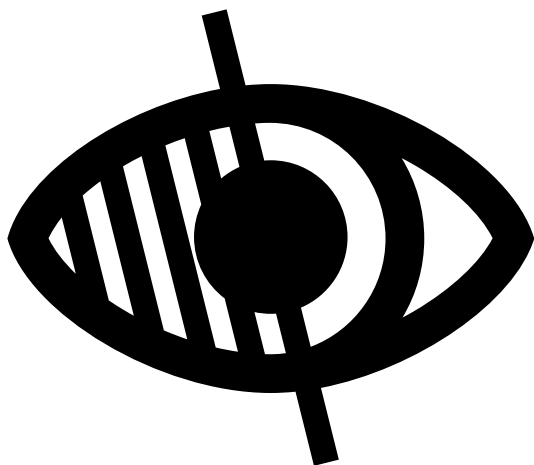


L'art est dans la rue

18 mars – 6 juillet 2025

**Adaptation des textes de
l'exposition en gros caractères**



Le développement spectaculaire des affiches, au cours du second XIX^e siècle, constitue un phénomène abondamment commenté par les contemporains.

La propagande imprimée avait connu un essor considérable pendant la Révolution française. Mais à partir du milieu du XIX^e siècle, la ville – notamment Paris où l’affichage prend une importance particulière – est le lieu d’une dissémination d’un nouveau type d’affiche, illustrée et en couleurs. C’est cette rupture que l’exposition se propose de donner à voir.

Investie par l’avant-garde artistique,

l'affiche incarne la « vie moderne », telle qu'elle est alors désignée, et opère comme un puissant révélateur des mutations d'une société en pleine évolution. L'exposition explore les ressorts de ce phénomène qui n'est pas seulement artistique et technique, mais aussi urbain, économique, social et politique. À travers un ensemble unique d'œuvres réunies ici pour la première fois, le parcours montre aussi comment ces images multiples ont contribué à façonner les mythes et les représentations de ce qu'il est convenu d'appeler la Belle Époque.

L'affiche transforme la ville

Apparue avec l'essor de la consommation, l'affiche illustrée en couleurs connaît un intense développement durant la seconde moitié du XIX^e siècle, si bien que sa prolifération, dans la ville, est observée comme un phénomène de société. Bien qu'éphémère, ce média a contribué à la métamorphose de l'espace urbain : « Tout comme la société, la rue s'est transformée » et l'affiche en est désormais un élément essentiel, écrit le critique d'art Roger Marx. Cette omniprésence des affiches

suscite des réactions contrastées : elle peut être perçue comme un bienfait de la vie moderne ou, au contraire, comme une pollution visuelle. Ainsi la liberté de commerce puis la liberté d'expression, qui favorisent cette inflation des images, vont entrer en tension avec la conscience patrimoniale émergente, attachée à la protection des monuments historiques et du paysage urbain.

L'invention de l'affiche illustrée en couleurs

L'affichage officiel existe en France

depuis 1539, lorsque François I^{er} prend la décision de faire afficher les ordonnances royales. Il est au fil du temps de plus en plus concurrencé par des placards divers, textes et pamphlets, tout particulièrement depuis la Révolution française. Dès les années 1830 se développent les affiches illustrées, notamment celles de librairie qui doivent donner envie aux lecteurs de lire les nouveautés. De format modeste, imprimées en noir, elles restent cantonnées à l'intérieur. L'industrialisation des processus d'impression permet

l'avènement de la lithographie en couleurs de grand format à la fin des années 1860 : ce sont désormais de grandes affiches colorées qui conquièrent les murs des villes.

Les magasins de nouveautés, les spectacles ou encore les journaux s'emparent progressivement de ce support publicitaire d'un nouveau genre.

L'affiche stimule la consommation

La publicité, la vente par correspondance et les grands magasins comptent parmi les innovations

commerciales qui favorisent l'essor de la consommation au cours de la seconde moitié du XIX^e siècle. Le succès des « cathédrales du commerce moderne », comme les désigne Émile Zola dans *Au Bonheur des dames* (1883), repose sur un principe essentiel : vendre en grande quantité et rapidement. Devenue un moyen de communication de masse, l'affiche illustrée en couleurs s'impose rapidement comme l'une des armes au service de ces nouvelles stratégies commerciales. Séduits par ses qualités esthétiques, certains annonceurs se

tournent vers les affichistes les plus réputés, comme Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec ou encore Alphonse Mucha. Le média devient un champ d'expérimentations fécond, qui privilégie progressivement l'efficacité commerciale. Au début du xx^e siècle, cette évolution est incarnée par Leonetto Cappiello dont le graphisme épuré et percutant est entièrement mis au service du message publicitaire.

Les avant-gardes et l'affiche

Dans les années 1880, l'affiche devient un médium artistique à part entière,

salué par les critiques d'art qui font l'éloge des « maîtres de l'affiche », dont Jules Chéret est reconnu comme le pionnier. À côté des artistes qui se spécialisent dans l'affiche et l'illustration, certains peintres investissent également ce domaine dans les années 1890. Ceux du cercle nabi trouvent dans l'affiche un terrain d'expérimentation fécond pour renouveler leur art. Pierre Bonnard, Édouard Vuillard, Maurice Denis, mais aussi Henri-Gabriel Ibels et bien entendu Henri de Toulouse-Lautrec contribuent à des degrés divers à ce nouvel art.

Ils retrouvent dans ce médium les spécificités de leur propre œuvre picturale : l'absence de perspective traditionnelle, l'emploi d'aplats de couleurs vives, le synthétisme des compositions.

Des spectacles pour tous

Les entrepreneurs du spectacle font largement appel à l'affiche illustrée pour attirer les spectateurs, dans ce secteur alors très dynamique et concurrentiel à Paris. Diffusées principalement dans le quartier des Grands Boulevards, ces nombreuses

affiches sont posées sur des chevalets devant l'entrée des salles, collées sur les murs ou sur les colonnes Morris. Renouvelées fréquemment, au rythme d'une programmation changeante, elles contribuent à l'essor d'une culture de masse.

Les peintres qui fréquentent ces lieux développent parfois des liens avec certains interprètes, au point d'en prendre en charge l'image : c'est le cas de Toulouse-Lautrec avec les personnalités des cabarets et cafés-concerts, ou d'Alphonse Mucha avec Sarah Bernhardt. Plus généralement,

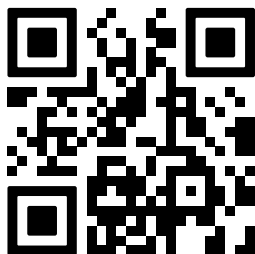
le monde de la scène, du théâtre au cirque, de l'Opéra au cabaret, fascine les peintres et devient un sujet pictural en soi. La familiarité de ces deux milieux, le spectacle et la peinture, s'exprime donc à la fois dans les affiches et dans la pratique picturale.

La politique est dans la rue

L'âge d'or de l'affiche artistique advient dans une période marquée par des préoccupations d'ordre social, dans une III^e République travaillée par une aspiration à de profonds

changements. Considérant que « le peuple s'instruit dans la rue autant que dans la classe », l'architecte Frantz Jourdain pose la question de la responsabilité sociale de l'artiste en 1892, dans un article au titre fort : « L'art dans la rue ». Accessible à tous, l'affiche est mise au centre du débat sur l'art social par de nombreux auteurs tels Roger Marx, Joris-Karl Huysmans ou encore Gustave Kahn. Lieu de diffusion de l'affiche, la rue est aussi devenue un espace d'expression à part entière pour les citoyens. Moins violente qu'autrefois, la vie politique

voit s'affirmer de nouvelles pratiques,
comme les manifestations de rue.
C'est dans ce contexte, marqué
par une montée des extrêmes
dans la capitale, qu'apparaissent
les premières affiches illustrées
politiques.



Retrouvez les textes de l'exposition
et leur version vocalisée sur notre site.

Commissariat général

Sylvie Aubenas, Directrice du département des Estampes et de la Photographie, Bibliothèque nationale de France
Christophe Leribault, Président de l'Établissement public du château, du musée et du domaine national de Versailles

Commissariat scientifique

Au musée d'Orsay

Élise Dubreuil, conservatrice en chef Arts décoratifs
Clémence Raynaud, conservatrice en chef Architecture

Sandrine Maillet, chargée de la collection d'affiches, Bibliothèque nationale de France ; Anne-Marie Sauvage, conservateur général de bibliothèque honoraire

Cette exposition est organisée par l'Établissement public du musée d'Orsay et du musée de l'Orangerie – Valéry-Giscard-d'Estaing, Paris avec le partenariat scientifique et les collections de la Bibliothèque nationale de France.



**MINISTÈRE
DE LA CULTURE**

*Liberté
Égalité
Fraternité*

(BnF)

Bibliothèque
nationale de France

En partenariat média avec

Le Parisien, Le Point, Museum TV, Konbini, BFM TV.