

et politique; elle doit être l'expression et en même temps le moteur de l'évolution de la société.

L'affiche n'a pas pour but la galerie d'art, le musée ou quelque satisfaction d'ordre esthétique, elle est destinée à la rue, illustre l'événement du jour: son but est à la fois précis et changeant. Ce qui paraît aujourd'hui intéressant et retient l'attention du public sera dès demain dénué de tout intérêt, sera oublié comme s'il n'avait jamais été. L'affichiste berlinois Hans Lindenstaedt a dit un jour: «Une belle affiche sur une colonne rend immortel . . . pour vingt-quatre heures.» La faveur du moment évolue rapidement, comme les besoins et les intérêts du public. L'affiche doit se plier à cet état de fait et seul l'artiste qui connaît son temps et sait en adopter le rythme pourra rester dans la course, suivre l'esprit de l'époque et créer avec succès.

**L'art de l'affiche est
de l'art appliqué**

L'affiche doit agir sur les hommes et les gagner pour certaines offres. Elle doit, pour atteindre ce but, s'intégrer au lieu et au moment, parler la même langue que ceux à qui elle s'adresse. L'affiche moderne doit donc être populaire, facile à comprendre, et, bien souvent, humoristique et spirituelle. L'affiche n'est pas un objet en soi, elle a une tâche économique et politique à remplir. L'artiste est payé pour ce travail spécifique et non pour des recherches artistiques expérimentales qui pourraient séduire l'amateur et le collectionneur. L'art de l'affiche est un art intéressé. On exige de l'affiche un effet, économique ou politique.

Un art de l'affiche est-il possible dans ces conditions? L'art ne devrait-il pas être dégagé de toute intention économique immédiate? L'affiche moderne s'est pourtant développée dans cette perspective. Ce sont les hommes d'affaires et les politiciens qui passaient les commandes, l'affiche devait leur permettre d'acquérir certains avantages. L'art ne fut jamais pour la publicité qu'un instrument qui lui permettait de gagner du terrain et de l'influence. Les artistes ne se sont jamais fait d'illusions à cet égard, et ils ne pouvaient s'en faire. Après une courte incursion dans ce domaine nouveau, les premiers affichistes qui vécurent le rapide essor de l'affiche à ses débuts finirent par délaisser ce travail, ne voulant pas servir des intérêts économiques ou politiques, mais incapables en même temps de saisir les lois internes de la publicité à travers la multiplicité de ses manifestations.

**L'affiche en tant
qu'œuvre d'art**

Les limites imposées par une pensée utilitaire rendent l'art de l'affiche non seulement possible, mais indispensable. Ces limites pratiques et les règles du graphisme et de la publicité ouvrent à l'affichiste un vaste domaine et les moyens d'agir sur le public, ses découvertes surprenantes doivent le séduire et l'attirer comme au cours d'une partie de jeu. Les affichistes vivent au sein des multiples manifestations de la vie, lui donnent son attrait et ses couleurs, lui insufflent un air de bonheur et d'optimisme.