

# La Belle Époque des affichomaniaques

BANALES AUJOURD'HUI, LES AFFICHES APPORTENT À LEURS DÉBUTS UN VENT DE NOUVEAUTÉ. LA BELLE ÉPOQUE SERA CELLE DE L'AFFICHOMANIE. L'AMIÉNOIS NICHOLAS-HENRI ZMELTY, HISTORIEN DE L'ART ET AUTEUR D'UN LIVRE SUR LE SUJET, DÉCRYPTE UNE ŒUVRE DE 1892 SIGNÉE JULES CHÉRET.

## 1 L'affichomanie :

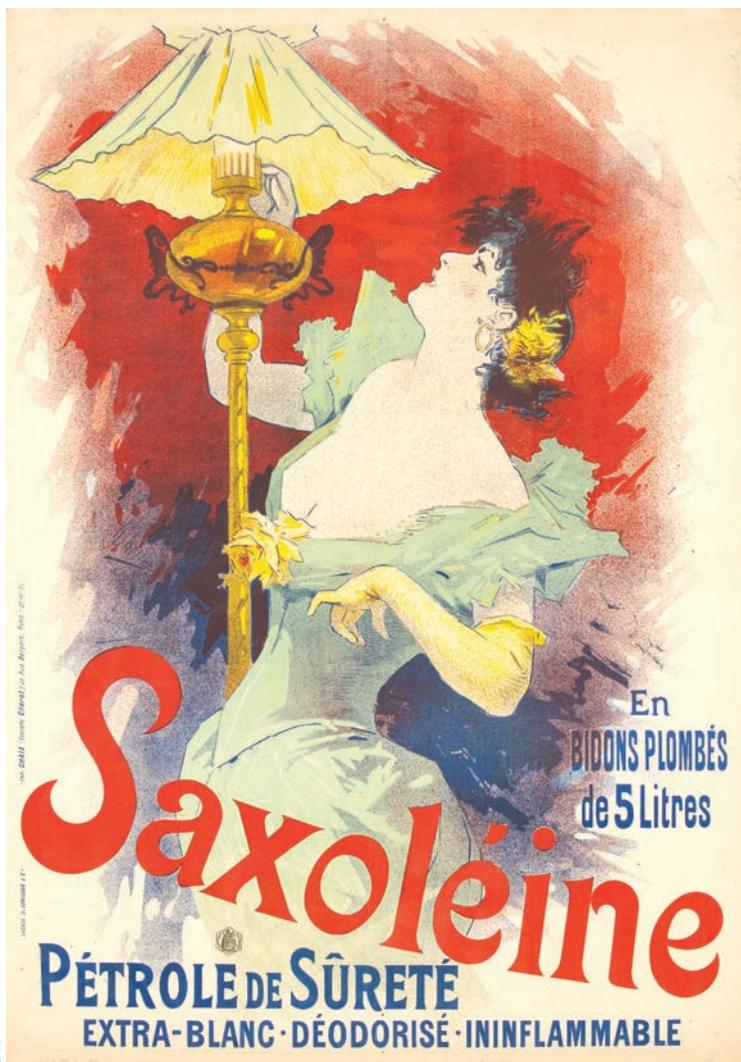
La collection d'affiches illustrées, phénomène majoritairement parisien, existait aussi en province. En 1889, plusieurs expositions ont lieu, dont la première rétrospective Jules Chéret. Plutôt bourgeois, le goût de l'affiche, acquiert peu à peu une large visibilité. On réalise la valeur de ces œuvres, au-delà de la réclame. Un marché se crée, ainsi que des revues et un discours critique. Cela dure une quinzaine d'années. Puis, avec l'arrivée des agences de pub, on rationalise, on perd en liberté.

## 2 Jules Chéret :

Il est l'inventeur, vers 1860, de l'affiche illustrée, au sens moderne du terme : un grand format avec un motif original en lithographie couleur. Avant, les affiches étaient surtout typographiques. Jusqu'à la fin des années 1880, il règne en maître sur ce genre peu académique. Il a ses fans, les "Chéretolâtres". D'autres vont suivre, dont Henri de Toulouse-Lautrec ou Alfons Mucha. Chéret, qui a développé son atelier, est l'auteur d'environ 1 300 affiches.

## 3 La Chérette :

On la retrouve dans énormément d'affiches de Chéret, un motif décliné à l'envi. C'est une jeune femme légère, pimpante, qui se dévoile tout en restant dans les limites de l'acceptable. Chéret a tout de suite compris l'efficacité publicitaire de la figure féminine. On en est encore là aujourd'hui...



## 4 Dessin et couleur :

Chéret utilise une palette restreinte de couleurs vives. Il faut que l'affiche attire l'œil à distance, que le message passe en un éclair. La composition est simple, le fond est une tache brossée, comme un halo sur lequel la figure se détache.

## 5 Le produit :

La Saxoléine, pour laquelle Chéret a fait plusieurs affiches sur ce modèle, est un pétrole d'éclairage. Le produit en lui-même n'est pas attractif, il faut donc focaliser sur son utilisation. Chéret montre une image raffinée qui rejaillit sur le produit.

## 6 La lettre :

On nomme ainsi le texte. Généralement, ce n'est pas Chéret qui s'en charge, mais des ouvriers typographes. Les commanditaires aiment que leur produit soit bien détaillé, au désespoir des affichistes. Il existe d'ailleurs un marché d'affiches nues, dites "avant la lettre". Sous le "X" se trouve un tampon d'affranchissement des autorités légales.

## 7 La technique :

L'artiste peut faire un dessin préparatoire ou dessiner directement sur la pierre lithographique. On dessine avec un crayon gras, on lave et on presse. En chromolithographie, il faut faire ça avec chaque couleur, à raison d'une pierre par couleur.

## À Amiens aussi

Cette photo du beffroi montre la prégnance des affiches dans les rues d'Amiens. En 1898, deux expositions leur sont consacrées au 2, rue Delambre, par un certain monsieur Gallaix, en contact avec les plus grands marchands d'affiches parisiens.

