

Le Japonisme Ar Japanouriezh



La diffusion des objets d'art et des estampes japonaises se précise en France après les années 1860. Pendant plus d'un demi-siècle, l'influence de l'Extrême-Orient provoque une effervescence artistique remarquable qui permet à de nombreux peintres de s'émanciper de la tradition académique enseignée à l'École des Beaux-Arts. Souvent, les rencontres et les amitiés facilitent la découverte enthousiaste des estampes japonaises. Pour Toulouse-Lautrec, son initiation date de 1886 lorsqu'il croise Vincent Van Gogh, grand amateur d'art japonais.

Très vite, ses créations graphiques vont emprunter plusieurs caractéristiques aux estampes japonaises: ainsi, les silhouettes en réserve cernées renvoient à la technique du Hara-Oshi qui pourrait se traduire par "impression de vide"; de même, l'usage abrupt de la diagonale qui accentue la profondeur ou le cadrage décalé qui oriente la vue du spectateur en occultant une partie du sujet; ou bien encore, les vues plongeantes amplifiées par le surgissement au premier plan de formes tronquées; et bien sûr, l'usage du monogramme inscrit dans un cercle, à l'image des sceaux japonais. Enfin, un grand nombre d'affiches illustrées adoptent, tant pour des raisons techniques que pour des raisons stylistiques empruntées au Japon, l'usage de larges aplats de couleurs.

Henri de TOULOUSE-LAUTREC (1864-1901) - *DIVAN JAPONAIS*, 1893, lithographie au crayon, au pinceau et au crachis
© Musée d'Ixelles-Bruxelles / Courtesy of Institut für Kulturaustausch, Tübingen.

Amateur ou spéculateur?
Amateur ou spéculateur?
Amateur ou spéculateur?



"C'est alors que le mollusque qui d'ordinaire a le gousset bedonnant — comme son ventre — se met à rechercher les affiches, les paye à prix d'or pour être sûr de les avoir avant quiconque et comme un vrai crétin qu'il est en fait monter le taux à des hauteurs impraticables au pauvre monde. Alors moi qui aime l'affiche et l'aimait déjà à une époque où personne n'y prenait garde, me voilà réduit à cesser de collectionner parce que ce breloquifère [sic] richard qui n'y connaît rien et qui collectionne le Chéret parce que c'est devenu bien porté, met les enchères et fait monter à vingt francs ce qu'on aurait sans lui pour dix sous".

Yvanhoé Rambosson, "De l'irréductible imbécillité des mollusques en matière d'affiches", *La Littérature moderne*, 1891, n.p.

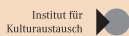
Jules CHERET (1836-1932) - *AUX BUTTES CHAUMONT*, 1885, lithographie en couleur
© Musée d'Ixelles-Bruxelles / Courtesy of Institut für Kulturaustausch, Tübingen.



Musée des Beaux-Arts de Quimper
40 place Saint-Corentin
29000 Quimper
02 98 95 45 20
musee@quimper.bzh
mbaq.fr

Jun et septembre :
ouvert tous les jours
(sauf le mardi) de
9h30 à 12h et de 14h à 18h
Juillet-août :
ouvert tous les jours
de 10h à 18h

Suivez-nous sur
les réseaux sociaux:
@mbaqofficiel
#toulouselautrec



© DESIGN : M.F. - 05/23



MUSÉE
DES
BEAUX-ARTS
DE QUIMPER



Toulouse-Lautrec
ET LES MAÎTRES DE L'AFFICHE
HAG AR VISTRI WAR AR SKRITELLOÙ
Cheret, Grasset, Mucha, Steinlen...
29.06 → 15.10.2023

Les nuits parisiennes An nozvezhioù e Pariz



Henri de TOULOUSE-LAUTREC (1864-1901) - JANE AVRIL, JARDIN DE PARIS, 1893, lithographie au pinceau et au crachis
© Musée d'Ixelles-Bruxelles / Courtesy of Institut für Kulturaustausch, Tübingen.

“BELLE ÉPOQUE, BOHÈME ET MONTMARTRE”

À la fin du XIX^e siècle, de nombreux lieux de détente ou de plaisir proposent une animation nocturne sans équivalent à Paris. Des spectacles variés sont programmés pour le plus grand plaisir de consommateurs issus de toutes les classes sociales. À côté des institutions classiques comme le théâtre et l'opéra, le café-concert et le cabaret deviennent les vrais repères d'une nouvelle forme de civilité. L'atmosphère fraternelle du café-concert, le sentiment de partager un spectacle au cœur d'un public gouailleur et de condition sociale très diverse, composent une ambiance grisante et à nulle autre pareille. Paris devient la ville-symbole d'une fête permanente, enivrée par l'animation effrénée de ses caf'conc', de Montmartre, des Folies-Bergère ou du Moulin-Rouge et étourdie par l'apparition de danses endiablées comme le French cancan.

Accompagnant les succès éphémères ou durables des “vedettes” de l'époque, soulignant la profusion des lieux de spectacle, les affiches vantent en d'inoubliables trouvailles graphiques une vie nocturne qui ne connaît pas de répit! Témoins d'une société en pleine évolution, toutes ces affiches ont aussi façonné notre regard en éclairant ce monde en mutation, avide d'illusions et en quête d'une allégresse contagieuse. Après plus d'un siècle écoulé, leur message exerce une fascination toujours aussi vive et ravive les grandes heures d'une capitale devenue le centre des arts.

Affichomanie Skritellgarouriezh



Jules CHERET (1836-1932) - EXPOSITION DE TABLEAUX & DESSINS DE A. WILLETTE, 1888, lithographie en couleur
© Musée d'Ixelles-Bruxelles / Courtesy of Institut für Kulturaustausch, Tübingen.

“L’Affiche illustrée, depuis que Jules Chéret a créé le genre, est devenue une véritable œuvre d’art”. Relayée par le dépliant publicitaire des *Maîtres de l’affiche*, cette affirmation a valeur de profession de foi et reflète l’intérêt croissant d’un nouveau genre de collectionneurs, les adeptes de l’affichomanie.

Dès les années 1890, l’affiche gagne en indépendance et devient un genre autonome qui connaît ses artistes, ses collectionneurs, ses expositions et ses critiques spécialisés.

Outre le Palais des Beaux-Arts de Paris en 1891, plusieurs expositions consacrées à l’affiche illustrée sont accueillies en province, de Nancy à Bordeaux en passant par Rouen ou Toulouse. Toutefois, l’apothéose de ces présentations se déroule à Reims en 1896 avec la présentation de plus de 1600 affiches provenant principalement de la collection Henriot mais aussi des fonds du marchand Sagot ou de l’imprimeur Monnier, spécialisé dans les affiches d’art.

Par ailleurs, la revue *La Plume* accueille en 1894, dans ses locaux, la première exposition du Salon des Cent. Ce salon, sans être exclusivement réservé aux créations de l’affiche illustrée, en sera cependant l’efficace promoteur, offrant aux créations de Toulouse-Lautrec, Henri-Gabriel Ibels, Eugène Grasset..., une visibilité remarquable jusqu’en 1900.

Alors que les procédés de création de l’affiche relèvent pour partie de techniques industrielles, son statut d’œuvre d’art s’impose définitivement au tournant des années 1900 grâce à la créativité de brillants dessinateurs.

L’affiche, miroir imagé de la liberté de la presse Ar skritelloù, melezour skeudennek eus ar frankiz embann



Alfred CHOURBRAC (1853-1902) - LE PETIT BLEU DE PARIS, 1898, lithographie en couleur © Musée d'Ixelles-Bruxelles / Courtesy of Institut für Kulturaustausch, Tübingen.

Sous la Troisième République, la modernisation de la vie publique coïncide avec une accélération des progrès techniques. Le développement de la presse, servi par la mécanisation de l'impression du papier, connaît un âge d'or. Journaux et revues sont abondamment diffusés et répondent aux attentes nouvelles d'un public avide d'informations. L’affiche joue un rôle essentiel dans l’expression de cette variété d’opinions qui irrigue la société française. Occupant l’espace urbain, elle décline en images fortes les parutions

des romans-feuilletons qui font la une de la presse quotidienne. Elle accompagne aussi, par d’habiles trouvailles graphiques, les options esthétiques ou politiques des revues ou des romans, soulignant parfois l’esprit satirique de certains auteurs.

Étroitement liée au milieu de la presse, l’affiche se présente ainsi comme l’instrument accessible et synthétique de son identité. Elle est indissociable du rayonnement intellectuel de cette époque, captant l’attention des lecteurs issus de toutes les classes sociales et favorisant un bouillonnement culturel sans équivalent.

Au service de la réclame E servij ar bruderezh

Avec la révolution industrielle, de nouvelles pratiques accompagnent l’essor des échanges économiques. Le développement d’un commerce de masse et l’uniformisation des objets vont de pair avec l’apparition de vastes espaces dédiés à la consommation. La naissance des grands magasins, véritables temples de la consommation, est emblématique d’une civilisation mercantile qui se répand en cette fin du XIX^e siècle. Industriels et fabricants recherchent les meilleurs supports pour accompagner la vente de leurs produits. La communication devient essentielle et, dans ce contexte, l’affiche illustrée se met rapidement au service de ces stratégies commerciales naissantes. L’espace urbain se couvre d’images colorées qui captent l’attention des passants et les incitent à la dépense!

Dans son premier volume publié en 1896 et consacré aux *Maîtres de l’affiche*, Roger Marx étudiant le phénomène de la publicité pouvait affirmer avec conviction: “C’est que pour frapper sûrement et mieux convaincre, la Réclame a appelé l’art [les affiches illustrées] à son aide; elle a emprunté la poésie des allégories, elle s’est faite image et sa parure de beauté lui a valu... des chances inespérées d’efficacité...”.



Fernand FERNEL (1865-1933) - AMANDINES DE PROVENCE, 1901, lithographie en couleur © Musée d'Ixelles-Bruxelles / Courtesy of Institut für Kulturaustausch, Tübingen.