

MINISTERE DE LA CULTURE ET DE LA COMMUNICATION

QUAND L’AFFICHE FAISAIT DE LA RECLAME !

L’AFFICHE FRANCAISE DE 1920 à 1940

13 novembre 1991 - 3 février 1992

Musée national des arts et traditions populaires
6 avenue du Mahatma Gandhi
75116 Paris



Exposition organisée par la Réunion des musées nationaux

COMMISSAIRES

Réjane Bargiel, conservateur au Musée de la Publicité.
Jocelyne van Deputte, chargée de mission au Musée Carnavalet.
Henriette Touillier, chargée de recherche au C.N.R.S., chargée de mission au Musée national des arts et traditions populaires.

PUBLICATION

Catalogue rédigé par Réjane Bargiel, Jocelyne van Deputte et Henriette Touillier.
Ed. RMN.

SCENOGRAPHIE

Agence Pylône : Jean-Paul Boulanger, Margo Renisio.

RENSEIGNEMENTS PRATIQUES

Horaires : tous les jours, sauf le mardi, de 9h45 à 17h15.

Prix d'entrée : 16 F, tarif réduit et dimanche : 11 F.

Visites de groupes : se renseigner au musée ☎ (1) 40 67 90 00 Poste 470.

Métro : Sablons.

Autobus : 73.

RELATIONS AVEC LA PRESSE

Réunion des musées nationaux
Sylvie Poujade, Marianne Lemarignier
34 quai du Louvre 75041 Paris 01
☎ (1) 42 60 39 26 Poste 3862.

QUAND L’AFFICHE FAISAIT DE LA RECLAME !

L’AFFICHE FRANCAISE DE 1920 à 1940

Signées des plus grands noms, Cappiello, Carlu, Cassandre, Loupot... - qui mirent leur talent aussi bien au service de produits de consommation courante qu’à celui de la mode et du spectacle ou du tourisme et du sport - ces affiches, exposées au Musée national des arts et traditions populaires, permettent de retracer l’évolution de cette forme d’expression artistique dans le contexte de la publicité régie par des impératifs économiques, industriels et commerciaux nouveaux.

Cette exposition, qui a remporté un grand succès lors de sa présentation au Japon au printemps dernier, rassemble 115 affiches françaises des années 1920-1940.

L’affiche apparaît au XIXe siècle, ère de l’industrialisation et du commerce. Très vite peintres et illustrateurs - Toulouse-Lautrec, Mucha, Chéret, Steinlen - prêtent leur talent à la publicité naissante.

La rue devient un musée en plein air, on collectionne et on expose les affiches, des revues leur sont consacrées, elles deviennent un "art".

S’il était recommandé en 1895 d’avoir une affiche dessinée par Mucha ou Chéret, entre 1900 et 1914, les annonceurs veulent "leur" Cappiello !

La période comprise entre les deux guerres va se révéler capitale pour la publicité. Après la guerre, le pays est secoué par une terrible envie de vivre, une frénésie de nouveauté, une débauche de rythmes, de couleurs... Le bouillonnement artistique se double d’un formidable essor économique. On crée, on propose, on impose un nouvel art de vivre dont les bases reposent essentiellement sur la consommation. La publicité joue ainsi un rôle de premier plan et participe à cette évolution.

Un nouveau professionnel apparaît alors "le publicitaire" qui remet en cause le statut de l’affichiste. La définition de l’affiche et de sa fonction fait l’objet de conférences, d’interviews et suscite polémiques et controverses, autant de témoins de la vitalité et du bouillonnement d’idées d’un art en pleine mutation.

Inscrite dans une démarche commerciale globale, l’affiche française de cette époque se situe dans le courant du graphisme européen marqué par les créations du Bauhaus en Allemagne, de l’affiche-objet en Suisse et du courant futuriste qui traverse l’affiche italienne. L’appartenance à l’Union des Artistes Modernes (U.A.M.) d’affichistes français tels Carlu, Loupot, Colin, Cassandre... est capitale pour le développement d’un art qui bénéficie des recherches typographiques et de la réflexion menée sur les rapports du texte et de l’image.

Les différents types de l’affiche reflètent des mouvements artistiques très différents et très riches :

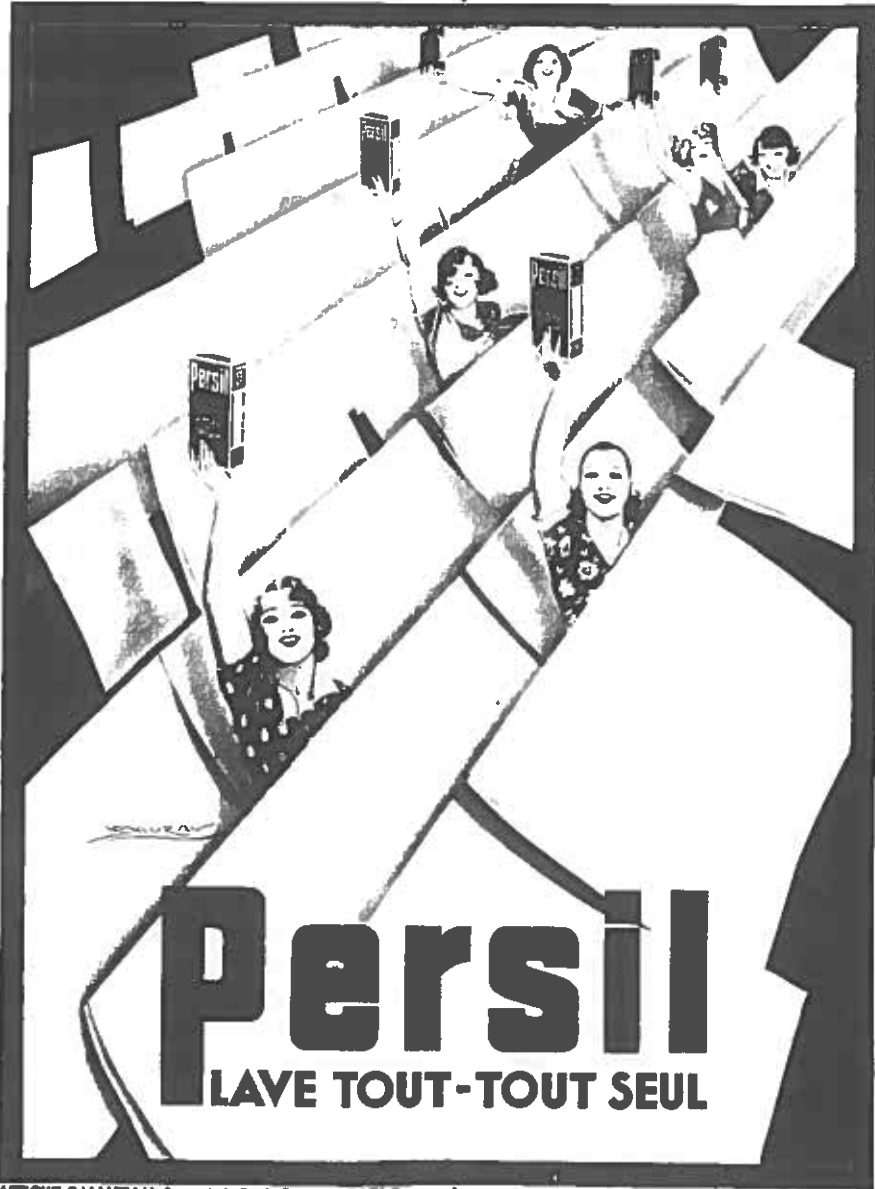
- Inspirée du machinisme, du cubisme et du constructivisme.

"Léger a parfaitement défini les liens des jeunes affichistes avec le cubisme : il a toujours dit que nous avons participé au mouvement avec nos moyens et que nous avons, dans le domaine de l’affiche, avec les mêmes aspirations, trouvé notre manière". (Jean Carlu).

- Dans la filiation de l’illustration, du dessin de mode, du maniérisme dont le plus parfait exemple reste **La Gazette du Bon Ton**.

- Issue du mouvement dit des "Arts décoratifs" culminant avec l’Exposition des Arts Décoratifs de 1925.

Si l’exposition des Arts Décoratifs de 1925 marque le triomphe de l’affiche, l’Exposition Internationale de 1937 sera celui de la publicité.



ATTACHE MAUZAN 4, rue de la Rochefoucauld, PARIS

LUCIEN-ACHILLE MAUZAN [1883-1952]
LITHOGRAPHIE - 160 x 117,5 CM
PARIS, MUSEE DE LA PUBLICITE

EN MARCHE VERS LA SOCIÉTÉ DE CONSOMMATION

"La publicité c'est du vent, mais un vent qui fait tourner les moulins"

Depuis les débuts de l'industrialisation des deux dernières décades du XIXe siècle, l'affiche fait vendre des produits qui, pour la plupart, n'ont pas de caractère de nécessité au moment où ils apparaissent sur le marché. Pour écouler cette masse de marchandises, il faut donc créer de nouveaux besoins que la publicité va aider à imposer.

Ce mouvement s'amplifie considérablement au début des années 1920 et la création, en 1923, du Salon des Arts Ménagers englobant tout ce qui contribue au confort du foyer, montre l'importance prise non seulement par la performance technique d'appareils de plus en plus nombreux, mais aussi par leurs qualités esthétiques ainsi que par les significations sociales que comportent leur acquisition. La publicité met en place pour l'ensemble de la production, de l'automobile à la moutarde, du champagne à l'exposition, du produit le plus sophistiqué (mode, parfum, etc...) au plus simple (savon, bière), une stratégie du désir que rien n'arrêtera plus. Il faut consommer. La crise de 1929 ralentira momentanément ce mouvement qui repartira jusqu'à la veille de la Seconde guerre mondiale.



JOËL MARTEL [1846-1966]
LITHOGRAPHIE - 119 x 79 CM
PARIS, MUSÉE DE LA PUBLICITÉ

L'AFFICHE ART DECO ET LA MODE

La mode Art Déco s'inscrit dans un kaléidoscope de nouveautés : être à la mode n'est pas seulement une question d'apparence, c'est une éthique de vie. La mode lance des vedettes - en l'occurrence ses couturiers appuyés maintenant par une savante publicité - et des célébrités lancent des modes. Mistinguett affronte l'engouement pour la Revue Nègre, le cinéma de Marcel L'Herbier met en scène le décor de l'Exposition des Arts Décoratifs de 1925. Celle-ci a rendu ses lettres de noblesse aux arts appliqués et a signé une sorte de charte artistique. On épure les formes, on abaisse le gabarit des meubles, des voitures, des villas. On proclame le fonctionnel.

Les métiers de la mode se sont, eux, organisés. Ils ont diversifié leurs activités, simplifié leurs techniques, créé de nouveaux matériaux, soigné leur publicité. Toutefois, la mode ne s'est pas démocratisée, malgré les débuts du prêt-à-porter. Alors la femme rêve des modèles aperçus sur les affiches, les catalogues ou les revues spécialisées, illustrés par un groupuscule d'artistes que l'on retrouve sans cesse et qui puisent leur inspiration dans les lieux élégants. Les affiches se rapprochent des gravures de magazine. Les maîtres-mots sont raffinement, élégance et harmonie.

Puis "vint, inévitable et logique, romantique, à vous mouiller l'oeil, féminine à ravir, fragile comme un songe heureux, vint la réaction de 1930". (Colette). Tout ce qui était court, se rallonge. En premier lieu, les cheveux et les robes. C'est une mode plus naturelle qui retrouve des formes.

Si elle fut comme toute mode qui se respecte, éphémère, la mode Art Déco se révéla une véritable "épidémie foudroyante". (Jean Cocteau). En cela, les années "folles" posèrent les fondations d'une liberté dont jamais, depuis, la mode ne se sépara.



ERIC DE COULON [1888-1956]
LITHOGRAPHIE - 100 x 61,5 CM
PARIS, MUSEE DE LA PUBLICITE

LE VOYAGE ET LA VIE AU GRAND AIR

- COMMENT VENDRE LE REVE D'EVASION -

La tradition de l'affiche touristique française date des années 1880, elle apparaît massivement avec l'essor du chemin de fer qui marque les débuts d'un réseau d'échanges économiques et culturels qui ne cessera de s'intensifier.

L'affiche touristique constitue un genre très particulier qui n'obéit pas tout à fait aux mêmes lois que l'affiche commerciale.

Son approche, totalement différente réside dans le fait que le voyageur en attente est beaucoup plus disponible que le citadin qui se hâte, ou que l'automobiliste qui accorde à l'affiche une fraction de seconde.

Dans une gare, l'affiche prend une valeur très particulière, elle est une invitation au voyage, à la découverte, au rêve.

Très descriptives, ces affiches furent longtemps réalisées par des peintres de paysage qui contribuèrent à en faire un genre figé. Elles vont évoluer sous la poussée d'artistes tel Cassandre qui éliminent la description au profit d'une image synthétique. Jusqu'en 1936, le voyage, en train ou en bateau, reste l'apanage d'une minorité. Il donne lieu à un déploiement d'élégances et de mondanités liées par exemple aux diverses activités sportives. Le tennis, le golf, le ski servent d'appel, au même titre qu'un site ou une source thermale.

Mais il faut aussi attirer vers Paris les touristes étrangers. En 1936, six films publicitaires et six affiches sont réalisés, des brochures attrayantes, illustrées et informatives sont abondamment distribuées. Outre la radio et l'affiche, les conférences, les foires et expositions constituent des relais publicitaires dont l'exemple le plus marquant reste l'Exposition Internationale de 1937, puissant facteur de relance du tourisme français.

MOSSANT



LEONETTO CAPPIELLO [1875-1942]
LITHOGRAPHIE - 160 x 120 CM
PARIS, MUSEE DE LA PUBLICITE

Leonetto CAPPIELLO

1875-1942

Nait à Livourne.

1892

Sans formation, expose pour la première fois une toile au Musée municipal de Florence.

1898

Arrive à Paris, premières caricatures dans Le Rire.

1900

Signe son premier contrat chez l'éditeur-imprimeur d'affiches Vercasson. Début de sa carrière d'affichiste.

1901-1914

Produit plusieurs centaines d'affiches dont en 1903 le **Chocolat Klaus** qui constitue une révolution dans l'art de l'affiche.

1912

Décore les salons de thé et de lecture, le fumoir des Galeries Lafayette.

1919

Contrat avec l'éditeur Devambez.

1923

Participe à de nombreuses expositions internationales.

1930

Naturalisation française. Affiches pour **O Cap** et le **Cuir**.

1931

Le **Bouillon Kub**.

1937

Peint **La Force Motrice**, décor du Pavillon de la Publicité.

1942

Meurt à Cannes.

Jean CARLU

1900 -

Né dans une famille d'architectes, son frère Jacques est l'architecte du Trocadéro construit pour l'Exposition Universelle de 1937.
Débuts d'études d'architecture aux Beaux-Arts à Paris.

1917

Réalise sa première affiche chez l'éditeur Gaissier.

1918

Remporte le premier prix au concours d'affiches du dentifrice Glycodont. Perd son bras droit, et se détourne de l'architecture.

1919-1921

Signe un contrat chez Sirven, imprimeur d'affiches.

1921-1923

Contrat avec Avenir Publicité.

A partir de 1923 sous l'influence de Juan Gris, il élabore sa théorie de "l'expression graphique de l'idée".

1925

Avec Monsavon, il s'impose comme un maître aux côtés de Loupot et Cassandre.

1930

Rejoint l'Union des Artistes Modernes.

1932

Fonde l'Office de Propagande pour la paix. Affiche célèbre pour le Désarmement où il utilise, pour la première fois le montage-photo.

1933-34-35

Avec les Frères Martel, réalise des sculptures publicitaires pour le Salon des Arts Ménagers.

1937

Est chargé de la réalisation du Pavillon de la Publicité.

1939-45

Part aux Etats-Unis. Participe par ses affiches à l'effort de guerre (Stop Hitler now, America's answer).

1953

Rentre en France. Affiche pour Perrier, puis Cinzano. Conseiller artistique chez Larousse jusqu'à la fin des années 60.

CASSANDRE (Adolphe MOURON, dit)

1901-1968

Né à Kharkhov, passe son enfance jusqu'à la première guerre en Russie.
Etudes à l'Académie Julian, Académie de la Grande Chaumière, Ateliers libre de Montparnasse.

Dès 1919

Commence à suivre les travaux du Bauhaus.

1922

Signe ses premiers travaux publicitaires du pseudonyme de Cassandre (Margarine Sadac, Pâtes Garres).

1923

Le Bûcheron, grande composition synthétique lui apporte la célébrité, et lui vaut le grand Prix à l'Exposition Internationale des Arts Décoratifs de 1925.

1924

Signe un contrat avec Hachard & Cie qui éditera ses affiches jusqu'en 1927.

1927

Début de ses recherches sur l'espace et la vitesse dont l'Etoile du Nord, Nord Express.

1930

Rejoint l'UAM (Union des Artistes Modernes)

Moyrand fonde l'Alliance Graphique réunissant Loupot et Cassandre.

Fin 1933

Professeur de publicité graphique à l'Ecole des Arts Décoratifs puis à l'Ecole d'Art Graphique.

1935

Signe un contrat d'exclusivité avec Draeger.

1936

Après une rétrospective de ses affiches au Musée d'Art Moderne à New York, signe un contrat avec Harper's Bazar et part pour les Etats Unis.

1938 - 1950

Se consacre à la peinture et aux décors de théâtre (Opéra, Théâtre des Champs-Elysées, Festival d'Aix, Comédie-Française)

1950

Grande exposition "Bilan de 25 ans" au Musée des Arts Décoratifs.

Jusqu'en 1960

Créations de logotypes (Yves Saint-Laurent), de caractères (Olivetti).

1959-1968

Travaux et projets qui n'aboutissent pas. Il met fin à ses jours.



CHARLES LOUPOT [1892-1962]
LITHOGRAPHIE - 159,5 x 119 CM
PARIS, MUSEE DE LA PUBLICITE

Charles LOUPOT

1892 - 1962

Vers 1991

Etudes à l'Ecole des Beaux-Arts de Lyon.

1915-1922

Rejoint ses parents à Lausanne. Apprend la lithographie et dessine ses premières affiches dès 1916 dans un style maniériste.

Réalise une centaine d'affiches pour la Suisse Cigarettes Sato, Soieries Grieder, Fourrures Canton.

1923

L'imprimeur Devambeze le rappelle en France. Réalise deux affiches pour les Automobiles Voisin.

1924-1930

Les frères Damour, publicitaires, créent pour lui une "agence" Les Belles Affiches (Foire de Francfort, Peugeot, Twining, Valentine).

1930-1934

Marcel Moyrand (vendeur des oeuvres de Cassandre) crée "L'Alliance Graphique" réunissant Loupot et Cassandre.

1934

L'Alliance graphique est dissoute à la suite de la mort accidentelle de Moyrand. Parallèlement Loupot a sa clientèle personnelle dont Eugène Schueller patron de l'Oréal (Dop, Ambre Solaire) et Valentine.

1936

Rencontre Marc Augier chargé de l'affichage à la Société Saint-Raphaël.

1937-1939

Travaille sur des variations d'affichage pour Saint-Raphaël. Pendant la guerre, cesse toute activité.

1946-1962

Reprend son travail au sein de sa nouvelle agence les Arcs.



ANONYME
LITHOGRAPHIE - 120 x 180 CM
PARIS, MUSEE DE LA PUBLICITE

QUAND L'AFFICHE FAISAIT DE LA RECLAME !

L'AFFICHE FRANÇAISE DE 1920 à 1940

13 novembre 1991 - 3 février 1992

MUSEE NATIONAL DES ARTS ET TRADITIONS POPULAIRES

Liste des documents photographiques disponibles pour la presse

+ diapositives * noir et blanc

+1
Exposition internationale Arts Décoratifs
et Industriels Modernes, 1925
Charles Loupot [1892-1962]
Lithographie 59,5 x 39 cm
Paris, Musée de la Publicité

+2
St Raphaël Quinquina, vers 1930-35
Charles Loupot [1892-1962]
Lithographie 160 x 120 cm
Paris, Musée de la Publicité

+7
Thé Twining, 1930
Charles Loupot [1892-1962]
Lithographie 159 x 119,5 cm
Paris, Musée de la Publicité

+8
Savourez la Savora, 1929
Léonetto Cappiello [1875-1942]
Lithographie 160 x 112 cm
Paris, Musée de la Publicité

+11
Mon Savon, c'est "Monsavon", 1925
Jean Carlu [1900-]
Lithographie, 79 x 58 cm
Paris, Musée de la Publicité

+14
Le Petit Dauphinois, 1933
Léonetto Cappiello [1875-1942]
Lithographie 120 x 160 cm
Paris, Musée de la Publicité

+17
Pernod fils, 1934
Cassandre (Adolphe Mouron, dit) [1901-1968]
Lithographie 200,5 x 150 cm
Paris, Musée de la Publicité

+21
Valentine. Peinture émail, 1928
Charles Loupot [1892-1962]
Lithographie 159 x 119 cm
Paris, Musée de la Publicité

+22
Arts Ménagers, 8ème salon, 1931
Francis Bernard [1900-1979]
Lithographie 98,5 x 62 cm
Paris, Musée de la Publicité

* 26
Persil lave tout-tout seul, 1933
Lucien-Achille Mauzan [1883-1952]
Lithographie 160 x 117,5 cm
Paris, Musée de la Publicité

- * 31
Week-end cigarettes goût anglais, 1936
Sevo (Severo Pozzati, dit) [1895-1983]
 Lithographie 149,5 x 100 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + * 33
Caporal doux, 1938
Gerale (Gérard Alexandre, dit) [1914-]
 Lithographie 150 x 100 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- * 34
Jouets. Etrennes. Au Printemps, vers 1920-25
Anonyme
 Lithographie 120 x 180 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 36
Pâtes dentifrices Sérodent, 1935
Charles Loupot [1892-1962]
 Lithographie 127 x 89,5 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- * 40
Vera Mint. Grande liqueur de Ricqlès, 1922
José Zinoviev [?-?]
 Lithographie 200 x 137 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 41
Bal des Petits lits blancs, 1922
Georges Barbier [1882-1932]
 Lithographie 88,5 x 35,5 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 42
Au Louvre. Toilettes d'hiver, 1923
André-Edouard Marty [1882-1974]
 Lithographie 120 x 77,5 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- * 49
Au Louvre. Vêtements et trousseaux pour enfants, vers 1923
Maggie Salzedo [vers 1882. 1887 ? -]
 Lithographie 120 x 69,5 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- * 50
Rentrée des classes. Vêtements, trousseaux, articles pour Pensions, vers 1923
Grand'Aigle (Henri Genevrier, dit) [?-?]
 Lithographie 80 x 120
 Paris, Musée de la Publicité
- + 51
Vêtements. Trousseaux et articles pour la rentrée des classes, vers 1925-30
Maggie Salzedo [vers 1882. 1887 ? -]
 Lithographie 120 x 80,5 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- * 58
Col Van Heusen. Le col semi-dur, 1928
Charles Loupot [1892-1962]
 Lithographie 159,5 x 119 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + * 59
Mossant, 1938
Leonetto Cappiello [1875-1942]
 Lithographie 160 x 120 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 61
Exposition annuelle de tapis, ameublement, vers 1925
André Pecoud [1888 ? - après 1945 ?]
 Lithographie 80 x 120 cm
 Paris, Musée de la Publicité

- + * 67
Nana de Herrera, 1926
Joël Martel [1896-1966]
 Lithographie 119 x 79 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 69
A l'Opéra. Bal des Contes de Fées, 1924
Jean-Gabriel Domergue [1889-1962]
 Lithographie 120 x 80 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- * 77
La Nuit du ski, 1937
Edouard Halouze [? - ?]
 Lithographie 40 x 30 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 82
Chemin de Fer du Nord. Nord Express.
Compagnie des wagons-lits, 1927
Cassandre (Adolphe Mouron, dit) [1901-1968]
 Lithographie
 Paris, Musée de la Publicité
- + 87
Wagons lits Cook
Cassandre (Adolphe Mouron, dit) [1901-1968]
 Lithographie 100 x 61,5 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 89
Air France, 1934
Albert Solon [1897-1973]
 Lithographie 50 x 30 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 93
Normandie. Compagnie Générale Transatlantique, 1935
Cassandre (Adolphe Mouron, dit) [1901-1968]
 Lithographie 100 x 62 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 101
Paris. Edité par les grands réseaux de chemins de fer français, 1935
Cassandre (Adolphe Mouron, dit) [1901-1968]
 Lithographie 100 x 62 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 108
Lys. Chantilly, 1928
Roger Broders [1883-1957]
 Lithographie 120 x 80 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + * 111
Sports d'hiver. Alpes et Jura, 1933
Eric de Coulon [1888-1956]
 Lithographie 100 x 61,5 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 112
Vélodrome d'hiver. Les 6 Jours, 1935
André Treve [? - ?]
 Lithographie 120 x 75,5 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 114
Musée d'Ethnographie du Trocadéro, 1930
Paul Colin [1892-1985]
 Lithographie 120 x 80 cm
 Paris, Musée de la Publicité
- + 115
Exposition Coloniale internationale, 1931
Desmeures [? - ?]
 Lithographie 120 x 80 cm
 Paris, Musée de la Publicité

