

L'affiche-mémoire

L'affiche nous confronte à un double paradoxe. Éphémère et multiple, elle doit sa force à l'actualité qu'elle énonce et à la répétition de l'annonce. Puis, au fil du temps, pour peu que l'on veuille la sortir de l'anonymat elle se fait narration, récit d'un temps passé.

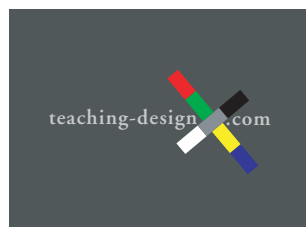
L'histoire peut alors dérouler un sujet d'une richesse insoupçonnée. L'anonymat des imagiers de la modernité industrielle se révèle parallèlement au regardeur. C'est là le deuxième paradoxe. Ces créateurs dont les images sont sans aucun doute parmi les plus diffusées dans nos sociétés dites avancées, souffrent d'un étonnant manque de reconnaissance. Seule l'histoire peut leur rendre justice en étudiant le lien entre leur production parfois considérable, la facture artistique de leur création, les comportements sociaux, les faits historiques qu'elles évoquent.

Le mois du Graphisme est bâti sur ce double paradoxe. Avec d'autres, il s'est donné pour ambitions de mieux faire comprendre le sens de l'image de communication visuelle, d'explicitier son lien avec le contexte culturel, social, politique, économique, quelle que soit l'époque de son édition.

Si le livre illustré accélère l'essor de l'affiche dès 1830, la réclame est bien le fruit de la révolution industrielle. Révolution des transports avec le chemin de fer et la machine à vapeur, organisation industrielle de la production, urbanisation croissante, produits créent les conditions nécessaires à l'émergence de la réclame, que l'on dénommera, plus tard, publicité.

Le peintre et affichiste Jules Chéret lui donne ses lettres de noblesses à la moitié du XIX^e siècle. À travers la reconnaissance de son œuvre dans le cadre de l'exposition universelle de 1889 et la décoration de la Légion d'honneur qu'on lui décerne, la publicité devient un art. Édouard Manet qui signera une belle affiche pour le roman « Les chats du Champfleury » le qualifiera de « Watteau des rues ». Une reconnaissance dont on trouve trace dans les œuvres des plus grands peintres tels Georges Seurat ou Paul Signac. « L'affichomanie » bat son plein, les collectionneurs se multiplient, les ouvrages se succèdent en cette fin du XIX^e siècle. S'adressant au grand public, l'affiche est un art populaire qui attire les peintres les plus novateurs, non sans susciter l'agacement de certains, qui à l'exemple de l'architecte Charles Garnier dénoncent ces « tire-l'œil barbares ».

N'en déplaise à ces virulents critiques, l'affiche égaye les mornes perspectives du préfet Haussmann. Elle apporte un renouveau visuel et permet à l'art de sortir dans la rue, de s'initier aux déambulations quotidiennes. Eugène Grasset, arrivé de Lausanne en 1871, s'engouffre dans cette voie et fait de l'**art nouveau**, à l'égal de William Morris et des **arts and crafts** en Angleterre, un support extraordinaire de l'art publicitaire conciliant art et industrie. Une autre voie est exploitée de belle manière, inspirée des graveurs japonais. Bonnard en sera le chef de file avec les Nabis, et après lui Toulouse-Lautrec.



Grâce à l'apport exceptionnel de ces artistes, l'affiche illustrée part à la conquête du monde industriel. Elle est du côté de la modernité. Au tout début du XX^e siècle, Jules Grandjouan lui ouvre les portes du syndicalisme et de la politique. L'affiche « Villeneuve-Saint-Georges », qu'il réalise en 1908 pour l'union des syndicats du département de la Seine est considérée comme la première affiche syndicaliste française illustrée. Une belle exposition lui a été consacrée par les membres du Reaga ces dernières années. L'exposition « Un combat, des symboles » en est la suite logique élargie à une bonne partie du continent européen.

Les avant-gardes du XX^e siècle. Expressionnisme allemand, Futurisme italien puis russe, Constructivisme, mouvement Dada, Surréalisme s'emparent du support et le portent à la plénitude du « poème tableau » sur les traces de Mallarmé. Essor économique sans précédent, progrès de l'industrie, consolidation des États nations souvent dans la douleur, alliés à la liberté de création vont donner à l'affiche l'impulsion que nous lui connaissons durant tout le XX^e siècle.

Il aura fallu quatre siècles à l'homme pour reprendre l'initiative d'une liberté corsetée par l'imprimerie et rendre à la lettre sa force iconographique. Dans les années 1930, Cappelletto surprend par ses images au message immédiat. L'affiche « Bouillon Kub » marque un tournant. C'est à cette époque que l'on peut situer la naissance du métier de graphiste prenant ses distances avec le peintre et l'illustrateur.

La voie est ouverte aux grands affichistes qui s'affirmeront jusqu'à la Deuxième Guerre mondiale. Cassandre, bien sûr, puis Loupot, Carlu, Collin marquent leur époque. Savignac en 1949 signe l'affiche qui le rend célèbre : la vache Monsavon. Réinventant le gag visuel (Mauzan en est, peut être, le précurseur) il réintroduit l'humour dans l'affiche française. L'idée répond au problème, sans pour autant se prendre au sérieux. Arrive la fin des années soixante avec son lot de contestations. Une nouvelle époque, de nouveaux styles de vie s'expriment et parfois s'opposent.

Le marketing, venu des États-Unis, laisse désemparé des affichistes comme Savignac, alors qu'une génération montante regarde du côté est vers Henryk Tomaszewski, et du côté ouest vers le Push pin studio de Milton Glaser et Seymour Chwast. Michel Quarez, Pierre Bernard, Gérard Paris-Clavel, Alain Le Quernec, Thierry Sarfis, notamment feront le voyage à Varsovie dans ces années soixante-soixante-dix. Plus tard, Michel Bouvet et quelques autres seront les passeurs de la créativité new-yorkaise sans oublier les leçons de leurs aînés. Une autre page de l'histoire de l'affiche est entrain de s'écrire, sans que l'on sache si avec elle s'achèvera l'aventure iconographique et sociale de l'affiche.

Il reste qu'elle jalonne l'histoire de nos sociétés. Elle est un signe de mémoire, un « lieu de mémoire » dirait (peut-être) Pierre Nora, recréant pour un temps l'espace public nécessaire au fonctionnement d'une société. Une histoire qui n'est pas sans heurts, ni conflits de toute sorte, où la déraison a souvent pris le dessus sur la raison. Il est d'autant plus urgent de réinsuffler l'esprit critique chez les regardeurs d'images trop passifs que nous sommes devenus. L'affiche demeure une généreuse école de regards pour peu qu'on s'y intéresse. Avec d'autres, le centre du Graphisme et de la Communication visuelle d'Échirolles s'y emploie.

Diego Zaccaria,
délégué général du centre du Graphisme et de la Communication visuelle