

DE LA CARICATURE À L’AFFICHE 1850 - 1918

18 février - 4 septembre 2016



Fig. 1 A. Guillaume, détail de *Amour et Cie*. Extrait de *viande*, vers 1896, lith. coul. Inv. 12883.2

L'exposition montre le rôle des caricaturistes dans l'histoire de l'affiche en France, notamment entre 1880 et 1918, lorsqu'ils prennent le relais des grands affichistes du XIX^e siècle, ceux qui ont été à l'origine du développement de l'affiche commerciale et artistique, ceux de l'Affichomanie (Chéret, Toulouse-Lautrec, etc.).

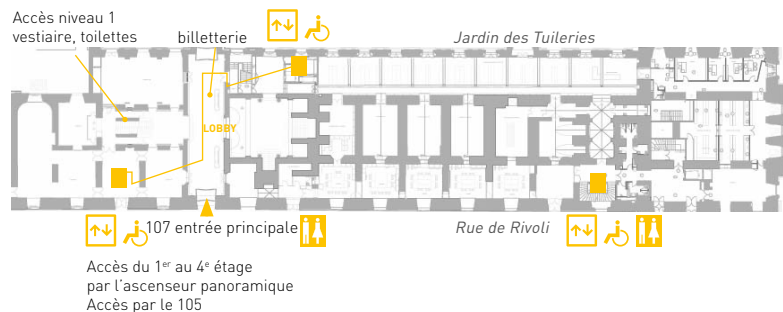
Héritiers d'une longue tradition de caricature en France, bénéficiant d'un contexte social et politique favorable, les affichistes issus de la caricature sont présentés sous forme de petites monographies au cours du cheminement de l'exposition.

Sauf mention particulière les œuvres citées sont des affiches.

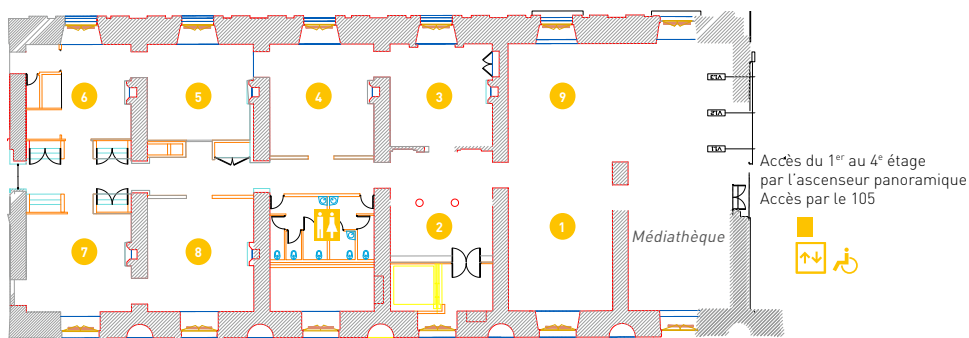
Durée de visite : 1h30

Les Arts Décoratifs
107, rue de Rivoli 75001 Paris
Tél. 01 44 55 57 50

NIVEAU 0



NIVEAU 3



1. L'HÉRITAGE : 1850-1970
2. UN CONTEXTE FAVORABLE : LES ANNÉES 1880
3. LES CARICATURISTES ET L'AFFICHE COMMERCIALE
4. GUSTAVE BLANCHOT, DIT GUS BOVA
5. ADRIEN BANEUX DIT BARRÈRE
6. GUSTAVE JOSSOT
7. GEORGES GOURSAT DIT SEM
8. EUGÈNE OGE, JOE BRIDGE, MARIUS ROSSILLON
9. LES HUMORISTES
10. « LA GUERRE DES CRAYONS », 1914-1918

L'HÉRITAGE : 1850-1870 salle 1

Ces affichistes héritent d'une longue tradition depuis l'époque romantique, des caricatures de Daumier à celles de Cham, qui ont dû s'adapter à la censure, incessant balancement entre répression et libéralisation.

Touchatout (1835-1910), farouchement opposé au Second Empire, subit plusieurs fois la censure. Se caricaturant lui-même et reprenant à son compte la « folie » présumée des caricaturistes, il se représente en pirate ailé avec une araignée au plafond... dominant le monde qu'il observe à la longue vue (Fig. 2 *Le Tour du monde tintamarresque*, 1874, gravure coloriée au pochoir, Inv. 9105).

Chaque caricaturiste développe un style de dessin propre. Ainsi, on reconnaît le travail d'**André Gill** (1840-1885) par ses personnages au corps raccourci, jambes collées au buste et grosse tête. Ses dessins novateurs pour *La Lune* provoquent la surprise et le sourire.

La Lune : hebdomadaire fondé en 1865, très anti-Napoléon III, dont Gill fut le dessinateur vedette avec ses portraits chargés de célébrités contemporaines. Censuré en décembre 1867, il disparaît en janvier 1868, remplacé 10 jours plus tard par *l'Éclipse* qui disparaît à son tour en 1876 et renaît avec *La Lune rousse* (Affiche *La Lune rousse*, 1876, lith. coul. inv. 16600 bis). Les caricaturistes sont donc à l'œuvre dès 1875 pour participer au monde de la publicité qui évolue et qui force les affichistes à s'organiser face à la montée de la publicité anglo-saxonne.

UN CONTEXTE FAVORABLE : LES ANNEES 1880 Salle 2

Le dernier quart du XIX^e siècle représente un moment faste pour le développement de la caricature et l'usage de ses ressorts dans la publicité :

- La loi de Libéralisation de la Presse et de l'Affichage en juillet 1881 permet la création de multiples titres, parfois très éphémères mais néanmoins très créatifs.
- Un contexte politique et social très animé avec scandales économiques et politiques, et grands débats sociétaux.

La caricature - comme l'affiche, qui délivrent toutes deux un message polysémique - joue de concentrations, d'ellipses, de raccourcis, de suggestions, de contrastes. Le caricaturiste sait pointer les sujets sensibles de la société, de la politique, de la religion. Ses images suscitent l'adhésion ou le rejet. Dans tous les cas, elles déclenchent l'intérêt, la curiosité.

L'Assiette au beurre (1901-1912) l'a très bien compris. Elle se distingue par des innovations graphiques : au moins 16 pages entièrement vouées à l'illustration, conception de chaque numéro confiée à un seul artiste ou dédiée à un seul thème, comme un album. C'est un véritable « laboratoire » de styles, de formes et de couleurs, un panorama de l'envers du décor de la Belle Époque. Son nom - expression populaire désignant la corruption et les abus de pouvoir - résume à lui seul son programme éditorial : les artistes « mordent » féroce-ment les problèmes sociétaux.

Dans l'affiche présentée, **Eugène Cadet** (1901-1905) utilise la puissance de son dessin pour affirmer le rôle de la classe ouvrière : un ouvrier torse nu, est debout appuyé sur sa pioche, face à la société toute entière en marche, sur laquelle flotte le drapeau rouge, une image proche des 3 ordres de l'Ancien Régime, dont la silhouette de la Bastille à gauche rappelle l'histoire (Fig. 3 *L'Assiette au beurre*, 1901, lith. coul. Inv. RI 2005.101.3).

Que ce soit pour moquer les mœurs bourgeoises et la bêtise humaine, dénoncer l'affairisme et l'opportunisme politique, militer pour la séparation de l'Église et de l'État, fustiger la politique coloniale des grandes nations, combattre l'antisémitisme ou simplement promouvoir l'humour littéraire et artistique fin de siècle, les caricaturistes prennent part aux grands débats.

Devant la masse des nouveaux titres, il faut de nouvelles stratégies visuelles pour se distinguer des autres sur les kiosques par exemple : les caricaturistes savent par leurs dessins attirer l'œil du passant-consommateur, une cible nouvelle mais une cible comme celles des sujets des caricatures (Jules Grandjouan, Journal *Le Rire*, n° 406, 16 août 1902, centre de documentation).

Le Rire (1894-1971) est la revue la plus importante jusqu'après la première Guerre mondiale. Sa réussite tient au prestige des plus grands noms du crayon, associés à d'illustres plumes : Léandre, Caran d'Ache... Tous les styles et toutes les opinions cohabitent. Cette revue a été déclinée avec **Le Sourire** (créé en 1899 par Alphonse Allais, plus léger que *Le Rire*) ; avec une version belge ; et dans un pavillon de l'Exposition universelle de 1900 « La Maison du rire ».

Parmi les cibles, l'action des politiques continue d'être épinglée, notamment lors de l'Affaire Boulanger (1887-1889).

La révision constitutionnelle est au cœur des débats parlementaires de la III^e République. Le très populaire général Georges Boulanger (1837-1891) réunit autour de sa personne les mécontents qui rêvent pour lui, d'un coup d'état. Ici, les députés opportunistes et corrompus sont balayés au sens propre comme au figuré comme le souhaitent les partisans de Boulanger (Fig. 4 Alfred Le Petit (1841-1909), *La Révision*, vers 1888, lith. coul. Inv. 16513).

L'anticléricalisme fait partie du contexte politique fin de siècle, sujet de luttes acharnées dans la presse menées par *La Lanterne*, journal anticlérical (1877-1938). (Fig.5 Eugène Oge, *La Lanterne*, 1902, lith. coul. Inv. 10984). Ici, l'homme chauve-souris et sa nuée de corbeaux forment l'allégorie de l'Église plongeant la société dans l'obscurantisme, ce que *La Lanterne* combat par son éclairage humoristique. Cette affiche inaugure une propagande par l'image orchestrée par le journal et qui jouera un rôle important dans le combat pour la laïcité jusqu'à la loi de séparation de l'Église et de l'État en 1905.

L'Affaire Dreyfus (1894-1906) provoque la création de nombreux titres de presse pour ou contre le capitaine, présentés côte à côte dans l'exposition et permettent de poser les questions très actuelles de censure ou d'autocensure, des limites de la liberté d'expression.

Le Musée des horreurs (1899-1901) hebdomadaire antidreyfusard apparaît au lendemain de la grâce de Dreyfus : atypique, simple recto avec un portrait charge en pleine page d'un dreyfusard animalisé (Dreyfus en serpent, Zola en porc).

Un supplément, *Le Musée des patriotes*, rend au contraire hommage aux héros antidreyfusards (H. Rochefort) sous forme de portraits flatteurs (Fig. 6 Victor Lenepveu, planche illustrée *Le Musée des horreurs*, n° 4. *Le Roi des porcs* (É. Zola), 1899, lith. coul. Inv. 16558.1).

LES CARICATURISTES ET L'AFFICHE COMMERCIALE Salle 3

La seconde partie de l'exposition montre la diversité des affichistes issus de la caricature par de petites monographies.

Les annonceurs ont vite compris l'intérêt de faire travailler les caricaturistes. Leurs techniques font d'eux les meilleurs alliés des publicitaires qui veulent une affiche efficace et suggestive, comme la une d'un journal. Dès cette époque, l'affichage urbain devient un enjeu stratégique. Le réseau s'étend au quai des métros et des gares. L'affiche s'agrandit et doit se voir de plus en plus loin. La force de l'image devient capitale.

Une personnalité se détache au tournant du siècle : **Leonetto Cappiello** (1875-1942).

Il fait le lien entre les époques : ami de Toulouse-Lautrec et de Chéret, et plus tard mentor des 4 mousquetaires de l'affiche - Cassandre, Colin, Carlu, Loupot -, qui le remercient dans les années 1920 d'avoir repris le flambeau et d'avoir fait face à la poussée de la publicité anglo-saxonne contre les affiches artistiques.

Il commence comme caricaturiste du monde du spectacle, s'intéressant particulièrement aux actrices (Album *Nos actrices*, 1899, Éditions de La Revue blanche BAD, Réserve D128). Il les croque en mouvement, les stylise : « La caricature devient ainsi, non pas la déformation, mais l'exagération du trait dominant. Trouver ce trait dominant, voilà tout le problème et, si vous voulez, toute ma méthode. »

Puis, il agrandit ses dessins d'abord pour des affiches de théâtre ou des publications (*Le Frou-Frou*, 1899, lith. coul. Inv. 19020.1) puis pour des annonceurs (*Grands Chais du Médoc*, 1901, lith. coul. Inv. 16002.1).

L'épuration des silhouettes, sans décor, sans perspective, le cerne net du contour des couleurs primaires, le trait nerveux, évoquent le japonisme à la mode.

Cappiello participe à l'évolution d'une profession en mutation et théorise sa conception de l'affiche, à la fois artistique et efficace commercialement.

L'affiche pour le chocolat Klaus en 1903 l'impose comme un maître (Fig. 7 *Chocolat Klaus*, 1903, lith. coul. Inv. 12840.1). Impensable à l'époque, le dessin - une femme verte sur un cheval rouge - n'a rien à voir avec le chocolat mais l'incarne ! Il est tellement frappant qu'il assure le succès de l'auteur et de la marque. Cappiello inaugure le fond sombre et la dissonance des plans chromatiques qui font vibrer les murs, et apparaît comme « fauve avant les fauves », continuant le travail amorcé par Toulouse-Lautrec : descendre l'art dans la rue.

Il est en quête de « l'arabesque », ligne sinueuse, épine dorsale de la composition, même lorsque les affiches changent d'échelle et atteignent plusieurs mètres (*Grands Magasins des Cordeliers Lyon*, 1904, lith. coul. Inv. 12890).

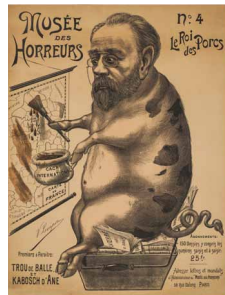
Salle 4 Gustave Blanchot, dit Gus Bofa (1883-1968) fait sa 1^{re} affiche en 1903. Son trait synthétique et immédiatement lisible répond aux besoins de l'affiche commerciale. Il prend des principes quelques fois étonnants, comme ici, où il vante une voiture de luxe à l'aide des figures d'un vagabond et de son chien. Devant le succès, ces figures identifiées, Tom et le chien Sam, sont déclinées pendant plusieurs campagnes jusqu'à incarner la marque (Fig. 8 *Ils viennent tous à la Charron*, 1914, lith. coul. Inv.19753).



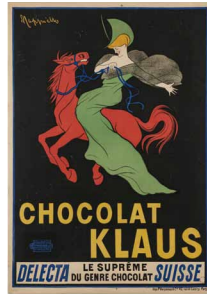
2



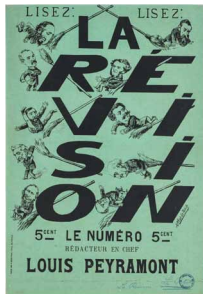
3



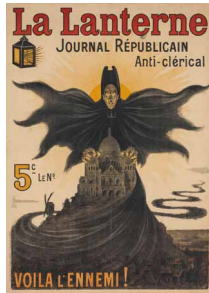
6



7



4



5



8



10



9



11



12



13

Fig 2 : Léon Bienvenu dit Touchatout, *Le Tour du monde tintamarresque*, 1874, gravure coloriée au pochoir. Inv. 9105. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 3 : Eugène Cadel, *L'Assiette au Beurre*, 1901, lith. coul. Inv. RI 2005.101.1. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 4 : Alfred Le Petit, *La Révision*, vers 1888, lith. coul. Inv. 16513. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 5 : Eugène OGe, *La Lanterne*, 1902, lith. coul. Inv. 10984. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 6 : Victor Lenepveu, *Musée des Horreurs n° 4. Le Roi des porcs. (É. Zola)*, 1899, lith. coul. Inv. 16558.1. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 7 : Leonetto Cappiello, *Chocolat Klaus. Delecta. Le suprême du genre Chocolat*, 1903, lith. coul. ; Inv. 12840.1. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 8 : Gustave Blanchot, dit Gus Bofa, *ils y viennent tous à la Charron*, 1914, lith. coul. Inv. 19753. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 9 : Adrien Baneux dit Barrère, *Professeurs de la faculté de médecine*, 1904, lith. coul. Inv. 12523. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 10 : Gustave Jossot, *Guignolet Cointreau*, 1898, lith. coul. Inv. 12437. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 11 : Georges Goursat dit SEM, *La Bénédictine*, 1911, lith. coul. Inv. 19522. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 12 : Auguste Roubille, *Brillant Géolin. Pour nettoyer l'argenterie, les pâte à argenter*, lith. coul. Inv. 12455.1. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Fig 13 : Francisque Poulbot, *Emprunt national 1920, Banque de Paris et des Pays-Bas*, 1920, lith. coul. Inv. RI 2015.1.11. © Les Arts Décoratifs / Jean Tholance

Salle 5 Adrien Baneux dit BARRERE (1874-1931) accède à la notoriété en publiant des planches représentant les professeurs de la faculté de médecine et de l'école de droit où il a fait ses études. (Fig. 9 planches illustrées, *Professeurs de la faculté de médecine*, 1904, lith. coul. Inv.12523). Son talent à saisir avec justesse l'expression de ses sujets en fait rapidement un affichiste convoité, parfois pour de grands formats comme ici une affiche qui frappe par son aspect « signalétique » moderne dans la ronde des petits livres humanisés et animés par une Mary Poppins toute en sinuosités Art nouveau (*Le Monde illustré*, 1907, lith. coul. Inv. 12878). Le rôle qu'a joué la caricature dans le renouvellement de l'affiche est important parce qu'elle tend à une simplification graphique, marqueur de l'entrée de l'affiche dans la modernité. C'est particulièrement vrai avec l'un des caricaturistes présentés dans la salle suivante.

Salle 6 Gustave JOSSOT (1866-1951) se forme à Paris dans les ateliers libres et se passionne pour les symbolistes et les Nabis. Il définit la caricature comme un art exclusif de la déformation. L'affiche *Sales Gueules* (1896, lith. coul. Inv. 12603) en est une parfaite illustration. On y trouve la synthèse et l'ellipse graphiques, procédés de la caricature mais au service de la clarté du message publicitaire. Pour lui, il ne s'agit pas de suggérer l'emptette par l'agréable, mais l'affiche doit « hurler et violenter le regard du passant ». Le laid ne sert pas de repoussoir mais qualifie les personnages auxquels le passant est appelé à s'identifier.

Cette curieuse façon de faire s'affirme dans son travail pour Cointreau (Fig. 10 *Guignolet Cointreau*, 1898, lith. coul. Inv. 12437) : la dimension populaire du personnage inspiré du guignol est gommée par un aspect tête de mort peu encline à faire apprécier les effets de la boisson pourtant à vendre...

Jossot est aussi connu pour des affiches immenses où l'humour fonctionne comme une valeur ajoutée, notamment quand il vante les mérites d'une imprimerie en montrant un lithographe épuisé, couché sur son immense pierre (*Imprimerie Camis*, 1897, lith. coul. Inv. RI 2015.1.1). À l'opposé du trait expressionniste de Jossot, le trait délicat de Sem, caricaturiste et dandy, peut être observé dans la salle suivante.

Salle 7 Georges Goursat dit SEM (1863-1934) met en pratique dans ses affiches l'art du raccourci (Fig. 11 *La Bénédictine*, 1911, lith. coul. Inv. 19522). Ici, le garçon de café est croqué dans son attitude de service traditionnelle, par quelques traits synthétiques, le noir et blanc de son costume se détachant sur un fond jaune vif. Au dynamisme des lignes courbes du corps et de la marque, répond la stabilité du plateau présentant magistralement le produit très identifiable.

Auguste ROUBILLE (1872-1955) réalise quelques affiches commerciales, aux couleurs étonnantes, décoratives mais sans détails superflus, avec une typographie soignée, et une stylisation serpentine des figures, très Art Nouveau (*La Motocyclette Werner*, 1903, lith.coul. Inv.14491).

Son style graphique évolue vers une expression plus personnelle avec un trait synthétique, déformant et expressif, rehaussé par de grands aplats de couleurs vives (Fig.12 *Brillant Géolin* 1905-1910, lith. coul. Inv. 12455.1) : féministe avant l'heure, c'est la matrone à l'arrière-plan de l'affiche a l'air de donner une claque sur les fesses du militaire en train de se mirer dans une casserole très bien astiquée...

Salle 8 Trois personnalités s'exposent : Eugène Oge (1861-1936), Joe Bridge (1886-1967) et Marius Rossillon, devenu O'Galop (1867-1946) révélé par Michelin (*Nunc est Bibendum*, 1898, lith. coul. Inv. 11187).

Salle 9 LES HUMORISTES : Grün, Forain, Léandre, Steinlen, Willette, Faivre

La génération des dessinateurs de presse autour de 1900 cherche à faire évoluer son statut vers la reconnaissance artistique. Ils se définissent comme des « humoristes » pour affirmer une rupture stylistique et technique par rapport à leurs prédécesseurs « caricaturistes ».

Leurs affiches décoratives utilisent souvent la cocotte tentatrice.

Deux affiches de Jules-Alexandre Grün (1868-1938) presque semblables, évoquent la censure (Scala. *Enfin seuls !*, 1901, lith. coul. Inv. 11171 et Scala. *Enfin seuls !*, 1901, lith. coul. Inv. 12548.1). La première a été censurée, la mariée étant nue. La deuxième est donc habillée mais de format plus petit par manque de moyens...

Salle 10 « LA GUERRE DES CRAYONS » 1914-1918

Les affiches de la guerre de 1914-1918, instruments de propagande, concourent massivement à la mobilisation des ressources humaines et financières, sous haute surveillance car la censure est de retour.

Maurice Leroy (vers 1887-ap. 1955) reprend l'idée de l'Anastasia de Gill (vieille femme aux grands ciseaux personnifiant la censure créée en 1874), (*La Guerre et les Humoristes. Exposition*, 1917, lith. coul. Inv. RI 2015.42).

L'efficacité de l'art de Abel Faivre (1867-1945) est bien utilisée dans les affiches pour les emprunts patriotiques, affiches ancrées dans la mémoire collective (*On les aura, 2e emprunt de la Défense nationale*, 1916, lith. coul. Inv. 10153).

Francisque Poulbot (1879-1946) élimine aussi ce qui n'est pas essentiel à la lisibilité et à l'efficacité du message (Fig. 13 *Emprunt national 1920 Banque de Paris et des Pays-Bas*, 1920, lith. coul. Inv. RI 2015.1.11). Ici, la charmante petite Marianne livre progressivement sa douleur à notre regard. De son visage surmonté du bonnet phrygien, nos yeux tombent vers sa robe tricolore déchirée, un paysage ruiné, jusqu'au slogan qui appelle à la souscription.

Quelques caricatures plus récentes dans le dernier espace (salle 11) viennent en contrepoint pour montrer la continuité des moyens offerts par la caricature. Un écho à l'actualité depuis janvier 2015...

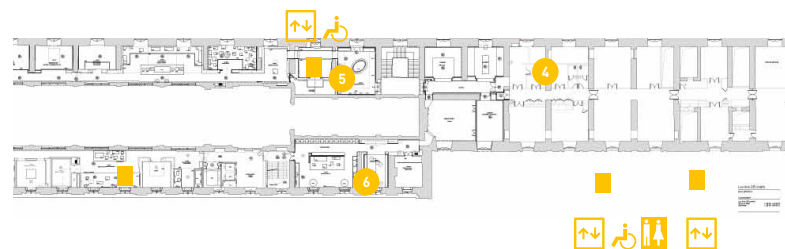
BIBLIOGRAPHIE

- *De la caricature à l'affiche 1850-1918*, catalogue de l'exposition sous la direction de R. Bargiel, Les Arts Décoratifs, 2016
- *50 ans de publicité*, Les Arts Décoratifs, 2009
- *La Presse à la Une*, catalogue de l'exposition sous la direction de Ph. Mezzasalma, BnF, 2012

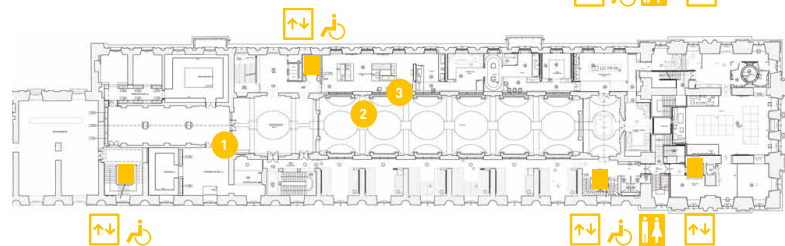
PISTES

- Les départements du XIX^e s et du XX^e s du MAD pour des rapprochements historiques et esthétiques.
- « Fashion Forward, Trois siècles de mode », exposition du musée de la Mode et du textile, jusqu'au 14 août 2016.

4^e ÉTAGE

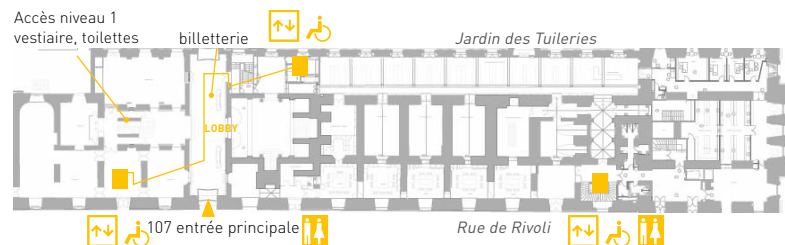


3^e ÉTAGE



Accès du 1^{er} au 4^e étage
par l'ascenseur panoramique

NIVEAU 0



Accès du 1^{er} au 4^e étage
par l'ascenseur panoramique
Accès par le 105

SERVICE DES PUBLICS

AIDE À LA VISITE, n° 43
Département pédagogique et culturel

ACCÈS

Les Arts Décoratifs
107, rue de Rivoli
75001 Paris
Tél. 01 44 55 57 50
www.lesartsdecoratifs.fr

Ouverture du musée

du mardi au dimanche de 11h à 18h
nocturne le jeudi de 18h à 21h dans les
expositions temporaires uniquement
fermé le lundi

Métro

Palais-Royal, Pyramides, Tuileries

Autobus

21, 27, 39, 48, 68, 69, 72, 81, 95

Parkings

Carrousel du Louvre, Pyramides

Station Vélib'

Station 1015

Accès pour les personnes en situation de
handicap : le musée est accessible par le
105 rue de Rivoli 75001 Paris

DÉPARTEMENT PÉDAGOGIQUE ET CULTUREL

Pour les jeunes de 4 à 18 ans
ateliers parcours et visites guidées pour les
groupes de 4 à 18 ans,
renseignements et réservations
mail : jeune@lesartsdecoratifs.fr
Tél. 01 44 55 59 25 / 75

Pour le public étudiant et adulte
visites pour les groupes,
renseignements et réservations
mail : adac@lesartsdecoratifs.fr
Tél. 01 44 55 59 26 / 75

TARIFS

plein tarif : 11 €
tarif réduit : 8,50 €

Entrée gratuite pour les moins de 26 ans
de l'Union européenne (UE). Le billet donne
accès au musée des Arts décoratifs (hors Nef)
et aux expositions de la publicité.

En groupe

**Visites guidées en français et en anglais,
destinées au public jeune, étudiant et adulte
Pour les jeunes (4-18 ans) et les étudiants
(18-25 ans) de l'Union européenne (UE)**

visites guidées (1h) en français :

65 € / groupe

visites guidées (1h) en anglais :

75 € / groupe

visites guidées (1h30) en français :

95 € / groupe

visites guidées (1h30) en anglais :

110 € / groupe

Pour les étudiants (18-25 ans) hors UE

visites guidées (1h) en français :

85 € / groupe

visites guidées (1h) en anglais :

95 € / groupe

visites guidées (1h30) en français :

115 € / groupe

visites guidées (1h30) en anglais :

130 € / groupe

Pour les adultes (+ 26 ans)

visites guidées (1h30) en français :

120 € / groupe + 8,50 € / personne

visites guidées (1h30) en anglais :

130 € / groupe + 8,50 € / personne

visites guidées (2h) en français :

145 € / groupe + 8,50 € / personne

visites guidées (2h) en anglais :

160 € / groupe + 8,50 € / personne

**Les groupes sont limités
à 25 personnes maximum**