

Ça l'affiche mal !

Depuis combien de temps une affiche de cinéma n'a pas frappé mon imagination ?

*

Longtemps, je me suis couchée de bonne heure, surplombée par le ténébreux Rhet Butler et une Scarlett alanguie, dans une ville enflammée de passion. Je vouais à l'affiche illustrée d' *Autant en emporte le vent* une adoration égale à son impact brûlant sur mon imagination adolescente. Ce film est la plus grande histoire d'amour du cinéma. Or ce que suggère l'affiche n'est pas le récit d'une blquette romantique, mais celui d'une passion dévorante et destructrice.



Avec ses dominantes rouge et jaune, éclatantes, elle illustre la flamboyance du Technicolor, utilisé par Fleming. La posture des personnages principaux, situés au centre de l'affiche, totalement débraillés, symbolise la relation complexe de ce couple mythique. Clark Gable, mâle dominant aux traits durs, est hypnotisé par une Vivien Leigh qui semble s'être abandonnée à l'ardeur masculine. Fausse passivité contredite par la position de la nuque qui révèle la tension de son propre désir. Cette affiche déborde de sensualité. Elle est l'illustration parfaite de ce qu'écrivait Stanley Kubrick : « *L'art de l'affiche de cinéma est de réduire en une image ce que le metteur en scène a réalisé en 350.000* ».

L'affiche de film est désormais noyée dans la masse des représentations publicitaires. La multiplication des supports promotionnels réduit considérablement le budget qui lui est dédié. Et pour s'assurer qu'elle soit efficace, les producteurs et distributeurs ont tendance à recourir à des techniques éprouvées de remplissage des salles, au détriment de l'aspect artistique. Notre environnement visuel s'en trouve normalisé. Il est malheureusement bien rare qu'une affiche de film accroche encore le regard.

De la création à la promotion

La première affiche de film est née avec le cinéma. C'est celle du Cinématographe Lumière, présentant l'Arroseur Arrosé en 1895. Cette première affiche, dessinée par Marcelin Auzolle, montre le cinéma comme une innovation technique et un spectacle moderne, joyeux et familial. Le public démonstratif est inclus dans le visuel. L'expérience est mise en valeur bien plus que le film, dont le titre n'est d'ailleurs pas mentionné. Le format noble des affiches de cinéma, 120×160 cm, destiné à habiller les façades des salles et les abris bus perpétue les dimensions de cette affiche « primitive ». C'est en plus, un format à taille humaine - en tout cas à ma taille- offrant un graphisme ni trop gros, ni trop petit, qui permet une identification immédiate du film proposé.



La multiplication des productions de films incite l'industrie cinématographique à investir dans la promotion de ceux-ci pour en garantir le succès commercial. L'affiche de film devient un genre autonome par rapport à l'affiche publicitaire. Entre 1910 et 1920, elles se structurent progressivement autour d'une grande illustration en couleur, d'un titre en grosses lettres colorées, de la mention du studio de production, du nom du metteur en scène et du lieu de représentation. Elles commencent à raconter une histoire avec personnages et action. Les évolutions techniques de l'imprimerie vont contribuer à son développement et les imprimeries spécialisées sont souvent liées aux studios de productions, comme Gaumont et Pathé.

En 1946 Monsieur Monnier, président d'honneur de la section des affichistes de cinéma expliquait devant Henri Langlois: « *Le film est considéré comme une œuvre de l'esprit. Mais cette œuvre ne s'impose pas au public directement dès sa création. Elle a besoin, pour lui être révélée, de la publicité dont l'un des principaux éléments est l'affiche. C'est une tâche très difficile que de concrétiser sur une feuille de quelques mètres carrés le sujet d'un film qui dure une heure et demie et qui est souvent tiré d'un roman de trois cents pages. Cette tâche est rendue plus ardue encore par les servitudes innombrables qui paralysent l'inspiration de l'artiste. L'affiche de cinéma doit être populaire, c'est-à-dire compréhensible par tous, suggestive par une synthèse simplifiée du sujet. Par un*

choix heureux des coloris, elle doit être agréable à l'œil et former autant que possible une tache qui attire le regard. L'artiste doit à tout prix respecter la ressemblance frappante des acteurs connus, dont la présence dans le film est un atout commercial de premier ordre, et éviter les formes trop primaires ou un style trop abstrait qui ne serait compris que d'une minorité artistique. Le cinéma est un art populaire, le dessinateur doit s'y conformer. » L'illustration domine mais, compte tenu de toutes ces contraintes, l'affiche de film est considérée comme un genre mineur, l'affichiste créant dans l'anonymat le plus complet. Dans les années 20 cependant, certaines affiches acquièrent une dimension artistique comme celle de *L'Inhumaine*, réalisée par Djo Bourgeois en hommage à Fernand Léger, décorateur du film.



Parallèlement, les acteurs deviennent des célébrités et sont un atout médiatique pour vendre le film. Ce sont eux qui sont mis en valeur sur des affiches qui privilégient une représentation réaliste de leurs visages en gros plan. L'acteur supplante le personnage et ce n'est que le début d'un effacement de la fiction au profit d'éléments marketing destinés à attirer le public en salle.



Je vous invite à regarder cette **archive vidéo**, un reportage un peu daté, mais très instructif, sur le travail des affichistes et la réalisation d'affiches très grands formats -du dessin au crayon à l'assemblage et à la pose des affiches en passant par la peinture à l'aérographe.



Peintres d'affiches de cinéma, série « Énigme »,

© CNDP, 1983

Entre 1960 et 1990, l'illustration offre un terrain de jeu immense pour les dessinateurs, produisant bon nombre d'affiches iconiques. Saul Bass, créateur de

génériques cultes, évoqué dans mon *Survivre de janvier* , imagine pour l'affiche du film *West Side Story* un titre logo. Le titre du film lui-même devient un élément visuel, associé à des graphismes minimalistes en noir et blanc sur un fond rouge éclatant.



A l'inverse Drew Struzan, créateur des affiches de *Blade Runner*, *Indiana Jones*, *Retour vers le futur*, et *Star Wars* impose un style ultra-réaliste, tout aussi attractif et singulier.



Consciente des enjeux artistiques, tout autant que commerciaux de l'affiche de film, l'Académie des César crée une récompense furtive pour celles-ci. De 1986 à 1990, quatre illustrateurs se voient décerner la statuette compressée, parmi eux Christian Blondel pour l'affiche de *37°2 le matin*.



Christian Blondel, César 1987 de la Meilleure Affiche pour *37°2*, LE MATIN from Académie des César on Vimeo.

Tout bascule dans les années 90, lorsque la photo supplante l'illustration. L'art de l'affichiste disparaît progressivement, au profit de visuels formatés directement par les studios, et des logiciels tels que Photoshop. Le travail artistique se limite souvent à une simple mise en page. Quelques réalisateurs, tels qu'Alain Resnais, font encore appel à des illustrateurs. Ce dernier confie la création de ses affiches à Enki Bilal qui réalise celle de *Mon Oncle d'Amérique* en 1980, puis de *La Vie est un roman* en 1982 ou Floc'h qui dessine les affiches de *Smoking* et *No smoking* en

1993, puis de *Pas sur la bouche*, en 2003. Mais cette pratique reste exceptionnelle.



Un récit d'une image

L'affiche de cinéma est, en effet, un élément de promotion extrêmement codifié. Elle rassemble tous les styles graphiques : illustration, dessin, photographie, peinture, image de synthèse, mais aussi lettrages, typographies, traces écrites. On peut identifier deux blocs principaux : textes et image.

Pour la partie texte, le titre du film, évidemment, et les noms des principaux artistes qui ont œuvré à la création du film sont impérativement mentionnés : réalisateur, producteurs, acteurs, principaux chefs de poste, ainsi que l'ensemble de la chaîne de production ayant contribué au financement du film. La façon dont ces noms doivent apparaître (ordre, position, taille des caractères), est négociée contractuellement avec le producteur du film et rassemblée dans un cahier des charges, transmis à l'affichiste. Un slogan ou une accroche viennent compléter les éléments typographiques. S'y ajoutent parfois des indications de critiques, en général enthousiastes, des données chiffrées (nombre d'entrées à l'étranger dans le cas d'une sortie différée, ou de nominations à des prix divers), les récompenses remportées. La partie picturale de l'affiche peut mettre en avant les personnages, une situation, une ou plusieurs images emblématiques du film.



Tous ces éléments conjugués doivent, à la fois, informer et susciter l'envie, en proposant une vision suggestive du film promu. C'est une invitation dont le degré de subtilité varie considérablement.

L'attractivité et l'efficacité d'une affiche sont ainsi mesurées depuis de nombreuses années par Médiamétrie, lors de pré-tests. Anaïs Florès, responsable clientèle au département cinéma de Médiamétrie expliquait dans une interview de

2011, qu' « *Il y a différents pistes créatives à tester : des visuels provocateurs, d'autres plus grand public... L'acteur est plus ou moins mis en avant... Il s'agit de mesurer lequel performe le mieux. On mesure l'intention d'aller voir le film générée par le visuel.* »

L'affichiste se voit contraint de modifier sans cesse son travail, jusqu'à ce que l'affiche obtienne un large consensus. On comprend, alors, aisément comment ce support a pu se standardiser.

En 2008, Daniel Bô réalise une **analyse quantitative et qualitative des affiches de films**, qui reste encore pertinente 10 ans plus tard. Il en ressortait que la couleur de fond des affiches est un facteur important d'identification du genre cinématographique. Le blanc et les couleurs claires illustrent le registre de la légèreté et de l'humour. Le noir et les couleurs sombres apportent une tonalité grave, angoissante, ou horrible.

Les degrés de combinaison du noir et du blanc renvoient à des univers spécifiques. Ainsi le noir et blanc séparés, utilisés pour les films d'aventure, de guerre ou des westerns crée un univers non ambigu, où le bien et le mal s'opposent. Lorsqu'ils sont mêlés comme dans les policiers ou les films noirs, ce clair-obscur signifie l'ambiguïté morale des films à énigme, l'impossibilité de voir clairement la situation et de distinguer le bien du mal.

A partir d'un corpus d'affiches classées par genre, l'étude de Daniel Bô révèle des codes de construction très précis selon la nature du film : comédies, policiers et films noirs, films d'action, drames psychologiques et comédies dramatiques, science-fiction, fantastique, horreur. A chaque genre son registre chromatique, ses postures et expressions privilégiées , ses accessoires incontournables.

Pour les comédies, le registre chromatique du fond d'affiche est blanc ou monochrome, avec des tons francs et gais. Si ciel il y a, il est d'un bleu pur sans nuage. Plusieurs personnages en interaction recréent une petite scène sur l'affiche. Qu'ils soient de face ou de profil, ils sont toujours en pied et en action. Ils rient ou sourient et jettent des regards complices vers les spectateurs.



Pour les films policiers ou noirs, le fond d'affiche est sombre, avec un jeu sur l'ombre, la lumière et le flou, qui crée une ambiance claire obscure. Le personnage est dans une position intermédiaire de trois-quart, seul son buste est apparent. Une arme est présente, posée ou prise en main. Le regard est perplexe ou déterminé, dirigé hors champ.

Concernant les films d'action, l'affiche s'organise suivant une dualité ombre - lumière, bien - mal. La partie inférieure est sombre ou noire, tandis que l'arrière-plan est chaotique : ciel tourmenté, aurore enflammée, explosions. Le personnage se tient de face, émergeant à mi-corps entre l'ombre et la lumière, il est armé, souvent en pleine action. Le regard du héros est tourné vers son destin, et vers le spectateur.



Les affiches de films fantastiques, de science-fiction ou d'horreur privilégient les fonds noirs, les ténèbres étant éclairées par des couleurs spectrales ou lunaires. Seuls les visages ou les yeux des personnages sont représentés. Bien souvent ils hurlent ou leur regard est empreint de terreur et d'effroi, fasciné par une vision indescriptible.

Les films mettant en scène des animaux, qu'ils soient des documentaires ou des œuvres de fiction, ont invariablement droit à un fond bleu. Dans cet univers, entre ombre et lumière, mystérieux, non-humain, mais attachant, brille une lune blafarde.



Toutes ces conventions ont pour fonction de permettre au public d'identifier immédiatement le genre du film qui lui est proposé. C'est évidemment essentiel,

quand pratiquement 15 nouveaux films sortent chaque semaine en France. Mais à trop vouloir être explicite, ne risque-t-on pas la banalisation des visuels ?

Le genre de l'affiche fait certainement appel à une mémoire de références communes, nourrie par 120 ans de création cinématographique. Il y a forcément dans toute cette production publicitaire des hommages, des reprises ou des parodies.

Une bonne affiche ne serait-elle pas, alors, celle qui innove tout en jouant des références, comme ces affiches alternatives illustrées par de jeunes designers.



La propagation de l'affichage dynamique ou 3D, avec l'installation d'écran LED ou LCD offrira certainement des belles opportunités créatives, déjà explorées par ces Gifs. Et si elles me surprennent, m'hypnotisent ou me font rêver, je prendrai le temps de les regarder.

