

Vittorio, fer de lance de l'affiche

Serge Jongué

Volume 25, Number 101, Winter 1980–1981

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/54567ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

La Société La Vie des Arts

ISSN

0042-5435 (print)

1923-3183 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Jongué, S. (1980). Vittorio, fer de lance de l'affiche. *Vie des Arts*, 25(101), 36–38.

Vittorio, fer de lance de l'affiche

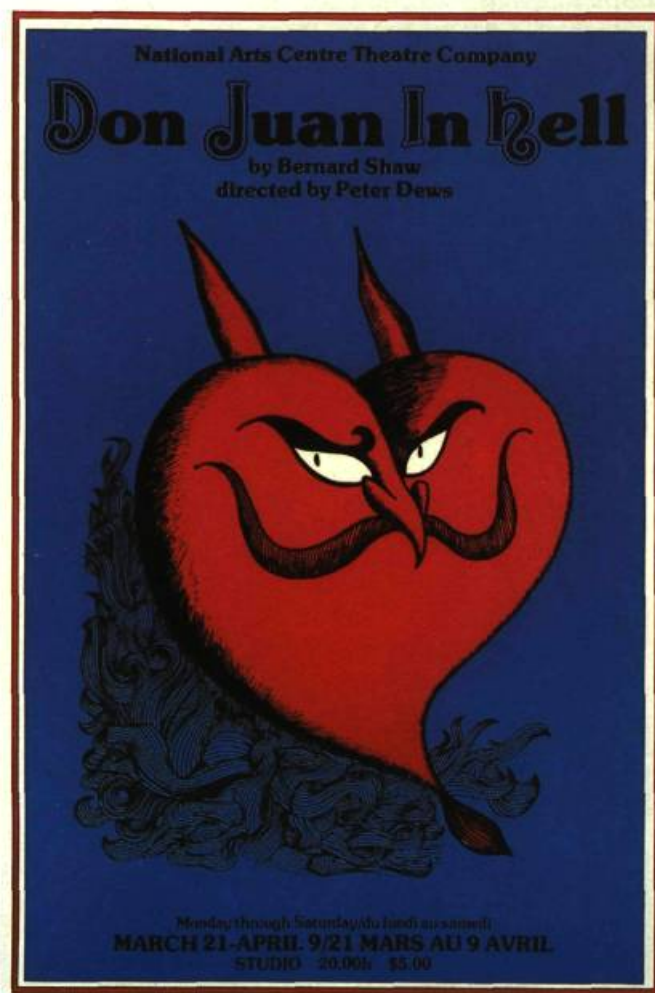
Serge Jongué

Les premières affiches canadiennes font leur apparition lors des élections fédérales de 1891. Symptomatiquement, nombre d'entre elles seront alors exécutées par des caricaturistes. L'affiche canadienne gardera longtemps ce caractère épisodique et presque exclusif d'instrument de propagande. Ce sont d'ailleurs les deux conflagrations mondiales qui l'inscriront plus solidement dans notre mémoire culturelle. Tombée en désuétude durant l'après-guerre, cette forme d'expression retrouve un second souffle à l'occasion de la grande période de prise de parole qui caractérise les années soixante. De nombreux signes font croire aujourd'hui à une renaissance de l'affiche au Canada. Des galeries comme Posterity et Marci Lipman, de Toronto, commencent à s'y intéresser; divers ministères se rendent compte qu'elle reste un instrument bien plus efficace que la télévision pour mener à bien leurs campagnes de masse. Aux Archives Publiques du Canada, Raymond Vézina, conservateur des œuvres d'art et spécialiste canadien de l'affiche, travaille en ce moment à un projet d'envergure sur Vittorio, projet de pointe destiné à relancer définitivement ici l'art de l'affiche. La réalisation de l'article suivant a été grandement facilitée par les nombreuses références biobibliographiques fournies par Raymond Vézina et par son empressement à ouvrir toutes grandes les portes de la Division de l'iconographie qui possède une collection bientôt complète de la production chatoyante de Vittorio. Ces réflexions sont tout aussi redoutables à la bonne volonté de l'insaisissable Vittorio qui s'est résolu, de bonne grâce, à donner quelques aperçus de son quotidien mental et prosaïque d'affichiste.

Comme pour nombre de moyens d'expression nés avec le siècle, on peut trouver des ancêtres classiques à l'affiche: Édouard Manet, par exemple, avec sa désormais célèbre lithographie annonçant le livre de Champfleury sur les chats. Cependant, les origines véritables de l'affiche sont autres. Celle-ci prend son essor au cours du 19^e siècle en tant que partie intégrante de la révolution industrielle où elle trouve pour la première fois une place définie: l'affiche est une image industrielle, elle est une image urbaine. Elle est l'expression du lien entre le culturel et le commercial. En conséquence, aborder son domaine, c'est en même temps amorcer une réflexion sur les conditions actuelles de l'expression artistique, que ce soit du côté d'une redéfinition du statut de l'artiste ou encore de celui d'une réévaluation des objets mêmes de l'intérêt artistique.

L'être profond de l'affiche est social: son ubiquité, son omniprésence, en fait une plaque sensible de la société. La logique commanderait donc que l'affichiste idéal soit avant tout une sorte de journaliste d'analyse, une manière de poseur de dazibao. Vittorio Fiorucci est de ceux-là.

L'apparition de Vittorio sur la scène culturelle montréalaise remonte au début des années cinquante. Il mène alors de front sa recherche photographique et des activités de dessinateur politique à la pige, voguant des cerles artistiques de *La Petite Europe* et de *l'Échourie* à l'atelier ouvert de Ronald Perreault, personnage marquant dans l'évolution de la sérigraphie au Québec. Deux dates



1. Vittorio FIORUCCI
Don Juan in Hell, 1977.
Sérigraphie; 96 cm 6 x 63,7.
Ottawa, Archives Publiques du Canada.

centrales marquent son engagement au sein du mouvement culturel qui accompagne la Révolution tranquille québécoise: 1961-1962, avec son expérience de coanimateur de l'éphémère mais réputé magazine *Exchange*; 1964-1967, début véritable de sa carrière d'affichiste, comme directeur artistique du Festival International du Film de Montréal, période durant laquelle il tente d'imposer pour la première fois en Amérique du Nord la notion d'art de la rue, renouant ainsi avec la grande tradition européenne de l'affiche. Aujourd'hui, Vittorio est vraisemblablement l'affichiste le plus prolifique du Canada; il est aussi devenu un des affichistes majeurs de l'Amérique du Nord, ayant remporté, en moins de deux décennies, plus de 70 prix nationaux et internationaux. Ses mentions au Art Directors' Club de Montréal, Toronto et New-York, sont devenues monnaie courante, de même que sa présence au sein de magazines majeurs consacrés à l'art graphique, comme *Design* ou *Graphis*. Mais, au delà de tout ceci, le don de ses affiches de théâtre fait par le Centre National des Arts aux Archives Publiques du Canada, de même que l'acquisition de certaines de ses œuvres par le Musée d'Art Moderne de New-York, donnent la mesure de l'importance du témoignage historique et esthétique de sa production.

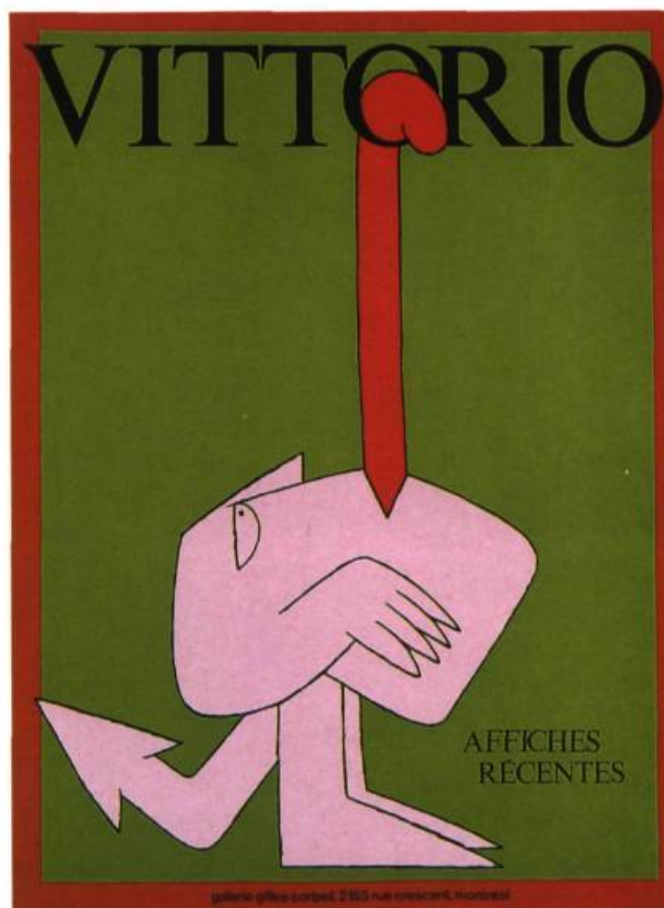
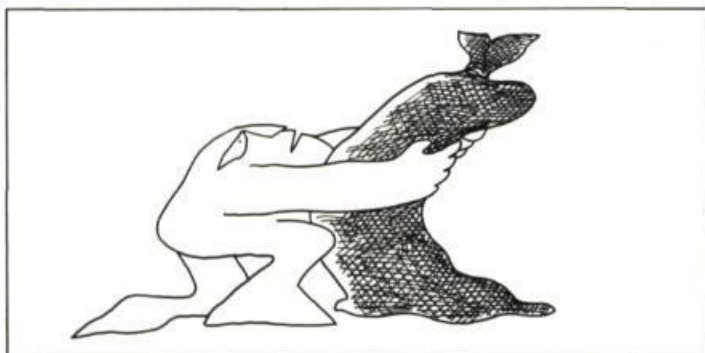
La pétulance de l'affiche, la latitude esthétique qu'elle permet, le puissant impact social dont elle bénéficie, ont toujours attiré épisodiquement les créateurs, qu'il s'agisse de peintres comme Picasso, Miró, Van Dongen, ou de caricaturistes comme Garretto ou Grosz. Vittorio n'est assimilable ni aux uns ni aux autres, bien

que ses horizons esthétiques doivent autant à l'abstraction qu'au cartoon. Parfait autodidacte, dont le seul apprentissage artistique s'est fait au contact de moyens d'expressions longtemps décriés, comme la bande dessinée par exemple, son option pour l'affiche représente la recherche d'un médium qui soit à la fois approprié à son impulsion créatrice et à sa sensibilité esthétique et sociale. En exécutant sa première affiche à l'âge de 15 ans, Vittorio se choisit affichiste. Voici la raison pour laquelle, chez lui, le créateur se double toujours d'un analyste. Très longtemps, la conscience sociale n'a voulu retenir de la photographie que son aspect informatif. Selon le même esprit, elle est portée, aujourd'hui encore, à ne remarquer de l'affiche que son expression purement commerciale. Pour Vittorio, affirmer la pleine dimension de son geste créateur, c'est nécessairement combattre ce blocage culturel en revendiquant l'espace véritable de l'affichiste: espace esthétique, espace social et, enfin, espace physique. Son affiche ne cède jamais au naturalisme, à cet a priori d'illustration servile auquel nous avait habitué une certaine tradition de l'affiche cinématographique des années cinquante. D'autre part, sa production, et nous y reviendrons, couvre aussi bien le domaine commercial que le domaine culturel ou politique. Enfin, puisque la rue est le lieu originel, le lieu naturel d'habitation de l'affiche, la revendication d'un *art public*, d'un *art de la rue*, sera un atavisme de sa visée esthétique.

Cette requête d'un art public est une notion-clé qui le place dans une position intéressante à l'égard de l'interrogation majeure sur l'art qui agite l'occident depuis le siècle dernier. En effet, tant la théorie des beaux-arts de Hegel que la subdivision contemporaine de la culture en arts majeurs et en arts mineurs témoignent d'un souci identique, celui de redonner un statut stable à l'art, car l'âge d'or de l'artiste-artisan de la Renaissance est irrémédiablement révolu. Du cœur de ce débat malaisé, le concept d'art public, qu'il faut absolument prendre dans son sens large (aujourd'hui ce peut être aussi bien l'affiche que le sac de magasin ou la pochette de disque) clame la nécessité d'un vécu quotidien de l'art. Pour Vittorio, l'incertitude artistique contemporaine est moins une question de choix esthétiques qu'une question d'ancrage du fait artistique. En cela, deux idées appuient sa démarche. Tout d'abord la certitude du caractère syncrétique, global, de la percep-



2. Séries humoristiques.
En haut: *Lui et moi*;
en bas: *Les Femmes-sacs*.



3. *Affiches récentes*, 1976.
Sérigraphie; 86 cm x 63.
Ottawa, Archives Publiques du Canada.

tion humaine: l'art lui aussi est fonction de l'habitus; plus il fait partie de l'environnement quotidien, plus il sensibilise. De plus, c'est d'ailleurs justement parce que la perception humaine est simultanée que la combinaison forme, couleur et lettre confère à l'affiche cette immédiateté, cette puissance de communication qui est son apanage. On trouve ensuite chez Vittorio une idée complémentaire: cette intuition très moderne que l'artiste, loin de compromettre son geste créateur, peut au contraire le prolonger et l'amplifier en se servant de la technologie contemporaine (qu'il s'agisse de techniques d'imprimerie, de télévision, voire d'ordinateur). Ainsi, à la liberté totale du peintre, idéologie qui porte malheureusement en elle-même le germe de la marginalisation de l'artiste, Vittorio oppose l'alternative de l'artiste-citoyen. L'affiche est le fruit d'une collaboration entre le client, l'artiste, l'imprimeur, le typographe. Cette véritable chaîne de travail, justement parce qu'elle présuppose des contraintes techniques (budget, sujet, format, etc.) amène l'affichiste à développer un imaginaire technique qui lui permet de s'adapter sans se soumettre. De cette adéquation de la sensibilité artistique à la réalité prosaïque découlent à la fois une maîtrise du processus technique qui devient alors partie intégrante du geste créateur, et l'assurance que l'émoi de l'artiste pourra être partagé par la multitude. L'idée de l'artiste-citoyen retrouve alors la motivation essentielle de l'art, qui se veut forme ultime de la communication.

Il y a chez Vittorio une véritable fascination de l'objet que l'on retrouve au cœur même de sa conception de l'affiche. Son affiche, il est difficile de l'ignorer tant elle possède la matérialité, la présence de l'objet. Un Vittorio, c'est presque toujours une déclaration véhémement, un cri visuel qui flirte inlassablement et témérairement avec l'extravagance et le lieu commun. L'affiche



4. *Women's lib*,
Sérigraphie;
86 cm 3 x 63,2.
Ottawa, Archives
Publiques du Canada.

de Vittorio est un lazzi, un *sacre* presque. Elle possède toutes les caractéristiques du graffiti: son élan extraverti et sa puissance d'expression, d'évocation. Ses couleurs sont des couleurs de jouets, ses formes, d'une concision exacerbée. Sens aigu de la synthèse et satire sont les deux points qui définissent le mieux sa production.

De son enfance vénitienne, Vittorio a retenu trois leçons: celle du choc visuel des couleurs, les couleurs simples de la manière japonaise remises à la mode par l'affiche germanique des années trente, celle de la symphonie parfois criarde des aplats de couleur de la bande dessinée d'aventures américaine qui prend son essor à la même époque et envahit l'Italie, mais aussi celle de la synthèse du message, savoir-faire propre à la bande dessinée, ce médium où l'ellipse, c'est-à-dire le sous-entendu constant, est un exercice majeur. Ces certitudes premières, Vittorio les a conservées au long de sa carrière tout en les affinant. Contrairement à Hugo Pratt, un de ses amis d'enfance, qui s'est appliqué avec une rare dextérité à faire de la bande dessinée une synthèse narrative époustouflante du message cinématographique, Vittorio s'est astreint, avec le bonheur que l'on sait, à interpréter en une seule image, à la fois visuelle et verbale, un universel de pensée dépassant de loin le sujet initial de son affiche.

Le trait de Vittorio est presque ingénu. Il possède cette simplicité trompeuse du dessin humoristique qui, tout en paraissant figuratif tend pourtant vers l'abstraction. Sa façon de travailler est un éloge vivant au graffiti, réconciliation idéale de l'idée et du geste. A ce titre, l'absence caractéristique de l'étape du crayonné, par exemple, témoigne de son souci de conserver au geste sa vitalité première. Vittorio est un sérigraphiste qui alterne dessin et découpage, procédés qui l'amènent à deux rendus très différents. Alors que le dessin premier porte son affiche à observer une composition centrale forte, le découpage, c'est-à-dire la couleur prise comme point de départ, lui confèrera au contraire une structure plus cinématique. Cette alternance de la masse au contour, cette ambivalence du Vittorio indifféremment cartoonist ou coloriste, à la manière du peintre, obéit cependant à une constante: celle du travail direct. Il conçoit toujours sa sérigraphie sur le format définitif de son affiche. A partir d'une couleur de base, de fond, selon laquelle il détermine ses jeux de contrastes ou de camaïeu, Vittorio découpe directement, à la main ou au ciseau, ses divers papiers colorés qu'il dispose sur son fond afin d'avoir un sentiment immédiat du résultat imprimé. Ce sens aigu des formes et des couleurs, il l'a acquis durant sa prime jeunesse en découplant inlassablement à même ses albums illustrés. Le geste est ancestral. Picasso enfant employait ce même jeu de *découpage instinctif* et Matisse, au terme d'une vie d'expérimentations esthétiques, en revient à cette impulsion première: il opte pour le découpage à l'occasion de la décoration de la chapelle provençale de Saint-Paul de Vence.

L'affiche de Vittorio est un idéogramme. Cette synthèse visuelle des idées qu'il semble rendre avec une facilité déconcertante est, dans les faits, assujettie à une stricte discipline de la communication, à un exercice mental que l'on peut voir à l'œuvre dans ses cahiers de dessins d'humour, authentiques laboratoires de réflexion où s'élabore la mécanique de l'abstraction qui préside à la production de ses affiches. La figure centrale de ces dessins d'humour est son *everyman*, créature à la tête protubérante qui est en passe de devenir son label. Cet être essentialisé, tour à tour diabolin, centaure, Icare, sphynx, autoportrait, vieillard ou cowboy, est le véhicule privilégié des universaux de pensée dont use Vittorio. La critique a souvent insisté sur l'imagerie sexuelle présente dans ses affiches: ce n'est voir là que la pointe de l'iceberg. Chez Vittorio, le sexe est employé au même titre que tous les instincts premiers: faim, peur, violence, communication. La limpidité est source du magnétisme et de la séduction que ses affiches provoquent. *Lui et moi*, série humoristique mettant en scène un homme au sexe en forme de chien, autant que la suite des *femmes-sacs*, représentent des exemples typiques de déclinaisons satiriques où Vittorio, s'installant au cœur des préjugés, joue tour à tour sur les réflexes humains et sur les clichés culturels ou sociaux, jusqu'à les épuiser.

A ce feu d'artifice d'idées, à cette proximité visible notamment dans ses calendriers, fait pendant la sobriété de son affiche, son caractère de raccourci mental saisissant, son allure de déclaration finale. Son Tartuffe pudique porte inscrit sur le visage les attributs de son hypocrisie; son *Don Juan in Hell* exprime avec beaucoup de sobriété l'incertitude fondamentale qui caractérise ce personnage; son *Women's Lib*, au delà d'une résonance contemporaine, joue sur la peur ancestrale de l'homme face à la plénitude physique de la femme, tout en suggérant des symboles mythiques comme celui de la louve romaine; son dernier *Don Juan* évoque toute la mystique maléfique attribuée à la figure du chat. L'affiche de Vittorio se réfère constamment à plusieurs niveaux de sensibilité, elle veut être plurielle. Et c'est justement parce que le sens y est condensé qu'elle peut donner lieu au jeu de mot visuel, la base du jeu de mot étant précisément ce *court-circuitage* du sens.

Plénitude, voici le mot qui caractérise le lien affectif de Vittorio avec l'affiche. A ses yeux, celle-ci personnifie la libre parole, car elle peut être à la fois best-seller et compte d'auteur. Le best-seller, c'est *Le Château*, son plus grand tirage, affiche destinée à identifier la chaîne de magasins de vêtements du même nom, affiche qui servira de patron à une série de dérivés publicitaires: affiches-cadeaux, sacs de magasin, plaques d'automobile. Le compte d'auteur, comme *Viva Pedro*, ce sont les affiches créées pour les amis. Ce sont aussi les légions de fausses affiches annonçant des événements imaginaires (*Le Festival international d'art pornographique*) ou personnels (*And David Came to Canam*). On touche ici au côté romancier de Vittorio, qui allie le culte de la parabole à celui de l'affabulation. Cette veine d'affiches cerne de très près son être secret: ce besoin d'expression, ce besoin de satire, ce besoin immémorial de laisser une empreinte, de suspendre le vol du temps. Néanmoins les deux rétrospectives de l'œuvre actuel de Vittorio (Vancouver Art Gallery, en 1978, et Swen Parson Gallery, Northern Illinois University, en 1979) nous montrent à l'évidence que la majorité de sa production est consacrée au domaine culturel et tout particulièrement au théâtre: on se rappellera qu'il a déjà été un temps responsable des affiches pour le secteur anglais du Centre National des Arts. Ces rétrospectives prouvent aussi combien sa production est un miroir fidèle des mouvements culturels et sociaux du Montréal pluraliste des années soixante et soixante-dix: engagement politique planétaire, revendication pour une urbanisation à l'échelle humaine, engagement pour le cinéma québécois, pour la sculpture, la musique, ... Au delà de la variété des champs d'intérêt de Vittorio, derrière l'apparente versatilité de son style, il importe de découvrir l'oreille attentive à la rumeur sociale et la générosité du geste créateur: deux qualités essentielles qui lui permettent d'exercer avec *mæstria* l'art difficile de l'éphémère.