten die ſy gedaẽ eñ bedreuen hebben Ende es nv nyewelyc wt den walſche ghetranſlateert in duytſche/ende met ſchoonẽ perſonagen ende figueren na den epſch der materien verciert Ende mẽ ſalſe met vele meer andere niewe boecken vinden te coo peter plaetzen hier onder gheſchreuen

4. Gerhard Leeu. *Affiche d'éditeur.* Anvers, 1491

Ce type de réclame, simple feuille imprimée indiquant les publications et l'endroit où on peut les trouver, se répand rapidement en Rhénanine, berceau de cette nouvelle industrie.

Walter von zur Westen[2] en dénombre plus d'une vingtaine dont une de Johannes Mentel datée d'environ 1469, et celles de Peter Schäffer de Mayence ou de Gesenschmidt à Nüremberg par exemple. L'Angleterre, où l'imprimerie se développe très vite, conserve également un de ces incunables de l'éditeur William Caxton, daté de 1477, pour les *pyes de Salisbury*, règles diocésaines qu'il avait éditées. Comme les panches de cette époque, elle est de très petite taille (5 × 7 inches) mais l'inscription *supplico stet cedula* (ne pas arracher s'il vous plait) ne permet aucun doute sur sa destination. L'image apparaît pour la première fois en 1491 quand Geraert Leeu à Anvers illustre sa publicité d'une gravure sur bois, tirée de sa légende de Mélusine.

1. Charles Hiatt: *Picture Posters.* Bell & Sons. Londres 1895.
2. Walter von zur Westen - *Reklamekunst* - Bielefeld und Leipzig 1914.



KUnd vnd zuwiſſen ſey jedermännigklich/ daß von heut Dienſtags an wie auch folgende zwen tag/ Mitwochs vnd Donnerstag/der Orientaliſche Elefant in dem neuen Comödienhauß auff der Schütt/wirdt zuſehen ſeyn/da Er dann mehr als zuvor geſchehn / ſich mit wunderlichen Künſten wirdt ſehen laſſen / ſoll ein Alte Perſon geben 4 kreutzer/ein kleine perſon 2 kreutzer: mag ſo lang zuſehen als jhn beliebt / dann man wirdt den gantzen Tag/morgens von 7 biß zu 11/vnd nach Mittag von 1. biß 6 vhrn/ſolchen ſehen laſſen.

5. Anonyme. *Affiche foraine.*
Allemagne, XVIIème siècle



MEſsieurs & Dames,
Il eſt arriué en ceſte Ville,vn tres-honneſte Homme lequel à amené deux Animaux deſquelz voyez la vraye Figure cy deſſus, leſquelz Animaux ont eſté preſenté au Roy, dans le Ieu de Paulme du Louure à Paris, à la veuë de pluſieurs grands Princes & Seigneurs,leſquels n'ont iamais veu leurs ſemblables, leſdicts animaux ont eſté pris en Affrique, les noms deſquels ne ſont pas bien cogneus,quelque-vns les appellent Mago,les autres Tartarins,les Holandois qui les amenent des Indes, les appellent Bleuf-nez, leſdicts Animaux font pluſieurs belles exercices,comme ſauter,dancer, tenant eſpée & verre en main, &c. ſi bien que celuy qui les conduict deſire & promet renuoyer tous ceux qui luy auront faict l'honneur de les veoir auec vn tres-parfaict contentement, leſdicts Animaux ſe montrent en la rüe de St. Gervais, au logis à l'Enſeigne de l'Aigle d'or. de l'Aigle dor. à Geneve ce 4. d'Auril 16[illegible]

6. Anonyme. *Affiche foraine.* Gèneve, 1625

A partir du XVIème siècle l'affiche commence à être utilisée pour des activités de type forain : Eberhardt Altdorfer, artiste de qualité, grave une remarquable planche en 1518 pour une loterie de Rostock: dans le haut de l'image, il représente le tirage des lots qu'il dessine en dessous. Von zur Westen cite aussi une affiche pour l'école de chant d'un certain Hans Sachs, ornée de son portrait, datant de la fin su XVIème siècle.

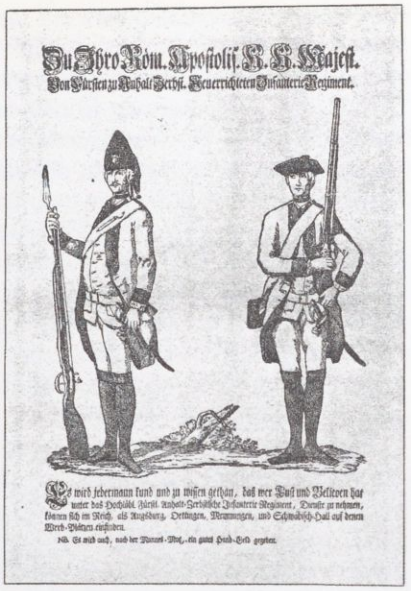
L'affiche prenant de l'importance, le pouvoir politique tente de la contrôler. Dans l'état actuel des recherches, les textes connus sont essentiellement français. Sans doute est-ce dû à la taille du pays que le roi essaye d'organiser et de centraliser et aux troubles politiques qui en découlent – les guerres de religion suivies de la Fronde.

François Ier, par un édit du 13 Novembre 1539, laissant les enseignes et crieurs aux marchands, se réserve l'affichage. Il ordonne *que les lois seraient attachées à un tableau, écrites sur des parchemins en grosses lettres dans les seize quartiers de la ville de Paris et dans les faubourgs aux lieux les plus éminents, afin que chacun les connut et les entendit. Fait défenses de les ôter à peine de punition corporelle et ordonne aux commissaires de quartiers de les prendre sous leur garde et d'y veiller.*

C'était réinstituer l'album romain!



7. Anonyme. *Affiche de confrèrie.*
France, 1602



8. Anonyme. *Affiche de recrutement.*
Allemagne, XVIIIème siècle



9. Anonyme. *Affiche de recrutement.*
France, XVIIIème siècle

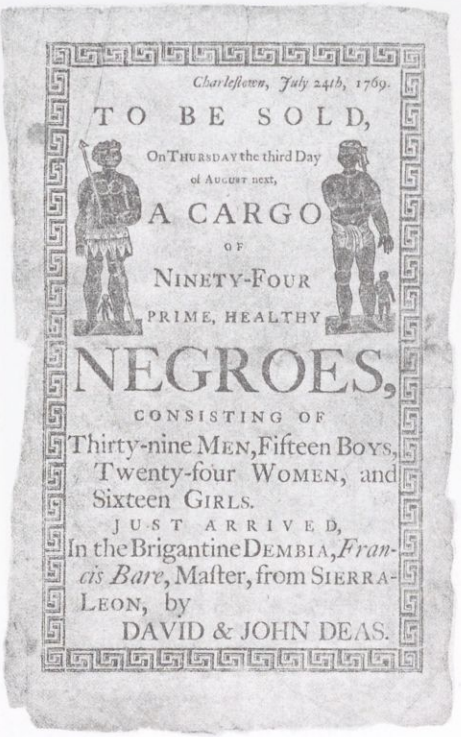
L'histoire de France est cependant fort troublée, expliquant les édits draconiens du 5 Février 1652 et du 15 Janvier 1653 qui limitent et brident totalement la liberté d'affichage et donc la créativité. Leur virulence même prouve l'existence d'un important affichage clandestin. Ceci explique aussi que les affiches les plus remarquables qu'on trouve en France à cette époque soient, selon Maindron, les affiches illustrées des congrégations pour attirer les fidèles – la plus ancienne remonte à 1602.

En dehors de France, l'absence d'une telle sévérité semble avoir permis à l'affiche de s'épanouir : dès le début du XVIIème siècle, les spectacles forains commencent à utiliser l'affiche illustrée. L'une des plus anciennes, pour un dresseur de singe, date de 1625. Comme toujours il est laissé la place pour rajouter à la main le lieu où l'on peut voir ce prodige. Le 7 Avril 1625, c'était à Genève, à l'enseigne de l'aigle d'or !

Les placards sont aussi nombreux et variés que les attractions proposées : *on trouve des acrobates, écuyers, rhinoceros, éléphants, phoques dressés, géants, nains, enfants sans mains, chanteurs sans bras, esquimaux, lapons, cracheurs de feu, un avaleur d'eau nommé Manfredi, des illusionnistes** énumère von zur Westen. Plus elles se répandent, notamment en Allemagne, Hollande et Italie, plus ces gravures perdent en qualité, qu'elles soient confiées à des artistes maladroits, ou que recopiées au fil des décennies elles aient perdu peu à peu leur valeur artistique.

La gravure sur cuivre donne bien sûr des résultats incomparablement meilleurs, comme la célèbre affiche commandée par un marin hollandais pour présenter son rhinocéros du Bengale, imprimée en quatre langues – elle est plus tardive (1764).

A la fin du XVIIème siècle et au XVIIIème siècle la gravure sur cuivre se met en effet au service de l'art publicitaire dans des domaines cependant très



10. Anonyme. *Broadside.* Etats-Unis, 1769



11. Anonyme. France, XVIIIème siècle



12. Edme Bouchardon. *L'afficheur*. 1742

spécifiques : les trading cards se répandent en Angleterre, signées d'artistes éminents comme Hogarth ou un émigré italien, Francesco Bartolozzi qui monte un véritable atelier. En France on note le même phénomène avec des cartes adresses signées de Cochin ou Moreau le jeune. Les artistes illustrent aussi des thèses historiées dont certaines atteignent le format d'un mètre, exceptionnel pour l'époque, et sont de la main de Mignard ou Philippe de Champaigne. En Allemagne, la qualité artistique est très inférieure chez Nilson à Nüremberg ou Bolte à Berlin.

La gravure sur bois, anonyme, reste de loin le procédé le plus répandu dans l'Europe entière : on trouve des horaires de diligences en Angleterre, une affiche pour l'hôtel des trois rois à Bâle, des affiches de recrutement un peu partout, en France celle d'un fabricant de parapluies. Aux Etats Unis, où le premier broadside *the oath of man* est publié par Stephan Day en 1639, ce sont des affiches de magazines, de spectacles ou commerciales.

Mis à part ces quelques documents illustrés, le gros de la production – avis, annonces légales, ventes etc... reste purement typographique. La gravure coûte en effet fort cher et les imprimeurs utilisent au mieux des cadres passe-partout illustrés : à l'intérieur ils composent le texte. Les affiches de théâtre françaises du XVIIIème siècle montrent bien l'usage de ce type de bordures allégoriques.

Pour être plus facilement identifiées, les diverses troupes royales utilisent d'ailleurs un autre procédé : le papier de couleur ; l'hôtel de Bourgogne choisit le rouge, l'hôtel de la Mazarine le vert, l'opéra le jaune.

L'affichage est en effet, devant la masse des documents, strictement organisé par un arrêt du conseil d'état du 13 septembre 1722.

Les colleurs devaient savoir lire et écrire et être présentés par les syndics des libraires et des imprimeurs au lieutenant de police; avoir une affiche à la porte de leur logis et porter une plaque et un écusson. Leur nombre est fixé à quarante. Ils doivent vérifier que toute affiche qui leur est remise porte l'autorisation du lieutenant de police et en remettre un exemplaire à la chambre des libraires et des imprimeurs. Mercier, dans son tableau de Paris, décrit ainsi les afficheurs royaux:

Ils sont quarante, dit-il, ainsi qu'à l'Académie française, et pour une plus grande similitude, aucun afficheur ne peut être reçu s'il ne sait lire et écrire. On dispense l'afficheur de tout autre talent, ainsi qu'il arrive dans l'illustre compagnie. Ils ont à la boutonnière une plaque de cuivre ; ils portent une petite échelle, un tablier, un pot à colle et une brosse. Ils affichent, mais ils ne s'affichent point. Les quarante immortels n'ont pas toujours cette sage modestie.

Un afficheur est l'emblème de l'indifférence. Il affiche d'un visage égal le profane, le sacré, le juridique, l'arrêt de mort, le chien perdu ; il ne lit jamais, de ce qu'il plaque contre les murailles, que la permission du magistrat. Dès qu'il voit ce visa, il afficherait sa propre sentence.

Tel qui a affiché la Comédie et l'Opéra n'y a jamais mis les pieds. Quand ils ont mis la lettre du côte de la rue et qu'elle est bien droite, ils la contemplent d'un air de satisfaction et s'en vont.

Il leur est défendu de mettre aux portes et sur les murs des églises et monastères des affiches de comédie, romans et livres profanes ; mais le titre en est quelquefois équivoque, et les colonnes des temples sont tolérantes elles reçoivent paisiblement ce que l'afficheur leur applique.

Malgré cette organisation rigoureuse, l'affichage clandestin continuait cependant à pulluler à Paris. Mercier, toujours ironique, explique comment *un homme, chargé d'une grande hotte, en la reposant s'arrêtait à une borne contre laquelle il restait appuyé, la hotte toujours sur le dos et l'air fatigué. Pendant ce temps, un petit garçon accroupi dans le fond de la hotte n'avait qu'à passer les deux mains pour plaquer contre la muraille l'affiche enduite de colle aux deux rebords. Il se renfonçait bien vite en se voilant la tête et l'homme de partir à pas lents, laissant l'avis à la vue des curieux.*

Clandestines ou non, les affiches couvraient donc Paris – comme les autres villes d'Europe d'ailleurs. Daniel Defoe le confirme dans la description qu'il fait de Londres, envahie par les affiches. La révolution ne fit qu'accroître la quantité de ces placards mais l'affiche allait connaître en cette même époque une autre révolution : l'invention de la lithographie.



PAR PERMISSION.

LES COMEDIENS

FRANÇOIS, ET ITALIENS

Donneront aujourd'hui Samedi 1. Octobre 1768.

MAHOMET I OU LE FANATISME

Tragédie de Mr. de Voltaire, ornée de ſon Spectacle & ſuivie

DES CHASSEURS OU LA LAITIERE

Opera Bouffon en un Acte de Mr. Anſeaulme mis en muſique par Mr. Duny.

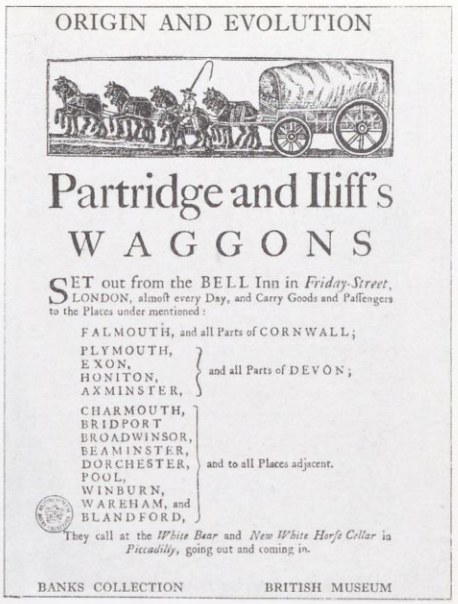
On prendra au Théatre & aux premieres Loges 48 ſols, à l'Amphitheatre & Secondes Loges 24 ſols, au Parterre & aux Galeries 12. ſols.

On commencera à cinq heures & demie du ſoir,

C'eſt a la Salle des Spectacles.

Défenſes ſont faites aux Gens de Livrée d'entrer même en payant.

13. Anonyme. *Affiche de théâtre.* France, XVIIIème siècle



ORIGIN AND EVOLUTION

Partridge and Iliff's

WAGGONS

SET out from the BELL Inn in *Friday-Street*, LONDON, almoſt every Day, and Carry Goods and Paſſengers to the Places under mentioned:

FALMOUTH, and all Parts of CORNWALL;

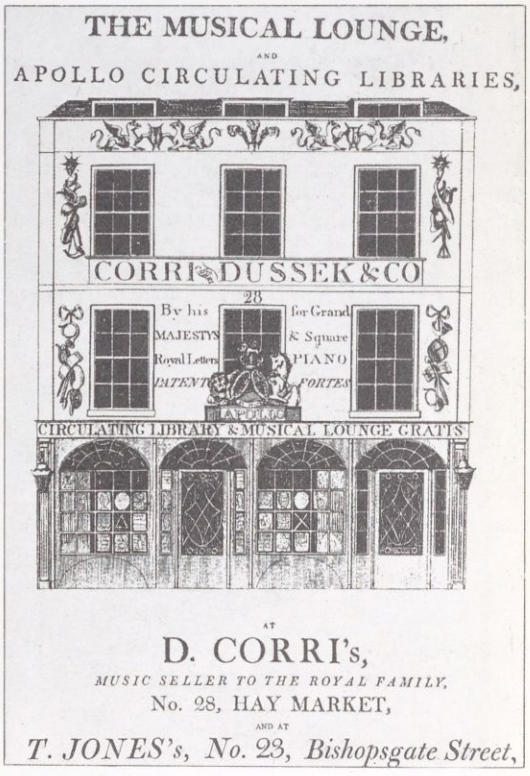
PLYMOUTH, EXON, HONITON, AXMINSTER, } and all Parts of DEVON;

CHARMOUTH, BRIDPORT BROADWINSOR, BEAMINSTER, DORCHESTER, POOL, WINBURN, WAREHAM, and BLANDFORD, } and to all Places adjacent.

They call at the *White Bear* and *New White Horſe Cellar* in *Piccadilly*, going out and coming in.

BANKS COLLECTION BRITISH MUSEUM

14. Anonyme. *Angleterre.* XVIIIème siècle



THE MUSICAL LOUNGE,

AND

APOLLO CIRCULATING LIBRARIES,

CORRI DUSSEK & CO

28

By his MAJESTYS Royal Letters PATENT

For Grand & Square PIANO FORTES

CIRCULATING LIBRARY & MUSICAL LOUNGE GRATIS

AT

D. CORRI's,

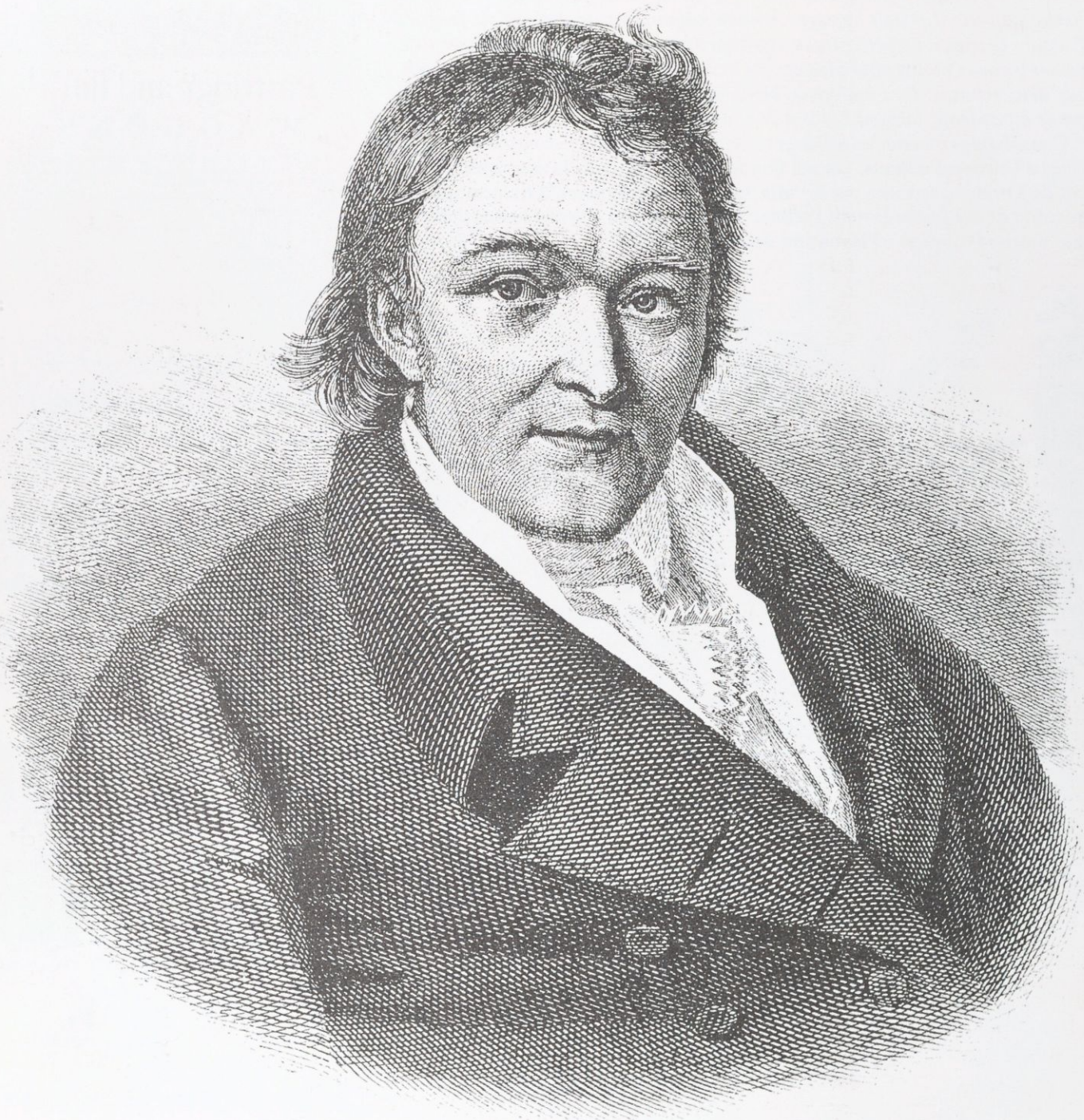
MUSIC SELLER TO THE ROYAL FAMILY,

No. 28, HAY MARKET,

AND AT

T. JONES's, No. 23, Bishopsgate Street,

15. Anonyme. *Angleterre.* XVIIIème siècle



16. Conguy (d'après). *Senefelder à 60 ans.* 1831

La Protohistoire de l'affiche

La gravure sur bois et, plus encore la gravure sur cuivre étaient des procédés fort coûteux dont l'usage ne pouvait qu'être limité. Ceci explique que, mis à part les spectacles qui utilisaient d'ailleurs des cadres passe-partout ornés et des blocs déjà gravés dont les imprimeurs avaient des stocks, peu d'affiches illustrées existent dans la masse des documents du XVIIIème siècle. Autre obstacle au développement de cet art publicitaire, les bois gravés étaient de petite dimension, limitant considérablement la taille des affiches.

L'invention de la lithographie vers 1796 par Aloys Senefelder allait apporter la solution à ces problèmes. Aloys Senefelder naquit à Prague le 6 Novembre 1771. Très doué, il entame des études qu'il doit interrompre à la mort de son père en 1791 pour subvenir aux besoins de sa mère et de ses huit frères et soeurs. Il s'engage comme acteur, sans grand succès et écrit pour le théâtre sans plus de réussite. Il décide, pour éditer lui-même ses œuvres, de les imprimer et entreprend des recherches pour suppléer le coûteux matériel de typographe. Le métal lui manquant, il décide d'utiliser la pierre. Au fond de sa misère noire, un premier soutien lui vient de Franz Geissler, directeur de la musique à la cour qui, voyant un de ses essais, lui propose de créer un atelier d'où sortent en 1896 les premières planches lithographiques : des partitions d'oeuvres de Geissler. La qualité était loin d'être parfaite et Senefelder dit lui-même : *différentes partitions furent imprimées avec un succès inégal.* Elles attirèrent cependant l'attention du riche éditeur de musique munichois Falger qui mit à sa disposition ses conseils et sa bourse. Senefelder put poursuivre ses recherches et améliorer son procédé, soutenu par un troisième protecteur, Steiner, directeur de l'instruction publique en Bavière. La mise au point de l'autographie (un dessin au crayon gras sur un papier mouillé appliqué sur la pierre par la presse y laisse son empreinte) l'amena en 1798 à l'invention de la lithographie proprement dite.

Le procédé, s'il est dans les différentes étapes de son exécution d'une grande complexité, est d'un principe fort simple : une pierre à grain très fin (calcaire lithographique) sur laquelle on dessine, avec un corps gras, puis qu'on lave avec une eau acidulée ne retient l'encre d'un rouleau imprégné d'encre que sur les parties grasses. Il suffit alors d'appliquer fortement une feuille de papier sur la pierre pour obtenir une reproduction du dessin.

Senefelder connaît dès lors le succès et s'associe à Anton André, éditeur de musique à Offenbach. C'est de là qu'en quelques années une poignée d'hommes entreprenants le répandent à travers l'Europe. Comme souvent, l'inventeur s'avère un déplorable capitaine d'industrie et échoue pratiquement partout alors que d'autres, souvent d'anciens collaborateurs, réussissent : Akerman à Londres, Dal-Ancri à Rome, la société des amateurs de



17. Anonyme. *Bonne double bière.* France, début XIXème siècle

lithographie à Vienne, Arnz et cie. à Dusseldorf, Mannheim, Heidelberg et Francfort. A Paris, il est devancé en 1816 par le Comte de Lastérie, qui depuis plusieurs années s'intéressait au brevet et Godefroi Engelmann. Il s'y installe cependant avec son neveu Knecht, s'intéressant essentiellement à la rédaction de son traité de lithographie (publié en 1818). Rentré à Munich en 1824, la fortune ne devait plus lui sourire et il meurt, aveugle, en 1834.

Godefroi Engelmann (1788 – 1839) joua un rôle considérable dans le perfectionnement de l'invention de Senefelder. C'est lui qui résolut le premier le problème de la lithographie en couleur, la chromolithographie, à laquelle s'étaient heurtés ses prédecesseurs. J. C. Leblond, dans l'Encyclopédie, avait lumineusement défini les principes de la gravure en couleur :

C'est en cherchant les règles du coloris que j'ai trouvé la façon d'imprimer les objets avec leur couleur, savoir : le rouge, le jaune, le bleu. Les différents mélanges des trois couleurs produisent toutes les nuances imaginables, autant de teintes qu'il puisse en naitre de la palette du plus habile peintre. Mais on ne saurait, en les imprimant l'une après l'autre, les fondre comme le pinceau les fond sur la toile : il faut donc que ces couleurs soient employées de façon que la première perce à travers la seconde, et la seconde à travers la troisième, afin que la transparence puisse suppléer à l'effet du pinceau. Chacune de ces couleurs sera distribuée par le secours d'une planche particulière : ainsi trois planches sont nécessaires pour imprimer une estampe à l'imitation de la peinture.

C'est exactement la même démarche, avec un report pierre par pierre pour chaque couleur, qui permet la chromolithographie. Mais Senefelder, faute d'un repérage correct, dû à l'insuffisance des moyens mécaniques et à l'extensibilité du papier n'y parvint jamais avec succès. De bons résultats furent obtenus pour des oeuvres à teintes plates comme les fresques de Pompéi (Berlin 1832) ou les mosaïques de l'Alhambra (Londres 1834), mais ce n'est qu'en 1837 que Godefroi Engelmann maîtrisa totalement le procédé. Il

eut de plus le mérite d'être le premier, dès ses débuts, à faire travailler des artistes de premier plan comme Regnault, Carle Vernet, Géricault, Isabey, Bonington, Deveria etc... Dans le reste de l'Europe, la lithographie n'était servie que par des artistes mineurs, notamment des peintres animaliers.

En 1830, quand s'installe en France la monarchie de Juillet, la lithographie en noir est donc un procédé bien au point d'autant que grâce à Friederich König qui crée les premières presses marchant à la vapeur et, associé à Friedrich Andreas Bauer, invente de nombreux perfectionnements, on peut désormais tirer plus de mille planches à l'heure sur des presses comme celle que met au point Brisset.

Dans le domaine de l'affiche, il ne s'était rien passé de bien intéressant depuis le milieu du XVIIIème siècle. Maindron[1] note justement que *cette succession d'années, si importante pour l'histoire du pays, est nulle du point de vue qui nous occupe ici.* A part les affiches pour la *Bonne bière de Mars*, coloriées au pochoir, rien de nouveau n'était apparu.

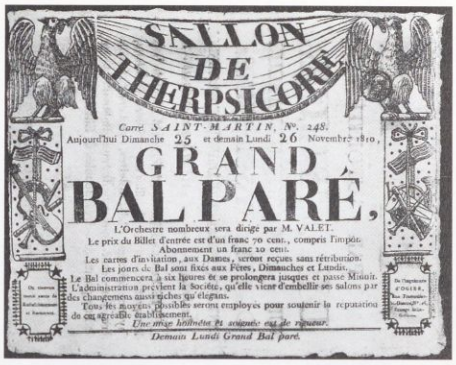
C'est avec l'extraordinaire développement du livre illustré, sous la monarchie de Juillet, que l'art publicitaire franchit une autre étape décisive. Les éditeurs, en effet, pour promouvoir ces ouvrages, sortent des affiches lithographiées par les artistes qui les illustrent, au format in folio, et qu'ils diffusent chez les libraires chez lesquels on peut souscrire. Il y a là une révolution capitale pour l'affiche qui, pour la première fois, est servie par des artistes au talent reconnu qui lui donnent à la fois efficacité et prestige.

La première de ces affiches est le *Faust* lithographié en noir par Deveria en 1828, qui récidive en 1832 pour *Beaucoup de tabac, toujours du tabac.* Cette même année Lalance s'y essaye pour *une vie de courtisane.* Suivent de 1835 à 1838 une série d'affiches anonymes dont le succès impose définitivement le procédé à tous les grands éditeurs. Ceux-ci font appel à la crème des talents

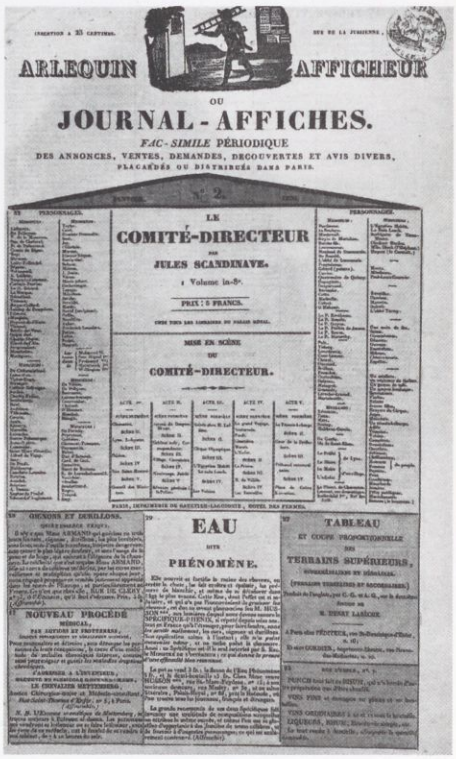
1. E. Maindron - *Les Affiches illustrées* - op. cit.



18. Honoré Daumier (d'après). *L'Afficheur.* France, milieu XIXème siècle



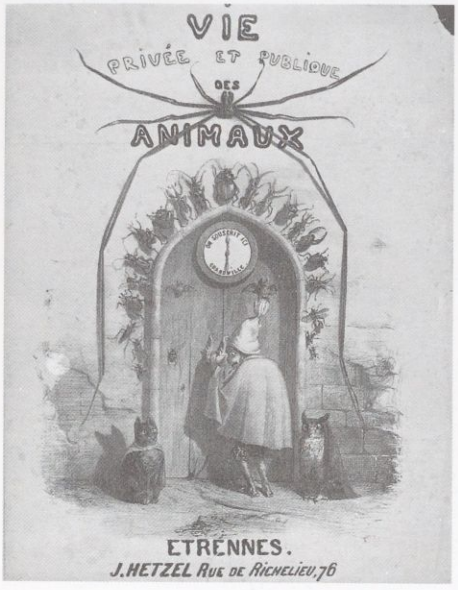
19. Anonyme. *Salon de Therpsicore Grand bal paré.* 1810



20. Anonyme. *Arlequin afficheur.* 1830



21. Gavarni (Sulpice-Guillaume Chevalier dit). *Le juif errant.* 1845



22. Gérard Grandville. *Scènes de la vie privée et publique des animaux.* ç. 1840



23. Vivant Beaucé. *Armorial universel*

parisiens : Beaucé, de Beaumont, Bertall, Calame, Cham, Gavarni, Tony Johannot, Henri Monnier, Nanteuil, Raffet et bien d'autres.

Sous cette impulsion, les commerçants se mettent aussi à utiliser l'affiche lithographiée, mais aucun des artistes connus, qui semblent bouder la réclame, ne travaillent pour eux. Ce sont des dessins souvent médiocres pour des magasins de vêtements, tricycles ou inventions les plus diverses, voire les plus charlatanesques. A partir de 1845, la vogue des almanachs suscite elle aussi des affiches signées Cham, Charles Vernier ou Edouard Moine. La couleur y est encore timide et maladroite : l'affiche doit encore, pour triompher, vaincre ce dernier obstacle.

Les clichages sur bois ou zinc (notamment le procédé de Firmin Gillot, ancêtre de la phototypie), coloriés au pochoir, plus économiques, restent utilisés par les entrepreneurs de spectacles qui les collent sur des fonds typographiés. Ces mêmes fonds typographiés sont utilisés également par des éditeurs qui y collent des clichés extraits de leurs ouvrages. La couleur enfin apparaît triomphante et en grand format sur les murs de Paris vers 1840 – mais ce n'est pas grâce à la lithographie !

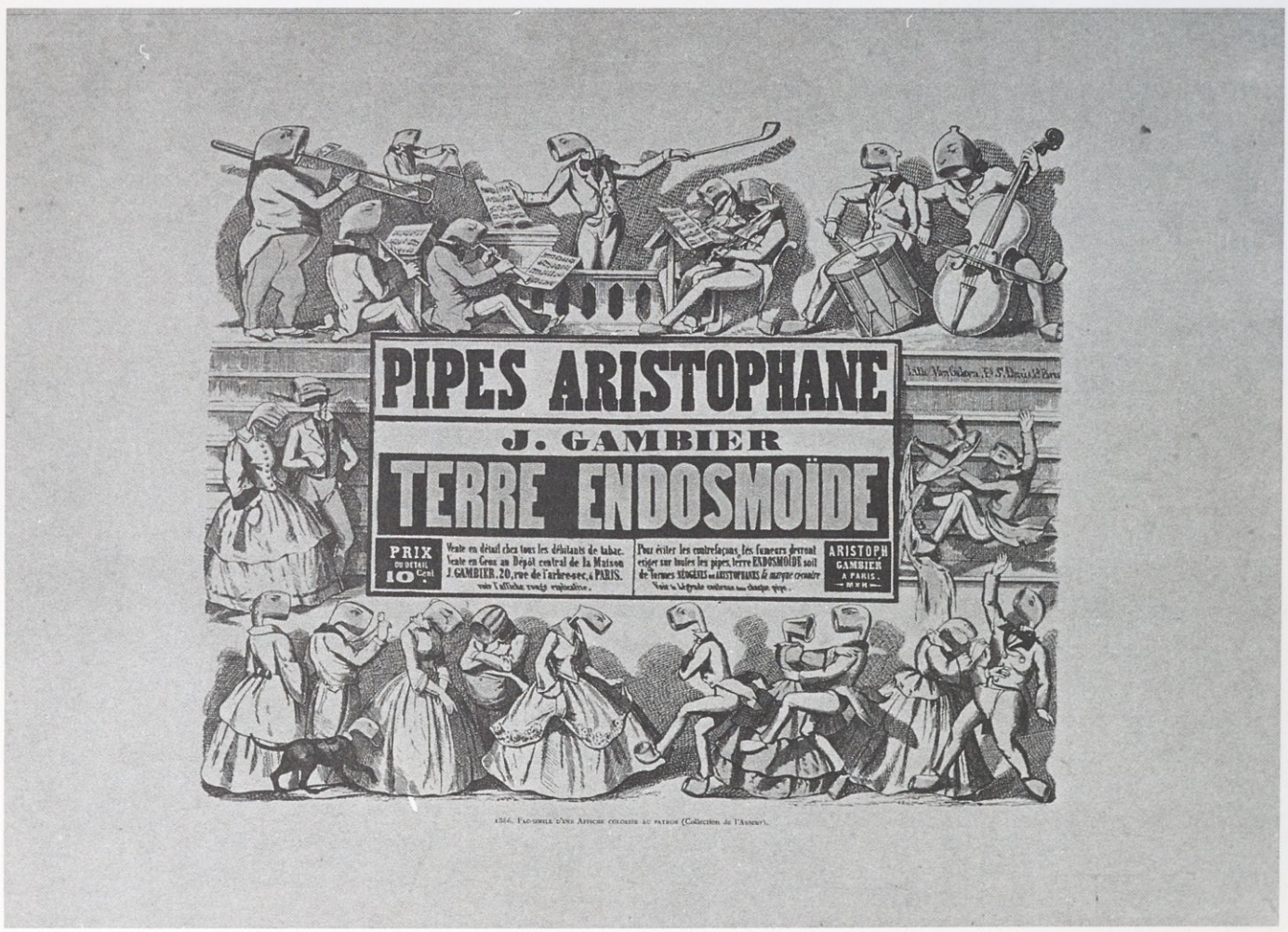


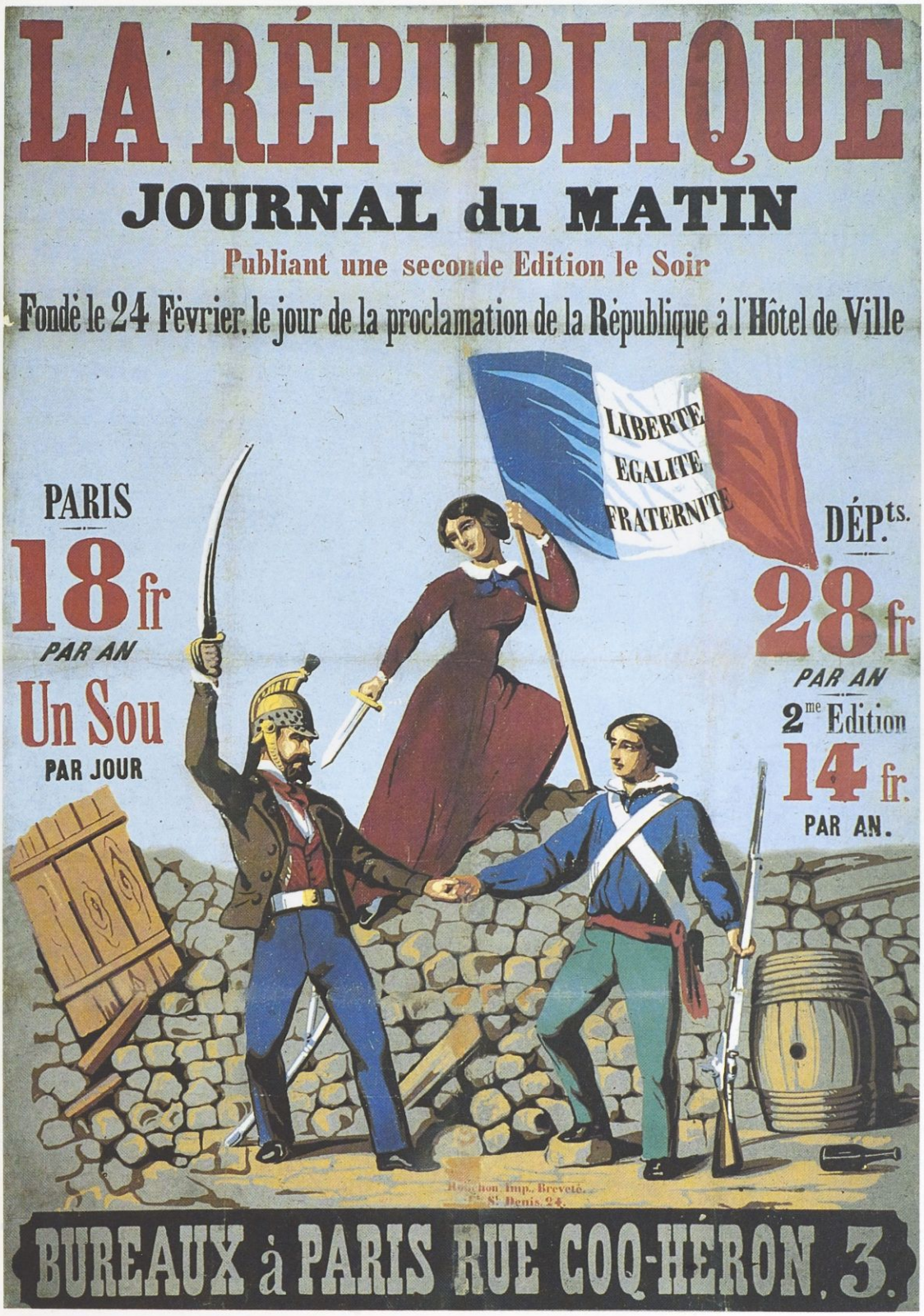
24. Bertall (Albert d'Arnoult dit). *Paris à table*. 1845

Jean-Alexis Rouchon dont on sait peu de choses, commença en effet à cette époque à couvrir les murs de gigantesques planches multicolores, gravées sur bois d'après les procédés du papier peint. Le brevet qu'il dépose le 18 Novembre 1844 est d'ailleurs fort clair : *l'application de l'impression sur papier peint à l'impression en couleurs des affiches.*

On n'en sait, cela dit, guère plus si ce n'est que ces affiches, essentiellement pour le commerce parisien et les spectacles, sont une véritable révolution par leur taille : les plus grandes atteignent des dimensions jamais vues : *Au Prince Eugène* 280x138, *La Belle Jardinière* 270x220, *Au Bon Pasteur* 263x143. En Angleterre, les cirques américains amenèrent eux aussi à Londres les premières grandes planches en couleur : c'étaient des lithographies réalisées par des firmes comme Currier & Ives aux fonds crus et vulgaires. Ce manque de nuances, ces couleurs criardes, sont d'ailleurs le reproche que faisaient les amateurs aux chromolithographies tirées sur le continent. *Ce n'est pas de l'art, c'est de l'enluminure,* disait-on. Restait à l'affiche artistique en couleurs à trouver son père – ce fut Jules Chéret.

25. Anonyme (lithographie Van Geleyn). *Pipes Aristophane J. Gambier.* 1866





26. Jean-Alexis Rouchon.
La République. 1848

Jules Chéret



27. Jules Chéret. *Princesse de Trébizonde.* 1869

Au milieu du XIXème siécle, la révolution industrielle bouleverse le monde entier. La machine à vapeur et son application la plus spectaclulaire, le chemin de fer, marquent l'entrée dans les temps modernes. Urbanisation et production de masse en sont les conséquences. Les villes se développent rapidement, leurs murs sont propices à l'affichage. La production de produits manufacturés croissant, l'offre excédant la demande et ceci pour la première fois, la publicité devient nécessaire et la réclame, que ce soit par voie d'affiche ou de presse, envahit le monde.

Tous les témoignages qui ont pu être recueillis font état de villes recouvertes d'affiches ayant toutes un point commun : leur manque absolu de qualité artistique. L'affiche existe mais l'art publicitaire n'est pas né.

Pour qu'il puisse se développer, pour qu'il puisse être reconnu, il fallait qu'un artiste de talent accepte de s'y consacrer. Cet artiste se devait en outre d'être un lithographe émérite pour arriver enfin à maîtriser totalement la couleur.

Ce fut Jules Chéret qu'on salue, à juste titre, comme le père de l'affiche artistique; qui à partir de 1860, donna cette dernière impulsion à l'affiche et lui permit de s'imposer en France puis dans le monde entier.

Jules Chéret nait à Paris, le 31 mai 1836, d'une famille d'artisans. Placé en apprentissage chez un lithographe il se familiarise avec le fastidieux travail du dessin de la lettre pour des prospectus, tout en suivant des cours du soir de dessin. Le dimanche, il va au Louvre, admirer les œuvres de Watteau et de Fragonard qui furent ses modèles. Ne voyant aucun avenir possible dans son travail, il fait deux voyages à Londres. Au retour du premier, il réalise sa première affiche pour l'Orphée aux Enfers d'Offenbach. Un succès mais qui s'avère sans lendemain et il doit se résoudre à retraverser la Manche. C'est à Londres qu'il découvre d'une part les affiches aux couleurs criardes des cirques américains mais surtout celui qui allait devenir son mécène : le parfumeur Rimmel.

Celui-ci l'emmène dans ses voyages (entre autre à Venise où il découvre Tiepolo « son dieu ») et lui avance l'argent pour ouvrir son atelier à Paris en 1866. Il y installe des machines anglaises permettant d'utiliser des pierres de grand format et sort coup sur coup deux affiches *la Biche au Bois* et *le bal Valentino* qui lui ouvrent la voie du succès.

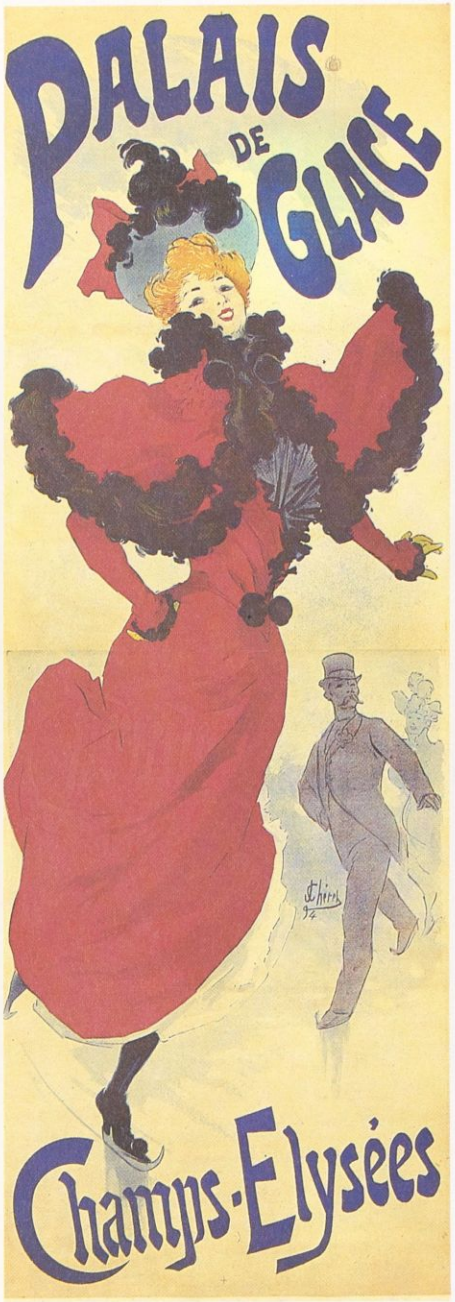
Les premières planches font encore un timide usage de la couleur mais Chéret travaille déjà avec une étonnante économie de moynes : une pierre pour le noir qui trace le dessin, une pour le rouge et une pour un fond gradué avec des bleus et des verts dans le haut de l'image et des jaunes et des oranges dans le bas. Ses premiers clients sont essentiellement les grands entrepreneurs de spectacles parisiens (notamment les Folies Bergères) mais aussi des industriels et des commerçants qui, devant le succès, comencent à faire

appel à lui. En 1881, il vend son atelier à Chaix tout en gardant la direction artistique. En 1889, il reçoit la consécration officielle avec la présentation de son œuvre dans le cadre de l'exposition Universelle et la légion d'honneur. Manet le salue comme « le Watteau des rues » – la critique est unanime avec à sa tête Félicien Champseaur, Gustave Kahn, et J. K. Huysmans.

A partir de 1890 (alors qu'il a déjà réalisé près de mille affiches) sortent ses plus belles planches : il abandonne le cerne noir pour le bleu et travaille à partir de couleurs primaires. Achille Segard décrit parfaitement sa méthode de travail : *un croquis sur papier que l'artiste décalque sur chacune des pierres lithographiques. Il ne s'est jamais servi de la mise au carreau. Le crayon*

28. *Le rideau du concert des Ambassadeurs.* Photographie anonyme. ç 1895





29. Jules Chéret. *Palais de Glace.* 1894

lithographique lui sert à indiquer les demi-teintes ; l'encre lui permet d'assurer la solidité, de préciser les traits essentiels du dessin. Autant de pierres que de couleurs élémentaires, le rouge, le jaune et le bleu ! les trois tirages se complètent parfois d'un quatrième, pour enrichir les gris : c'est par l'apposition ou la superposition des tons primordiaux que sont obtenues toutes les variétés possibles de coloris. Quand l'artiste distribue ses rouges, il pense à ce qu'ils deviendront quand les jaunes leur seront superposés et à ce que tous deux deviendront quand les bleus viendront les éteindre ou les exalter. Il n'y a ici aucune technique ou enseignement qui vaille : c'est une question de mesure ou de tact. On sent très bien que l'artiste distribue d'abord sa tache la plus éclatante

30. Jules Chéret. *Vin Mariani.* 1894





31. Jules Chéret. *Bal du Moulin Rouge*. 1889



32. Jules Chéret. *Folies-Bergère La Loïe Fuller*. 1893

– jaune pur ou vermillon – et que c'est autour de cette tache qu'il cherche les dégradés, les contrastes, toutes les nuances ou délicatesses qui contribueront à l'harmonie parfaite de l'ensemble.

L'Hallali des rouges, l'alleluia répété des jaunes, la gloire originale des bleus comme s'exclame Crauzat se trouve dans ses chefs d'oeuvre des années 90.

1888, *l'Amant des danseuses* ; 1889, *le Moulin Rouge* ; 1890 ; *le Jardin de Paris, la Diaphane, le Théâtrophone* ; 1891, *Yvette Guilbert, la Librairie Sagot, le Savon Cosmydor* ; *les Pastilles Geraudel* ; 1892, *l'Olympia, les*



33. Jules Chéret. *Théâtrophone.* 1890



34. Georges Meunier. *Trianon-Concert.* 1895

Pantomimes lumineuses au Musée Grévin, le Bal à l'Opéra, Emilienne d'Alençon ; 1893, *l'Arc-en-ciel, le Carnaval à l'Opéra, Loïe Fuller* ; 1894, *l'Eldorado et le Vin Mariani* ; 1895, *Lidia et le Papier Job* ; 1896, *les Grands Magasins du Louvre* ; 1897, *La danse du feu (Loïe Fuller)* ; 1898, *le Bal masqué à l'Opéra,* et 1901, *les Cycles Cleveland.* Ses séries pour la *Saxoléine* (1891 à 1894), *le Palais de Glace* (1893 à 1896) et *la Halle aux chapeaux* (1891 à 1892).

Maindron, dans ses *Affiches illustrées* de 1896, dresse après Beraldi dans le *Graveur du XIXème siècle,* la liste des oeuvres de Chéret : il en dénombre 882. A partir de cette époque, sa vue baissant, il abandonne pratiquement l'affiche pour se consacrer à la fresque. Lucie Broido dans sa récente étude consacrée à Chéret arrive finalement à 1069 affiches, la dernière, datée de 1921, pour le *Casino de Nice.* Le patriarche de l'affiche s'éteint en 1932 à 96 ans.

Si la « chérette », personnage central de la plupart de ses affiches, son dessin ou ses compositions peuvent parattre aujourd'hui bien classiques, si ses couleurs ne nous étonnent plus, il faut, pour être juste, replacer Chéret, dans les années où il les produisit et où le simple usage même d'une femme affriolante pour vendre un produit était révolutionnaire.

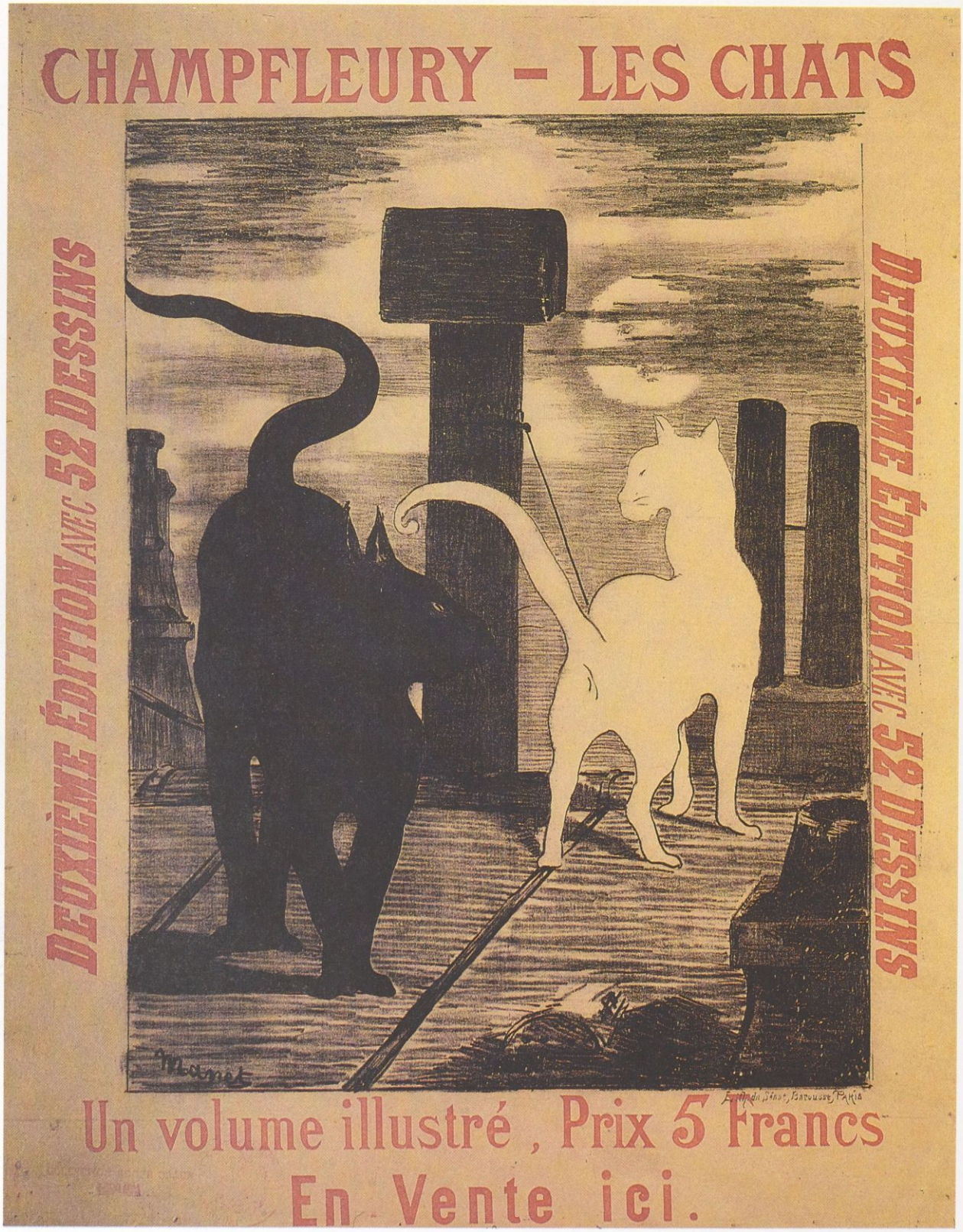
C'est indéniablement Chéret qui montre la voie à l'Europe entière. Un simple regard aux dates montre que les œuvres majeures de ceux qui suivirent son exemple sont de trente ans postérieures à ses premières planches.

Le style de Chéret fut d'ailleurs à ce point fort et original qu'il inspira des disciples, la plupart collaborateurs du maître à l'imprimerie Chaix, qui ne purent jamais se dégager de son influence. Citons Georges Meunier certainement le plus talentueux, auteur d'une cinquantaine d'affiches dont *Bullier, Lox, l'Excellent* et les *Etrennes à la place Clichy* sont les meilleures. René Péan, qui se spécialise dans le tourisme, Lucien Lefevre et Lucien Baylac, proches de Chéret au point qu'on arrive à les confrondre et Gaston Noury.

Heureusement, l'exemple servit aussi à des artistes au talent parfaitement personnel qui firent des années 1880-90 en France, l'âge d'or de l'affiche.

35. Jules Chéret. *Papier à cigarettes Job.* 1895


PAPIER A CIGARETTES
J.O.B
Hors Concours
PARIS 1889
IMPRIMERIE CHAIX (Ateliers Chérel) Rue Bergère, 20, PARIS.



36. Edouard Manet. *Champfleury – Les chats.* 1868

L'âge d'or de l'affiche en France

A partir des premières affiches de Chéret, le mouvement fut cependant beaucoup plus lent à démarrer qu'on ne l'imagine souvent : plus de vingt ans séparent le *Bal Valentino* du début des années 90 où l'affiche artistique se répand véritablement. Si l'on exclut deux accidents brillants, l'un signé Manet, pour le roman de Champfleury *Les chats* (1868), l'autre Daumier, pour les *Entrepots d'Ivry* en 1872, aucun artiste de premier plan ne s'intéresse à la réclame dans les années 1860-80. Encore faut-il noter que ces deux affiches ne sont que des lithographies en noir – en fait des estampes – collées sur un fond typographié.

Aux côtés de Chéret, on ne trouve guère que les frères Choubrac: Léon (qui signe souvent Hope) qui meurt en 1885 et Alfred qui durant toute cette période signe par centaines des affiches pour les spectacles, le plus souvent médiocres. Les autres pourvoyeurs d'images publicitaires pour les plaisirs sont l'imprimeur Emile Lévy « affiches françaises » et Charles Lévy – sans doute un parent – qui pour se différencier et faire moderne, baptise son entreprise « affiches américaines ». Toutes ces planches ne sont cependant encore que l'œuvre d'ouvriers lithographes anonymes auxquels on ne peut trouver que le charme de l'art populaire et naïf.

Le besoin d'affiches se fait cependant de plus en plus sentir et, les lois reflétant la philosophie des hommes au pouvoir – en l'occurence, la bourgeoisie industrielle – l'affichage est enfin libéré :

La Loi du 29 juillet 1881 abroge toutes les dipositions antérieures, enlève aux municipalités tout droit de réglementation et proclame la liberté absolue de l'affichage. C'est une immédiate ruée, les murs des grandes villes sont pris d'assaut et les emplacements affichables se négocient à prix d'or : en 1884, la ville de Paris met en adjudication ses murs pignons pour une redevance annuelle de 15 000 francs (s'agissant, il faut le dire, de 14 703 m2).

L'assistance publique et les sociétés de chemin de fer font de même. Les sociétés d'affichage qui exploitent ces emplacements se créent et se développent rapidement, employant des centaines d'ouvriers qui peuvent en une journée couvrir la ville en pose libre (sur murs et palissades) ou en conservation (sur leurs panneaux avec garantie d'entretien et conservation). Cette organisation amène une nécessaire standardisation des formats, qui sont des multiples ou sous-multiples du colombier (0,61 × 0,82m) et de l'aigle (1,10 × 0,70m).

L'affichage devient très vite envahissant : Maindron, dès 1886, se plaint que *sans souci des ordonnances de police, les afficheurs s'emparent maintenant de tout espace inoccupé, ne gardent aucune mesure, ne conservent aucun respect et deviennent envahissants au point de nous ravir, pauvres Parisiens que nous sommes, jusqu'à la vue de nos monuments.*



37. Carte postale. France, début du XXème siècle



38. Honoré Daumier. *Entrepôt d'Ivry.* 1872

Le premier artiste de poids à venir à la rescousse de Chéret est Eugène Grasset. Ce Suisse, arrivé de Lausanne en 1871, apporte à l'affiche le soutien de l'Art Nouveau qui, à travers le monde entier, sera un des véhicules de l'art publicitaire. Grasset est en France le pionnier de cette tentative, similaire à celle de William Morris et des Arts and Crafts en Angleterre, de réconcilier l'art et l'industrie. En rupture avec le réalisme hérité de la Renaissance, il s'agit de symboliser, de styliser, en prenant pour modèle les travaux des artisans du Moyen-Age et pour thèmes d'inspiration la faune et la flore de France. Il ne s'agit cependant point d'une copie servile et, dans un entretien avec Henry Nocq, Grasset précise bien que *copier et introduire l'art du Moyen-Age dans la vie moderne, c'est odieux. Comme les artisans des époques gothiques, on suivra seulement son imagination et non plus les livres d'archéologie. Le producteur doit faire à sa tête. Sa fantaisie est limitée seulement par l'utilisation nécessaire de l'objet inventé.* Si dans ses illustrations pour les *4 Fils Aymon*, en 1883, le sujet l'amène nécessairement au Moyen-Age, dans ses cours et conférences, dans la *Méthode de composition ornementale* et *La plante et ses applications décoratives*, il donne l'exemple de véritables recherches réalisées à partir de la nature.

S'intéressant à tous les arts appliqués, il vient tout naturellement à l'affiche. En 1885, ce sont les *Fêtes de Paris* avec un héraut sur un cheval à la crinière exagérée. La composition, les couleurs franches marquent nettement l'influence de la gravure japonaise Ukiyo-E, tout comme le cerne épais qui fait aussi penser au plomb du vitrail. Suivent deux planches plus

39. Eugène Grasset. *Le salon des cent.* 1894



40. Eugène Grasset. *Encre L. Marquet.* 1892

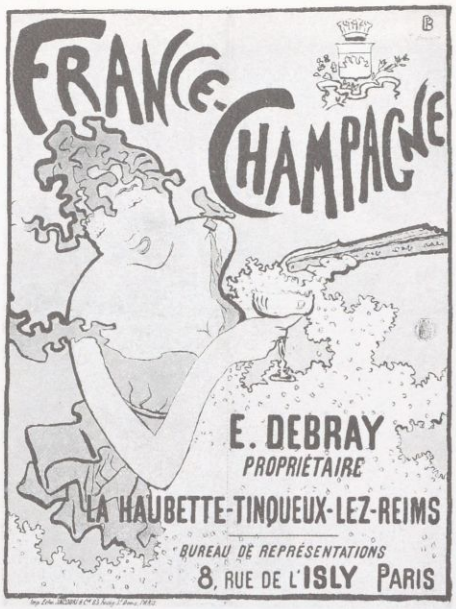




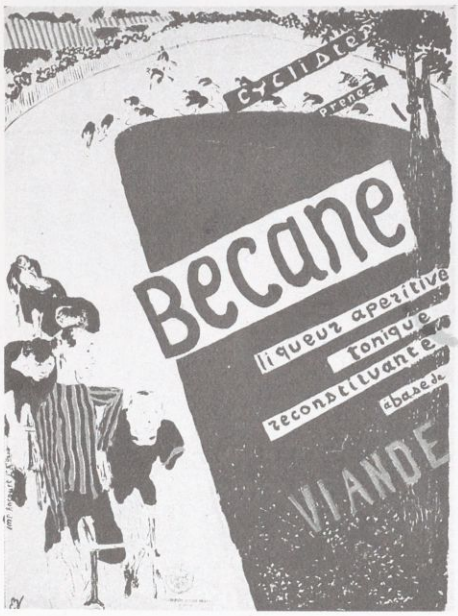
41. Eugène Grasset. *Cycles et Automobiles Georges Richard.* 1897

classiques, bien que de composition hardie pour l'époque : la *Librairie Romantique* (1887) et *l'Odéon* (1890). C'est après ses deux affiches pour Sarah Bernhardt dans *Jeanne d'Arc* (1889-90) et *l'Encre Marquet* (1892) que Grasset, le premier, impose sur les murs la femme pensive aux cheveux longs, habillée d'étoffes à motifs stylisés. Les couleurs sont en francs aplats. Avec les *Grafton Galleries* (1893) et le *Salon des Cent* (1894), le type de la femme entourée d'une faune luxuriante et stylisée est définitivement fixé il deviendra archétype.

Citons encore, parmi ses nombreuses créations *l'exposition de Madrid* (1893), *The life of Napoleon* pour le magazine *le Century* qui révèle, avec son *wooly horse*, l'affiche artistique aux Américains, l'exhubérante *Suzy Deguez* (1895), et les *Cycles Richard*, très sobre (1897), le *Je sème à tous vents* qu'il illustre pour Larousse, le sculpteur Falguière (1898) et, pour l'exposition de 1900 *L'Andalousie au temps des Maures.*



42. Pierre Bonnard. *France-Champagne.* 1891



43. Edouard Vuillard. *Becane* 1891

Au début des années 1890, l'influence des arts du Japon sur toute une génération de jeunes artistes amène des forces vives à l'affiche. Totalement imprégnés des gravures Ukiyo-E qui, à la suite des Goncourt et de quelques grands collectionneurs, sont devenues la mode du temps, ces jeunes talents trouvent dans l'estampe – et plus exactement la lithographie – un moyen d'expression adapté à leurs recherches. Comme le note André Mellerio[1] *ce qui frappe tout d'abord dans ce mouvement de la lithographie en couleurs, c'est, en même temps que le nombre, la diversité des artistes qui s'en sont occupés.* De l'estampe à l'affiche, il n'y a qu'un pas que tous ces artistes franchissent allègrement : ils y trouvent la possibilité de s'exprimer dans de grands formats, de se faire connaître du public et, ce qui n'est pas négligeable, de se faire quelque argent. Les Nabis, qui regroupent en 1889 Bonnard, Vuillard, Sérusier, Ibels, Valotton et Roussel, par leur amour des arts du Japon, sont tout désignés.

Bonnard ouvre le feu en 1891 avec *France-Champagne* : sur un fond jaune, en aplat, une jeune femme vivement cernée au milieu de la mousse qui déborde d'une coupe : on y lit l'influence d'Utamaro et de Gauguin qui venait d'exposer au café Volpini. Suivent *la Revue Blanche*, mystérieux portrait de Missia, femme de Thadée Natanson, l'animateur de la revue, deux affiches pour le *Figaro* et le *Salon des Cent.* Vuillard ne fait qu'une tentative pour l'apéritif Bécane, bizarrement composée; Valotton trois pour *l'Art nouveau*, le *Plan Commode de Paris* et *la Pépinière* où, à son habitude, il joue avec le cerne et les contrastes noir et blanc. Maurice Denis fait quelques tentatives dont la plus connue est la *Dépêche de Toulouse.* C'est Ibels qui est le plus prolifique. Amoureux des spectacles, comme son ami Lautrec, (ils signeront ensemble l'album de lithographies *Café Concert*), il fait les affiches d'Hélène Henry ou Jane Debary, le grand profil de *Mévisto, les grandes luttes au Casino de Paris* ainsi que, toujours sur le thème du spectacle, une parade pour *Pierrefort* et, pour le *Salon des Cent* un Arlequin, Pierrot, et une Colombine.

C'est, d'après Claude Roger-Marx, en découvrant sur un mur la *France-Champagne* de Bonnard que Lautrec, tout excité, se fit emmener chez l'artiste qui le présenta à Ancourt, son lithographe. Lautrec se passionne désormais pour cet art qu'il porte à son sommet : en moins de dix ans, il réalise près de 400 lithographies dont 31 affiches. Immédiatement après cette révélation, toujours en 1891, Zidler, le directeur du Moulin-Rouge dont il est un habitué lui propose le redoutable honneur de faire une affiche pour remplacer celle exécutée deux ans auparavant par Chéret : son coup d'essai est un coup de maître : Valentin le désossé, en gros plan prémonitoirement cinématographique et la masse noire des spectateurs qui calent le fond de l'image font ressortir la Goulue et son jupon éclatant (le papier blanc en réserve), radieuse sous les lampions jaunes. Dès cette première planche, Lautrec fait éclater son génie. A la vision neutre, extérieure de Chéret, il substitue une vision intérieure, vécue : alors que Chéret dessine son habituelle petite femme, gracieuse allégorie entourée de Pierrots sous les ailes du moulin, Lautrec nous montre ce qui se passe vraiment, peignant sans concessions les personnages tels qu'ils sont.

Quant aux affiches, Chéret a supprimé le noir – c'est admirable. Nous l'avons reintégré – ça n'est pas trop mal.



44. Henri-Gabriel Ibels. *L'Escarmouche.* 1893



45. Maxime Dethomas. *Montmartre.* 1897

Cette remarque que fait Lautrec à son ami Henri Nocq est parfaitement illustrée dans son affiche pour le Moulin Rouge, Passionné comme les Nabis par la gravure japonaise, Lautrec raffole des aplats de couleurs vives, de cernes puissants et de compositions hardies : il chahute les couleurs qui peuvent crier : jaune bleu et rouge pour Bruant à l'Eldorado jaune et bleu pour la chaîne Simpson; les mises en page sont dynamiques et hardies : quelques traits font une scène à la troupe de Madame Eglantine, à May Milton ou à Caudieux – il y joue à ravir de la diagonale qui donne le mouvement, et qu'on retrouve ascendante dans Babylone d'Allemagne et descendante dans la Vache Enragée, qui construit la table du souper de *Reine de joie* et le bar du Chap Book. Il n'hésite pas à couper la tête d'Yvette Guilbert dans le *Divan Japonais* et dresse une gigantesque contrebasse au premier plan de *Jane Avril au Jardin de Paris.* Pour le *Mirliton,* Bruant est représenté de dos, suprême défi aux conventions. Si son cerne est gras et puissant pour les spectacles, les sports ou des scènes dramatiques comme *Le Pendu,* il sait devenir tendre, comme sa palette, pour *Confetti,* le *Salon des Cent* (la passagère) ou la *Revue Blanche.* Certaines affiches enfin sont traitées comme des estampes, avec de savants crachis de couleurs douces (*Elles*), voire monochromes (*l'Aube, la Châtelaine*).

Après près d'un siècle, les affiches de Lautrec ont gardé toute leur force, toute leur modernité et leur popularité n'a cessé de croître.

Talent unique, Lautrec n'a d'ailleurs pas eu de disciple ni d'influence directe sur l'affiche française, viscéralement opposée à son expressionnisme. On peut seulement citer Jacques Villon dans *le Grillon* et *la Guinguette Fleurie,* Lobel (dont on ne sait rien) pour le *Salon des Cent* et *Pierrefort* et Maxime Dethomas (*Montmartre*).



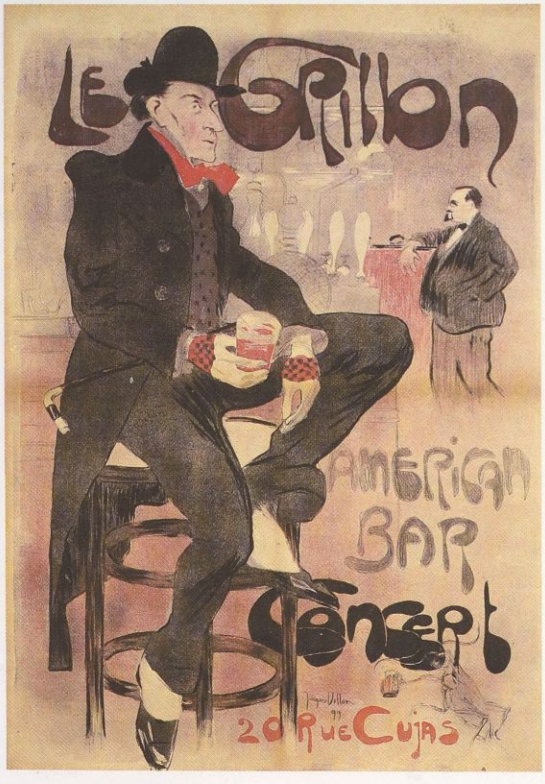
46. Henri de Toulouse-Lautrec. *Moulin Rouge*. 1891



47. Henri de Toulouse-Lautrec. *Divan japonais.* 1893



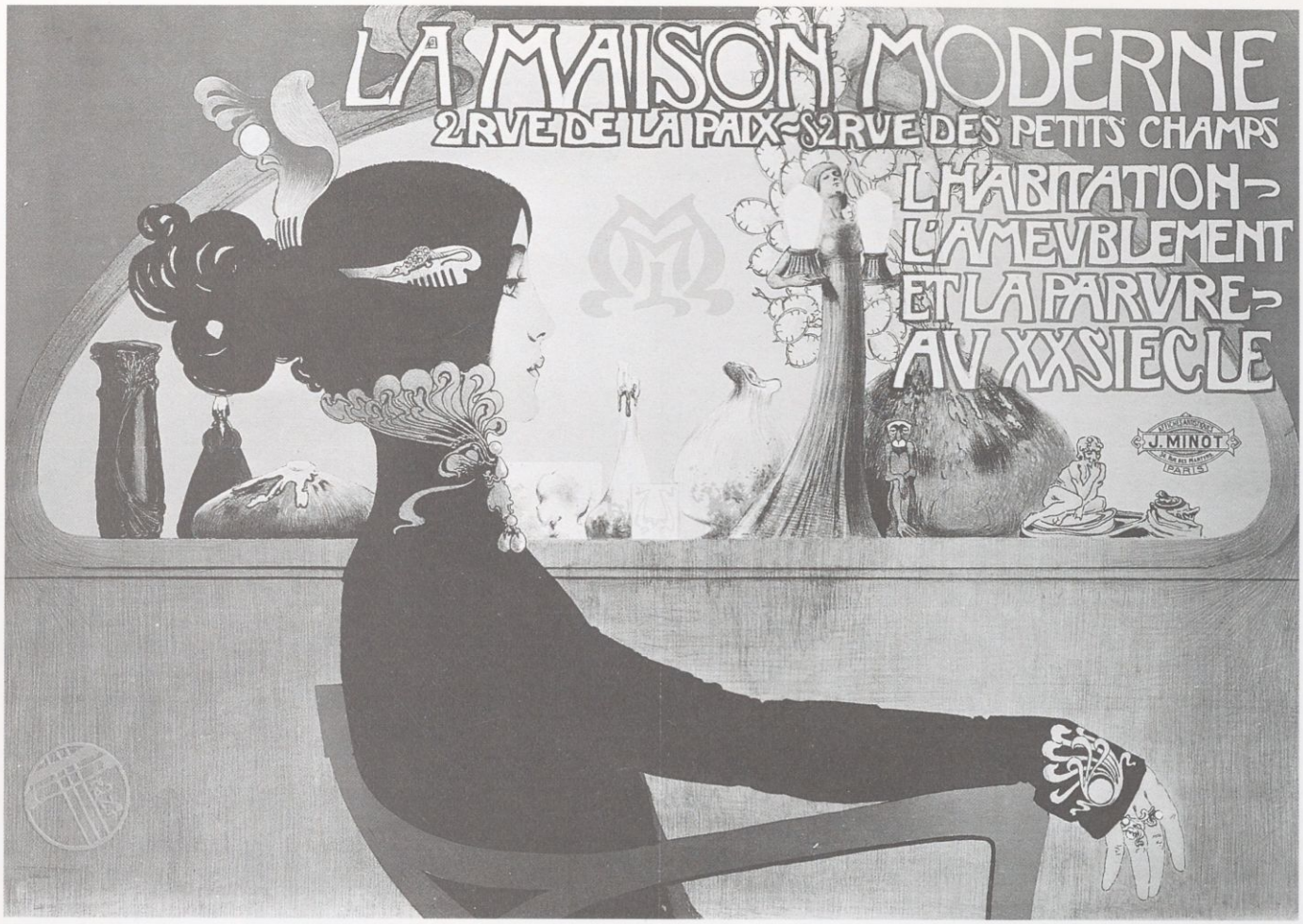
48. Henri de Toulouse-Lautrec. *Confetti.* 1896



49. Jacques Villon. *Le Grillon.* 1899



50. Henri de Toulouse-Lautrec. *May Milton.* 1895



51. Manuel Orazi. *La Maison Moderne.* 1900

Toujours au début des années 90, l'Art nouveau – Grasset et ses disciples-amènent d'autres forces vives à l'art publicitaire : il est dans la logique des choses que ces créateurs qui ont tous en commun de s'intéresser aux arts décoratifs dans leur ensemble se passionnent pour l'art publicitaire naissant. Paul Berthon, élève de Grasset, reprend en les développant les thèses de son maître: *Voyez-vous, notre nouvel art n'est et ne doit être que la suite et le développement de notre art français, étouffé par la Renaissance. Nous voulons créer un art original, sans autre modèle que la nature, sans autre règle que l'imagination et la logique, tout en utilisant, pour les détails, la faune et la flore de France et en suivant de très près les principes qui rendirent les arts du Moyen-Age si décoratifs... Je ne cherche qu'à copier la nature dans son essence même. Si je considère une plante comme un motif de décoration, je ne reproduis pas toutes les nervures de ses feuilles ni la teinte exacte de ses fleurs. J'aurai peut-être à donner à sa tige une ligne plus harmonieuse, plus géométrique ou à ses fleurs des couleurs originales telles que la plante que j'ai devant les yeux n'a jamais eues. Je n'hésiterai pas, par exemple, à peindre les cheveux de mes personnages en jaune, rouge ou vert si l'ensemble de la composition réclame ces coloris.*



52. Georges de Feure. *Affiches et estampes Pierrefort.* 1898



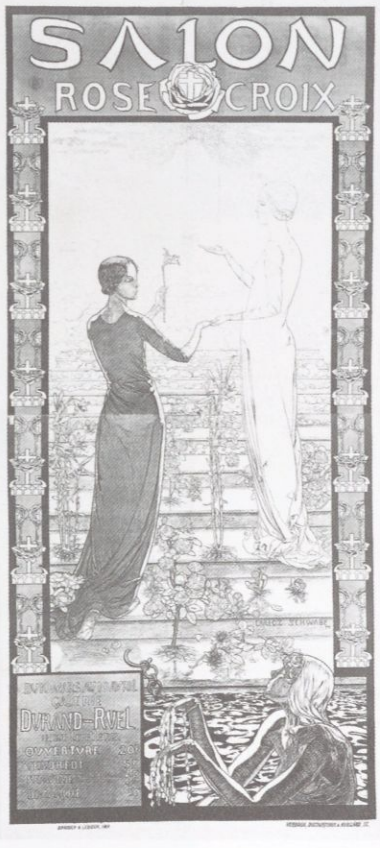
53. Paul Berton. *Salon des Cent.* 1895

Dans la pratique, Berthon a du mal à se dégager de l'influence de Grasset : son *Salon des Cent* est un démarquage de celui de son maître, tout comme *l'Araignée d'Or* ou *l'Almanach d'Alsace-Lorraine.* Il trouve cependant une palette originale, aux tons pastels et chauds, faite d'ocres, de jaunes, de marron et de rouges : il s'en sert pour *l'Ermitage* (1897), *Sainte Marie des Fleurs, le Livre de Magda* et *les Leçons de Violon* (1898), *la Source des Roches* (1899), *l'Extincteur Harden et les Arts Libéraux* (1900). Maurice Pilliard Verneuil, autre élève de Grasset fait une affiche pour le dentifrice du Docteur Pierre, plusieurs pour *le Monde Moderne,* et *le Laurenol N° 2* (1899) – il aplique les mêmes règles et les mêmes principes.

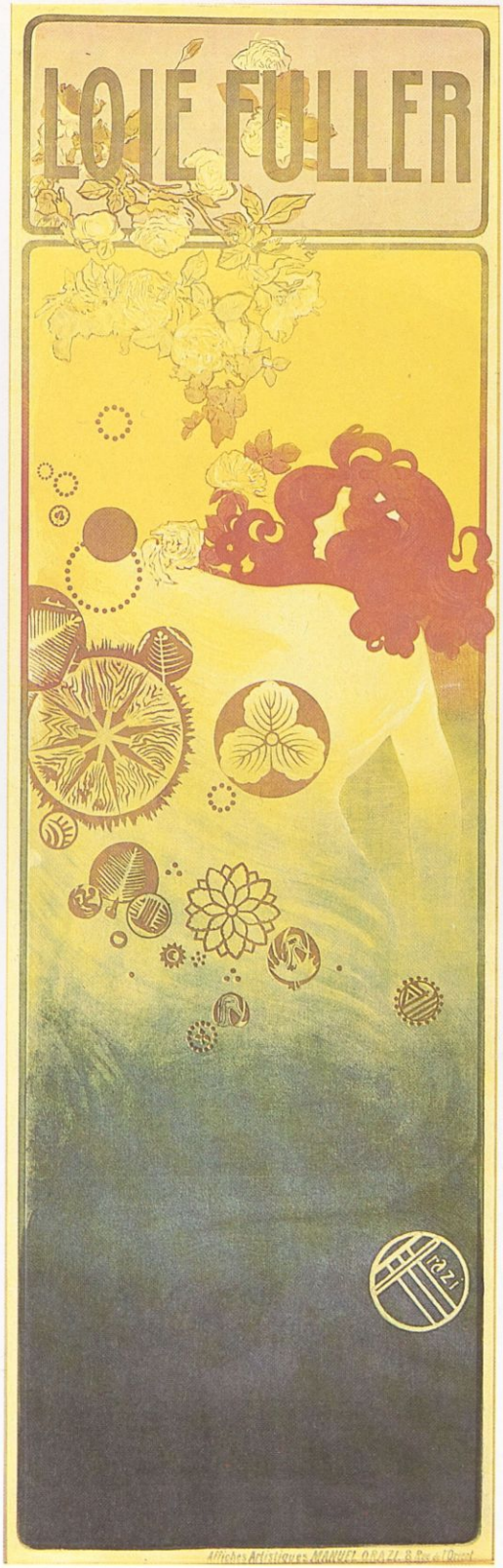
Manuel Orazi avait dès 1884 réalisé deux affiches pour Sarah Bernhardt dans *Théodora,* utilisant avant Mucha un fond mosaïqué, ainsi qu'un curieux placard pour *Thaïs* en forme de fragment de manuscrit. C'est bien après qu'il réalise ses vrais chefs-d'oeuvre après le *Rêve de Noël* pour Lyane de Pougy, tout en demie teinte que sont la *Loïe Fuller* à l'exposition de 1900, tirée en plusieurs gammes de couleur, et dont les motifs décoratifs vont bien au-delà du style nouille et, pour la *Maison Moderne,* le magasin de Meier-Graefe, un véritable inventaire des créations de l'Art nouveau. Si sa *Ligue Vinicole de France* est moins inspirée, il crée pour Contrexéville une affiche où éclatent les rouges, jaunes et bleus crus, composés avec une hardiesse qui fait penser à Hohenstein.

Georges de Feure (Georges Van Sluijters), Hollandais installé à Paris, aborde avec une grande variété et un égal bonheur toutes les disciplines des arts décoratifs. Ses affiches pour le *Salon des Cent* (1893), *Paris Almanach* (1894), la *Loïe Fuller* (1895) *Jeanne d'Arc, Pierrefort* (1896), *le Journal des Ventes* (1899) utilisent le type féminin et l'atmosphère symboliste chers à l'Art nouveau. Pour les Cafés-Concert, son style est plus cru, plus caricatural (Isita, Naya, Fonty, Edmée Lescot, Jane Derval...).

Il faut attendre jusqu'en 1895 pour qu'apparaisse celui qui incarne à ce point l'affiche de ce style qu'on lui a souvent donné son nom : Alphonse Mucha.



54. Carlos Schwabe. *Salon Rose Croix.* 1892



55. Manuel Orazi. *Loïe Fuller.* 1900



56. Alphonse Mucha. *La Dame aux Camélias.* 1896