

TYP
O
EN
EXCÈS

*Quand l'ornement
devient langage*

Jeanne Gaillard

Préface

Ce mémoire est né d'une fascination pour ces lettres qui débordent de leur rôle discret, trop grandes, trop ornées, presque indiscretes, et qui semblent d'abord vouloir être vues avant d'être lues. En me tournant vers les affiches françaises du XIX^e siècle, j'ai découvert un moment où la typographie quitte la transparence du texte pour devenir surface, rythme et spectacle.

Ce travail est une tentative pour comprendre comment ces ornements, longtemps considérés comme des détails décoratifs, participent en réalité à l'invention d'un véritable langage visuel. En suivant ces formes excessives et parfois mal aimées, j'ai voulu montrer qu'une part essentielle de notre culture graphique s'est construite précisément là : dans ce trop-plein de signes que l'on avait pris, à tort, pour de simples embellissements.



Sommaire

INTRODUCTION	5
I. NAISSANCE D'UNE CULTURE VISUELLE INDUSTRIELLE EN FRANCE	10
✿ Une France en transformation entre urbanisation et modernité urbaine	12
© Révolutions techniques de l'imprimerie	18
✚ L'affiche comme médium distinct	25
II. DÉFINIR L'ORNEMENT : FORMES, HÉRITAGES ET FONCTIONS	33
✚ Héritages et transformations de l'ornement	36
☞ Typologies formelles et fonctionnelles	42
☞ Fonctions de l'ornement typographique	48
III. L'ORNEMENT COMME SYSTÈME VERS UN LANGAGE VISUEL REPRODUCTIBLE	55
♥ Catalogues de fonderies entre standardisation et reproductibilité	58
✿ Syntaxe visuelle et règles de composition	64
☞ Professionnalisation et expertise graphique	69
IV. UNE COMMUNICATION DU SPECTACULAIRE POUR L'ÉCONOMIE DE L'ATTENTION	75
* L'affiche et la compétition visuelle urbaine	79
☞ L'ornement et la promesse spectaculaire	87
☞ Mutation du regard urbain et culture visuelle partagée	94
V. HÉRITAGES ET CONTINUITÉS DE L'ORNEMENT XIX ^e DANS LA PENSÉE DU DESIGN MODERNE	101
© Principes XIX ^e et systèmes de design moderne	104
© Réception et occultation moderniste	110
☞ Apports et implications pour l'histoire du design	115
CONCLUSION	121
BIBLIOGRAPHIE, SITOGRAFIE & PODCASTS	125



Introduction

⁺ *Période préhistorique d'adoption de l'agriculture.*
Wikipédia

Depuis les premières parures corporelles, les poteries incisées ou peintes et les outils gravés du Néolithique⁺, l'ornement accompagne les objets, les corps et les espaces habités sous des formes très diverses, allant de la simple répétition de motifs à la stylisation de signes plus complexes. Il ne s'agit pas seulement d'ajouter une décoration à une surface déjà constituée, mais de donner à cette surface une première organisation visuelle, de la rythmer, de la découper et de la rendre lisible. Dans les premières civilisations, cette fonction apparaît déjà de manière très nette : les tracés géométriques, les enroulements, les bandes répétées, les figures végétales stylisées ou les signes abstraits servent à structurer les objets autant qu'à les distinguer, qu'il s'agisse de céramiques, de textiles, de bijoux, d'objets rituels ou d'éléments architecturaux. L'ornement prend ainsi très tôt la forme d'un langage variable, où la répétition, l'alignement, la symétrie et le motif deviennent des moyens de produire un ordre visible. Dans l'Antiquité, cette tendance se systématisait davantage encore avec la constitution de véritables vocabulaires formels : frises⁺, palmettes[‡], rinceaux[‡], ovales grecques[‡] se développent comme des modules reconnaissables et combinables, capables de souligner une corniche, de rythmer un entablement, d'encadrer une ouverture ou de marquer une transition entre deux parties d'un édifice. L'ornement y fonctionne déjà à la fois comme décor et comme principe d'organisation, en accompagnant les lignes de l'architecture tout en renforçant sa lisibilité et ses hiérarchies internes. Du Moyen Âge aux arts islamiques, cette logique se transforme sans disparaître : les entrelacs[‡] médiévaux, les bordures enluminées[‡], les initiales décorées, les arabesques géométriques ou végétales prolongent cette attention à la continuité du motif et à la structuration du champ visuel. Sur la pierre, le bois, le textile, la céramique ou le manuscrit, l'ornement circule ainsi entre les supports, les techniques et les cultures, en conservant cette capacité singulière à lier la répétition à la variation, la décoration à l'organisation, et la profusion à la mise en ordre. C'est cette très longue histoire de formes, de déplacements et de transformations qui permet de comprendre l'ornement comme une pratique fondamentale de composition visuelle, bien avant son inscription dans les usages plus spécifiques que prendra l'ornementation typographique au XIX^e siècle.

⁺ *Une frise est une bande, souvent horizontale, dont la vocation est de recevoir un décor.*
Wikipédia

[‡] *Motif d'art décoratif qui ressemble aux feuilles en éventail d'un palmier.*
Wikipédia

[‡] *Motif ornemental constitué d'une arabesque de feuillages.*
Wikipédia

[‡] *Motif ornemental en forme d'œuf qui orne une corniche ou une moulure.*
Wikipédia

[‡] *Aussi nommés nœuds celtiques. Ils évoquent des cordes sans extrémités et enchevêtrées.*
Wikipédia

[‡] *Décoration exécutée à la main qui orne un manuscrit.*
Wikipédia

Au XIX^e siècle, Paris connaît une transformation urbaine radicale. Entre 1853 et 1870, le projet d'Hausmann redessine entièrement la capitale : les anciennes rues étriquées disparaissent au profit de larges percées rectilignes, de places circulaires et d'espaces publics

d'une ampleur inédite. Mais au-delà des boulevards et des façades haussmanniennes, c'est l'espace urbain lui-même qui devient le théâtre d'une révolution visuelle. La multiplication des surfaces murales, l'augmentation des lieux d'affichage, la circulation plus rapide des populations, tout cela crée les conditions d'une nouvelle forme de communication : celle qui doit capter l'attention en quelques secondes, celle qui doit être visible et lisible en un regard. Selon Victor Fournel, journaliste et écrivain parisien, en 1867 « Paris n'est plus guère aujourd'hui qu'un immense mur à affiches, constellé, depuis les cheminées jusqu'aux trottoirs, de carrés de papier de toute couleur et de tout format. »⁺

⁺ *Nouvelles pratiques de l'affichage commercial et recomposition de la culture urbaine parisienne à la fin du XIX^e siècle.*
Roxane Bonnardel-Mira

[‡] *Technique d'impression par gravure à l'acide sur une pierre calcaire.*
Wikipédia

Parallèlement à cette transformation de la ville, l'imprimerie connaît des révolutions technologiques majeures. La lithographie[‡] en couleur, perfectionnée par Jules Chéret dans les années 1860, permet la production en grande série d'affiches teintées. La presse mécanique accélère les cadences. Les fonderies typographiques telles Didot, Deberny et Peignot multiplient les créations de caractères. Le XIX^e siècle devient une ère de profusion typographique, de surenchère de formes, de déclinaisons infinies de lettres décorées, cadres, arabesques, filets. Cette abondance répond à un besoin concret : dominer le regard urbain et structurer visuellement des messages dans un espace saturé.

Dans ce contexte, l'ornement typographique devient omniprésent sur les murs recouverts d'affiches de la ville.

⁺ *Aspect narratif du travail de l'historien.*
Le Robert

Pourtant, peu d'études historiographiques⁺ lui accordent une véritable attention. L'ornement est généralement traité soit comme un simple accessoire esthétique, soit comme le reflet d'une époque « exubérante » et sans principes. Or, une observation attentive des affiches et des catalogues de fonderies révèle quelque chose de différent, l'ornement ne fonctionne pas au hasard. Il obéit à des logiques de composition, de classification, de reproductibilité. Il s'organise selon des principes qui structurent véritablement la communication visuelle.

C'est cette réalité que je vais tenter d'explorer à travers mon mémoire. L'enjeu central est de démontrer que l'ornementation typographique des affiches françaises du XIX^e siècle constitue un véritable langage visuel autonome, capable de structurer la communication graphique. Non pas un simple décor gratuit, mais un système de signes doté de grammaires propres, de règles de composition, de combinaison, d'effet qui organisent l'espace de l'affiche de manière cohérente et reproductible.

La problématique qui guide cette recherche s'énonce ainsi : Dans quelle mesure l'ornementation typographique des affiches françaises du XIX^e siècle participe-t-elle à l'émergence d'un langage visuel

autonome, situé à la croisée des arts décoratifs, de l'industrialisation de l'imprimerie et des prémices du design graphique moderne?

Pour explorer cette problématique, nous nous appuyerons principalement sur l'analyse d'affiches emblématiques (Jules Chéret, Henri de Toulouse-Lautrec, Alfons Mucha) ainsi que sur les catalogues de caractères des fonderies Deberny et Peignot. Ces documents permettront d'examiner comment l'ornement se classe, se standardise et devient exploitable à grande échelle. L'analyse s'inscrit dans une approche combinant histoire formelle, sémiotique⁺ visuelle et histoire matérielle de l'imprimerie.

⁺ *Science générale des modes de production, de fonctionnement et de réception des différents systèmes de signes qui assurent et permettent une communication entre individus et/ou collectivités d'individus.*
Larousse

Comme nous le verrons, l'ornement typographique au XIX^e siècle ne relève pas d'une simple décoration esthétique. Il constitue un système structuré et reproductible, un ensemble de formes et de principes organisationnels qui accompagne la fonction communicative. Les catalogues de fonderies en témoignent car ils classifient, standardisent et rendent combinables les éléments ornementaux. Cette reproductibilité transforme l'ornement en grammaire visuelle.

Cependant, l'ornement n'existe pas en vase clos. Il répond à des besoins de communication très concrets, liés à la transformation urbaine et technique de cette époque. L'affiche, destinée à être lue rapidement, a besoin de signes visuels forts, facilement reconnaissables, capables de se détacher du bruit urbain. L'ornement typographique, souvent représenté avec des caractères gras, empattements⁺ massifs, arabesques, cadres ; remplit précisément ces fonctions. Il crée de la hiérarchie visuelle, attire l'attention, marque des identités commerciales ou culturelles. Il fonctionne comme une réponse plastique et tangible à la compétition visuelle urbaine. C'est dans ce contexte d'usage que l'ornement acquiert une dimension véritablement communicative en se transformant en langage.

⁺ *Petites extensions qui terminent les extrémités des caractères.*
Wikipédia

Mon mémoire suivra donc une progression structurée autour de ces trois axes. Nous établissons d'abord le contexte socio-historique et technique qui rend possible l'émergence de cet ornement de masse, l'urbanisation, les révolutions techniques, le développement de l'affiche comme médium. Nous définissons ensuite les formes ornementales, leurs typologies et leurs héritages (du XVIII^e siècle aux arts décoratifs du XIX^e), pour éclairer leur singularité. Nous analysons la manière dont ces formes se systématisent dans les catalogues et les pratiques professionnelles, révélant les logiques de composition qui les structurent. Nous examinons ensuite comment cet ornement répond précisément aux nouveaux usages urbains de la communication visuelle ; avec la course à l'attention, la reconnaissance rapide, le marquage d'identités. Enfin, nous explorons les héritages de cet ornement XIX^e, ses traces et ses continuités, ouvrant la perspective

vers le design graphique moderne.

Ce travail entend contribuer à une compréhension renouvelée de l'histoire du graphisme français. En restituant à l'ornement une place centrale, non comme objet de valorisation morale, mais comme phénomène historique complexe méritant une étude rigoureuse. Nous montrerons comment les principes d'organisation visuelle du XIX^e siècle (modularité, reproductibilité, hiérarchisation, combinatoire) constituent une véritable contribution à la formation des langages graphiques. Cette approche invite également à ré-interroger plus largement la notion de langage appliquée aux systèmes visuels : Comment des formes ornementales peuvent-elles fonctionner comme un langage ? Quelles sont les logiques qui les rendent reproductibles et communicantes ?



Naissance d'une culture visuelle industrielle en France

Cette première partie s'attache à restituer le cadre dans lequel l'ornementation typographique des affiches françaises du XIX^e accrue sa présence.

Elle examine d'abord les profondes transformations urbaines et sociales qui redéfinissent les usages de la ville et l'exposition des habitants aux images, en particulier dans le Paris haussmannien. Elle s'intéresse ensuite aux mutations techniques de l'imprimerie qui rendent réalisable une production de masse d'affiches et d'ornements. Enfin, elle montre comment, à la croisée de ces dynamiques urbaines et industrielles, l'affiche s'impose

⁺ *Choix de matériau ou de technique que l'artiste utilise pour concrétiser sa vision créative.*
Parten.art

comme un médium⁺ spécifique, au cœur d'une culture visuelle désormais structurée par des logiques industrielles et commerciales.



Une France en transformation entre urbanisation et modernité urbaine



Au milieu du XIX^e siècle, la France entre dans une phase de reconfiguration profonde de ses espaces urbains. Sous le Second Empire, les travaux conduits par Georges-Eugène Haussmann à Paris entre 1853 et 1870 redessinent la capitale en profondeur : percées de larges boulevards, création de places et de perspectives, réorganisation des circulations, construction de vastes îlots d'immeubles aux façades alignées. Cette nouvelle morphologie urbaine n'a pas seulement des effets sur l'hygiène ou la circulation ; elle transforme encore la façon dont les surfaces bâties se donnent à voir et peuvent être exploitées. Les pignons⁺ dégagés, les murs aveugles, les palissades de chantiers et les murs de clôture qui bordent les voies nouvelles offrent autant de supports continus à l'affichage, là où la ville ancienne laissait moins de place à de grands panneaux rectangulaires.

⁺ *Partie supérieure, en général triangulaire, d'un mur de bâtiment, parallèle aux fermes et portant les versants du toit.*

Larousse

Dans le même temps, la population urbaine croît rapidement. Paris dépasse le million puis les deux millions d'habitants, tandis que d'autres villes françaises connaissent à leur tour une forte densification. L'industrialisation, l'exode rural et la concentration des services dans les centres urbains modifient en profondeur la répartition des activités et des populations. Les déplacements se multiplient, rythmés par les nouveaux moyens de transport : omnibus, tramways, trains de banlieue, qui accélèrent la cadence de la vie



⁺ *Grande abondance de choses ou de personnes.*
Larousse

quotidienne. La rue haussmannienne est un espace de flux⁺, traversé sans cesse par des piétons, des voitures, des omnibus ; l'expérience de la ville se fait en mouvement plus qu'en stationnement.

Cette nouvelle temporalité urbaine a des conséquences directes sur la manière dont les messages visuels peuvent être reçus. Dans ce contexte, le regard se pose brièvement sur les choses, une « lecture au passage » se substitue en partie aux temps longs de lecture associés au livre, à la presse ou à l'affiche administrative du début du siècle. Le texte seul peine à capter l'attention d'un passant pressé. Dans *Nouvelles pratiques de l'affichage commercial et recomposition de la culture urbaine parisienne à la fin du XIX^e siècle* de Roxane Bonnardel-Mira, on nous apprend que « Par définition, l'affiche, (...) ne prend vie que sous le regard des passants, et plus encore, lorsqu'elle est « bien faite et originale », elle « sait arrêter le passant » et « rendre immédiatement populaire le produit qu'elle annonce » selon Émile Mermet, auteur d'un guide de la publicité depuis 1878. » L'espace public devient ainsi un lieu de concurrence pour l'attention, dans lequel chaque surface disponible est susceptible d'être sollicitée pour annoncer, promouvoir ou signaler.

Parallèlement, une véritable culture commerciale urbaine se développe. Les théâtres, cafés-concerts, cabarets, cirques, bals, panoramas et autres établissements de divertissement se multiplient, particulièrement à Paris mais aussi dans certaines grandes villes de province. Les spectacles se renouvellent rapidement, les programmations changent chaque semaine, voire chaque jour, ce qui implique une production incessante de supports d'annonce. À ces acteurs du monde du spectacle s'ajoutent les maisons de commerce, les industriels, les compagnies de transport, les maisons d'édition, qui s'approprient à leur tour l'affiche pour faire connaître leurs produits, leurs services ou leurs publications. L'affichage sort du seul domaine administratif ou politique pour devenir un outil central de la publicité commerciale et culturelle.

Cette intensification de l'affichage a pour conséquence une saturation progressive des murs. Les témoignages de la fin du XIX^e siècle évoquent des quartiers où les façades semblent recouvertes, au point de constituer de véritables palimpsestes⁺ visuels. Dans certaines rues, les affiches se chevauchent, se déchirent, se recomposent au gré des collages successifs. L'espace visuel de la ville n'est plus neutre : il est structuré par cette superposition de rectangles colorés, de lettres de grande taille, de cadres, de logos[‡] naissants. La rue devient une sorte de galerie à ciel ouvert.

Dans un tel contexte, la question n'est plus seulement d'afficher, mais de se distinguer au sein d'un environnement déjà surchargé. Il

⁺ *Manuscrit sur parchemin ou sur papier dont on a fait disparaître l'écriture pour y écrire de nouveau.*
Dictionnaire Académie Française

[‡] *Marque graphique ou emblème (...) servant à identifier visuellement*



s'agit de capter l'œil avant les autres, d'être reconnu en un instant. La hiérarchisation des informations, la lisibilité à distance, la reconnaissance immédiate d'un type d'annonce (théâtre, boisson, spectacle, produit de consommation) deviennent des enjeux centraux de la communication visuelle. C'est ici que l'ornement typographique prend toute son importance. Par la taille et la forme des lettres, par l'usage des cadres et des filets, par la densité ou la retenue des motifs, il permet de créer des zones de tension visuelle, d'organiser la surface de l'affiche, de donner une silhouette reconnaissable à un message.

L'ornement ne vient donc pas simplement « en plus » d'un texte déjà efficace ; il participe à la constitution même de l'efficacité du message dans la ville moderne. La manière dont un titre se détache du reste du texte, l'épaisseur d'un filet, le choix d'une lettre massivement empâtée ou d'une arabesque plus légère, tout cela contribue à hiérarchiser les informations. L'ornementation typographique apparaît ainsi comme une réponse graphique aux exigences d'une modernité urbaine fondée sur la circulation, les éléments stylistiques de l'époque et la concurrence pour l'attention. C'est sur ce fond d'urbanisation accélérée et de culture commerciale en expansion que se met en place la culture visuelle industrielle dans laquelle s'inscriront les affiches ornementées du XIX^e siècle.

La transformation de la ville ne suffit cependant pas, à elle seule, à expliquer l'essor de l'affiche ornementée : encore fallait-il que les techniques d'impression permettent de produire rapidement et à moindre coût des surfaces imprimées de grand format, riches en lettres et en motifs. C'est ce second versant de la modernité, industriel et technique que cette sous-partie se propose d'examiner.





1



2

1. Charles Marville, *Boulevard Henri IV de la place de la Bastille en 1876*

2. Charles Marville, *Paris en construction sous Haussman,*





3

3. Union photographique française, *Rue Saint-Jacques*.
Immeuble 8 et 10, entre 1893 et 1898, musée Carnavalet





4

4. Eugène Atget, *Place Denfert-Rocheau*, 1898, BnF





⁺ *Alliage pour la fabrication des caractères d'imprimerie.*
Wikipédia

[‡] *Procédé d'impression dans lequel la forme est composée de caractères mobiles faits d'un alliage de plomb et assemblés dans un châssis, dont les parties en relief reçoivent l'encre avant d'être appliquées sur le papier.*
Dictionnaire Académie Française

[‡] *La gravure sur bois utilise des outils comme le canif ou la gouge pour créer des reliefs, tandis que la gravure sur cuivre utilise la taille-douce, permettant des traits plus fins et une plus grande variété de motifs.*
BnF

Au début du XIX^e siècle, l'imprimé demeure largement dominé par la typographie au plomb⁺ et par des procédés hérités des siècles précédents. Les presses manuelles[‡], la gravure sur bois ou sur cuivre[‡], et l'usage de caractères en métal de petits corps limitent à la fois la taille des compositions et la liberté graphique des imprimeurs. Les affiches existent déjà, mais elles restent proches, dans leur économie visuelle, de la feuille administrative ou judiciaire: colonnes de texte serré, peu d'images, une hiérarchie typographique encore relativement sobre, où l'ornement tient une place marginale. La « révolution » qui permet l'émergence de l'affiche moderne tient à la convergence, dans la seconde moitié du siècle, de plusieurs innovations majeures, qui modifient aussi bien les possibilités formelles que les conditions économiques de la production.

La première de ces innovations est la diffusion de la lithographie, puis de la lithographie en couleur. Mise au point à la fin du XVIII^e siècle, la lithographie repose sur l'impression à partir d'une pierre calcaire sur laquelle le dessin est directement exécuté à l'encre ou au crayon gras. Elle autorise une grande souplesse graphique: courbes libres, aplats, dégradés, inscriptions manuscrites, en plus de l'intégration de lettres dessinées au pinceau ou à la plume. Dans les années 1860, Jules Chéret perfectionne l'emploi de la lithographie en trois puis

quatre couleurs pour l’affiche, en superposant plusieurs passages d’impression soigneusement réglés. Ce procédé rend possible la production en série d’images de grand format, aux couleurs éclatantes, où la typographie peut dialoguer avec des figures, des décors et des fonds colorés. Les lettres ne sont plus seulement composées au moyen de caractères mobiles : elles peuvent être dessinées, ornées, entourées de volutes ou intégrées à des cartouches décoratifs. Cette technique d’impression lui a permis d’imprimer en grands volumes ses affiches rendant identifiable son style : “ His posters featured cheerful, lightly clad, often eight-foot tall beauties who became known as Chérettes. Chéret’s women were inspired by the well-heeled, garden-party women of Rococo paintings, a glorious age in France immortalized by artists like Jean-Honoré Fragonard and Jean-Antoine Watteau. These alluring women showcased the pleasures of Paris to tantalizing effect, including music halls, theatres, performers, beverages, medicines, and lamp oil. ”⁺. La lithographie ouvre ainsi un champ nouveau à l’ornementation typographique, en brouillant partiellement la frontière entre lettre imprimée et lettre dessinée.

⁺ *Jules Chéret and the History of the Artistic Poster.*
Driehaus Museum

⁺ *Dispositif destiné à imprimer des textes et des illustrations sur du papier, en exerçant une forte pression sur la feuille de papier placée sur une forme imprimante.*
arts-et-métiers.net

⁺ *Les formats de papier portent encore au XIX^e siècle des noms traditionnels (...) Tant que le papier est formé à la main, il est désigné par un nom qui correspond au dessin de son filigrane (...) même si le papier est désormais produit en bande, les papetiers continuent à le découper selon les formats anciens.*
Frédéric Graber

Dans le même temps, l’introduction et la généralisation de la presse mécanique⁺ transforment profondément les conditions matérielles de l’imprimerie. Le remplacement progressif des presses à bras par des machines actionnées à la vapeur, puis à l’énergie mécanique, augmente considérablement les cadences de production et la régularité des tirages. L’impression de plusieurs centaines, voire de plusieurs milliers d’affiches pour un même spectacle ou une même campagne commerciale devient économiquement viable. La standardisation des formats de papier⁺, la rationalisation des ateliers et l’organisation du travail en chaîne renforcent encore cette dimension industrielle. L’affiche, qu’elle soit typographique ou lithographiée, entre ainsi pleinement dans le régime de la reproduction de masse, ce qui conditionne également la manière dont les formes ornementales vont être conçues et utilisées.

Un autre élément déterminant pour l’essor de l’ornement typographique est le développement des caractères en bois de grands formats. Contrairement aux caractères en plomb, limités par le poids et la fragilité du métal lorsqu’on augmente leur taille, les caractères gravés dans des blocs de bois, généralement du bois de poirier ou de buis permettent de composer des titres en très grands corps tout en restant relativement légers et maniables. Des ateliers spécialisés produisent ainsi des alphabets entiers de lettres géantes, souvent conçues pour être particulièrement visibles : empattements massifs, contrastes⁺ marqués, formes condensées ou au contraire très étirées. Ces caractères en bois coexistent avec les formes litho-

⁺ *Différence entre pleins et déliés (traits les plus épais et traits les plus*

graphiées : nombre d'affiches combinent un bloc de texte composé typographiquement pour les informations secondaires et des cartouches lithographiés plus libres pour les éléments spectaculaires de l'image. Ce dialogue entre techniques renforce la présence des lettres comme éléments visuels à part entière.

Parallèlement, les fonderies typographiques françaises, au premier rang desquelles Didot, Deberny, Peignot ou la Fonderie Générale, enrichissent considérablement leurs catalogues. Elles proposent non seulement des caractères de labour⁺ et de titrage[‡], mais encore des gammes croissantes de caractères dits « fantaisie » ou « décoratifs », ainsi que des ensembles d'ornements modulaires : filets, cadres, fleurons, cartouches, vignettes, chiffres ornés. Ces formes sont recensées et mises en scène dans de volumineux spécimens. Le typographe peut désormais choisir, au sein d'une offre standardisée, des combinaisons de lettres et d'ornements adaptées à chaque commande, tout en sachant qu'elles pourront être reproduites à l'identique pour de futurs tirages[‡].

Ces outils ne sont pas seulement des ressources formelles ; ils orientent de plus les pratiques. Le fait que certains ornements soient proposés en séries complètes, coins, côtés, centres, incite, par exemple, à l'usage du cadre fermé, qui deviendra l'un des marqueurs visuels les plus fréquents des affiches du siècle. De même, la disponibilité de caractères extrêmement gras ou d'italiques très inclinés pousse à expérimenter des contrastes typographiques de plus en plus radicaux. Les innovations techniques ne dictent pas mécaniquement un style, mais elles configurent un champ des possibles au sein duquel les compositeurs, les imprimeurs et les afficheurs vont progressivement élaborer des solutions visuelles récurrentes.

L'effet cumulé de ces transformations est double. D'une part, il devient possible de produire des affiches de grand format en grandes quantités, dans des délais compatibles avec le rythme des spectacles, des campagnes commerciales ou des événements urbains. D'autre part, l'extension du répertoire typographique et ornemental, ainsi que sa standardisation par les fonderies, offre aux praticiens un véritable « vocabulaire » de formes avec lequel composer. L'ornement n'est plus seulement une invention ponctuelle, propre à un atelier ou à un graveur ; il devient un ensemble de modules reproductibles, identifiés par des références de catalogue, disponibles pour toute une profession. Ces révolutions techniques fournissent ainsi l'outillage matériel du langage visuel qui se cristallisera dans la pratique de l'affiche, dont il convient maintenant d'examiner la reconnaissance comme médium à part entière.

Dans ce double mouvement de transformation de la ville et

⁺ *Caractère de texte destiné à composer en premier lieu des textes longs.*
typomanie.net

[‡] *Caractère de titrage destiné à composer des mots, des textes d'au maximum une ou deux phrases dans des corps assez grands.*
typomanie.net

[‡] *Nombre de documents imprimés.*

de mutation des techniques d'impression, l'affiche ne reste pas un simple support parmi d'autres : elle acquiert progressivement un statut propre, avec ses règles, ses acteurs et ses usages spécifiques. C'est cette reconnaissance de l'affiche comme médium, et non plus comme simple prolongement de l'imprimé administratif ou de la presse, que cette sous-partie se propose d'éclairer.



5

5. Jules Chéret, imprimerie Chaix, *Élysée Montmartre*,
Bal masqué, 1890, lithographie en couleurs, BnF





6

6. Jules Chéret, imprimerie Chaix, *Librairie Ed. Sagot*.
Affiches, Estampes, 1891, lithographie en couleurs, BnF

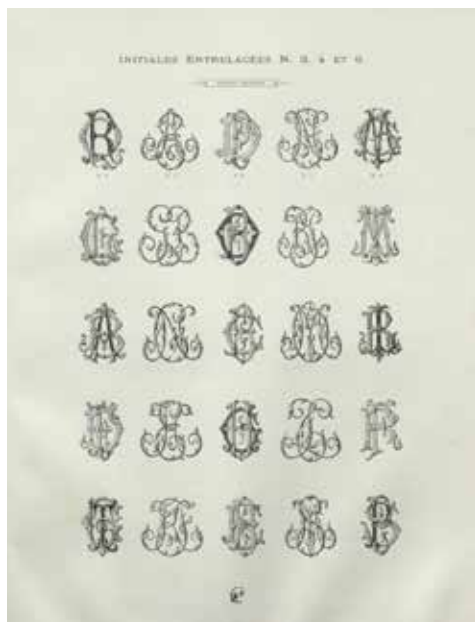




7



8



9



10

7. Fonderie Deberny & Cie, Exposition universelle de Paris : les créations de la fonderie typographique Deberny & Cie depuis 1878, Bibliothèque Forney

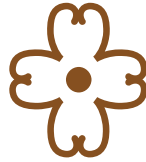
8. Caractères Renaissance, 1878, Bibliothèque Forney

9. Initiales Entrelacées, 1878, Bibliothèque Forney

10. Lettres et Caractères divers, 1878, Bibliothèque Forney



L'affiche comme médium distinct



Au début du XIX^e siècle, l'affichage public est toujours majoritairement encadré par des règlements visant principalement à contrôler la diffusion des avis officiels, des proclamations politiques et des annonces administratives. La ville est ponctuée de panneaux réservés à ces usages, et les collages sauvages sont régulièrement sanctionnés. Au fil du siècle, le cadre légal évolue : des arrêtés municipaux et des règlements de police définissent plus précisément les emplacements autorisés, les dimensions maximales des feuilles, les conditions d'apposition et de retrait, tandis que des taxes sont instaurées sur l'affichage commercial. "A poster was required to bear the name and address of the printer, be printed on colored paper (because white paper was reserved for government announcements), and display a valid tax stamp ; (...) Just as important as the right to post material, the Press Law specifically protected the poster as an object and banned its willful and malicious destruction."⁴. Cette normalisation contribue à faire de l'affiche un objet clairement identifié, inscrit dans une économie spécifique de la communication urbaine, distinct du livre, du journal ou de la simple enseigne peinte.

⁴ *Out of sight: Political censorship of the visual arts in 19th century France.*
Robert Justin Goldstein

Parallèlement à cette évolution réglementaire, une filière professionnelle se structure autour de l'affiche. Les imprimeurs typographes et lithographes adaptent leurs ateliers à la production



de grands formats : acquisition de presses adaptées, stockage de papiers en rouleaux ou en demi-rouleaux, constitution de stocks de caractères en bois et d'ornements dédiés à l'affichage. Certaines maisons se spécialisent dans ce secteur et construisent leur réputation sur la qualité et la rapidité de leurs impressions pour les théâtres, les compagnies de transport ou les maisons de commerce. À côté d'eux, une nouvelle figure apparaît et gagne en importance : celle de l'afficheur, entrepreneur chargé de louer des panneaux, de négocier des emplacements avec les propriétaires d'immeubles ou les municipalités, et d'organiser la pose, l'entretien et le renouvellement des affiches dans l'espace public. Entre le commanditaire (théâtre, marchand, industriel), l'imprimeur et l'afficheur, se met en place une chaîne de production⁺ et de diffusion relativement stable, qui fait de l'affiche un produit industriel circulant dans un marché organisé.

⁺ Ensemble des acteurs et opérations qui interviennent dans la conception, l'impression, la diffusion et l'apposition des affiches. Wikipédia

Cette structuration professionnelle s'accompagne d'une diversification nette des types d'affiches. On peut distinguer, sans prétendre à l'exhaustivité, plusieurs grands ensembles : les affiches de spectacle (théâtres, cafés-concerts, cabarets, cirques, exhibitions), les affiches commerciales (produits alimentaires, boissons, textiles, cosmétiques, transports), les affiches institutionnelles ou événementielles (expositions, fêtes publiques, événements politiques), ainsi que des affiches plus spécialisées liées à la vie économique et sociale (ventes aux enchères, annonces judiciaires, appels à candidatures). Chacune de ces catégories développe progressivement des codes visuels propres, des formats privilégiés, des degrés de densité textuelle et ornementale différents. Une affiche de théâtre parisien, dominée par le nom de la salle et du spectacle en caractères massifs, ne se présente pas comme une affiche de boisson, qui mettra d'avantage en avant le nom de la marque et son emblème. Certaines affiches caractéristiques de cette époque ont été créées par Jules Chéret dont les affiches pour Le Moulin Rouge et Les Folies-Bergères sont des institutions.

À mesure que ces types se stabilisent, l'affiche acquiert une économie visuelle⁺ spécifique. Elle se caractérise par quelques traits récurrents : un format généralement vertical, pensé pour une lecture à distance ; une hiérarchie textuelle forte, où le nom du lieu, de l'artiste ou du produit domine, suivi d'informations secondaires disposées en blocs nettement séparés ; une mise en page où les lettres occupent une place centrale, parfois accompagnées d'images ou de scènes figurées ; un usage stratégique de l'ornement pour encadrer, séparer, rythmer. Contrairement à la page de livre, qui suppose un temps de lecture prolongé, ou au journal, qui s'inscrit dans un rituel quotidien, l'affiche condense texte et image dans un dispositif qui mise sur l'impact immédiat. Elle doit « fonctionner » en quelques

⁺ Manière dont les formes visuelles sont produites, organisées et reçues dans un contexte donnés. Quentin Deluermoz



secondes, dans un contexte où le regard peut vite s'éparpiller.

Cette logique de l'impact est encore renforcée par la compétition croissante pour l'occupation des murs. Chaque affiche doit affirmer sa présence face aux autres : par la taille des caractères, par le contraste des couleurs, par le choix d'un cadre lourd ou au contraire d'une composition très aérée. Les commanditaires comprennent vite l'intérêt de se doter d'un style visuel reconnaissable, qu'il s'agisse d'un théâtre, d'une marque de boisson ou d'un fabricant de cycles. Et sollicitent les imprimeurs pour développer des compositions qui soient à la fois efficaces et distinctives. Certains établissements conservent ainsi, d'affiche en affiche, une organisation similaire du texte, un type d'ornement ou de caractère récurrent, qui constitue une forme rudimentaire d'identité visuelle.

Dans ce processus, l'ornement typographique joue un rôle central. Les cadres, filets, pleins et déliés des caractères, jeux d'ombres ou de reliefs ne servent pas seulement à embellir la feuille : ils permettent de découper l'espace afin de créer des silhouettes immédiatement repérables dans le paysage urbain. Un encadrement lourd signale d'emblée une annonce solennelle ou spectaculaire ; une alternance de lignes ornées et de lignes plus sobres rythme la lecture ; un caractère très empâté ou ombré donne au titre une présence quasi architecturale. L'affiche devient ainsi le lieu privilégié où se cristallisent les potentialités offertes par les innovations techniques (lithographie en couleur, grands caractères en bois, catalogues de fonderies) au service d'une communication visuelle de masse. En ce sens, l'affiche du XIX^e siècle peut être envisagée non seulement comme un médium textuel ou iconique, mais déjà comme un laboratoire de ce langage ornemental que les chapitres suivants se proposeront d'analyser plus finement.

Cette première partie a montré comment l'ornement typographique émerge dans un contexte de convergence entre mutations urbaines et révolutions techniques. La transformation haussmannienne de Paris, en multipliant les surfaces d'affichage et en accélérant les circulations, crée un lieu de compétition visuelle où la communication doit capter l'attention en quelques instants. Parallèlement, les innovations de l'imprimerie entre lithographie en couleur, presse mécanique, caractères en bois, catalogues des fonderies tout cela rendent possible une production de masse de compositions riches et reproductibles. À la croisée de ces dynamiques, l'affiche s'affirme comme médium distinct, avec ses acteurs professionnels, ses usages diversifiés et son économie visuelle spécifique, où l'ornement joue déjà un rôle structurant essentiel.

Ces conditions matérielles et sociales ne déterminent pas à elles



seules les formes que prendra l'ornement typographique, mais elles en dessinent le champ d'action et en expliquent l'ampleur.





11



12

11. Georges Méliès, *Défense d'afficher*, 1896, film muet, Lobster Films collection

12. Eugène Atget, *Colleur d'affiche, rue de l'Abbaye, église Saint-Germain-des-Prés*, 1898, BnF





13

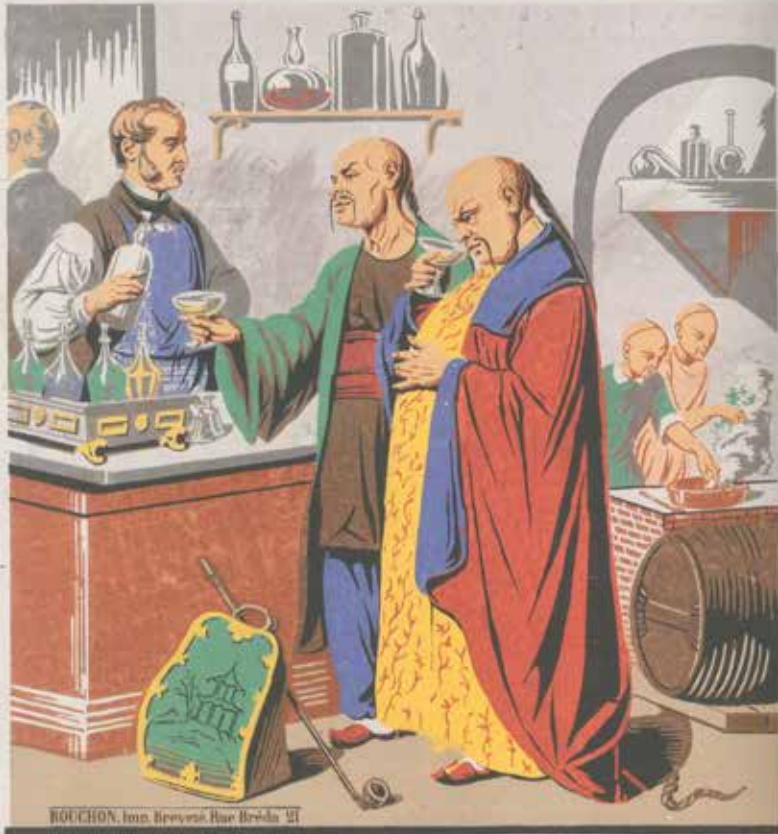
13. Jules Chéret, imprimerie Chaix, *Bal du Moulin Rouge*, 1889, lithographie en couleurs, BnF

30



ABSINTHE-CHINOISE

BREVETÉE S-G-D-G.
DÉPOSÉE à la FACULTÉ



L'ABSINTHE-CHINOISE

REPLACE AVANTAGEUSEMENT L'ABSINTHE
sans en avoir les inconvénients

DÉPÔT GÉNÉRAL

RUE LAFAYETTE, 49 & 51

ET DANS LES PRINCIPAUX CAFÉS.





Définir l'ornement typographique : formes, héritages et fonctions

Après avoir établi les conditions urbaines et techniques qui rendent possible l'émergence massive de l'ornement typographique dans l'affiche française du XIX^e siècle, cette seconde partie cherchera à en définir précisément la nature. Elle examine d'abord les filiations historiques et les influences décoratives

⁺ *Inventaire de formes visuelles récurrentes appartenant à une même famille ou à un même style, et pouvant être mobilisées de manière répétée dans des compositions différentes.*
Dictionnaire Académie Française

qui nourrissent son répertoire formel⁺, depuis la tradition typographique française jusqu'aux courants artistiques contemporains.

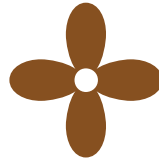
Elle propose ensuite une typologie des formes ornementales effectivement utilisées, distinguant leurs rôles structurels, décoratifs et expressifs. Enfin, elle analyse les fonctions multiples que ces ornements remplissent dans la composition graphique : organisation spatiale, guidage perceptif, signification culturelle et efficacité économique. L'enjeu est ici de dépasser l'image d'un ornement arbitraire ou

simplement « exubérant » pour en montrer
la cohérence formelle et fonctionnelle, première
étape vers sa reconnaissance comme
système langagier⁺.

⁺ Ensemble de signes
graphiques destiné à
l'expression de la pensée
et à la communication.
Universalis



Héritages et transformations de l'ornement



⁺ *Institution de l'État en France chargée de la confection des documents officiels. Hérité d'une imprimerie créée en 1538 avec un privilège royal.*
France Archive

L'ornement typographique du XIX^e siècle s'inscrit dans une histoire longue des formes décoratives, et plus spécifiquement dans une tradition typographique française déjà bien constituée. Dès le XVIII^e siècle, les imprimeurs de labeur comme les ateliers prestigieux de l'Imprimerie royale⁺ disposent de fleurons, de culs-de-lampe, de bandeaux et d'initiales ornées qui rythment la page du livre, marquent le début ou la fin des chapitres, ou encadrent les titres. Ces motifs, souvent gravés sur bois ou sur cuivre, relèvent d'un vocabulaire relativement codifié : guirlandes, trophées, feuillages, cartouches symétriques. Leur fonction demeure cependant secondaire car ils ponctuent la page sans remettre en cause l'organisation générale du texte, toujours centrée sur la lecture linéaire du livre.

Au XIX^e siècle, cet héritage décoratif entre en dialogue avec de nouvelles influences issues des arts décoratifs, et sert de point d'ancrage pour de nouvelles créations. Owen Jones, un architecte anglais publie *The Grammar of Ornament* visant à rendre compte de la richesse des arts provenant de pays qu'il avait étudié ou voyagé "The aim was to help young designers make use of the rich underlying design principles, the grammar, in their own work."⁺ En France, le goût néogothique, nourri par la redécouverte du Moyen Âge, inspire des arcs brisés, des pinacles[‡] et des entrelacs qui enrichissent

⁺ *Owen Jones: The Grammar of Ornament*
National Museum of Scotland



- ‡ *Élément architectural de forme pyramidale ou conique, placé au sommet et arcs-boutants d'un contrefort.*
Charpente Dulion
- ‡ *Courant artistique et littéraire qui marque l'intérêt de l'Occident pour l'Orient.*
Culture.gouv
- ‡ *Mouvement qui prône le retour à la rigueur morale, à la raison, au stoïcisme, en prenant appui sur le modèle de l'Antiquité gréco-romaine.*
Beaux Arts Magazine
- ‡ *Style d'ameublement, de décoration et d'architecture.*
Wikipédia
- ‡ *Style d'ameublement, de décoration influencé par l'Empereur Napoléon I^{er} qui impose son goût pour les éléments massifs et imposants.*
Wikipédia

bordures et cadres. L'orientalisme‡, porté par les expositions universelles et les voyages, diffuse des arabesques, des motifs géométriques complexes et des palmettes inspirées des arts islamiques. Le néoclassicisme‡ tardif, prolongement des styles Louis XVI‡ et Empire‡, maintient la présence de frises à rinceaux, de lauriers et de médaillons. À ces courants s'ajoute un éclectisme caractéristique du siècle, qui mêle références et styles dans un même objet, qu'il s'agisse de mobilier, de textiles, de façades ou de caractères typographiques.

L'ornement typographique participe pleinement à cette circulation des formes. Les fonderies adaptent à leurs matrices les tendances décoratives du moment : un caractère pourra être qualifié de « gothique », un autre d'« égyptien », un troisième d'« oriental », non seulement pour des raisons formelles, mais également parce qu'il convoque un imaginaire associé. Parallèlement, le développement des arts décoratifs comme champ autonome crée un environnement riche en motifs, où la frontière entre ornement d'objet et ornement d'imprimé devient plus perméable. Certains motifs circulent ainsi d'une façade à un tissu d'ameublement, puis à une affiche.

Ce qui change au XIX^e siècle, et plus particulièrement dans le domaine de l'affiche, tient au passage d'un ornement conçu pour des objets relativement rares et durables à un ornement destiné à des supports reproductibles et éphémères, produits en grande série. Le décoratif n'est plus seulement le signe d'un raffinement artisanal ou d'une culture lettrée : il devient un élément de masse, appliqué à des affiches parfois collées puis recouvertes en quelques jours. Ce déplacement vers l'éphémère transforme son statut ; il n'est plus seulement marque de distinction, il s'intègre à la logique visuelle de l'affiche. C'est dans cette tension entre héritage savant et industrialisation du décor que se situe l'ornement typographique des affiches françaises du XIX^e siècle.





15

15. Owen Jones, Day and Son, *The Grammar of Ornament*, 1856, Internet Archive

38



ARABIAN ORNAMENT.

but grow out of it, whilst with the Arabs the scroll was transformed into an intermediate leaf. No. 37 shows the continuous scroll derived from the Romans, with the division at each turn of the scroll, so characteristic of Roman ornament, omitted. The ornament we engrave here from *Sin. Sophia* would seem to be one of the earliest examples of the change.



Arabian.



Arabian.



Arabian.



Greek.



Moresque.

The upright patterns on this Plate, chiefly from the soffits of windows, and therefore having all an upright tendency in their lines, may be considered as the germs of all those expeditiously-designed patterns of this class, where the repetition of the same patterns side by side produces another or several others. Many of the patterns on this Plate should be double in the lateral direction: our anxiety to exhibit as many varieties as possible preventing the engraving of the repeat.



With the exception of the centre ornament on Plate XXXII., which is from the same mosque as the ornament on the last plate, the whole of the ornaments on Plates XXXIII. and XXXIV. are of the thirteenth century, i. e. four hundred years later than those of the Mosque of *Toulouk*. The progress which the style had made in this period may be seen at a glance. As compared, however, with the *Alhambra*, which is of the same period, they are very inferior. The Arabs never arrived at that state of perfection in the distribution of the masses, or in the ornamenting of the surfaces of the ornaments, in which the Moors so excelled. The guiding instinct is the same, but the execution is very inferior. In Moresque ornament the relation of the areas of the ornament to the ground is always perfect; there are never any gaps or holes; in the decoration of the surfaces of the ornaments also they exhibited much greater skill,—there was less monotony. To exhibit clearly the difference, we repeat the Arabian ornament, No. 12, from Plate XXXIII., compared with two varieties of lozenge diapers from the *Alhambra*.

The Moors also introduced another feature into their surface ornament, viz. that there were often two and sometimes three planes on which the patterns were drawn, the ornaments on the upper plane being boldly distributed over the mass, whilst those on the second interwove themselves





17

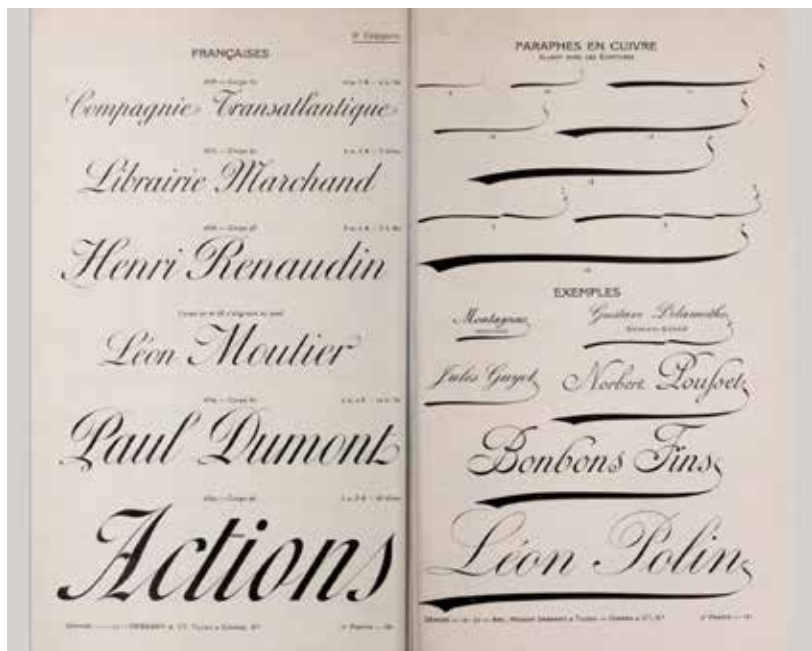


18

17. Fonderie Deberny & Cie, *Le livret typographique: spécimen de caractères*, 1886, Internet Archive

18. Fonderie Deberny & Cie, *Américaines & Caractères Modernes-étroits*, 1886, Internet Archive





19

19. Fonderie Deberny & Cie, *Françaises & Paraphes en Cuivre*, 1886, Internet Archive





Pour comprendre comment l'ornement typographique contribue à structurer l'affiche, il est utile d'en proposer une typologie, même provisoire. Celle-ci ne prétend pas être exhaustive, mais vise à dégager quelques grandes familles de formes récurrentes dans les affiches et les catalogues de caractères de la seconde moitié du XIX^e siècle. Ces familles se distinguent à la fois par leur aspect visuel et par les fonctions qu'elles remplissent dans la composition.

Une première catégorie regroupe les ornements structurels. Il s'agit des cadres⁺, filets[‡], règles[‡], coins[‡] et cartouches[‡] qui organisent l'espace de la feuille. Les cadres peuvent être simples, réduits à un trait continu entourant le texte, ou composés de plusieurs filets imbriqués, alternant plein et pointillé, épaisseur et finesse. Les coins, souvent vendus en série avec les côtés, ferment le cadre et soulignent ses angles par un motif plus élaboré, de type volute, feuille ou figure géométrique. Les filets horizontaux ou verticaux segmentent l'espace en bandes ou en colonnes et séparent les informations, ou bien mettent en valeur un titre. Bien que décoratifs au sens strict, ces éléments remplissent d'abord une fonction d'organisation : ils matérialisent une hiérarchie et instaurent un ordre de lecture.

Une deuxième catégorie rassemble les ornements végétaux et géométriques qui viennent animer ou saturer les espaces. Arabesques,

⁺ *Bordure qui délimite un espace, isole une zone de texte ou d'image et en marque les limites visuelles.*
On Ornaments and its Definitions

[‡] *Ligne fine, simple ou multiple, utilisée pour séparer des blocs, souligner un titre, encadrer un élément ou rythmer la composition.*
Danielle Chantegrel

[‡] *Ligne droite plus marquée que le filet, souvent plus épaisse ou plus visible, employée pour tracer une*



séparation nette entre deux parties d'une composition.

Danielle Chantegrel

‡ Élément placé à l'angle d'un cadre ou d'un encadrement décoratif, permettant de relier les bordures horizontales et verticales.

Danielle Chantegrel

‡ Encadré réservé à une information précise, souvent de forme plus ou moins ornementée, destiné à mettre en valeur un nom, un titre, une date, un prix ou une mention importante.

On Ornaments and its Definitions

‡ Police à empattements épais et rectangulaires, aussi appelée slab serif qui se distingue par des sérifs massifs et peu contrastés.

Wikipédia

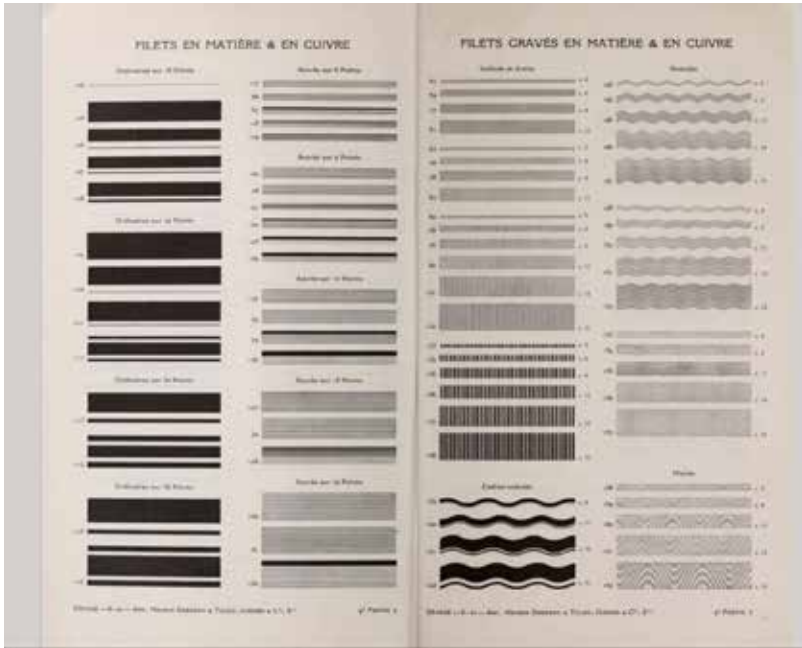
+ Créée en 1921, par la fusion des fonderies de caractères Turlot Saling, Duvey et Berthier, Renault et Marcou, Huart. Ce type de fusion est rendu nécessaire par un marché en déclin dans l'immédiate après-guerre.

Wikipédia

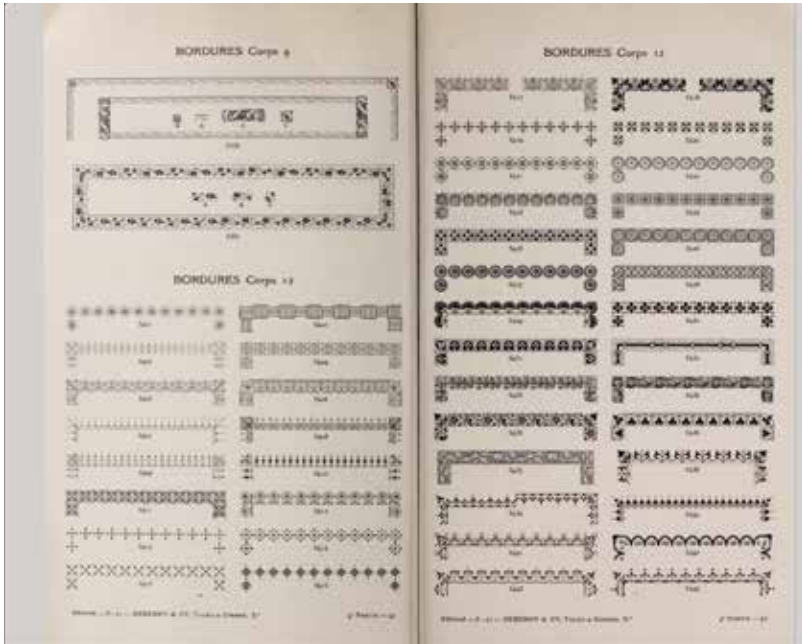
guirlandes, rinceaux stylisés, rosaces, pastilles, hachures décoratives : ces formes peuvent border un cadre, occuper un interstice, entourer un titre ou accompagner un motif figuré. Dans les affiches de spectacles ou de produits populaires, leur densité peut être très élevée et produire une impression d'abondance qui participe à la promesse de spectacle. Dans d'autres cas, elles sont utilisées avec plus de retenue pour équilibrer une composition ou atténuer un vide trop important.

Une troisième famille est celle des caractères, eux-mêmes ornementés. Certains alphabets sont conçus spécifiquement pour l'affichage : égyptiennes‡ à empattements massifs, ultra-empattés, caractères d'ombre avec décalage simulant un volume, caractères en relief, lettres illustrées dont l'intérieur est occupé par des motifs floraux, architecturaux ou figuratifs. Par leur silhouette, leur poids et leur complexité interne, ces caractères remplissent à eux seuls une fonction ornementale. Ils attirent le regard et donnent au mot une présence presque matérielle, quasi architecturale. Leur usage est souvent réservé aux titres principaux, aux noms de lieux ou de marques, tandis que le reste du texte est traité dans des caractères plus sobres.

Enfin, on peut distinguer une dimension modulaire et combinatoire dans nombre de ces ornements. Les catalogues de fonderies ne proposent pas seulement des motifs isolés : ils fournissent des systèmes, des ensembles conçus pour être assemblés. Un même motif peut être décliné en version horizontale, verticale ou angulaire, et un cadre peut être composé en combinant plusieurs modules répétés. On peut observer dans plusieurs spécimens de l'époque comme *Caractères & Vignettes en bois* de La Fonderie Typographique Française⁺ des exemples d'ornements et de leurs utilisations prédestinées. Cette logique modulaire favorise une grande variété de combinaisons à partir d'un nombre limité d'éléments, ce qui correspond aux impératifs économiques et pratiques de l'imprimerie de l'époque. Elle prépare de même, d'une certaine manière, la pensée en termes de systèmes graphiques qui sera au cœur du design de l'époque.



20

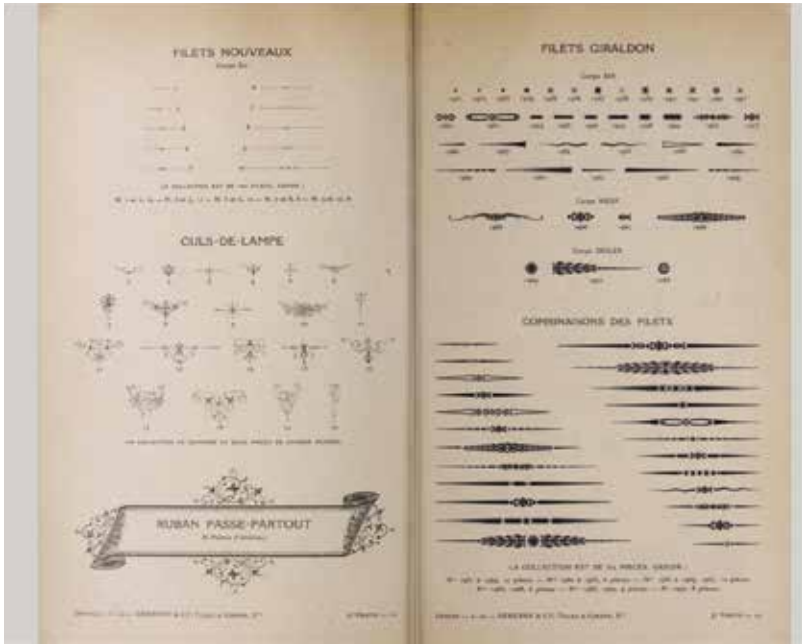


21

20. Fonderie Deberny & Cie, *Le livret typographique ; spécimen de caractères*, 1886, Internet Archive

21. Fonderie Deberny & Cie, *Bordures Corps 9 & Bordures Corps 12*, 1886, Internet Archive





22



23

22. Fonderie Deberny & Cie, *Filets Nouveaux & Filets Giraldon*, 1886, Internet Archive

23. Fonderie Deberny & Cie, *Applications de la Vignette 35^e série & Ornaments 3^e, 4^e, 15^e série*, 1886, Internet Archive





24

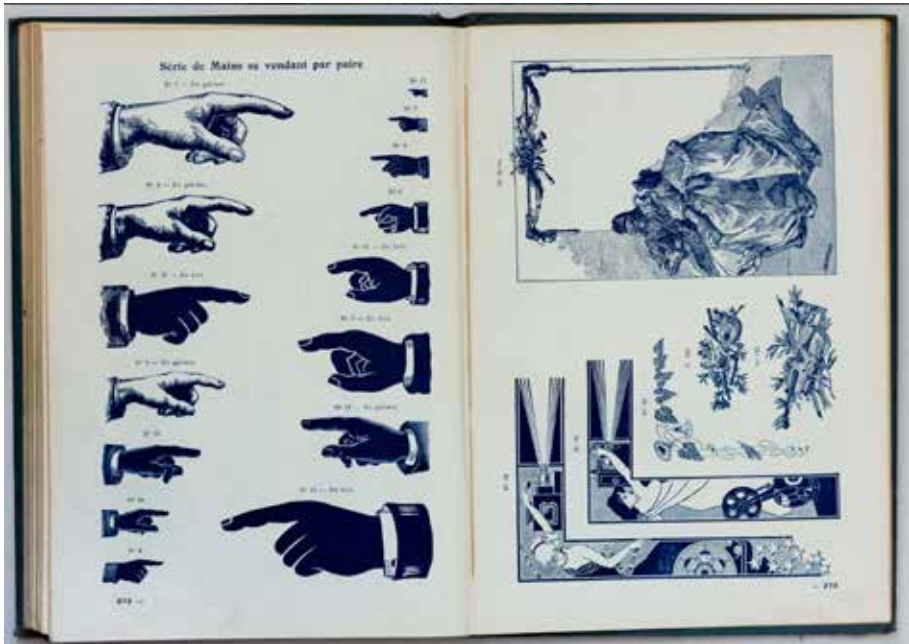


25

24. Maison Laurent et Deberny, *Lettres Ornées n° 1962* Corps 72, 1886, Internet Archive

25. Fonderie Deberny & Cie, *Françaises Blanche et Ornée & Lettres Latines-Fleuronnées*, 1886, Internet Archive





26



27

26. Fonderie Typographique Française, *Séries de Mains se vendant par paire*, 1921, Bibliothèque Forney

27. Fonderie Typographique Française, *Filets anglais & Programmes de Courses*, 1921, Bibliothèque Forney





Si l'on veut comprendre pourquoi l'ornement typographique s'impose avec une telle force dans les affiches du XIX^e siècle, il faut examiner les fonctions qu'il remplit au-delà de la seule dimension esthétique. Il contribue en effet à structurer l'espace, à orienter le regard, à produire du sens et à optimiser la production.

Sur le plan compositionnel, l'ornement joue d'abord un rôle de structuration de l'espace. Les cadres et les filets délimitent des zones, isolent des blocs d'information et construisent des rapports entre centre et périphérie. Ils permettent de distinguer visuellement un titre, un sous-titre, un corps de texte, un encadré tarifaire ou un bloc d'informations pratiques. En ce sens, l'ornement fait office de grammaire visuelle : il marque des frontières, des articulations et des emphases[†]. Sans ces éléments, de nombreuses affiches apparaîtraient comme de simples accumulations de lignes de texte, alors qu'avec eux elles acquièrent une architecture lisible.

Sur le plan perceptif, l'ornement participe à l'attraction et au guidage du regard. Les caractères de très grands corps[‡], les empattements massifs, les ombres portées et les cadres épais produisent des zones de forte intensité visuelle qui captent l'œil en premier. Les filets et les répétitions de motifs créent des lignes de force qui orientent la lecture de haut en bas, de gauche à droite, puis d'un

[†] Exagération d'un mot ou d'une phrase en utilisant un style ou une fonte différente de celle du reste du texte, pour mettre l'accent dessus.
Wikipédia

[‡] Taille d'une fonte de caractères.
Wikipédia

bloc à l'autre. Dans un espace urbain déjà saturé de signes, ces effets sont décisifs, car ils permettent à l'affiche de se détacher du mur et d'être comprise très vite.

Sur le plan sémiotique, l'ornement véhicule des significations culturelles et sociales. Certains types d'ornements sont associés à des domaines précis : un encadrement très riche, avec arabesques et effets de dorure, évoque le luxe, le théâtre ou l'opéra ; une lettre compacte maigre ou noires⁺ peut suggérer la modernité industrielle ; des motifs floraux légers renvoient à la féminité, à la mode ou à la sphère des loisirs. L'ornement contribue ainsi à situer l'affiche dans un univers de référence, à signifier un type de produit, un niveau de prestige, parfois même une orientation idéologique. Il fonctionne comme un ensemble de signes conventionnels que le public urbain apprend progressivement à lire.

Enfin, il ne faut pas négliger sa dimension économique. À première vue, multiplier les motifs pourrait sembler coûteux. Pourtant, la standardisation des ornements et des caractères dans les catalogues de fonderies en fait des ressources relativement économiques. Une fois dessinés, gravés et fondus, ces éléments peuvent être réutilisés à l'infini dans des contextes très différents. De 1868 à 1898 Peignot rassemble des fonds de plusieurs petites fonderies en les rachetant, lui permettant de les standardiser et de mettre en scène une offre d'ornements « réutilisables à l'infini »⁺. Pour l'imprimeur, composer un cadre ou un titre orné à partir d'éléments disponibles est plus rapide et moins coûteux que de commander un dessin original pour chaque affiche. L'ornement devient ainsi un moyen d'accroître la valeur perçue d'une affiche, de sa richesse à son impact, sans multiplier les coûts de conception.

Pris ensemble, ces différents niveaux montrent que l'ornement typographique n'est ni un surplus gratuit ni un simple résidu d'un goût passé. Il est au cœur de la logique de l'affiche du XIX^e siècle, avec sa capacité à structurer et rendre visible. C'est précisément cette convergence de fonctions qui permet de commencer à le penser comme un langage visuel, au sens où un système de formes stabilisées produit des effets de sens et de lecture dans un contexte social donné.

Cette conception de l'ornement comme système fonctionnel trouve des échos, mais aussi des contrastes, dans les contextes européens contemporains. En Angleterre, le mouvement Arts and Crafts⁺, porté par William Morris[‡], critique vivement l'exubérance industrielle du décor typographique tout en valorisant une ornementation artisanale, liée au matériau et à la lisibilité de la surface, comme dans les travaux de la Kelmscott Press[‡] où motifs floraux et lettrines enluminées servent une poésie visuelle anti-machinique. En

⁺ *Caractères condensés proposés en deux graisses: l'une plus légère, l'autre plus épaisse, afin d'ajuster à la fois la lisibilité et l'impact visuel.*
Deberny & Peignot

⁺ *Spécimen Général de la fonderie G. Peignot & Fils.*
Production Type

⁺ *Mouvement esthétique anglais de la seconde moitié du XI^e siècle qui a représenté le début d'une nouvelle appréciation des arts décoratifs à travers l'Europe.*
Britannica

‡ *Designer, écrivain,
poète et militant
socialiste anglais,
associé au mouvement
Arts and Crafts.*
Arte

‡ *Maison d'édition,
imprimerie et fonderie
typographique créée en
janvier 1891 par
William Morris.*
Wikipédia

‡ *Peintre et décorateur
autrichien, représentatif
de l'Art nouveau de
Vienne.*
Wikipédia

‡ *Architecte autrichien,
actif principalement
dans la ville de Vienne.
Ses bâtiments Art
nouveau et ses écrits
sur l'urbanisme lui
forgèrent une
renommée mondiale.*
Wikipédia

‡ *Revue viennoise d'arts
graphiques publiée en
deux volumes mettant
en avant les créations
d'artistes associés.*
Vienna Secession

Autriche, la Sécession viennoise de 1897 réinvente l'ornement en le géométrisant et en le plaçant au service d'une modernité structurée : les typographies ornées de Koloman Moser‡ ou Otto Wagner‡, publiées dans *Die Fläche*‡, articulent courbes végétales et grilles rigides dans une syntaxe nouvelle, où le décor devient principe de surface et de tension formelle. Ces deux trajectoires, qu'elles soient réformatrice en Angleterre, ou réinventée en Autriche, éclairent par contraste la spécificité française d'un ornement typographique qui s'épanouit dans la reproductibilité industrielle et la saturation urbaine, sans chercher ni à la critiquer ni à la transcender, mais à en faire un système de communication de masse.

AU PARADIS DES DAMES

10. R. DE RIVOLI
S^t. ANTOINE.

VASTES MAGASINS DE NOUVEAUTÉS

Connus pour Vendre très Bon Marché

EXPOSITION PERMANENTE

ENTRÉE LIBRE.

BOUCHON, Imp. Breveté, Rue Breda. 21

28

28. Anonyme, imprimerie Rouchon, *Au Paradis des Dames*, 1856, gravure sur bois en couleurs, BnF

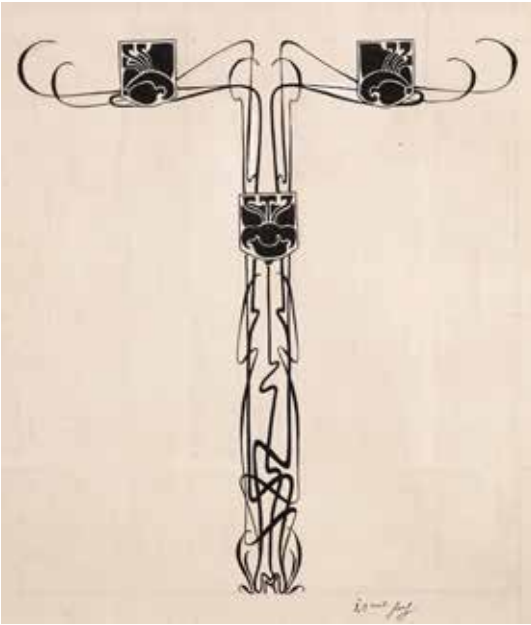


29

29. Henri Privat-Livemont, *Cercle Artistique de Schaerbeek*, 1898, musée National d'Art de Catalogne



30



31

30. William Morris, *Artichoke embroidered wall hanging*, 1877 - 1900, tapisserie, collection privée

31. Koloman Moser, *Ornamental design with the secession emblem for a decorative illustration in 'Der Sacrum'*, 1897, musée Leopold





L'ornement comme système vers un langage visuel reproductible

Cette troisième partie vise à démontrer concrètement comment les logiques modulaires et compositionnelles identifiées dans la partie II se concrétisent en un langage ornemental reproductible, stabilisé par des outils professionnels et des pratiques d'atelier. Là où on a avant décrit les formes, leurs héritages et leurs fonctions, il s'agit ici de montrer comment ces éléments s'assemblent selon des règles syntaxiques précises, observables

⁺ Document publié par une fonderie ou un créateur pour présenter les caractéristiques d'une police de caractères.
Anthony Masure

dans les spécimens⁺ de fonderies, les grilles[‡] implicites des affiches et l'expertise des typographes.

[‡] Structure à deux dimensions, composée de séries d'axes verticaux et horizontaux se croisant. Utilisée pour structurer un contenu, la grille sert comme une armature sur laquelle un graphiste peut organiser textes et images de manière rationnelle et facile à comprendre.
Wikipédia

Ce système ne se contente pas d'organiser l'espace de la feuille : il garantit l'efficacité visuelle dans l'espace urbain saturé, en rendant possibles des compositions cohérentes, immédiatement reconnaissables

et systématiquement efficaces.

Il s'agit d'examiner d'abord les catalogues

de fonderies de Deberny et Peignot, comme instruments de standardisation et de reproductibilité des formes ornementales. De regarder ensuite les règles de composition qui régissent l'assemblage dans les affiches : symétrie, rythme, hiérarchie, alignements et proportions. Et enfin, de montrer comment l'usage professionnel de ces systèmes contribue à l'émergence d'une expertise graphique nouvelle, distinguant le typographe créatif de l'imprimeur traditionnel et préparant les bases d'une culture professionnelle du design graphique.





⁺ *Le livret
typographique ;
spécimen
de caractères*
Fonderie
Deberny & cie

Les spécimens de fonderies comme Deberny et Peignot⁺ jouent un rôle décisif dans la stabilisation de l'ornement typographique. Au-delà du simple recensement des formes disponibles, ils les ordonnent, les classent et les présentent de manière à suggérer des combinaisons possibles, orientant ainsi les pratiques des ateliers. À travers leurs éditions successives, ces maisons créent un cadre normatif où les ornements deviennent des ressources identifiables et reproductibles.

Matériellement, ces catalogues se présentent comme de volumineux ouvrages dont les pages sont structurées par familles de signes : caractères de labeur, titrage, chiffres elzéviens⁺ ou tabulaires[‡], puis des sections consacrées aux ornements. Chaque planche suit un schéma constant : un titre de famille, des motifs isolés ou assemblés, un système de références chiffrées pour la commande. Chaque élément y est nommé, classé et tarifé.

Cette organisation repose sur une logique modulaire. Un même motif se décline en coins, côtés, centres, avec des variantes de terminaison. Les planches montrent comment quelques modules suffisent à produire une grande variété de cadres. Des exemples d'assemblage, souvent présentés en vis-à-vis des éléments isolés, suggèrent déjà au compositeur des solutions prêtes à l'emploi.

⁺ *Chiffres de style ancien,
à hauteur variable,
conçus pour se fondre
dans le texte courant.*
Glyphs

[‡] *Chiffres de largeur
fixe, pensés pour
l'alignement en
colonnes.*
Glyphs



La page de catalogue devient un laboratoire compositionnel.

Cette standardisation assure la reproductibilité à plusieurs échelles. À l'échelle de l'atelier, une série référencée permet de réutiliser les mêmes compositions pour différents clients et supports. À l'échelle nationale, le même répertoire, adopté par divers ateliers, rapproche les solutions graphiques d'une ville à l'autre. Les codes du catalogue fonctionnent comme une langue commune au métier.

La classification interne structure le champ des possibles. Les ornements y sont regroupés par style, fonction ou complexité, invitant le praticien à opérer des choix au sein d'un paradigme plutôt qu'à inventer ex nihilo. L'ornement passe ainsi de l'invention ponctuelle à la sélection raisonnée.

Dans les ateliers, ces catalogues sont des outils quotidiens. Le compositeur⁺ y puise des modèles pour une nouvelle commande et vérifie la compatibilité entre séries. Les références deviennent un langage partagé : on transmet une « recette » en citant les numéros à associer. Cette pratique stabilise les compositions tout en facilitant leur diffusion.

La stratégie commerciale des fonderies renforce cette logique. Chaque maison enrichit son répertoire, mais chaque innovation s'inscrit dans la classification existante. Le catalogue accueille ainsi le nouveau tout en maintenant la cohérence du système.

Ces spécimens sont donc bien plus que des outils commerciaux : ils matérialisent les conditions d'un usage systématique de l'ornement. En codifiant des relations et en proposant des modèles, ils fournissent au typographe les bases d'une syntaxe que la pratique affiche concrétise.

⁺ *L'ouvrier qui assemble les caractères typographiques pour former des mots, des lignes puis des pages destinées à l'impression.*
Paul Dupont





32

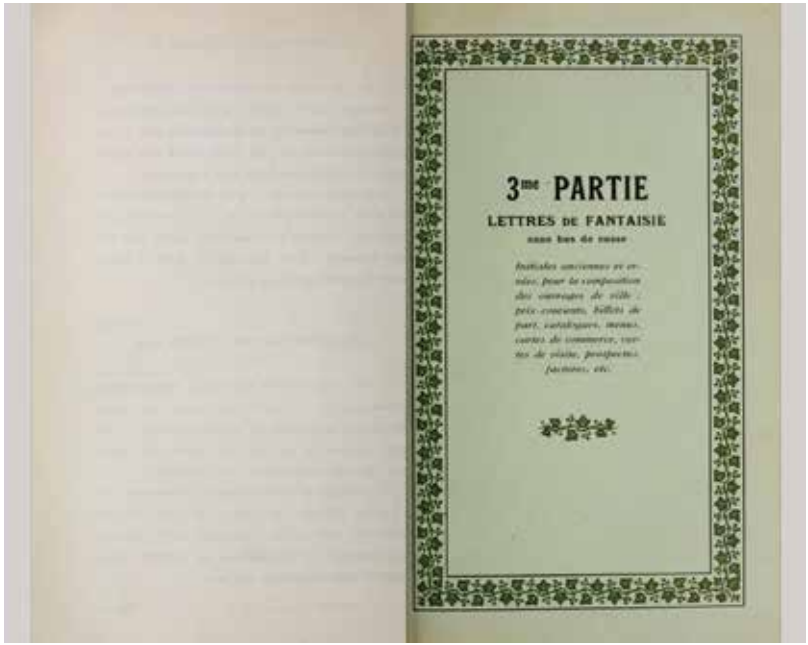


33

32. Fonderie Deberny & Cie, *Le livret typographique; spécimen de caractères, Partie 1*, 1886, Internet Archive

33. Fonderie Deberny & Cie, *2e Partie. Caractères de Fantaisie*, 1886, Internet Archive





34. Fonderie Deberny & Cie, 3^e Partie. *Lettres de Fantaisie*, 1886, Internet Archive

35. Fonderie Deberny & Cie, 4^e Partie. *Blancs, Filets, Interlignes*, 1886, Internet Archive





⁺ *Ensemble de documents, artistiques ou non, regroupés dans une optique de référencement.*
Wikipédia

L'examen d'un corpus⁺ représentatif d'affiches théâtrales, commerciales et institutionnelles de la seconde moitié du XIX^e siècle révèle des principes de mise en page remarquablement cohérents : symétrie axiale, hiérarchisation stricte, rythme cadencé, équilibre des masses, proportions canoniques. Ces conventions, forgées par l'imitation des spécimens et validées par leur efficacité urbaine, font de l'ornement l'élément articulatoire essentiel⁺.

⁺ *Reading Images : The Grammar of Visual Design,*
Gunther Kress & Theo Van Leeuwen

La hiérarchisation forme le principe directeur. La plupart des affiches déploient une structure tripartite : un titre principal en très grand corps avec des caractères ornementés qui dominent le sommet ; suivent le nom de l'artiste ou la date en corps intermédiaire ; le bas, lui, regroupe les informations pratiques en petit corps condensé. Les cadres, filets et bordures ponctuent visuellement ces niveaux, assurant une réception immédiate du message.

Ce découpage s'articule avec un rythme ornemental. Les séries de filets créent des transitions progressives entre les blocs ; les motifs répétés aux angles ou le long des bordures scandent la composition. Ce balisage visuel retient l'attention et guide le regard sans alourdir la feuille.

Cette structure presque pyramidale est étudiée et théorisée par Karen L. Carter dans *The Spectatorship of the Affiche Illustrée*

and the Modern City of Paris, 1880–1900 qui explique que l'organisation des informations répondait à des contraintes liées à des conditions urbaines précises.

Une architecture proportionnelle sous-tend l'ensemble. Les marges restent constantes, les titres occupent une bande haute fixe et les blocs s'alignent sur des axes verticaux parallèles. Ces rapports, hérités des modèles typographiques, donnent aux affiches une stabilité qui transcende les variations stylistiques.

La gestion des contrastes amplifie cette syntaxe. Un cadre chargé confère au titre une présence monumentale alors que des filets aériens clarifient les informations pratiques et des motifs denses aux angles équilibrent une composition centrale plus épurée. Dans la compétition des murs urbains, seul un contraste marqué permet à une affiche de s'imposer.

Les audaces de Toulouse-Lautrec⁺ ou Alfons Mucha[‡] confirment cette grammaire par leurs écarts calculés. Chez Lautrec, la dynamique compositionnelle rompt la symétrie, mais la hiérarchie tripartite demeure. Chez Mucha, le foisonnement floral déborde les cadres orthodoxes[‡], mais les proportions et séparateurs restent lisibles. Ces innovations présupposent un code collectif préexistant de l'affiche moderne, et ce, par delà les frontières de la France.

Ces principes constituent le squelette de la composition ornementale. Ils produisent des messages immédiatement décodables dans l'espace public. Leur maîtrise, acquise dans les ateliers, distingue les productions efficaces des mises en page banales.

⁺ *Peintre, dessinateur, lithographe, affichiste et illustrateur français.*
Wikipédia

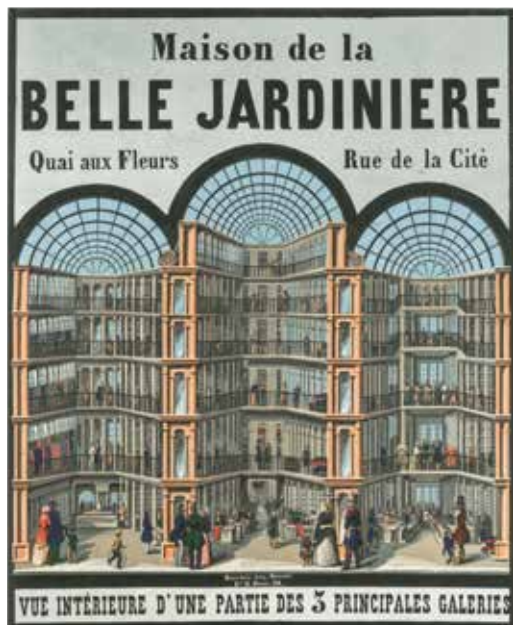
[‡] *Affichiste, illustrateur, graphiste, peintre, architecte d'intérieur, décorateur et professeur d'art tchécoslovaque. Il est un représentant majeur du style Art nouveau.*
Wikipédia

[‡] *Encadrement traditionnel, strictement délimité par des lignes droites et des modules géométriques (coins, côtés, filets), respectant une symétrie et une fermeture nette, sans débordement ni asymétrie.*
On ornament and its definitions





40



41

40. Jules Chéret, imprimerie Jules Chéret, *Vous les avez vus courir*, 1875, lithographie, musée des Arts Décoratifs

41. Anonyme, imprimerie Rouchon, *Maison de la Belle Jardinière*, 1849, gravure sur bois en couleurs, BnF





42

42. Henri Toulouse-Lautrec, imprimerie Edward Ancourt,
Ambassadeurs, 1892, lithographie en couleurs, BnF





43

43. Alfons Mucha, imprimerie Ferdinand Champenois, *Lorenzaccio*, 1896, lithographie en couleurs, BnF





L'ornement comme système suppose des acteurs qui le maîtrisent au quotidien. Après avoir analysé les outils et conventions qui le structurent, il s'agit de montrer comment se forge, dans les ateliers, une expertise graphique centrée sur sa manipulation. Cette compétence ne relève pas d'un goût individuel car elle s'élabore dans un cadre professionnel précis, par des apprentissages longs et une évaluation constante de l'efficacité visuelle.

L'organisation du travail distingue les ouvriers de labeur⁺, affectés aux textes courants[‡], des compositeurs spécialisés dans les affiches et imprimés publicitaires. L'imprimeur supervise l'exécution technique, mais le visuel revient à des praticiens maîtrisant les catalogues et les attentes des commanditaires. Dans ce contexte une figure émerge : le typographe créatif, distingué de l'exécutant par la qualité de ses compositions.

L'apprentissage reste progressif. L'apprenti commence par distribuer les caractères et composer des textes simples, puis accède, après plusieurs années, aux travaux d'affiche. L'ornement y est enseigné comme un répertoire à maîtriser : reconnaissance des séries, compatibilité des modules, stabilité des assemblages. Cette formation se fait sous la supervision d'un maître compositeur qui corrige les épreuves et commente les choix.

⁺ *Imprimeur spécialisé dans la production de travaux variés (livres, catalogues, affiches, emballages, imprimés administratifs) qui réalisent les impressions courantes et artisanales dans les ateliers d'imprimerie traditionnelle.*
Commission Paritaire
APEC

[‡] *Textes non fictionnels qui parlent du monde réel et visent surtout à informer, expliquer, convaincre ou décrire.*
Wikipédia



⁺ *Importés en Europe vers 1880-1900, elles contrastent avec les ornements floraux français: ils privilégient l'effet optique (relief, volume) plutôt que la surcharge décorative, et se voient dans les catalogues ATF ou les affiches US importées à Paris.*
Myfonts

[‡] *Impression d'essai sur papier destinée à vérifier et corriger la composition typographique avant le tirage définitif.*
Wikipédia

Cette expertise repose sur une capacité de sélection adaptée à chaque commande. Une Américaine ombrée⁺ ne convient pas à une affiche institutionnelle; un cadre lourd diffère d'un filet discret. Les catalogues deviennent alors des banques de solutions, associant formes et contextes d'usage, mettant en avant telle série pour les spectacles populaires, telle autre pour les produits de luxe.

Cette sélection s'accompagne d'une manipulation stratégique. Plusieurs épreuves[‡] testent des variantes: déplacement de cadres, ajustement de filets, variation de contrastes. La modularité rend possible cet affinage progressif jusqu'à obtenir un équilibre satisfaisant pour le client. Les meilleures compositions sont mêmes parfois conservées comme modèles internes.

Cette expertise se nourrit de même de l'observation des murs urbains où se confrontent les productions des ateliers. Les typographes repèrent ce qui fonctionne ou détonne, notent les formules adoptées par certains théâtres ou marques. Cette veille informelle ajuste les pratiques et stabilise des standards implicites.

À mesure que l'affiche devient un médium dominant, cette compétence se professionnalise. Certains ateliers bâtissent leur réputation sur la qualité graphique de leurs affiches. L'ornement cesse d'être un simple décor car il mesure la maîtrise d'un atelier, entre richesse dosée et respirations calculées.

L'essor de l'affiche illustrée hybridise cette expertise. Jules Chéret incarne le passage de la typographie à la lithographie créative. Même dessinée à la main, la lettre conserve des traits typographiques avec ses empattements, l'intégration dans des cartouches issus du répertoire des fonderies. Les typographes apprennent à dialoguer avec les artistes, qui adoptent à leur tour des réflexes compositionnels hérités de l'atelier.

Dans ce double mouvement de spécialisation et d'hybridation, naît une culture professionnelle de l'ornement. Sa maîtrise distingue les ateliers modernes des productions routinières, les compositeurs inventifs des exécutants. L'ornement typographique s'impose ainsi comme un des lieux fondateurs du métier de graphiste, organisateur visuel des messages de masse.



44

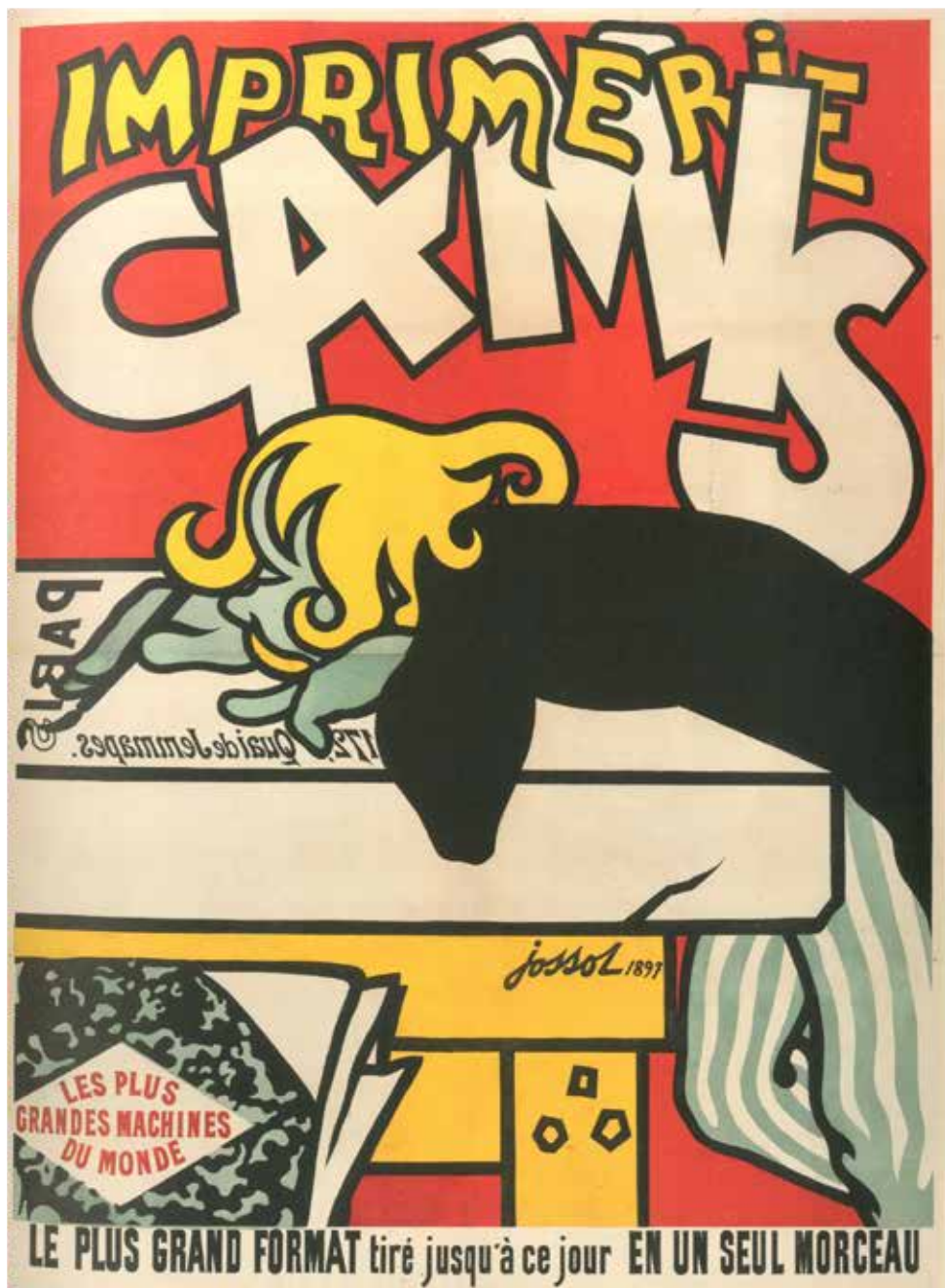
44. Jean Peské, imprimerie Gerin, *L'Estampe et l'Affiche*.
Revue d'art mensuelle illustrée, 1897, lithographie en
couleurs, BnF



45

45. Marius Vachon, *atelier des presses lithographiques,*
imprimerie Camis, 1894, BnF





46

46. Henri Gustave Jossot, imprimerie Camis, *Les plus grandes machines du monde*, 1897, lithographie en couleurs, BnF



Une communication du spectaculaire pour une économie de l'attention

Il va maintenant s'agir d'essayer de replacer l'ornement typographique dans ses usages sociaux concrets, en montrant qu'il ne fonctionne pas seulement comme un système de formes ou de règles compositionnelles, mais de plus comme un instrument de communication inscrit dans la ville moderne. Après avoir défini les formes de l'ornement, puis montré comment elles se stabilisent en système, il s'agit maintenant d'examiner ce que ce système produit dans l'espace public : de la visibilité, de la distinction, de la séduction, mais également d'une véritable culture de l'attention. L'affiche apparaît alors comme un support exposé à la concurrence permanente des autres images urbaines, et l'ornement comme l'un des moyens privilégiés pour s'imposer visuellement et créer une présence. La première sous-partie analysera l'affiche dans la compétition visuelle urbaine, en montrant comment la saturation des murs,

la multiplication des surfaces d'affichage et la circulation accélérée des passants imposent des logiques d'attraction fondées sur la massivité, le contraste et la couleur.

Il s'agira de comprendre comment l'ornement participe à cette lutte pour la visibilité, et comment il répond à une véritable escalade décorative, chaque affiche cherchant à se distinguer.

La deuxième sous-partie s'intéressera à la promesse spectaculaire portée par l'ornement dans l'affiche de théâtre, l'affiche foraine ou l'affiche commerciale. Les formes ornementales ne se contentent pas de décorer, elles annoncent une expérience, un univers, une ambiance, parfois même une position sociale ou symbolique. Enfin, la troisième sous-partie abordera la mutation du regard urbain, en montrant comment la lecture de la ville devient une lecture en mouvement, rapide et fragmentaire, ainsi que comment cette nouvelle temporalité favorise l'apprentissage de conventions visuelles partagées. L'ornement y sera envisagé comme l'un

des éléments qui contribuent à former une culture urbaine commune, où les citoyens deviennent progressivement lecteurs de signes, d'identités et de promesses visuelles.





Au XIX^e siècle, l'affiche s'inscrit dans un espace urbain fortement investi par les images où les murs deviennent de véritables surfaces de confrontation visuelle. La multiplication des annonces, l'intensification des circulations et l'occupation croissante des façades par des placards, des panneaux et des colonnes d'affichage transforment profondément la perception de la ville. L'affiche ne se contente plus d'être un support d'information ou de promotion : elle doit désormais s'imposer au sein d'un environnement déjà rempli, où chaque image concurrence les autres. C'est dans cette situation que se met en place une véritable logique de compétition visuelle, qui conditionne directement les formes de l'ornementation. Loin d'être un simple ajout décoratif, l'ornement devient l'un des moyens privilégiés pour faire émerger un message dans le flot des images urbaines.

Cette compétition repose d'abord sur la saturation visuelle à tel point que cette pratique était accusée de transformer la ville en un bazar et de parfois même agresser les yeux et les âmes des passants. Dans les quartiers les plus fréquentés, les affiches se superposent, se répondent, se recouvrent parfois partiellement, au point de former un palimpseste d'images et de textes. Le passant n'est plus face à une image isolée, mais devant une accumulation de surfaces imprimées dont il ne peut saisir qu'un fragment. Dans un tel contexte, la lisibilité

immédiate devient une condition essentielle de l'efficacité. Les affiches doivent donc capter le regard avant que celui-ci ne passe à une autre surface, dans un mouvement continu de balayage urbain. Cette contrainte explique l'importance croissante de certains procédés : la massivité des titres, l'intensité des contrastes, la présence de couleurs franches et l'emploi d'ornements fortement identifiables. L'image doit frapper avant même d'être comprise.

La massivité constitue à cet égard un premier ressort majeur de l'attraction. Dans l'affiche du XIX^e, les lettres prennent souvent des dimensions considérables, surtout lorsqu'il s'agit du nom d'un théâtre, d'un spectacle, d'un produit ou d'un événement. Le titre principal n'est pas seulement un élément d'information ; il devient une forme presque architecturale, une masse graphique qui structure la composition entière. Cette monumentalité typographique répond à la distance à laquelle l'affiche est vue, ainsi qu'à la nécessité d'imposer une présence dans l'espace public. Plus le mur est encombré, plus la lettre doit se faire grande, dense et stable. L'ornement accompagne cette logique en renforçant la silhouette du message.

Le contraste joue ensuite un rôle déterminant. Contraste de taille, d'épaisseur, de couleur, de texture, toutes ces oppositions permettent de hiérarchiser l'information, tout en créant des points d'accroche immédiats pour l'œil. Une affiche efficace ne développe pas seulement un contenu, elle organise une tension visuelle entre ses différents éléments. Un titre noir sur fond clair, un nom en grand corps au milieu d'un bloc plus dense, une zone décorée opposée à une zone vide, tout cela produit des repères lisibles en un instant. Dans l'espace urbain, où le passant ne dispose que de peu de temps pour regarder, cette opposition des valeurs devient essentielle. Le contraste permet de rendre la hiérarchie visible avant même la lecture complète du texte. Il joue donc à la fois sur le plan formel et sur le plan attentionnel afin d'attirer et d'organiser la lecture.

La couleur accentue encore cette capacité d'appel. Avec le développement de la lithographie en couleur, les affiches acquièrent une présence nouvelle dans l'espace de la rue. Les aplats vifs, les juxtapositions de tons, les oppositions entre couleurs complémentaires ou saturées donnent aux affiches une intensité que ne possédaient pas les imprimés plus sobres du début du siècle. La couleur ne sert pas seulement à embellir, elle fonctionne comme un signal. En permettant à une affiche de se détacher des surfaces grises ou monochromes qui l'entourent, de créer une singularité immédiate dans le paysage urbain. Elle renforce l'effet spectaculaire car une affiche colorée semble déjà annoncer un événement, un divertissement, une fête, une promesse de plaisir ou de distinction. Plus le mur s'anime

d'images concurrentes, plus la couleur devient un moyen de produire un effet d'émergence.

À cette saturation répondent donc des stratégies de distinction de plus en plus conscientes. Les commanditaires comprennent qu'il ne suffit pas d'être présent sur le mur car encore faut-il s'y démarquer. D'où l'importance accordée à la silhouette globale de l'affiche, à la forme des caractères, à la disposition des masses colorées, à la présence de cadres ou de signes récurrents capables d'assurer une reconnaissance rapide. Certaines affiches adoptent des compositions très compactes, d'autres au contraire jouent sur l'aération et le vide pour mieux faire ressortir un motif central. Certaines privilégient une accumulation décorative, d'autres un choc visuel plus direct. Mais dans tous les cas, l'objectif reste le même : se distinguer pour faire exister l'annonce dans un espace déjà envahi par d'autres. Laurent Cuvelier, un historien, explique que « nous savons qu'au XIX^e siècle la ville est habitée par l'écrit : on la parsème de plaques commémoratives, et surtout elle est recouverte d'une peau graphique qui, à peine sèche, est aussitôt renouvelée par une autre tout aussi éphémère. (...) grâce à la redécouverte de plus de 4000 affiches conservées dans les archives »⁺. L'affiche devient ainsi un objet de différenciation, et l'ornement l'un des ces outils.

⁺ *La ville écrite*
Philippe Artières

Cette logique entraîne une inventivité progressive des formes ornementales au fil du siècle. Plus l'affiche doit lutter pour se faire voir, plus elle tend à enrichir ses moyens décoratifs. Les premières formes d'affichage, relativement sobres, laissent place à des compositions plus denses, colorées, et typographiquement ambitieuses. Les lettres se complexifient, les cadres se multiplient, les ornements deviennent plus visibles, plus variés, parfois plus spectaculaires. Ce phénomène ne tient pas seulement à une évolution du goût ; il répond à une augmentation progressive des normes décoratives imposées par la concurrence. Ce qui suffisait à attirer le regard dans une ville moins surchargée devient insuffisant quelques décennies plus tard. L'affiche doit donc toujours aller un peu plus loin dans l'intensité visuelle pour conserver son efficacité.

L'escalade ornementale ne signifie pas pour autant que l'affiche perde toute cohérence. Au contraire, elle montre que l'ornement est pris dans une logique d'adaptation permanente aux conditions urbaines de perception et de choix stylistiques de l'époque. Il ne s'agit pas de décorer davantage par simple goût de la richesse, mais de répondre à une économie de l'attention où la visibilité est rare et disputée. L'ornement, dans ce contexte, se transforme en instrument stratégique, il signale, hiérarchise, singularise, attire. Il permet à l'affiche de s'inscrire dans la ville non comme une image parmi

d'autres, mais comme une présence capable de retenir le regard et d'imposer son message. C'est pourquoi l'étude de la compétition visuelle urbaine est essentielle car elle montre que l'ornementation typographique ne se développe pas hors sol, mais dans un champ de forces où chaque affiche doit lutter pour exister.

De ce fait, la ville moderne fait de l'affiche un lieu de tension entre spectaculaire et saturation, ainsi qu'entre information et impact visuel comme en témoignent des photos d'archives de rues de grandes villes françaises à cette époque. L'ornement y joue un rôle décisif, non comme supplément esthétique, mais comme réponse à une contrainte concrète de communication. Par la massivité, le contraste, la couleur et la densification progressive des moyens décoratifs, il contribue à faire de l'affiche un objet d'appel, inscrit dans une véritable compétition des surfaces et des regards.



47

47. Albert Harlingue, *Comment on fait la publicité à Paris pour les théâtres*, 1903, Roger-Viollet/BHVP



48

48. Georges Chevalier, *place de la Bourse*, 5 juin 1897,
musée Albert-Kahn



49

49. Eugène Grasset, imprimerie François Appel, *Les Fêtes de Paris*, 1885, lithographie en couleurs, BnF



50

50. Philippe Ernest Kalas, imprimerie Matot, *Exposition d'affiches artistiques*, 1886, lithographie en couleurs, musée Carnavalet



Si l'affiche doit d'abord capter le regard dans un espace urbain saturé, elle doit ensuite faire plus que signaler un événement ou un produit, elle doit en suggérer l'expérience. C'est précisément là que l'ornement prend toute sa force spectaculaire. Dans l'affiche foraine, l'affiche de théâtre ou l'affiche commerciale, les formes décoratives participent à la construction d'une attente, à installer un climat et à donner à voir avant même que l'objet annoncé n'advienne. L'ornement devient alors l'un des principaux moyens par lesquels l'affiche transforme une simple information en une projection de fête, de prestige, de plaisir ou de dépaysement

Dans l'affiche foraine, cette logique se manifeste avec une évidence particulière. Le spectacle de foire, l'attraction de cirque, la ménagerie ou le tour de magie doivent annoncer d'emblée l'exceptionnel. Tout dans la composition tend donc vers l'exubérance et l'ornement y joue un rôle d'amplification, afin de faire sentir que le spectacle sera plus grand, plus intense, plus extraordinaire que la vie ordinaire. L'affiche ne décrit pas seulement l'événement, elle en prépare la perception.

L'affiche de théâtre mobilise une autre modalité de cette promesse, plus liée à la création d'atmosphère qu'à l'exubérance pure. Le théâtre ne vend pas seulement une représentation car il



cherche à proposer un monde, une ambiance ou une émotion collective. L'ornement y contribue en organisant une forme de mise en scène de l'annonce elle-même. Une affiche pour un spectacle dramatique, pour une opérette ou pour un cabaret n'emploie pas les mêmes signes, parce qu'elle ne promet pas la même expérience. L'ornement devient alors un code de tonalité. Il annonce le genre, il donne le climat, il prépare le spectateur à entrer dans un certain registre d'émotion.

C'est particulièrement visible dans les affiches de la fin du siècle, où le texte, l'image et l'ornement s'articulent pour former un ensemble cohérent. Loin de simplement entourer l'information, les éléments décoratifs contribuent à la mise en scène d'un univers. Ils peuvent évoquer la nuit, l'exotisme, le raffinement mondain, la sensualité, la fantaisie ou le luxe. Chaque type d'ornement porte avec lui une valeur symbolique. Un cadre richement travaillé, une arabesque élégante, une courbe végétale ou une teinte dorée ne renvoient pas seulement à une esthétique, mais suggèrent une forme de distinction sociale. Le spectaculaire n'est donc pas seulement lié à l'intensité visuelle mais également à la capacité de l'ornement à faire exister un imaginaire.

Dans l'affiche commerciale, cette promesse prend une forme plus directe tout en demeurant importante. Il ne s'agit plus de faire venir un spectateur dans une salle, mais de faire désirer un produit, une marque ou un service. L'ornement joue ici sur la séduction, en donnant au produit une valeur supplémentaire il le détache de la simple utilité, et l'inscrit dans un univers de désir et de distinction. Une boisson, un parfum, une bicyclette, un chocolat ou un savon ne sont pas seulement annoncés comme des objets à consommer. Ils sont mis en scène comme des signes d'appartenance à une classe sociale d'où découle une certaine modernité et richesse. Le décor graphique participe à cette transfiguration. Par la richesse des contours, l'équilibre des compositions ou l'intensité des couleurs, il élève l'objet au-dessus de sa fonction première. L'ornement devient ainsi un opérateur de valorisation symbolique.

Cette valeur symbolique varie toutefois selon les domaines. Dans certains cas, l'ornement signale la modernité en associant l'image du produit à un monde nouveau, qu'il soit industriel, dynamique, ou lié au progrès technique et au confort. Dans d'autres, il renvoie au prestige, en suggérant l'élégance, la rareté ou la distinction sociale. Ailleurs encore, il mobilise l'exotisme, en convoquant des motifs orientalisants, floraux ou historiques qui transportent l'objet dans un ailleurs imaginaire. L'ornement n'a donc pas une signification fixe; il fonctionne comme un langage souple et capable d'orienter la



⁺ *Caractère de ce qui est malléable.*
Le Robert

lecture vers des univers de sens différents selon le contexte. C'est cette plasticité⁺ qui le rend si efficace dans l'affiche car il ne se contente pas d'attirer, il qualifie.

Et ce point est essentiel, vu que la promesse spectaculaire n'a de valeur que si elle reste lisible. L'ornement ne doit pas seulement interroger, il doit rendre l'affiche crédible, désirable et mémorisable. Une profusion décorative trop indistincte risquerait de dissoudre le message au lieu de le renforcer. C'est pourquoi les affiches les plus réussies parviennent souvent à trouver un équilibre. Elles donnent à voir un monde, mais un monde ordonné. Elles promettent une fête, mais une fête déjà mise en forme. Elles séduisent, tout en indiquant clairement ce qu'il faut regarder.

Ainsi, l'ornement apparaît comme un vecteur de promesse. Dans l'affiche foraine, il annonce l'exception ; dans l'affiche de théâtre, il crée une atmosphère et installe un univers ; dans l'affiche commerciale, il valorise le produit et le fait accéder à un imaginaire de désir. Dans tous les cas, il dépasse sa fonction décorative pour devenir un outil de projection symbolique. Il ne dit pas seulement ce qui est proposé, il anticipe l'expérience. C'est comme cela qu'il participe pleinement à la communication du spectaculaire en transformant l'information en attente, et l'attente en attraction.



Galop (1858)

SPECTACLE LYRO-MAGIQUE
 Boulevard Montmartre - tous les Soirs à
N° 10. 8 heures

**MAGIE & CURIOSITÉS
 MACALUSO**
 par
J. LAMAZOU
 Romances, Duos, Trios et Chansonnettes Comiques,
 par des ARTISTES distingués
 Le Spectacle sera varié tous les soirs.
 Le Programme de la Soirée se trouve affiché au Foyer.
 Jehan Nivon sur la Terrasse Jouffroy servent le Foyer aux Spectateurs.
PRIX:
 Fauteuils d'Orchestre 4fr - Stalles 3fr - Parterre 1.50

Vente Indépendante de Valenciennes & Paris, 1858

ET 33520

51

51. Anonyme, *Spectacle lyro-magique*, 1858, lithographie en noir avec rehauts de couleurs, BnF





52

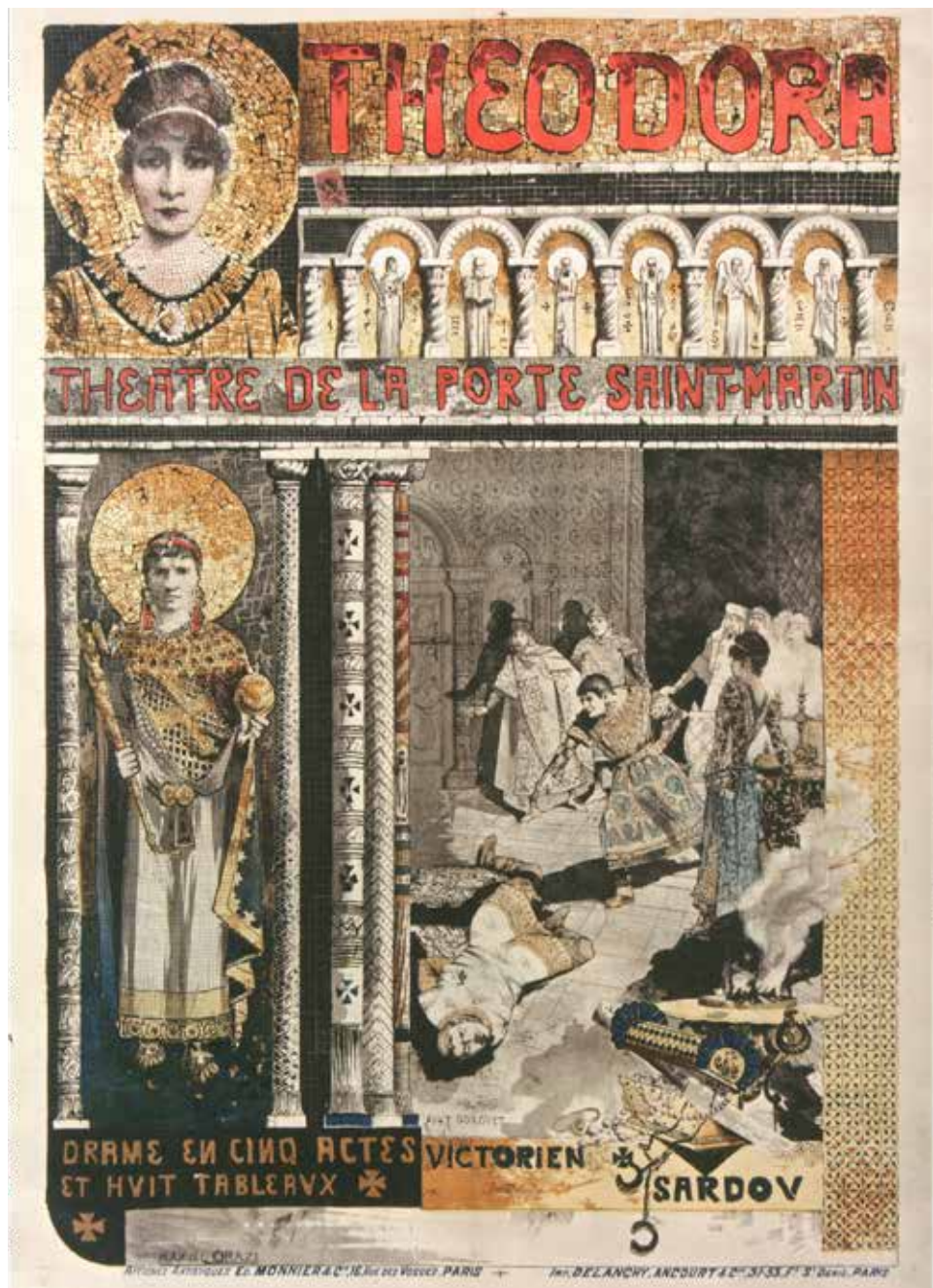


53

52. Alfons Mucha, *Salon des Cents*, 1896, lithographie en couleurs, BnF

53. Pierre Bonnard, imprimerie Edward Ancourt, *France-Champagne*, 1891, lithographie en couleurs, BnF





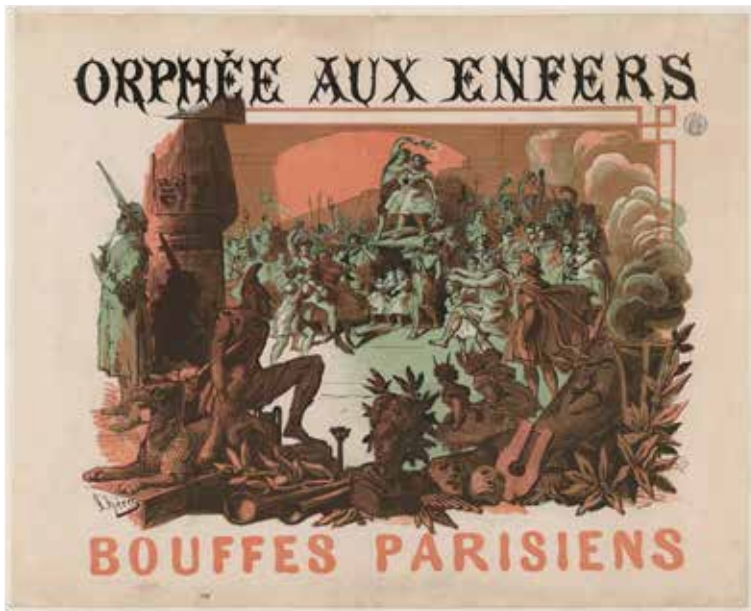
54

54. Auguste Gorguet, Manuel Orazi, *Théodora*, 1884, lithographie en couleurs, BnF





55



56

55. Eugène Grasset, *Jeanne d'Arc*, [modèle accepté par Sarah Bernard] 1890, chromotypographie, BnF

56. Jules Chéret, imprimerie Lemerrier, *Orphée Aux Enfers*, 1860, lithographie en couleurs, BnF





L'affiche ne transforme pas seulement la ville, elle transforme également la manière de la regarder. À mesure que les villes se peuplent d'images, de textes, d'enseignes et d'annonces, le regard du citoyen doit s'adapter à un environnement où l'information n'est plus stable, mais dispersée, fragmentée et rapide. La lecture urbaine s'effectue désormais selon des modalités rapides, fondées sur des saisies brèves et des reconnaissances immédiates. On ne lit plus la ville comme une page continue, mais comme une succession de signaux qu'il faut identifier rapidement. Et c'est dans ce contexte que l'ornement joue un rôle décisif parce qu'il participe à cette immédiateté sémiotique : il permet de reconnaître, hiérarchiser, et distinguer plus vite.

Cette mutation du regard est liée à la transformation même des rythmes urbains. Le passant du XIX^e siècle ne s'arrête pas toujours devant l'affiche, même si il la croise, la longe, la traverse du regard au fil de ses déplacements. La ville devient un espace de lecture partielle, où le sens doit être saisi sans immobilité. Les affiches répondent à cette condition en privilégiant des formes fortement identifiables avec des contrastes nets et des silhouettes mémorisables. Les citoyens apprennent ainsi à repérer des régularités visuelles, leurs permettant de distinguer un spectacle d'une annonce commerciale, un théâtre d'un produit, une affiche prestigieuse d'une affiche ordinaire.



Ce processus suppose un véritable apprentissage des conventions. À force d'exposition, le public urbain intègre des codes visuels afin de décoder rapidement les intentions de l'affiche⁺. Un cadre lourd, une gothique[‡] massive, une profusion décorative, une couleur très vive ne signifient pas seulement qu'il faut regarder, elle indique, de manière tacite, un registre d'usage et un degré d'importance. Le regard devient compétent, et en vient à savoir identifier, sans toujours passer par une lecture complète. L'ornement participe donc à la formation d'une culture visuelle commune, parce qu'il repose sur des conventions que le public finit par intérioriser. Il n'agit pleinement que parce qu'il est appris.

Cette culture partagée ne concerne pas seulement la compréhension des annonces, mais également la manière dont les citoyens se situent les uns par rapport aux autres dans l'espace urbain. L'affiche est visible de tous, et chacun est exposé aux mêmes signes, aux mêmes compositions, aux mêmes stratégies d'attraction. Il se forme ainsi une mémoire visuelle commune, faite d'images récurrentes, de styles reconnaissables, de motifs réemployés. Certaines affiches deviennent familières, certains noms ou certaines silhouettes s'imposent comme des repères dans le paysage de la ville. Cette familiarité n'est pas anodine car elle contribue à l'adhésion à un univers culturel commun, où l'on partage non seulement des objets de consommation ou des divertissements, ainsi que des manières de voir. L'ornement devient alors un opérateur d'intégration symbolique, en donnant à la ville une lisibilité collective⁺.

Dans cette perspective, la reconnaissance des identités commerciales et culturelles joue un rôle central. Une affiche efficace n'annonce pas seulement un événement, elle produit une forme d'identité visuelle qui peut être réemployée dans d'autres contextes. Les théâtres, les cabarets, certaines marques ou certains spectacles apprennent à se faire reconnaître à travers des constantes graphiques, comme un type de composition, une palette de couleurs, un style de caractères et/ou une manière de disposer le nom ou le titre. On peut observer cette pratique à travers une série d'affiches de théâtre réalisées par Alfons Mucha pour l'actrice Sarah Bernard⁺, entre 1895 et 1899. Les formats sont toujours les mêmes (210 x 78 cm), et la composition de l'affiche, avec Sarah Bernard, représentée souvent seule, de toute sa taille et en costume sur un fond de style art nouveau, très ornementé. Le public, en retour, apprend à associer ces formes à des univers spécifiques. Dans cette situation, l'ornement est donc l'un des vecteurs par lesquels s'installe une mémoire des formes et des signes dans l'espace. Il contribue à faire du regard un instrument de reconnaissance autant qu'un instrument d'attention.

⁺ *Reading Images : The Grammar of Visual Design.*
Gunther Kress & Theo Van Leeuwen

[‡] *Caractère inspiré de l'écriture médiévale, reconnaissable à ses formes anguleuses, ses traits serrés et son aspect très noir et décoratif.*
Culture.gouv

⁺ *Nouvelles pratiques de l'affichage commercial et recomposition de la culture urbaine parisienne à la fin du XIX^e siècle.*
Roxane Bonnardel-Mira

⁺ *Peintre, sculptrice et comédienne française.*
Wikipédia



Cette évolution a une conséquence plus large, vu qu'elle produit une culture urbaine visuelle partagée, elle devient un milieu de circulation des signes. Les affiches, les enseignes, les vitrines et les décors publics construisent un endroit dans lequel les habitants apprennent à lire ensemble certains langages graphiques. Cette lecture ne suppose pas que tous interprètent les signes de la même façon, mais elle crée un socle de compréhension commun, suffisamment stable pour que la communication fonctionne. L'ornement, dans ce cadre, n'est pas un supplément esthétique détaché du réel. Il est l'une des matières par lesquelles se construit une expérience commune de la ville.

On comprend alors que la mutation du regard urbain ne relève pas d'une simple modification de la perception individuelle. Elle correspond à une transformation plus large des habitudes de lecture, des attentes visuelles et des formes d'attention. Le citoyen apprend à voir vite. L'affiche ne fait pas que capter le regard mais contribue à le structurer. Et c'est précisément parce qu'elle mobilise l'ornement comme un langage de l'immédiateté qu'elle participe à la formation d'une culture visuelle moderne, largement partagée par ceux qui vivent la ville au quotidien.

Ainsi, cette dernière sous-partie montre que l'ornementation des affiches françaises du XIX^e ne produit pas seulement des formes spectaculaires ou distinctives mais qu'elle accompagne un changement profond dans la manière de voir la ville. L'ornement ne simplifie pas toujours la lecture, mais oriente le regard dans des conditions de lecture en mouvement. Il rend l'affiche visible et mémorable en un temps très court, ce qui est crucial dans un environnement saturé. En favorisant la lecture en mouvement, en imposant des conventions de reconnaissance et en contribuant à la mémoire commune des signes, elle participe à la constitution d'une culture urbaine où les images ne sont plus seulement vues, mais véritablement apprises.





57

57. *Giuseppe De Nittis, La Place des Pyramides, 1875, huile sur toile, musée d'Orsay*





58

58. Alfons Mucha, *La Dame aux Camélias*, 1896,

59

59. *Gismonda*, 1895, lithographie en couleurs, BnF



60

60. *Médée*, 1898, lithographie en couleurs, BnF



61

61. Alfons Mucha, *Tragique histoire d'Hamlet*, 1899





Héritages et continuités de l'ornement XIX^e dans la pensée du design moderne

Pour finir, il faut interroger la manière dont l'ornementation typographique des affiches françaises à cette période continue d'alimenter ou de contrarier la pensée du design moderne. Ayant démontré que cet ornement se constitue en répertoire de formes, puis en système structuré et en langage visuel inséré dans une économie urbaine de l'attention, il s'agit désormais d'aiguiller notre intérêt vers les discours et pratiques qui, au XX^e siècle, ont prétendu redéfinir les critères du « bon » design en opposant souvent modernité et décor. Des auteurs et théoriciens, ou, plus tard les promoteurs du fonctionnalisme⁺ et du style international ont fait de l'ornement un objet de débat central, parfois pour le codifier, parfois pour le condamner, parfois pour en déplacer la fonction plutôt que de le supprimer réellement. La première sous-partie examine les principes XIX^e et les systèmes de design

⁺ *Doctrine selon laquelle, en architecture et dans le mobilier, la forme doit toujours être l'expression d'une fonction, ou d'un besoin.*
Larousse

moderne, en mettant en évidence les continuités formelles et conceptuelles entre les logiques modulaires, hiérarchiques et combinatoires élaborées dans la typographie d'affiche et les dispositifs de grilles, de systèmes de signes

et d'identités visuelles⁺ développés par le design graphique moderne.

⁺ Ensemble d'éléments visuels cohérents qui permettent d'identifier une même entité au travers des différents médias de communication qu'elle émet.
Wikipédia

La seconde s'attache à la réception et à l'occultation moderniste de

l'ornement en analysant comment certains textes fondateurs ont construit une opposition entre modernité et décor, tout en s'appuyant sur des catégories héritées du XIX^e siècle, et comment la discipline de l'histoire du design a longtemps contribué à marginaliser la contribution des systèmes ornementaux à la pensée visuelle moderne. Enfin, la troisième sous-partie discute les apports et implications pour l'histoire du design de cette relecture. En restituant à l'ornementation typographique une place active dans la genèse des outils conceptuels du design, et d'envisager au contraire l'ornement comme l'un des laboratoires où se sont formulées et testées les catégories mêmes du design.





⁺ *Pratique consistant à présenter l'information de manière claire, accessible et engageante, souvent en utilisant des moyens visuels, interactifs et multisensoriels pour améliorer la compréhension et faciliter la transformation des données en connaissances exploitables.*
Wikipédia

Penser les affiches et les catalogues typographiques du XIX^e siècle à partir des notions contemporaines de « design système » et « d'information design ⁺ » ne signifie pas projeter rétroactivement sur eux des catégories désuètes, mais reconnaître que certaines des logiques aujourd'hui au cœur du graphisme moderne s'y trouvent effectivement anticipées, de manière implicite et encore largement empirique. Les pratiques de modularité ornementale, de reproductibilité et de normalisation typographique que l'on observe dans les spécimens de fonderies et dans les affiches d'affichage de masse configurent déjà un ensemble de principes qui seront formalisés et théorisés au XX^e siècle dans le vocabulaire des grilles, des familles de caractères, des identités de marque et des systèmes graphiques cohérents.

La modularité ornementale, constitue d'abord un point de contact évident entre la culture typographique du XIX^e siècle et la pensée systémique du design moderne. Les séries de cadres, filets, coins, cartouches et fleurons proposées par les fonderies comme Deberny ou Peignot fonctionnent comme de véritables « kits » graphiques vu qu'à partir d'un nombre limité d'éléments, le compositeur peut construire une grande variété de configurations, tout en conservant une cohérence de style et de rythme. Cette logique, déjà à l'œuvre dans les grands recueils de motifs comme *The Grammar of*

Ornament d'Owen Jones, qui organise les ornements par familles, par principes géométriques et par déroulements sériels, repose sur l'idée que l'on peut penser la surface comme l'assemblage contrôlé d'unités répétables. Si le graphisme moderne parlera plus tard de « modules » dans un système visuel, les catalogues d'ornements du XIX^e siècle en proposent déjà une version matérialisée, fondée sur des références de catalogue, des gammes complètes et des combinaisons exemplaires.

La reproductibilité, ensuite, relie directement ces pratiques modulaires aux logiques de standardisation et de familles typographiques qui structureront les démarches modernistes. Une des forces des jeux d'ornements et de caractères proposés par les fonderies réside dans leur capacité à être réutilisés à l'identique d'un atelier à l'autre. La même véronaise⁺ lourde, le même cadre composé de quatre coins et de segments latéraux, le même fleuron peuvent ainsi participer à la construction d'une identité visuelle rudimentaire, voire d'une cohérence de marque, bien avant que ces termes ne soient formulés. Au XX^e siècle, les grandes familles typographiques et les systèmes de signes cohérents promus par le design moderniste prolongeront cette ambition d'offrir aux graphistes et aux commanditaires un ensemble de formes standardisées permettant de décliner à l'infini des supports tout en préservant une unité de ton. La différence principale ne tient pas tant au principe qu'à son degré de formalisation de ce que le XIX^e siècle met en œuvre de façon pragmatique et locale, le design moderne cherche à l'ériger en méthode et en norme.

La hiérarchisation visuelle, qui occupe une place centrale dans les affiches typographiques annonce quant à elle ce que l'on appellera plus tard l'« information design » qui est l'idée qu'une page imprimée ou un support visuel doit organiser les contenus de façon à optimiser la compréhension et le parcours du lecteur. Dans les affiches, cette hiérarchie répond à des contraintes très concrètes de distance de lecture, vitesse de déplacement et saturation des murs. Elle repose sur l'articulation entre tailles de caractères, densité de texte, usage des cadres et des filets, et, plus tard, rapports de couleur. Ce dispositif anticipe les préoccupations des modernistes⁺ lorsqu'ils chercheront à améliorer la lisibilité de la presse, des formulaires, des signalétiques ou des schémas, en jouant sur les paramètres de compositions d'un texte. La différence, ici encore, réside moins dans le principe que dans le contexte d'application de la rue haussmannienne d'un côté et les environnements rationalisés du design d'information de l'autre.

Pris ensemble, ces principes de reproductibilité et de hiérarchisation dessinent les contours d'une anticipation implicite des

⁺ Variante de fonte dont les lettres ont une proportion plus ample, avec un dessin moins serré, pensée pour la lisibilité et l'équilibre visuel dans un espace un peu plus généreux. Nundesign

⁺ Mouvement artistique et culturel majeur des débuts du XX^e siècle, qui a marqué la littérature, les arts visuels, la musique, et est caractérisé par une recherche d'innovation et de rupture avec les conventions établies. Wikipédia

⁺ *Une sorte de bibliothèque organisée de composants réutilisables, de règles de design, et de bonnes pratiques permettant de concevoir des interfaces cohérentes à grande échelle.*

LATELIER

logiques de design système⁺. Le graphisme du xx^e siècle, en particulier dans ses pratiques du fonctionnalisme, systématise la notion de grille par un réseau de lignes horizontales et verticales servant de base à la mise en page, à la distribution des textes et des images, à l'alignement des blocs et à la gestion des blancs. Or, si les affiches du xix^e siècle n'utilisent pas de grilles explicitement dessinées, les régularités observables dans leur composition témoignent d'une familiarité avec ce type de structuration. De même, les projets modernistes qui cherchent à mettre en place des systèmes visuels, utilisent un même répertoire de caractères, de couleurs et de formes afin de décliner une seule identité cohérente sur plusieurs médiums. Et cette vision du design trouve un précédent inattendu dans les ensembles coordonnés de caractères et d'ornements. Au final les fonderies françaises proposaient déjà à leurs clients de se doter d'un système graphique clé en main.

Il ne s'agit pas de faire du xix^e un modernisme avant la lettre ni de projeter rétrospectivement le vocabulaire du design de système sur des pratiques qui n'en disposaient pas encore. Mais plutôt de reconnaître que ces continuités permettent de décaler légèrement le récit canonique d'un design moderne surgissant en rupture radicale avec un xix^e jugé confus et décoratif. Le langage ornemental des affiches françaises de cette époque, dans sa dimension de système, apparaît alors comme l'un des laboratoires où se sont élaborés, de manière encore diffuse, certains des outils que le design moderne se réappropriera en les redéfinissant comme principes rationnels, fonctionnels et universels.

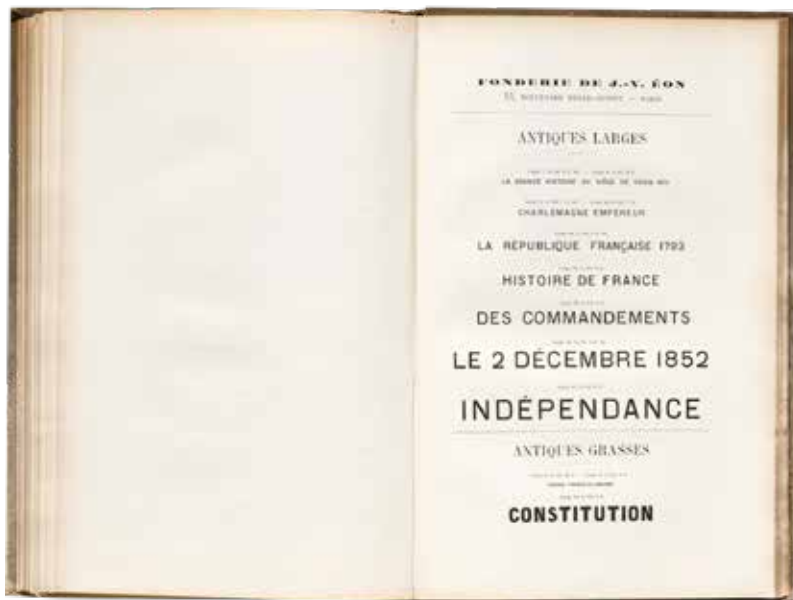


62

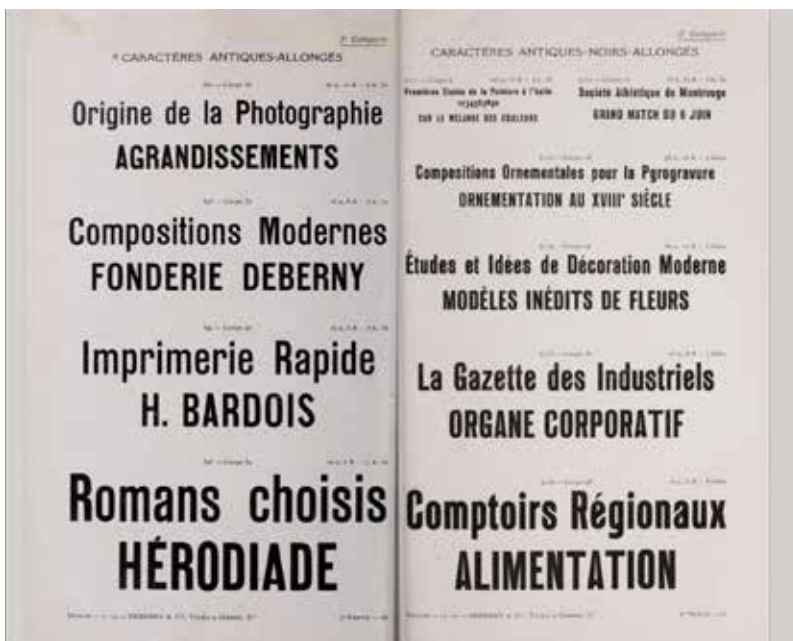
62. Armin Hofmann, *Hans arp. Kunsthalle Basel*, 1962, lithographie en couleurs, Placart



63



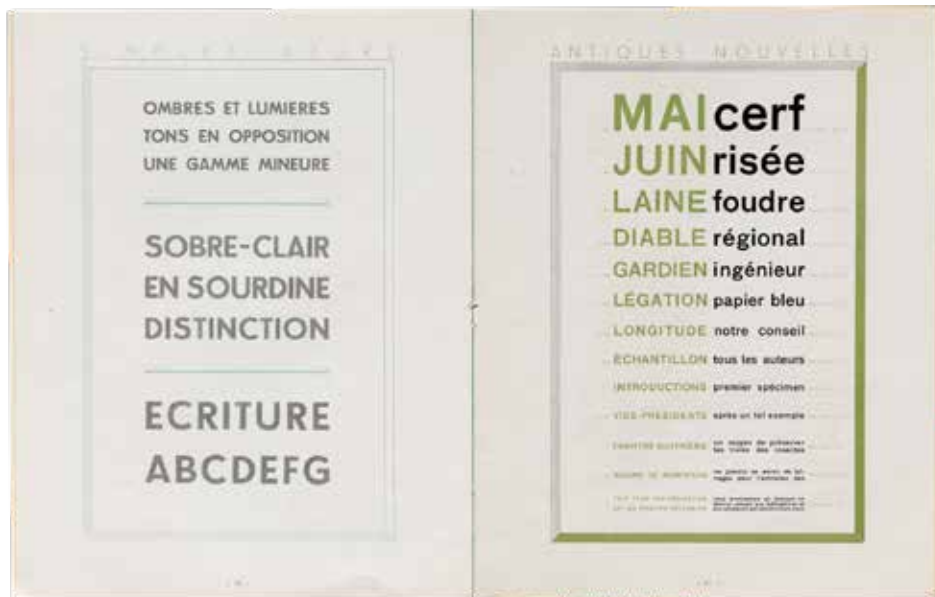
64



63. Founderie J.-V. Éon, *Specimen des Caractères, Antique Large*, 1880, Letter Form Archive

64. Fonderie Deberny & cie, *Le livret typographique, Antique-Allongés*, 1886, Internet Archive





65



66

65. Marcel Olive, *Fonderie Olive, Simplex Azuré & Antiques Nouvelles*, 1945, Letter Form Archive

66. Roger Excoffon, *Fonderie Olive, Algériennes & Antiques Nouvelles*, 1960, Letter Form Archive



Cependant, même si les logiques de système que l'on peut dégager des pratiques ornementales du XIX^e siècle trouvent des prolongements évidents dans le design moderne, la manière dont ce dernier a parlé de l'ornement a souvent contribué à en effacer la contribution. Au tournant du XX^e siècle, dans le contexte des avant-gardes et des mouvements de réforme esthétique, l'ornement devient l'objet d'une critique explicite car il devient associé au superflu.

Le texte le plus célèbre de cette offensive est sans doute le discours d'Adolf Loos⁺, prononcé à partir de 1908 et publié en 1910 dans *L'Ornement est un Crime*, dans lequel l'architecte viennois établit un lien direct entre ornementation et « dégénérescence » culturelle, opposant à la surcharge décorative l'idéal d'une forme nue, rationnelle et moralement supérieure. Cette prise de position, largement relayée et commentée, ne vise pas l'ornement typographique d'affiche en particulier, mais elle contribue à installer durablement une opposition entre modernité et décor, qui pèsera sur les discours du design tout au long du XX^e siècle.

Les pédagogies du Bauhaus⁺ et les courants fonctionnalistes en design graphique prolongent et durcissent cette critique, en associant la valeur moderne à la clarté, à l'économie de moyens et à la transparence fonctionnelle. Dans ce cadre, l'ornement est souvent perçu comme

⁺ *Architecte et théoricien de l'art autrichien, défenseur du dépouillement intégral dans l'architecture moderne.*
Wikipédia

⁺ *Laboratoire du modernisme fondé à Weimar. Elle a pour particularité de ne pas établir de hiérarchie entre les arts dits*

« majeurs » et ceux
dits « mineurs ».
Sur le plan du style,
il se veut minimaliste
et fonctionnaliste.
Beaux-Arts

un reliquat des styles du XIX^e, à éliminer au profit de surfaces dégagées, de typographies sans empattement, de mises en page asymétriques et de grilles rigoureusement appliquées. La rhétorique fonctionnaliste valorise le « nécessaire », le « pur » et l'« objectif », reléguant les ornements, qu'ils soient typographiques ou architecturaux, du côté du subjectif et de l'arbitraire. Cette vision se renforce dans certains grands récits de l'histoire du design, qui présentent le passage du XIX^e au XX^e siècle comme une rupture nette avec d'un côté, une époque d'« excès » décoratifs, et de l'autre, l'avènement d'une modernité rationnelle, débarrassée de tout superflu. Dans cette mise en scène, l'ornementation typographique des affiches françaises apparaît au mieux comme un symptôme pittoresque d'un goût révolu, au pire comme l'exemple même de ce qu'il convenait de dépasser.

Cette grille de lecture a profondément marqué l'historiographie du design. Les affiches françaises du XIX^e siècle, comme beaucoup de productions graphiques contemporaines, ont ainsi été reléguées à la marge du récit canonique, évoquées pour leur « charme » ou leur « exubérance » plutôt que pour leur apport aux outils et aux catégories du design. Dans une telle perspective, l'ornement n'est pas seulement critiqué sur le plan esthétique. Il est occulté en tant que lieu de pensée formelle et de mise en système. La dimension grammaticale de l'ornement typographique, sa capacité à structurer l'espace, à produire des hiérarchies, à organiser des combinaisons reproductibles, se trouve écrasée par l'idée qu'il ne serait qu'un voile apposé sur des structures supposées neutres.

Pourtant, la seconde moitié du XX^e siècle voit émerger des mouvements qui remettent en question cette hostilité de principe au décor. Les démarches postmodernes en architecture et en design graphique, de Venturi⁺ à certaines pratiques du New Wave[‡] ou du Memphis[‡], réhabilitent l'ornement et la complexité visuelle comme ressources critiques face au dogmatisme moderniste. Loin de revenir à une ornementation naïve, ces approches jouent consciemment des codes, des signes et des styles, montrant que l'on peut faire du décor un outil de second degré, de jeu ou de distanciation. Plus récemment, le design numérique et les interfaces graphiques ont réintroduit, sous d'autres formes, des logiques de surcouche, de texture, de micro-ornement (icônes, ombres, effets d'animation) que les discours modernistes avaient cherché à proscrire, tout en s'appuyant sur des systèmes de grilles et de composants hérités des démarches rationnelles du XX^e siècle.

⁺ *Architecte et théoricien américain du postmodernisme.*
Art4you

[‡] *Mouvement qui privilégie l'expérimentation, l'expressivité, la fragmentation et une composition plus libre, parfois volontairement instable.*
AIGA

[‡] *Rejet du minimalisme fonctionnel, avec une volonté assumée de réintroduire la décoration comme geste critique et joyeux.*
99 designs



67

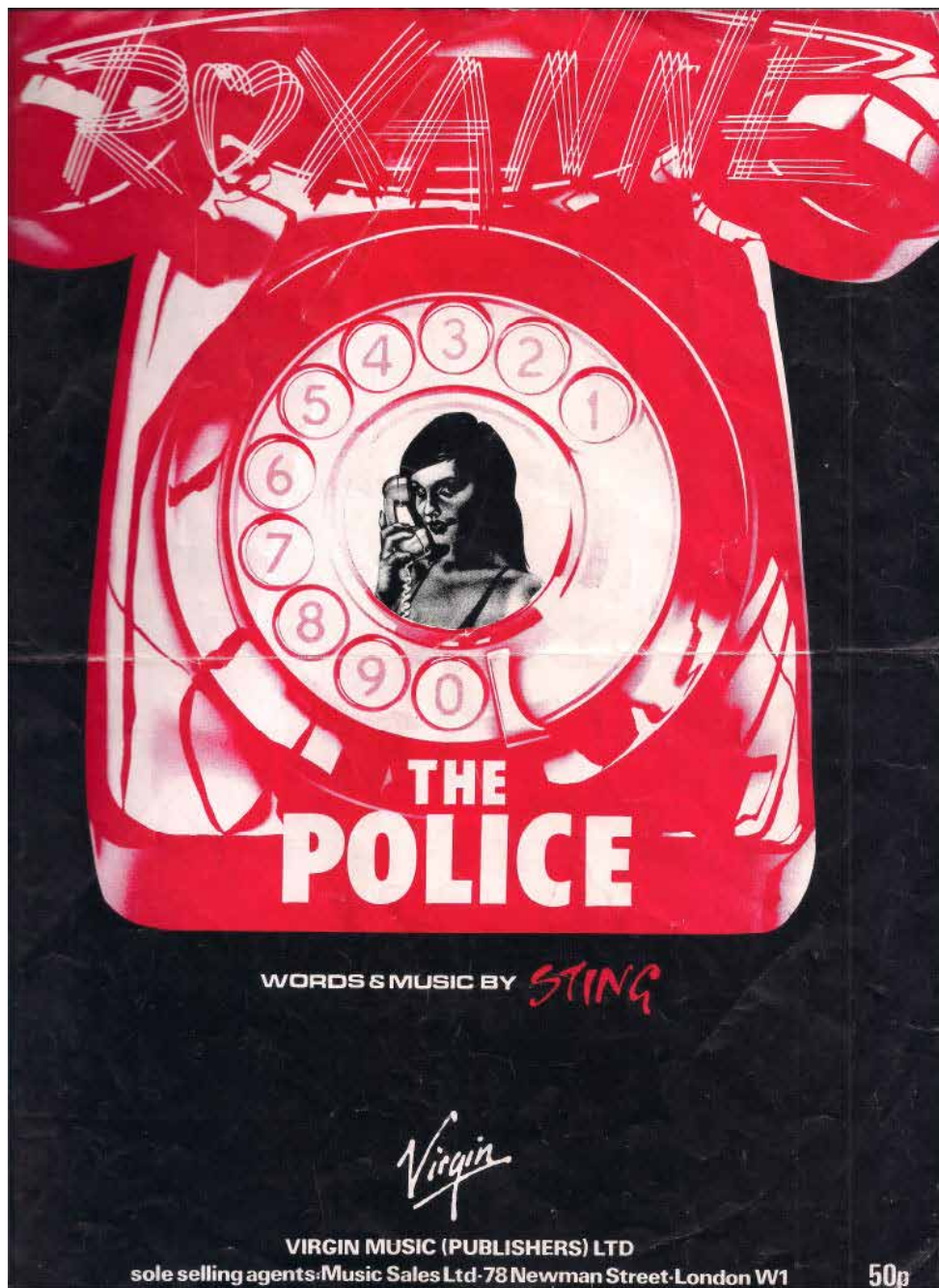


68

67. Herbert Bayer, *Europäisches Kunstgewerbe*, 1927, lithographie en couleurs, Archives du Bauhaus

68. Grapus, *Aubervilliers Propre*, 1973-1989, Archives Aubervilliers





69

69. *Roxanne*. *The Police*, message in a Bottle UK 45, front and back cover, A&M Records, 1979





70

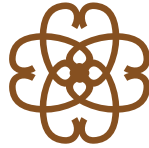


71

70. Devo: Poster for concert at Merrweather Post Pavilion, Columbia, MD, July 27, 1980

71. Memphis Milano, designers à l'origine du groupe Memphis fondé par Ettore Sottsass, 1981





Revenir sur l'ornementation typographique des affiches françaises au XIX^e siècle à la lumière des problématiques du design moderne oblige à nuancer certaines oppositions trop tranchées qui structurent encore les récits canoniques. Loin de se réduire à une expression pittoresque d'un « goût exubérant » voué à disparaître, cette tradition révèle une manière singulière d'articuler élégance formelle, profusion décorative et contraintes industrielles. La culture typographique française, portée par des fonderies comme Didot, Deberny ou Peignot, a su produire des formes où la richesse ornementale ne contredit pas la clarté de lecture, mais la renforce en jouant sur les contrastes, les hiérarchies et les cadres. De ce point de vue, l'ornement ne peut pas être relégué au rang de simple surplus mais apparaît au contraire comme un opérateur central de structuration de la page et de mise en ordre de l'information, pleinement impliqué dans la communication visuelle.

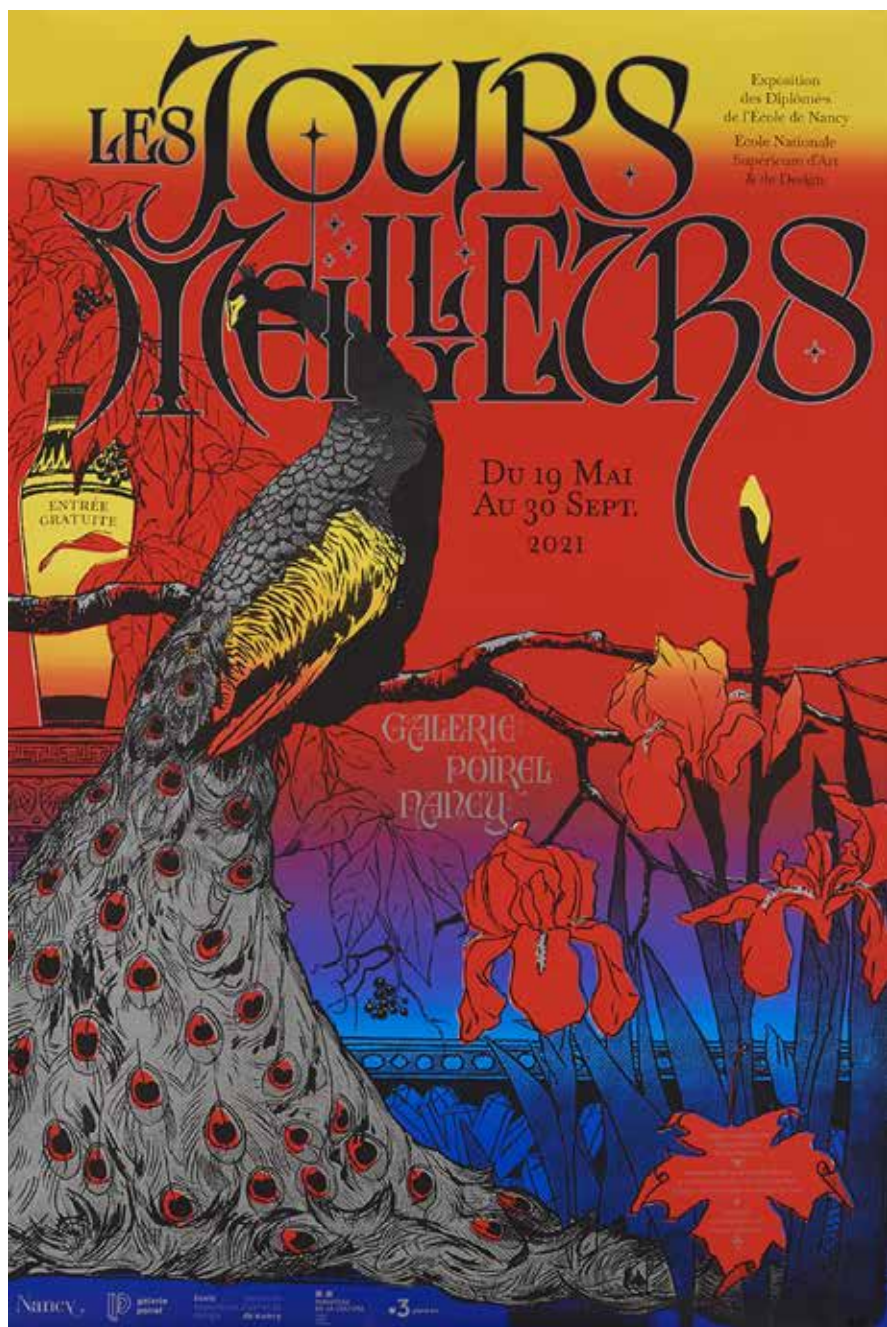
C'est précisément ce que la rhétorique moderniste a largement occulté, en assimilant l'ornement au « crime » ou au gaspillage, en opposant une modernité supposée pure à un XIX^e siècle caricaturé comme âge des excès. Une partie de la pensée du design a contribué à invisibiliser les apports formels et conceptuels d'une période pourtant décisive. Les systèmes d'ornements modulaires, les hiérarchies



typographiques élaborées pour la lecture en mouvement, les dispositifs de cadrage et de découpage de la surface que l'on observe sur les affiches françaises ne sont pas de simples anomalies sur le chemin de la « bonne forme » moderne ; ils participent à la genèse des outils mêmes. On retrouve des grilles implicites, familles coordonnées, vocabulaire de la mise en page, que le xx^e siècle revendiquera ensuite comme siens. En ce sens, le rejet moderniste n'a pas seulement été esthétique ou moral car il a eu pour effet de masquer, dans l'historiographie, des continuités profondes entre la culture ornementale et la pensée du design.

Les implications pour l'histoire du design sont importantes. Plutôt que de reconduire un récit normatif fondé sur une ligne de progrès allant du décor confus vers la rationalité pure, il s'agit de proposer une approche plus analytique, attentive aux contextes d'usage, aux contraintes matérielles et aux fonctions effectives des formes. Dans une telle perspective, l'ornement typographique n'est plus évalué comme un idéal abstrait de dépouillement, mais interrogé comme un langage visuel spécifique, adapté à un environnement urbain saturé, à des économies de production et à des publics donnés. Reconnaître la contribution du xix^e siècle à la constitution des catégories du design actuel de modularité, système, hiérarchie, attention, ne revient pas à en faire un modernisme précoce. Mais à redonner à cette période un rôle actif dans la formation de notre culture visuelle. C'est à cette condition qu'une histoire du design peut s'affranchir des hiérarchies implicites héritées du fonctionnalisme pour devenir un outil de compréhension plus large des pratiques graphiques, de leurs tensions et de leurs héritages.

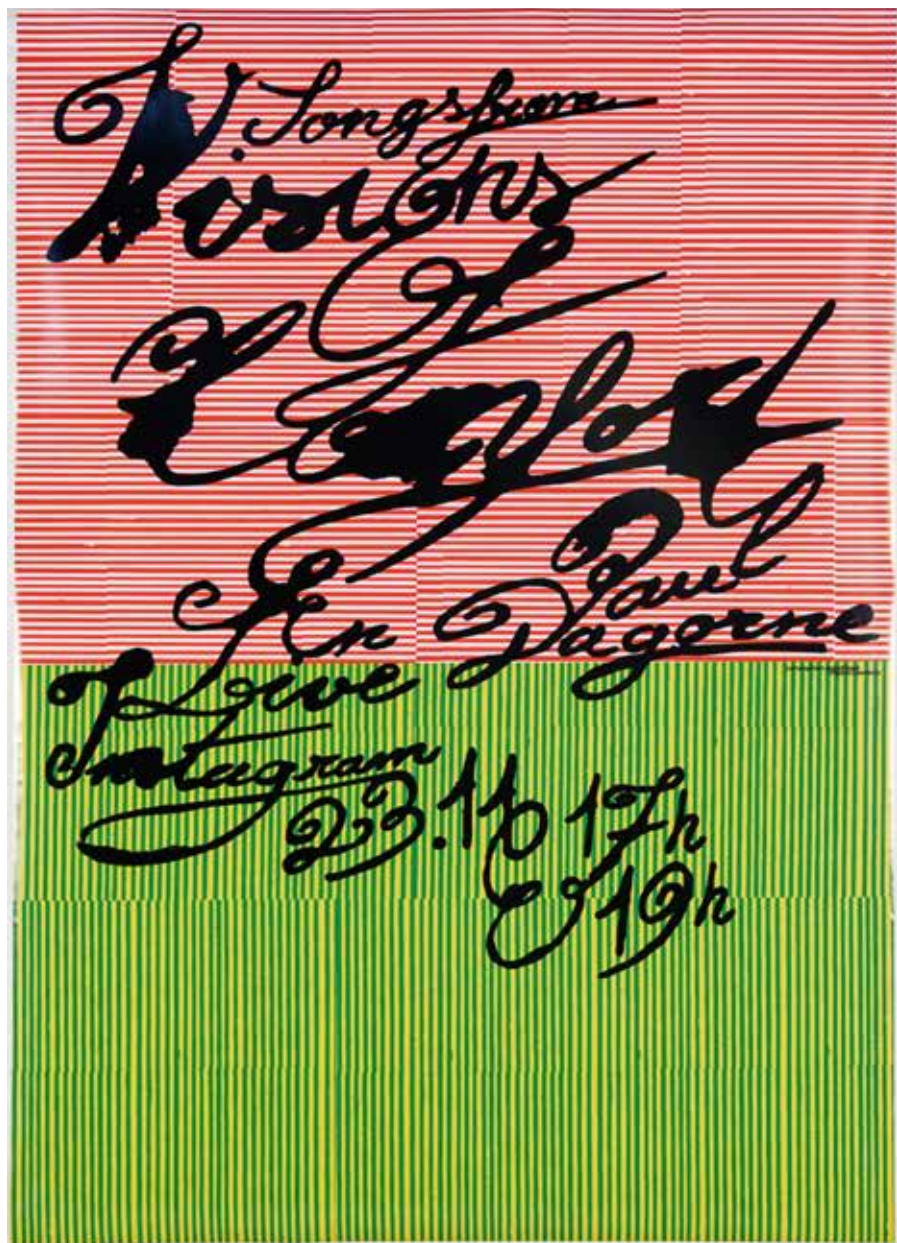




72

72. Eugénie Bidaut & Jules Durand, *Les Jours Meilleurs*, 2021, sérigraphie, Centre National du Graphisme





74

74 Pedro Cardoso, *Visions of Comfort*, 2024, impression numérique, Centre National du Graphisme





Conclusion

Ce mémoire s'est attaché à reconsidérer l'ornementation typographique des affiches françaises du XIX^e siècle en la considérant comme langage visuel structuré, et non comme simple excès décoratif. Il est parti d'une question simple : dans quelle mesure, et selon quelles logiques, cet ornement participe-t-il à l'organisation de la surface de l'affiche, à son efficacité communicative et à la formation d'outils qui préfigurent la pensée du design moderne ? Pour y répondre, il a d'abord fallu reconstituer le cadre urbain et technique qui rend possible l'essor d'un ornement de masse, puis défini les formes, les typologies et les fonctions de cet ornement. Il a ensuite été question de montrer comment ces éléments se combinent en un véritable système avec une grammaire visuelle reproductible, et observable dans les catalogues de fonderies et dans les affiches, avant de replacer ce système dans une économie urbaine de l'attention avec des usages spectaculaires de l'affiche. Enfin, il a interrogé les continuités et les tensions entre ces pratiques ornementales et la pensée du design moderne, telle qu'elle s'est formulée au XX^e siècle.

Un premier apport majeur de ce travail tient à la mise en évidence de l'ornement comme opérateur d'organisation de la surface. Loin de se réduire à un habillage contingent, les cadres, filets, fleurons, coins et caractères ornements apparaissent comme des dispositifs qui structurent l'affiche en zones lisibles, ils délimitent les blocs, marquent les transitions entre titre, sous-titre et informations pratiques, instaurent des rapports de centre et de périphérie. Ils composent une véritable grammaire visuelle, au sens où ils marquent des articulations, des accents, des niveaux de lecture qui rendent immédiatement intelligible une composition qui, sans eux, serait une simple accumulation de lignes de texte. En articulant tailles de caractères, densité de texte et découpage ornemental, les affiches du XIX^e siècle démontrent que l'ornement est, dès cette époque, un outil de mise en ordre de l'information, et non un simple supplément décoratif.

Un second apport concerne la reconnaissance de l'ornement comme langage social et économique, intimement lié à la culture commerciale urbaine et à l'économie de l'attention. L'ornement ne sert pas seulement à distinguer un titre ou à souligner un encadré, il peut situer l'affiche dans un univers de référence : théâtre, foire, boisson, produit de luxe, tout en mobilisant des codes visuels largement partagés : encadrements lourds et effets de dorure pour évoquer le prestige, motifs floraux ou arabesques pour renvoyer au féminin, à la mode ou à l'exotisme, la lettre antique⁺ massives pour signifier la

⁺ *Caractères typographiques sans*

empattements, au dessin simple, droit et régulier, souvent associés à une impression de clarté, de sobriété et de modernité.
Nundesign

modernité industrielle. Inscrit sur des murs saturés d'images, au milieu d'une multitude d'annonces concurrentes, l'ornement devient l'un des moyens par lesquels une affiche transforme une simple information en promesse spectaculaire, on retrouve des promesses de fête dans l'affiche foraine, d'atmosphère dans l'affiche de théâtre et de distinction sociale dans l'affiche commerciale. En cela, il participe pleinement d'une communication du spectaculaire, au sens où il convertit le texte en expérience anticipée, en produisant des attentes et des imaginaires partagés.

Un troisième axe d'apport se dessine dans la mise en relation de ces pratiques ornementales avec les logiques du design moderne. En reconsidérant les catalogues de fonderies, les jeux d'ornements modulaires, les familles de caractères et les hiérarchies typographiques de l'affiche, ce mémoire a montré que nombre de principes associés au design de système sont déjà à l'œuvre, de façon empirique, dans la culture typographique du XIX^e siècle. Les cadres composés de coins et de segments, les séries de filets combinables, les alphabets d'affiche complets et coordonnés, les mises en page répétées pour un théâtre ou une marque préfigurent, sans les nommer, des démarches que le XX^e siècle théoriserait sous la forme de « systèmes visuels », de « chartes graphiques » ou de grilles rationnelles. En parallèle, l'étude de la réception moderniste en passant de Loos à certaines interprétations fonctionnalistes, a permis de mettre en évidence comment le rejet rhétorique de l'ornement a contribué à occulter ces continuités, tout en s'appropriant silencieusement certains de leurs acquis conceptuels.

Ce travail comporte toutefois des limites assumées. Le choix d'un corpus centré sur la France et Paris en particulier ainsi que sur un ensemble de documents emblématiques (affiches de Chéret, Toulouse-Lautrec, Mucha pour la partie illustrée, catalogues de fonderies comme Deberny, Peignot ou la Fonderie Typographique Française) a permis d'entrer en profondeur dans un cas national, mais au prix d'une comparaison limitée avec d'autres scènes européennes. De même, la focale a été placée sur l'affiche et les spécimens typographiques, laissant de côté d'autres supports pourtant riches en ornementation (presse illustrée, éditions populaires, enseignes peintes, façades commerciales). Sur le plan théorique, le recours à des notions comme « langage visuel » ou « grammaire » empruntées à la sémiotique et aux visual studies (Kress & van Leeuwen notamment) comporte une part d'analogie car il clarifie certaines régularités sans épuiser la complexité des pratiques et des usages. Ces choix n'invalident pas les conclusions, mais en définissent le cadre, il s'agit d'une étude située, attentive à un médium, une ville et une période précis.

Malgré ces limites, l'enquête ouvre plusieurs pistes pour l'histoire

du design. D'un point de vue thématique, elle invite à approfondir la comparaison avec d'autres traditions ornementales, notamment en Angleterre (où le mouvement Arts and Crafts articule critique de l'ornement industriel et valorisation du décor artisanal) et en Autriche (où la Sécession viennoise cherche à réinventer l'ornement dans une optique moderniste). Elle suggère de même de prolonger l'analyse vers le xx^e et le xxi^e siècles en passant du graphisme suisse et ses interfaces numériques, aux réappropriations postmodernes. Nombre de dispositifs contemporains de design rejouent, sous d'autres noms, des questions déjà travaillées par l'affiche xix^e en se questionnant sur comment structurer un champ visuel saturé, comment distribuer l'attention et comment faire système avec des éléments répétables.

Mais surtout, ce travail plaide pour une histoire du design moins normative et plus analytique. Qui ne lise plus l'ornement à travers le seul prisme des condamnations modernistes, mais l'envisage comme l'un des lieux où se sont formulés, testés et parfois refoulés les principes mêmes du design graphique. En redonnant à l'ornementation typographique française du xix^e siècle une place active dans le récit, non comme curiosité marginale mais comme laboratoire de grammaires visuelles, de systèmes modulaires et d'économies de l'attention. Il espère contribuer, à décaler le regard, de la rupture proclamée vers les continuités effectives, de l'opposition décor / fonction vers la reconnaissance de leur intrication, et d'une histoire téléologique du « progrès » formel vers une histoire située des pratiques, des contextes et des usages.



Bibliographie

- ✂ Philippe Artieres
[2012] *La ville écrite.*
- ✂ Alain Weil
[1984] *L'affiche dans le monde.*
- ✂ Michel Wlassikoff
[2021] *Histoire du graphisme en France 1500-2020.*
- ✂ Maruis Audin
[1947] *Somme typographique – Troisième Volume.*
- ✂ Musée d'Orsay
[2025] *L'art est dans la rue.*
- ✂ Graphê
[2017] *Bulletin de l'association Graphê pour la promotion de l'art typographique.*
- ✂ Robert Justin Goldstein
[2012] *Out of sight: political censorship of the visual arts in 19th century France.*
- ✂ Owen Jones
[1856] *The Grammar of Ornament.*
- ✂ Gunther Kress & Theo Van Leeuwen
[2006] *Reading Images: The Grammar Of Visual Design.*
- ✂ Adolf Loos
[1908] *L'ornement est un crime.*
- ✂ Auguste Vitu
[1821] *Petite histoire de la Typographie.*
- ✂ Marc Martin
[2016] *Histoire de la publicité en France.*

Sitographie

- ✂ Fonderie Deberny & cie
[1886] *Le livret typographique; spécimen de caractères.*
Archive.org
- ✂ Driehaus Museum
[2017] *Jules Chéret and the History of the Artistic Poster.*
Driehausmuseum.org
- ✂ Michel Wlassikoff
[2024] *Specimen Général de la fonderie G. Peignot & Fils, 1903–1904.*
Productiontype.com
- ✂ Charles Mazé
[2018] *Caractères ordinaires.*
ANRT
- ✂ Aurélien Vret
[2022] *La constitution de la Fonderie Générale des caractères français et étrangers.*
BnF
- ✂ Nathalie Jakobowicz
[2009] *Les pratiques d'affichage dans l'espace public à Paris en 1830.*
Journal.openedition.org

- ✂ **Roxane Bonnardel-Mira**
[2021] *Nouvelles pratiques de l'affichage commercial et recomposition de la culture urbaine parisienne à la fin du XIX^e siècle.*
Journal.openedition.org
- ✂ **Rinck**
[2018] *A History of Ornament.*
Rinck.fr
- ✂ **MAD.**
Des débuts de l'affichage au XIX^e siècle.
Madparis.fr
- ✂ **Pierre Chagny**
[2005] *L'affiche : un document autre que le livre.*
Enssib.fr
- ✂ **Jean-Marie Klinkenberg**
[2010] *La sémiotique visuelle : grands paradigmes et tendances lourdes.*
Journal.openedition.org
- ✂ **Anne-Marie Sauvage**
[2010] *L'affiche en couleurs à la fin du XIX^e siècle.*
Journal.openedition.org
- ✂ **Graphéine**
[2025] *L'âge d'or de l'affiche de théâtre au XIX^e siècle.*
Grapheine.com
- ✂ **Graphéine**
[2022] *D'où vient le modernisme? l'Homme propulsé par la Modernité.*
Grapheine.com
- ✂ **Graphéine**
[2022] *D'où vient le modernisme? Les deux visages du modernisme et les idéologies sociale autour des ornementsations.*
Grapheine.com
- ✂ **Femke Speelberg & Robyn Fleming**
[2018] *Cracking the Universal Code of Beauty: Owen Jones's Grammar of Ornament.*
Metmuseum.org
- ✂ **Cité du Design**
[2018] *Dossier Pédagogique — L'ornement est un Crime.*
Citedudesign.com
- ✂ **Véronique Lorelle**
[2018] *Design: Cachez cet ornement que je ne saurais voir.*
Lemonde.fr
- ✂ **Jean-Claude Bonne, Martine Denoyelle, Christian Michel, Odile Nouvel-Kammerer & Emmanuel Coquery**
[2010] *Y a-t-il une lecture symbolique de l'ornement?*
Journal.openedition.org
- ✂ **BnF**
Les collections d'affiches.
Bnf.fr
- ✂ **Archives Seine-et-Marne**
Affiches et dessins des arts du spectacle.
Archives.seine-et-marne.fr
- ✂ **Isabelle Alzieu, Dominique Clévenot, Emma Viguier**
[2020] *Habiter l'ornement.*
Pum.univ-tlse2.fr

Podcasts

✦ Eric Chaverou

[2025] *Jules Chéret, «le roi de l'» qui a révolutionné la promotion du cirque et du cabaret.*

Radiofrance.fr

✦ Xavier Maudit

[2022] *De l'affiche à l'homme-sandwich, une histoire de la réclame.*

Radiofrance.fr

✦ Choses à Savoir ART

[2024] *Comment Alphonse Mucha a-t-il commencé à créer ses célèbres affiches.*

Apple podcast

✦ Voix d'O

[2025] *Exposition «L'art est dans la rue», conférences.*

Musee-orsay.fr



Remerciements

Je tiens à adresser mes remerciements les plus sincères à André Baldinger, pour son accompagnement et ses conseils tout au long de l'élaboration de ce mémoire.

Je remercie également Werner Juppet et Virginie Latour pour leur relecture et leurs remarques.

Je souhaite également exprimer ma gratitude à Alexandre Dugelay, pour sa présence, sa patience et son soutien au quotidien. Merci enfin à mes parents, pour leur confiance et leurs encouragements constants.

+ **Écriture & conception
graphique**
Jeanne Gaillard

‡ **Typographie**
Adobe Garamond Pro
de Robert Slimbach

‡ **Ornements**
Jeanne Gaillard

‡ **Papiers**
Munken Pure 100 g/m²
Maya 270 g/m²

‡ **Impression**
Mai 2026 sur les
presses de Fogex
en 10 exemplaires

‡ **Sous la direction de**
André Baldinger

