

Collectionner les affiches canadiennes

L'image, la lettre et la ligne
Numéro 41, hiver 1986–1987

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/43467ac>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

Les Éditions l'Interligne

ISSN

0227-227X (imprimé)
1923-2381 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

(1986). Collectionner les affiches canadiennes. *Liaison*, (41), 28–29.



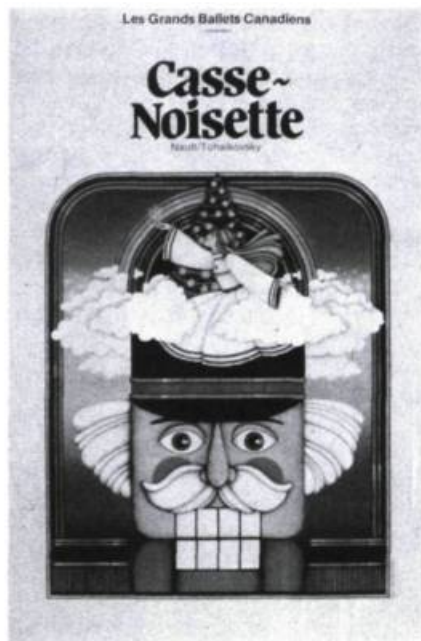
Faites le test

Reculer de quelques pas

Si vous comptez le nombre d'affiches vues en un seul jour entre votre lever et 9 heures du matin, vous serez également surpris de leur nombre et du fait que seulement une minorité de ces affiches dépassent la grisaille de la production courante. N'est-il pas nécessaire de proposer une réflexion sur le design graphique et l'affiche si l'on veut que les créateurs aiguillonnés en quelque sorte par leurs clients et le public produisent en plus grand nombre des images exceptionnelles?

Comme les portraits peints des rois et des princes de l'Eglise jouaient autrefois un rôle important dans la gestion des affaires religieuses et civiles, l'affiche propose à la population l'image de ses dirigeants à la recherche de victoire électorale ou de confiance populaire. L'affiche, tout comme l'art d'autrefois, possède une fonction sociale importante qui est de faire connaître un produit commercial, une activité ou un bien culturel ainsi que des valeurs et des services sociaux.

Pour jouer ce rôle avec efficacité tout en améliorant l'environnement visuel, l'affiche doit proposer une image originale qui évite la plate reproduction réaliste. Il n'est pas important que l'image utilise la photographie, l'illustration ou des techniques variées pourvu qu'elle sorte des sentiers battus. Le choix des



couleurs est également un aspect important que les graphistes utilisent avec bonheur. Le texte joue un double rôle, formel et syntaxique. Le choix d'une typographie fantaisiste, sobre ou massive, peut contribuer grandement à la valeur d'une affiche. À la limite, une affiche peut ne renfermer que de la typo; on parle alors de placard ou d'affiche typographique. Il va sans dire que la façon d'exprimer le message joue aussi un rôle important. Une phrase comme **The last drink** aura un impact très différent selon qu'elle est utilisée dans une image prônant la sobriété (drink = alcool) ou la sécurité en mer (drink = eau).

Parmi les autres éléments qui assurent l'excellence d'une affiche (qualité d'impression, ordre général, proportion image-texte, etc.), la monumentalité doit recevoir une attention particulière. L'affiche, à l'encontre de l'illustration dans un livre, dans une revue ou sur une pochette de disque, est généralement placée à une distance de plusieurs mètres du spectateur. Il importe donc que les motifs principaux soient présents ou évoqués de façon assez forte pour attirer l'attention et être compris à distance. Faites un test à l'aide des éléments qui précèdent et vous découvrirez facilement les affiches excellentes dont l'absence appauvrirait votre environnement. Et pourquoi ne pas commencer une collection?



Collectionner les affiches canadiennes

L'affichomanie de la fin du XIX^e et du début du XX^e siècle avait suscité l'apparition d'importantes collections privées qui furent ensuite reléguées aux oubliettes pendant les deux Guerres mondiales. Depuis la fin des années 1960, quelques institutions spécialisées ont relancé les collections d'affiches. Par ailleurs, les collectionneurs privés redécouvrent depuis quelques années l'importance de l'affiche, non seulement en ce qui regarde l'excellence graphique mais l'aspect financier. Des Cassandres, ignorées il y a quelques années, se vendent maintenant 30 000 \$ aux États-Unis. Beaucoup d'affiches canadiennes sont déjà introuvables et la demande ne cesse d'augmenter.

Affiche et poster

Avant de se lancer dans le monde merveilleux du collectionneur d'affiches, il faut prendre un certain nombre de faits en considération. Le collectionneur d'affiches doit au départ établir une nette distinction entre affiche proprement dite et poster. En français le terme poster signifie affiche décorative ou affiche d'intérieur, soit une image créée dans le but de décorer une chambre ou un hall. Si elle existe, la typo ne mentionne ni événement, ni adresse, ni date et pour cause. En anglais, l'usage est de faire du poster une quatrième catégorie d'affiche (decorative poster) à la suite de l'affiche de produits commerciaux, de l'affiche culturelle et de l'affiche sociale. Une collection de posters ne saurait atteindre une valeur élevée étant donné le grand nombre d'exemplaires imprimés. Par ailleurs, la plupart des villes canadiennes possèdent des boutiques où l'on peut acheter ces posters dont la majorité provient d'Angleterre, des États-Unis, de la France et de l'Italie. Le collectionneur d'affiches doit également mesurer les difficultés inhérentes à la dimension des pièces et à leur fragilité, ce qui rend les échanges coûteux.

Par contre, d'agréables surprises attendent le collectionneur d'affiches canadiennes qui sait établir une stratégie d'acquisition réaliste orientée vers les principaux créateurs. Le Québec et l'Ontario possèdent en effet des affichistes de grand talent dont les œuvres plairont aux plus exigeants. Mentionnons pour l'Ontario, Heather Cooper, Stephan Czernecki, Theo Dimson, Jim Donoahue, James Hill, Jerry Kuleba et Richard Saint-Germain. Il arrive également que l'on trouve à Toronto des pièces intéressantes produites par des graphistes de l'Ouest comme David Cooper (Vancouver), Don Dickson (Vancouver) ou Grant Leier (Calgary). Au Québec, il faut faire l'acquisition de belles pièces de Ivan Adam, de Philippe Beha, de Gérard Bochud, de Couthuran (Québec), de Michel Fortier, d'Alfred Halasa, de J.C. Knaff, de Guy Lalumière, de Frédéric Metz, de Neville Smith (Aylmer), de Tibo, de Vittorio et de Roland Weber.

Si vous voulez constituer à bon compte une collection de qualité et ne vous priver d'aucun plaisir rattaché à ce genre d'activités, il est sage de combiner selon les circonstances les talents de l'aventurier, du prospecteur et de l'acheteur perspicace.

L'aventurier

L'aventurier obtient ses affiches à force de patience et de relations sans déboursier beaucoup. Il surveille les poseurs d'affiches dans la rue et leur propose son aide en échange d'une ou même de plusieurs affiches. Ces gens travaillent à toutes heures du jour et de la nuit devant les palissades et les murs temporaires. Sac au dos ou poussant une voiturette ils font des tournées excédant rarement quelques heures. Il est également possible d'obtenir des pièces intéressantes des préposés aux babillards dans certaines institutions. Lier connaissance avec les imprimeurs et les éditeurs locaux peut également être très utile. Le collectionneur désirent s'accommoder d'affiches légèrement avariées peut se munir d'un écureuil et dégraffer les affiches quand l'événement qu'elles annoncent est terminé. Chaque collectionneur développe son réseau selon la nature du patelin où il habite ou selon la fréquence de ses voyages.

Le prospecteur

La prospection, activité plus organisée, consiste à écrire ou à téléphoner à tout organisme producteur d'affiche. Les quotidiens, les revues générales et les revues spécialisées mentionnent



régulièrement des concours, des campagnes de promotion d'une affiche en particulier. Il est également possible de noter le nom de la compagnie ayant produit toute affiche que vous apercevez dans la rue. Il est sage de vous identifier comme collectionneur et d'en indiquer les raisons afin que votre interlocuteur soit convaincu de faire un travail utile s'il accepte de répondre à votre demande et d'assurer les frais d'un emballage ainsi que de l'affranchissement.

L'acheteur

L'acheteur canadien ne sera bien servi qu'en Ontario et au Québec puisque, sauf erreur, il n'existe aucune boutique dans les autres provinces où l'on puisse trouver des affiches conçues et produites au Canada (voir tableau ci-contre).

TABLEAU (2)

On peut obtenir la liste des graphistes ontariens en s'adressant à la **Society of Graphic Designers of Canada**, P.O. Box 813, Adelaide St. East, Toronto.

La revue **Graphisme Québec** (Société des graphistes du Québec, 85 ouest Saint Paul, Montréal, H2Y 3V4. Tél. : 845-0982) donne de bonnes indications. Consulter aussi le Répertoire des graphistes du Québec.

L'Hôtel des encans, à Montréal, organise chaque année au moins un encan de grande envergure où vous pouvez vous procurer à bon compte des pièces classiques aussi bien que des lots à très bon marché. Vous avez le choix entre des Mucha à 4 000 \$, des Cheret à 1 200 \$, des Cappiello à 300 \$ pour donner quelques exemples des grands maîtres européens du XIX^e siècle. Vous

pouvez également acquérir des affiches canadiennes récentes pour 200 \$ et même 10 \$ dans certains cas. Lors du dernier encan tenu au printemps de 1986, des lots entiers se sont même vendus à 20 \$. Ce type d'encan, en plus de vous mettre en contact avec d'autres collectionneurs, vous permet de profiter d'un marché dont les prix sont encore très bas en regard du marché américain. Ayez toujours la prudence de visiter l'Hôtel des encans la veille ou quelques heures avant l'ouverture des ventes afin d'établir une liste de choix avec le prix maximum que vous voulez payer pour chaque item. Judicieusement distribué, même un faible montant est encore suffisant pour jeter les bases d'une intéressante collection.

TABLEAU 3

Galleries et boutiques :

À Toronto :

Marci Lipman Graphics, 231 Avenue Road, M5R 2J3. Tél. : 922-7061

Posterity Graphics, 265 Queen Street East, M5A 1S6. Tél. : 861-1851

À Montréal :

Artistica Inc., 401 des Erables, Lachine. Tél. : 364-6090

Atelier 68 Inc., 1024 rue Laurier. Tél. : 279-2188

L'Aller-Retour, 1631 St-Denis. Tél. : 845-1543

Le Grenier d'art, 3447 rue du Parc. Tél. : 849-1000

Si vous voyagez en Europe ou aux États-Unis, plusieurs grandes villes ont des boutiques spécialisées dans la vente des affiches.

À Paris, cinq boutiques retiennent surtout l'attention : Léon Khatchikian, 16 rue de Birague, 75004 Paris; Jean-Louis Fivel, 20 rue Serpente, 75006 Paris; Jacques Fivel, 20 rue Serpente, 75006 Paris; L'Imagerie, 9 rue Dante, 75006 Paris; Dominique Delattre, 123 rue de l'Université, 75007 Paris. **À Varsovie**, les boutiques Desa possèdent de fort belles pièces à bon prix. **À New York**, qu'il suffise de mentionner la Triton Galerie spécialisée en affiche de théâtre et la très sélecte Galerie Reinhold and Brown, 26 East 78th Street, N.Y. 10021, située en face du Metropolitan Museum et où l'on est généralement reçu seulement sur rendez-vous.