

Appel à communications

Colloque - De l'affichiste à l'affiche de cinéma

7-14-21 octobre 2027

Ce colloque est le troisième volet d'un programme consacré aux affiches de cinéma. Il fait suite à deux journées d'études qui se sont tenues à Lille (« De l'affiche au film, du film à l'affiche », en avril 2023) et Tours (« Du film au roman, du roman au film : l'affiche pour passerelle », en mars 2024). Il entend poursuivre la réflexion en élargissant le spectre des sujets abordés, tant sur le fond (élargissement des domaines et des champs de recherche) qu'au point de vue institutionnel et international.

L'importance médiatique de l'affiche de cinéma a pour corollaire le curieux paradoxe de sa quasi-inexistence au sein des études cinématographiques. Malgré sa sur-visibilité dans l'espace public – et malgré l'intérêt croissant qu'elle suscite auprès d'un public large – si l'on en juge par le récent succès des expositions qui lui ont été consacrées au sein d'institutions comme le Musée d'Orsay (« L'art est dans la rue ») et la Fondation Pathé (« Faire impression. Quand l'affiche de cinéma s'invente »¹) – l'affiche demeure encore trop souvent ignorée par la littérature scientifique. C'est sans doute la polyvalence nécessitée par cet objet d'étude pluriel – au croisement des approches esthétiques et historiques, mais aussi d'enjeux sociologiques, culturels et économiques – qui est à l'origine de ce manque de considération par la communauté scientifique francophone. Les principaux ouvrages² valorisant les affiches existent en effet dans la catégorie « Beaux Livres » pour illustrer leurs designs et leurs graphismes, mais peu de monographies³ ont été écrites pour élargir les connaissances à leur sujet. C'est donc ce manque que ce colloque entend, en partie, pallier en questionnant ce support, qui est aussi image, et en posant les bases d'une connaissance élargie de l'affiche de cinéma.

Pour ce faire, il nous semble fondamental d'inscrire l'affiche dans une histoire culturelle élargie, en questionnant ses origines et ses spécificités. Objet impur, à la fois image du film et image publicitaire, elle incarne à merveille les échanges entre art et industrie. En tant que document promotionnel répondant à un cahier des charges commercial, l'affiche est un objet de vente auquel on ne saurait pourtant la réduire. Bien que représentant le film qu'elle cherche à vendre dans l'espace public, sa réalisation implique des artistes – affichiste bien sûr, mais aussi réalisateur ou réalisatrice, acteur ou actrice, etc. – et révèle parfois la posture socio-esthétique du producteur et de ceux qui ont participé de près ou de loin à l'entreprise. L'exemple récent de l'affiche du film de Justine Triet, *Anatomie d'une chute* (2023), palme d'or au festival de Cannes, a révélé différentes stratégies commerciales en fonction des publics visés, mais aussi la manière dont ce support, a en partie échappé au choix de la réalisatrice, au fur et à mesure de l'importance

¹ Stéphanie Salmon (dir.), *Faire impression. Quand l'affiche de cinéma s'invente*, 2025, 118 p.

² Pour n'en citer que quelques-uns parmi les plus récents :

Dominique Besson, *Affiches de cinéma* (réédition), Citadelles et Mazenod, 2025, 216 p.

Laurent Durieux, *Mirages, tout l'art de Laurent Durieux* (réédition), Huginn et Muninn, 2025, 278 p.

Ian Haydn Smith, *Le Cinéma s'affiche. Une autre histoire de 7^e art*, L'imprévu, 2022, 264 p.

³ On peut notamment citer :

Jacques Ayroles, *Le Cinéma s'affiche en grand*, Arnaud Bizalion, 2015, 96 p.

médiatique prise par le film. Elle permet donc aussi de différencier les contextes de production et de collaboration artistique (entre producteur/productrice, réalisateur/réalisatrice, affichiste, agence, etc.).

Penser l'affiche implique aussi, bien sûr, de s'intéresser à elle comme support et comme objet, à travers le temps et dans sa matérialité. C'est donc à une histoire de sa conservation et de sa valorisation que ce colloque introduira, comme en témoigne la présence, au sein du comité organisateur, de la Cinémathèque française, riche d'une collection de plus de 50 000 affiches. En questionnant la nature des collections et des objets étudiés, mis en relation avec certaines pratiques (collectionner par exemple) et certains usages (conserver, exposer, valoriser, etc.), ce colloque constitue également une invitation à plonger dans de nombreux fonds, issus d'institutions très diverses, régionales, nationales, et internationales. Dans le même ordre d'idées, les relations des institutions patrimoniales avec les ayant-droits, et les personnes concernées par les fonds, permettront d'aborder la question du métier d'affichiste, des origines à nos jours. Qui sont-ils/elles ? Comment travaillent-ils et travaillent-elles ? Quelle est la place des femmes dans ce métier ? Quelles techniques utilisent-ils/elles et comment celles-ci ont-elles évolué de la lithographie au numérique ? Dans le contexte de la place croissante de l'IA dans la vie de tous les jours et dans le monde du travail et de l'industrie, doit-on s'inquiéter d'un manque de plus en plus manifeste d'inventivité formelle ? C'est ce que semble suggérer certaines interventions intempestives sur les réseaux sociaux, à l'image de Vincent Cassel qui twitte avec rage en 2018 : « exemple fragrant du formatage, du manque d'invention, de la flemme et du nivellement par le bas des distributeurs » à propos de certaines affiches françaises et internationales⁴. Ce sont les conséquences des organisations internes des sociétés de production et l'importance des services de marketing et de la communication – et l'on pourrait ajouter aujourd'hui le recours croissant à l'IA, ou la crainte qu'elle engendre – qui sont implicitement dénoncés. Autant de réflexions auxquelles invite l'affiche. Ce colloque sera donc aussi l'occasion de questionner la place des artistes – à l'aune des grandes figures du passé, comme John Alvin ou René Ferracci, pour ne citer que quelques exemples emblématiques – et leur marge de manœuvre dans le processus créatif, comme celles des agences et des photographes contemporains.

Par ailleurs, la dimension publicitaire n'empêche pas l'affiche de bénéficier de caractéristiques esthétiques et formelles qui méritent d'être interrogées. Dessinée ou photographiée, l'image de l'affiche s'inscrit dans une culture visuelle qui outrepassa le film et le cinéma lui-même. C'est d'autant plus manifeste que des artistes renommés ont réalisé des affiches dans des contextes spécifiques de production (Carrera et Dethomas pour le Film d'Art notamment) et de réception (Jacques Ledoux fait ainsi réaliser à des artistes des affiches pour accompagner les projections de l'Écran du séminaire des arts). Dans le même ordre d'idées, des artistes d'avant-garde des années 1920 se sont aussi essayés à l'affiche (Rodtchenko, Roussakov, etc.). Dans chacun des cas précédemment évoqués, l'affichiste porte un regard singulier sur le film en tant que représentation et l'interprète avec ses propres outils. Il/elle questionne aussi notre regard et interpelle le spectateur pour l'inviter à penser l'image au-delà de l'affiche et de ses caractéristiques (récit, genre, stars, industrie, etc.).

⁴ https://www.huffingtonpost.fr/culture/article/vincent-cassel-denonce-le-formatage-des-affiches-de-films-francais_134847.html

Enfin, le rapport qu'entretient l'affiche au film qu'elle entend promouvoir est souvent riche d'enseignements pour l'histoire du cinéma : plaçant la question de la réception au centre du sujet, elle permet aussi parfois de révéler, à coup d'euphémisation voire d'occultation totale, les stratégies de contournement de la censure et plus largement des questions politiques qui ont toujours concerné le cinéma de près comme de loin.

Sans pour autant s'y limiter, voici la liste **des pistes de réflexion** qui sont encouragées :

- le rapport pluriel qu'entretient l'affiche (ou les affiches) au film : analyser la manière dont l'affiche se rapporte, avec plus ou moins de fidélité ou de liberté, aux dimensions narratives, esthétiques et discursives du film, en tenant compte des contextes de production ;
- analyse d'un fonds ou d'un contexte de conservation, d'archivage, de valorisation, etc. et rapports de l'affiche au public à travers le temps ;
- à travers un ou plusieurs exemples, prise en considération du métier d'affichiste, de la collaboration de certains artistes à la création d'affiches – peintre, graphiste, photographe – ou de certaines agences contemporaines et des outils utilisés, dans une perspective diachronique ou synchronique ; un intérêt spécifique aux nouvelles technologies et à l'utilisation de l'IA au sein de la création, comme relativement au métier, sera privilégiée ;
- portée sociale et politique des affiches : analyser les modalités d'appropriation, de détournement et d'instrumentalisation en fonction des contextes politiques, sociaux, artistiques et culturels ;
- analyse des stratégies promotionnelles et publicitaires encouragées par les affiches et de leur rapport à l'art, dans un contexte industriel et international.

Calendrier :

Le colloque se déroulera à l'Université de Lille le 7 octobre 2027 ; l'Université de Tours/ Aux Studios le 14 octobre 2027 ; et à Paris, à la Cinémathèque française le 21 octobre 2027.

Il est préférable que les participants assistent aux trois jours de la manifestation, notamment dans la perspective de la publication qui s'ensuivra.

Les propositions de communication sont à envoyer pour le **31 janvier 2027** à melissa.gignac@univ-lille.fr ; delphine.robicdiaz@univ-tours.fr ; v.rossignol@cinematheque.fr

- Nom, prénom et affiliation des auteurs/autrices
- Titre de la communication
- Un résumé de 3000 signes espaces compris maximum
- Une courte biographie du/des auteurs/autrices précisant statut, rattachement institutionnel et principales publications (1000 signes espaces compris maximum).

Les réponses du comité scientifique seront communiquées par mail en mars 2027.

Comité d'organisation : Mélissa Gignac (CEAC, Université de Lille), Véronique Rossignol (Cinémathèque Française), Delphine Robic-Diaz (ICD, Université de Tours).

Comité scientifique : Gaspard Delon (CERILAC, Paris Cité), Mélissa Gignac (CEAC, Université de Lille), Laurent Guido (IRCAV, Université Paris-Sorbonne), Jessie Martin (CEAC, ULille), Delphine Robic-Diaz (ICD, Université de Tours), Stéphanie Salmon (Fondation Pathé), Caroline San Martin (Université Paris 1-Fémis), Jean-Philippe Trias (Université Montpellier 3, Institut Jean Vigo), Véronique Rossignol (Cinémathèque française).