

# Alain Weil. Affiches industrielles 1920 - 1935

---

## Musée de l'affiche

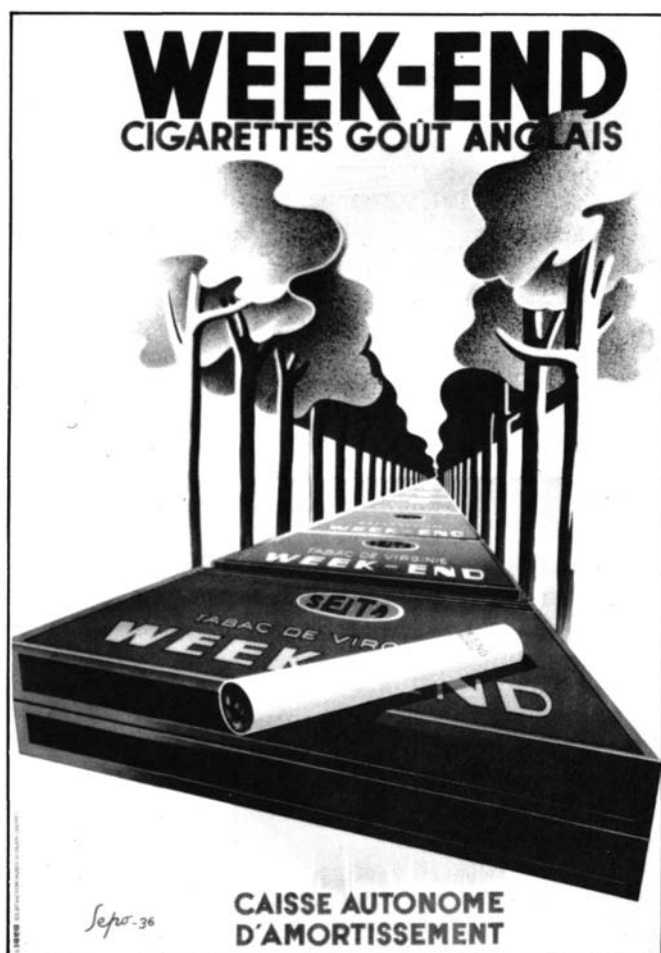
Si l'affiche illustrée a connu, à la fin du siècle dernier au moment même de son brillant développement, ses critiques et ses exégètes, qui en rendent aujourd'hui l'étude relativement facile, il en va tout autrement de la période qui suit. L'art publicitaire s'étant, depuis Cappiello, démarqué franchement des beaux-arts traditionnels, l'affiche qui n'était plus considérée — du vœu même des affichistes — que comme un instrument de communication, se trouva cantonnée dans des supports spécialisés comme Arts et Métiers Graphiques ou Vendre où des hommes comme R.-L. Dupuy, Louis Chéronnet ou Maximilien Vox ont laissé les seuls témoignages valables sur la production de l'époque. Pour les mêmes raisons, l'affiche ne fut plus collectionnée et un grand nombre de documents ont disparu.

Si ces dernières années des ouvrages et des expositions ont sorti de l'oubli Cassandre, Carlu, Colin et Loupot, aucune analyse globale des tendances graphiques de l'époque n'a été esquissée. Notre propos serait d'ébaucher deux ou trois propositions de recherche, quelques directions qui permettraient de mieux comprendre l'art publicitaire des années vingt et trente.

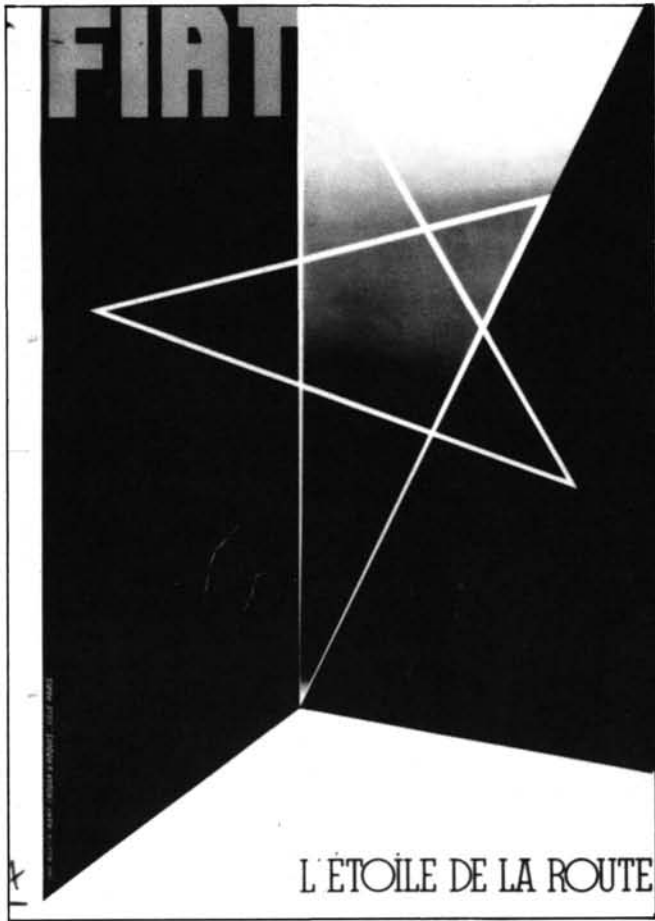
Quand Jean Carlu qui, avec Cassandre, Colin, Loupot, Francis Bernard et Maximilien Vox, rejoint l'Union des Artistes Modernes, il dessine l'affiche pour l'exposition du groupe à la galerie Georges Petit en 1931. Dans sa composition figurent la sphère, le cylindre, le cône et le parallélépipède rectangle. Ces divers éléments sont à la base des recherches graphiques de tout le groupe, et leur style, qu'on a trop facilement qualifié de cubiste peut-être appelé géométrique.

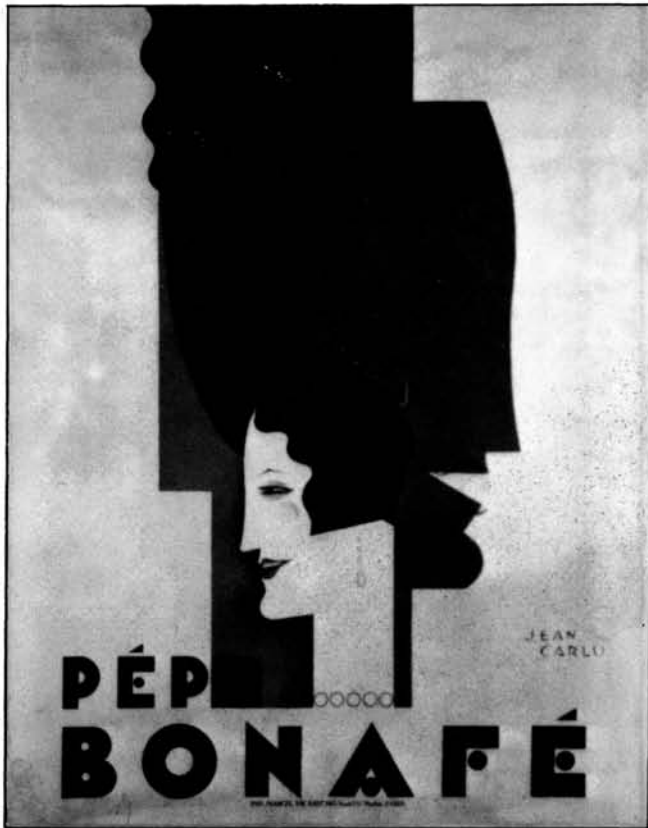
La machine exerce sur les créateurs une énorme influence, comme d'ailleurs sur toute cette génération. Ne définissent-ils pas leurs affiches comme des « machines à annoncer ? »

Cette machine, ils la magnifient et lui donnent un dynamisme que permet la géométrisation. La géniale trouvaille de Cassandre, en 1927, pour l'Etoile du Nord en est un bon exemple. Les deux lignes — les rails — qui se rejoignent à l'horizon attirent et précipitent le passant vers le voyage. Ce point de fuite à l'horizon devient une image classique de l'époque. Cassandre la









reprend pour la Route Bleue (1929). Elle est clairement présente à l'esprit de Sepo pour la Cigarette Week-End (1936) ainsi qu'à celui de Dil (Louis Malavieille) qui en 1932 reprend la même construction, étoile y compris, pour FIAT. Avec les Chemins de Fer du Nord, également en 1927, Cassandre crée une deuxième image archétypique. C'est cette fois la machine qui sur sa trajectoire, est attirée vers l'horizon. Géométriquement construite, elle est belle, dessinée par un amoureux de tout ce qu'elle incarne: le progrès, la vitesse. Fix-Masseau, son disciple, la reprend en inversant la scène (la locomotive venant du point d'horizon arrivant en gare pour la Côte d'Azur (1929) et pour l'Exactitude (1932). On pourrait également énumérer les déclinaisons qu'à suscité la coque exagérément grossie du Normandie (1935), toujours du même Cassandre.

L'influence proprement cubiste se retrouve à l'époque dans une série de grands profils. Carlu (qui n'a jamais caché ce qu'il doit à Juan Gris) l'applique au dentifrice Gellé (1927) et à Pepa Bonafé (1928) et Francis Bernard pour le bal des petits lits blancs (1929). Elle est aussi flagrante dans les premières affiches de Paul Colin, construites par plans, comme Wiener et Doucet et Lisa Duncan (1925). Le futurisme inspire aussi quelques rares affiches comme les motos Peugeot de Dam; dans l'affiche Peugeot de Paul Colin (1935) les arbres qui se plient n'en sont déjà qu'un lointain rappel...

Plus importants sont les personnages publicitaires, héritage direct de Cappiello, dont le cracheur de feu de l'ouate thermogène était admiré de tous les jeunes graphistes de l'époque. Ils créent tous à leur manière, des personnages stylisés et géométrisés: l'athlète du Monsavon de Carlu (1925), le bonhomme en bois des Galeries Barbès (1928) ou le bonhomme Valentine (1928) de Loupot, les personnages pour Dubonnet (1932) et Bonal (1933) de Cassandre, le bonhomme Black & Decker et la ménagère du Salon des Arts ménagers (1931) de Francis Bernard. Citons encore le géant brandissant un phare Marchal de Roger Perot et le bonhomme Noveltex de Sepo. Les possibilités infinies de la géométrisation et de la stylisation sont parfaitement mises en évidence par les variations sur le Nectar de Dransy (1925) de Cassandre et de Loupot.

On ne peut évidemment négliger les recherches tous azimuts de cette période d'une exceptionnelle fécondité: le photomontage qui intéresse Carlu (la dette, le désarmement 1932), Francis Bernard (Arts ménagers, Cunard Line), Cassandre (Pernod de 1934, Wagon Bar 1932) ainsi que Dil (Fiat) Junot (chemins de fer) et bien d'autres. A côté du néon, l'affiche lumineuse est expérimentée par Carlu (la cuisinière électrique 1934) tout comme l'affiche en relief (Ocel 1934) qui intéresse aussi Loupot (Valentine) et Cassandre (Nicolas).

Ces quelques réflexions ne peuvent bien évidemment qu'évoquer le foisonnement créatif de cette période à la fois capitale et mal connue. Bien d'autres noms et bien d'autres exemples pourraient être cités dans une étude plus approfondie. Comme dans les autres disciplines des arts appliqués, le temps nous paraît venu que soient entreprises les études systématiques et synthétiques qui, aujourd'hui, font défaut.

