

15/1965zach

**Od Toulouse-Lautreca
do naszych dni
wystawa plakatu francuskiego**

**Biuro Współpracy Kulturalnej z Zagranicą
Centralne Biuro Wystaw Artystycznych**

**Od Toulouse-Lautreca
do naszych dni
wystawa plakatu francuskiego**

**październik 1965
Warszawa „Zachęta”, plac Małachowskiego 3**

WYSTAWA ZOSTAŁA PRZYGOTOWANA PRZEZ
MUSEE NICOLAS SURSOCK I MISSION CULTURELLE FRANÇAISE

Twórcy plakatu francuskiego od Toulouse-Lautreca do naszych dni

Jules Chéret

Urodzony w Paryżu w 1836 r., zmarł w Nicei w 1932 r.

W 1866 r. pojawiają się pierwsze plakaty kolorowe dzięki Chéretowi. Chéret, jeszcze jako praktykant zakładu litograficznego, wyjechał w 1856 r. do Anglii i tam zapoznał się z nową techniką barwnego druku litograficznego. Po dziesięciu latach przeniósł nabyte doświadczenia na grunt paryski i z miejsca zdobył ogromne powodzenie. Jako dyrektor drukarni Chaix publikował w latach 1895—1900 zeszyty albumu pt. Mistrzowie plakatu (les Maîtres de l’Affiche) reprodukując w nich większość powstałych w tym czasie prac.

Chéret odznaczał się niezwykle wręcz poławem. Jego linia uderza wykwintem, a mądrze tonowany koloryt — harmonią. Poznajemy go z plakatów jako malarza kobiecego wdzięku, a postacie przez niego przedstawiane, to bliskie krewniaczki baletniczki Degasa.

Henri Toulouse-Lautrec

Urodzony w Albi w 1864 r., zm. w Gironde w 1901 r.

W plakatach Toulouse-Lautreca odżywa cała „Belle époque”, jej świat widowisk i birbantów — Moulin Rouge i Moulin de la Galette w całej swej świetności przybytków paryskich rozkoszy.

Rytm nadaje wyraz jego pracom, taniec wciela się w postaci la Goulue czy Jane Avril. La Goulue i jej partner Valentin le Désossé to mocne akcenty twórczości Lautreca — z tej inspiracji powstało mnóstwo rysunków i obrazów, by znaleźć syntezę w słynnym plakacie: Moulin Rouge — 1891.

Lautrec śmiało i z nieopisaną werwą szkicuje sylwetki Jane Avril, Yvette Guilbert, May Belfort i May Milton, oczarowany ich niezwykłością. Jest pierwszym wyznawcą kultu wedety, tego stworzenia wyższego rodzaju, zdolnego skupiać wokół siebie uwagę całej widowni.

Lautrec pragnął, by jego plakaty miały równie wysoki jak obrazy poziom artystyczny, uszlachetniał więc w ten sposób rangę artystyczną grafiki reklamowej. Lekki talent Chéreta rodził urocze złady — Lautrec, pełen podziwu dla rycin japońskich i niektórych ujęć Degasa, lepiej dostosował się do wymagań sztuki murów ulicy. Poszerza i pogłębia swój rysunek, coraz bardziej bijący w oczy arabską pierwszych planów. Nieliczne kolory, czyste i jednoznaczne, kładzie wielkimi plamami, organizującymi od razu całość kompozycji. Postać i gest modela uzyskują największą siłę dzięki dużemu uproszczeniu. Z obrazów przedstawiających la Goulue, Bruant, Jane Avril — narodziły się typy zdobywające najszerzą popularność, a ich obecność, narzucająca się ulicy z siłą wybuchu, Lautrec zachował także w swych pracach o skromniejszych rozmiarach, w plakatach przeznaczonych do wnętrza, w wizerunkach May Belfort i May Milton, czy w plakacie Confetti.

Leonetto Cappiello urodzony w Livorno w 1875 r., naturalizował się we Francji, Zmarł w Cannes w 1942 r. W 1900 r. jego plakaty pojawiają się na murach. Zdobywa wtedy wielką popularność jako interpretator życia paryskiego. Godny jest uwagi jego płomienny koloryt, a także rysunek graniczący z karykaturą, sięgający po najwyższą dekoracyjność ekspresji.

Dobrze pamiętając lekcję Toulouse-Lautreca — posługiwał się wielkimi plamami sugestywnych kolorów. Sylwetka kobieca roku 1900 — to wspaniały biust nad talią osy, a pod nią — jeśli trzeba — tiurniura. Nerwowa, zdecydowana kreska Cappiella świetnie chwytła tyranię gorsetu i w rytmie hiszpańskiego tańca wygina łuki postaci wdzięcznych jak okręt prujący fale.

Teophile A. Steinlen urodzony w Lozannie w 1859, zmarł w Paryżu w 1923 r.

Steinlen przybył do Paryża w dziewiętnastym roku życia, osiedlił się na Montmartrze i stał się jednym z najwierniejszych bywalców kabaretu Chat Noir. W 1911 r. wraz z Forainem i Willettem znajduje się wśród trzynastu założycieli pisma „Journal des Humoristes”. Jest malarzem ulicy o jędrnym rysunku i oryginalnej palecie. Zilustrował „Dans la rue” Aristida Bruant.

Modern Style. „Art nouveau” 1900 roku — to Modern Style, to upodobanie w linii krzywej, przeniknięte ponadto afektacją symbolistów i wpływami sztuki japońskiej. Ten styl tak graficzny, nie mógł nie rozmiłować się w plakacie. Pojawia się mnóstwo znakomitości w tej dziedzinie: Mucha, Grasset, de Feure...

Miejsce palety impresjonistów, łagodnych tonów Chéréta i jego uczniów — zajmuje teraz hojnie szafowany, żywy kolor. Linia staje się bardziej natrączywa i posłuszna kształtującej ją sile, wygina się łukowato, by zagubić się wreszcie w nieskończonej spirali roślinności — rozgorączkowanej, pęczniającej, lecz przecież uporządkowanej.

To zresztą potrzeba porządku, troska o dekoracyjność, o ornamentystylizację sprawiają, że prace ówczesnych mistrzów plakatu w porównaniu z plakatem Toulouse-Lautreca tchną jakby hieratycznym chłodem. Nieprzypadkowo pewnie „Art nouveau” narodziła się równocześnie z bicyklem, automobilem i z początkami lotnictwa — wtedy, gdy inżynierowie uruchamiali coraz to nowe źródła energii. Plakat był swego rodzaju poglądową ilustracją tej żywotności, tego wybuchu twórczej woli, jaki cechował początek XX wieku.

Henri Matisse (1869—1954). Gustaw Moreau przepowiedział Matisse'owi, że uprości malarstwo. W samej rzeczy, zerwał on z kolorystycznymi „przejściami”, tymi malarskimi odpowiednikami literackich „nawiązań”, jakie poeci i powieściopisarze odrzucili w tym samym czasie. Odtąd kolory sąsiadują ze sobą szczerze i otwarcie, nie bojąc się rażących zderzeń, jeśli mogą im one przydać blasku.

Odrzucając iluzję i perspektywę, Matisse nie idzie w głąb obrazu, nie ukrywa natury jego płaskiej powierzchni.

Te założenia malarskie pozwoliły Matisse'owi z wielką łatwością tworzyć plakaty, a plakat poświęcony pracy i radości (Joie et travail) możemy uznać za reprezentatywny dla talentu Matissa w całej jego twórczej działalności.

Plakaty wystaw Picassa (ur. 1881) mogą być traktowane na równi z prawdziwymi obrazami. Podobnie u Dufy'ego (1877—1953): te same wartości, które charakteryzują jego malarstwo, odnajdujemy w jego niesłychanie dekoratywnych plakatach.

Dufy jest malarzem radości. Z tego co widzialna rzeczywistość może

nam zaferować, Dufy wybrał dla siebie kilka ulubionych tematów: świąteczne wystrojone ulice, koncerty... I dalej jeszcze, z tej ogólnej tematyki wydobyl kilka bardziej określonych szczegółów: palmę, balustradę...

Dufy nie przestrzegal klasycznej perspektywy, odrzucał prawa światła i cienia i wszystko to, co wiąże się z fizycznym oświetleniem przedmiotu. Tak stworzył własną teorię białych cieni i kolorowych światel. Dzięki kompozycji zarówno rysunku jak i koloru, plakaty Dufy'ego odznaczają się wielką atrakcyjnością.

Jean Cocteau (1892—1963) uważał swoje rysunki za elementy „poezji graficznej”. Dedykując swoje rysunki Picassowi, napisał: „poeci nie rysują. Rozplątują jedynie pismo i splatają je na nowo, lecz inaczej”. Cocteau zaprojektował pierwszy swój plakat dla rosyjskich baletów S. Diagilewa.

Tak więc dzięki Chéretowi, Toulouse-Lautrecowi i malarzom z pierwszej połowy naszego wieku, plakatowi zostało nadane szlachectwo.

Plakat współczesny odzwierciedla z kolei gusty i życie naszego nowoczesnego społeczeństwa.

Jeśli przede wszystkim wyraża potrzeby materialne cywilizacji, w której lodówka i telewizor zajmują poczesne miejsce — to przyznać trzeba, że jego projektanci (Fix-Masseau, André, François, Foré, Lefor-Openo, Morvan, Savignac, Villemot i in.), którzy różnorodnością swych talentów utrzymują go na wysokim poziomie artystycznym dostosowując do gustów zmienionego w samej istocie społeczeństwa — dobrze kontynuują tradycje zrodzone w ubiegłym wieku.

Plakat jest świadkiem swojego czasu, epoka może w nim rozpoznać swe oblicze jak w zwierciadle. Bez względu na to czy mówi o drobnych sprawach życia codziennego, czy wznosi się do wyżyn pamiletu — czy zachwala luksus przybytków uciechy, czy też woła patosem dramatu narodowego — zawsze, na swój sposób, spisuje wielką i małą historię ludów.

Zarazem przyjmuje ich rytm i psychikę. Plakat z lat dziewięćsetnych służy ludziom lubiącym włóczyć po ulicach i mających na nią czas. Dlatego jest gadatliwy i anegdotyczny. Rzadko kiedy zachwalany produkt przedstawia bez żadnych dodatków, raczej ustawia między nim a nami cały światek pośredników i akwizytorów, którzy wysilają się, by ściągnąć i przykuć naszą uwagę i zachęcić nas do kupna. Plakat ówczesny jest przymilny i podstępny jak handlarz uliczny, posiada sztukę uwodzenia i chytrych zawodowego sprzedawcy. Wtedy jeszcze wypadło się targować, więc trzeba było umieć przekonywać i budzić zaufanie klienta. Uśmiech należał do reguł gry, stanowił też o nienajmniejszym z wdzieków tych plakatów 1900 r., pokrywających humorem trud walki konkurencyjnej.

Chéret nie znał wprawdzie objawień psychoanalizy, lecz pierwszy zrozumiał znaczenie podświadomości i potrafił przywrócić kobiecie jej pierwotną postać Ewy — Kusicielki. Wynajdywał dla niej na swej palecie najzwiewniejsze, najbardziej pieszczotliwe tony i przyozdabiał ją we wszystkie uroki bogini handlu.

Chéretowi właśnie zawdzięczamy szybki rozwój, a może nawet początek nowoczesnego plakatu. Do jego czasów — plakat odgrywał rolę podrzędną. Bliższy raczej rycinie, skromny w rozmiarach, nieśmiało szukający radości w barwie kładzonej przez szablon lub w kolorowanym papierze. Chéret, po powrocie z Anglii w 1866 r., przez ponad pół wieku ożywił mury Paryża swą rozmigotaną i radosną paradą plakatów. W barwnej litografii znalazł wspaniały instrument oddziaływania, a produkcja seryjna przedmiotów codziennego użytku i ogólny wzrost stopy życiowej zjednały mu licznią rzeszę odbiorców. Ale dopiero Toulouse-

-Lautrec nadał plakatowi godność artystycznego szlachectwa. Wolny od wszelkich przesądów, błyskawicznie pojął znaczenie i możliwości tego nowego środka wypowiedzi. Jego pierwszy plakat: la Goulue w Moulin Rouge (1891), jest arcydziełem, które zadecydowało o rozwoju tej artystycznej dyscypliny. Sam Toulouse-Lautrec stworzył w latach następnym jeszcze około 30 plakatów. Podobnie jak Chéret, uprawiał litografię i umiał pytać o radę zatrudnionych w tym fachu pracowników. Potrafił też wykorzystać w swej sztuce nawet ograniczenia, wynikające z litograficznego procesu technicznego. Wiele jego rysunków, a nawet obrazów, to właściwie studia do niektórych plakatów.

Plakat Cappiella pojawia się około 1900 roku. Początkowo pozostaje pod wpływem Lautreca, jego giętka, z dezynwolturą rysowana kreska wyznacza szerokie płaszczyzny, a śmiało wzmocnione barwy zwiastują rychłą nadejście Fowistów. Wkrótce też nadejdzie czas, gdy kolor w swej gwałtowności zdobędzie pozycję decydującą i będzie wygrywał całą siłą zaskoczenia. Z murów będzie frapował swym istnieniem, ściągając na siebie powszechną uwagę. Zwolna obraz kobiety znika z plakatu; zachwalanemu produktowi potrzebny staje się pomysł, który musi zadziwić, narzucić się uwadze i pamięci. Obraz upraszcza się do granic ostatecznych, tak, by mógł zostać pochwycony w jednym mgnieniu oka, w jednym drgnięciu rytmu współczesnego życia.

Około 1923 roku na arenę wchodzi dwaj nowi mistrzowie nowoczesnego plakatu: Paul Collin i Cassandre. Pierwsza wojna światowa wyrzuciła na nice dotychczasowe obyczaje, zmieniła konteksty ekonomiczne i społeczne: poszukiwania malarzy doprowadziły do kubizmu, futuryzmu, suprematyzmu — a sztuka ludów pierwotnych stała się szkołą nowego języka artystycznego. Odkąd wszystkie skrótów są już dozwolone, wielokrotnie się uderzeniową siłą plakatu. Oddaje się on w służbę maszyny i jej magicznego kultu, w którym miłość przeniknięta jest obawą, a nadzieja miesza się ze strachem. Z maszyny czerpie plakat nową mitologię, zapożycza od niej linie i nowe kształty, twarde i pożyteczne. A potem — następna wojna i następne pokolenia wniosły swój własny ładunek emocjonalny. Pojawili się nowi mistrzowie. Ale i czasy się zmieniły. Reklama ustępuje miejsca informacji, a handel samoobsłudze. Produkt musi mówić sam za siebie, musi narzucać się uwadze samym swym wyglądem. Nasza podświadomość gotowa jest go rozpoznać, gotowa jest go wybrać ulegając zabiegom odkrytym w pracowniach specjalistów reklamy. Najczęściej plakat jest tylko jednym z elementów skomplikowanej kampanii propagandowej, wygrywającej działania utajonych mechanizmów, wyzwajającej odruchy warunkowe, podsycającej nasze najbardziej ukryte marzenia, żerującej na naszych kompleksach, a jeśli trzeba — stwarzającej nam nowe.

Tym samym tendencjom podlega plakat turystyczny. Długo odsunięty był na margines, skrępowany konwencjami skazującymi go na błękitne nieba, błękitne morza i błękitne kwiatki — na krajobrazy i postacie z operetek, na wszystkie stereotypy zaczerpnięte z lamusa romantyków. Ci fałszywi prorocy turystyki zaśmiecili literaturę i wyobraźnię całego szeregu pokoleń. Plakat turystyczny waha się jeszcze między poetycką ewokacją i fotograficznym realizmem — lecz jeśli tylko potrafi zrezygnować z wulgarnej roli wycieczkowej przynęty i wzmieść się ponad łatwe uroki artykułu „pamiątkarskiego” grasującego w kioskach wszystkich kurortów świata — odnajduje całą swą sugestywność i zdolność oddziaływania emocjonalnego. Wtedy też odpowiada na naszą potrzebę lubienia czegoś, „co jest gdzie indziej” — na tę drzemającą w każdym z nas potrzebę ucieczki, w której przetrwały marzenia dzieciństwa.

Od mniej więcej 15 lat malarze powrócili na zapomnianą drogę twórczości plakatowej. Lecz interesujące i oryginalne plakaty powstają

jedynie wówczas, gdy artyści projektują je dla samych siebie, z okazji na przykład własnych wystaw.

Szkoda, że tak skąpo wydzielają malarze swój talent twórczości plakatowej. Zawdzięczają plakatowi więcej, niż im się wydaje — niż się do tego przyznają. Odważny, silny w swym wielokrotnieniu plakat zdobył szeroką publiczność i może także dlatego, że nie traktował się zbyt poważnie — przyczynił się w wielkiej mierze do rozpowszechnienia sztuki nowoczesnej. A sami nasi malarze, czyż nie spędzają wielu godzin w tym wielkim ludowym muzeum — czyż nie uczestniczą w tych wernisażach, improwizowanych na murach miejskich ulic od przypadku do przypadku, o każdej porze i dla wszystkich przygodnych widzów?

RENÉ SALANON

Naczelnny Dyrektor Biblioteki
Sztuk Dekoracyjnych w Paryżu

przekład z francuskiego:
Helena Keszycska

SPIS PRAC

PLAKATY Z LAT 1890—1900

Jules Chéret

1. Rabelais (reklama nowowydanych dzieł Rabelais)
2. Théâtre de l'Opéra

Paul César Helleu

3. Wystawa prac Edmonda Sagot

Leonetto Cappiello

4. Wielki kiermasz dobroczynności w Lasku Bulońskim
5. Palniki „Régina”
6. Gorsęty „le Furet”
7. Plaster gorczyczny „le Thérmo-gène”

Eugène Grasset

8. Librairie Romantique (Księgarnia Romantyczna E. Monniera)

Alphonse-Marie Mucha

9. Austria na Wystawie Światowej, Paryż 1900

Jules Alexandre Grun

10. Tir aux Pigeons, Chimay

„MISTRZOWIE PLAKATU”

kolekcja wydana przez drukarnię Chaix (dyr. J. Chéret) edycja oryginalna z lat 1895—1900, format 0,30×0,40

Jules Chéret

11. Jardin de Paris (kabaret)
12. Sklep z zabawkami „Aux Buttes Chaumont”
13. Sklep z zabawkami „Aux Buttes Chaumont”
14. Olympia (music-hall)
15. Kasyno Enghien
16. „Kadet Roussel na hipodromie mostu Alma” (pantomima)
17. Teatrzyk „la Bodinière” — „La marche au soleil” Leona Durochel
18. La Redoute (zabawa studencka)
19. Saxoline (nafta do lamp)
20. „Le Rappel” (czasopismo)
21. Wystawa obrazów i rysunków A. Willette'a

22. „Ziemia” Emila Zoli (reklama książki)
23. Hipodrom Portu Maillot w Paryżu
24. Palais de Glace

Théophile-Alexandre Steinlen

25. Motocykle „Camion”
26. Sterylizowane mleko z Vingeanne

Lucien Léfièvre

27. Kakao mleczne
28. Pasta do obuwia „Jacquot”
29. Absynt „Mugnier”

Roedel

30. Specjalny numer czasopisma „La Vache enragée”
31. Moulin de la Galette
32. Narodowy Salon Mody

Georges Meunier

33. Bibułka do papierosów JOB
34. Bullier (miejsce zabaw studentów paryskich)

Alphonse-Marie Mucha

35. Bibułka do papierosów JOB
36. Teatr „Renaissance” — „Dama Kameliowa” A. Dumasa (z Sarah Bernhardt)
37. Teatr „Renaissance” — „Samarytanka” E. Rostanda (z Sarah Bernhardt)

Charles Lucas

38. Kabaret „des Arts”

F. Gottlob

39. Le Salon des Cent — Wystawa szkiców i rysunków F. Gottloba

Paul Berthon

40. Hermitage (czasopismo ilustrowane)

Georges de Feure

41. Jeanne d'Arc

Fernel

42. Cykoria „Bonne Cafetière”

Louis Maurice Boutet de Monvel

43. „La Petite Poucette” (zeszyt nutowy dla dzieci)

René Pean

44. „A la Place Clichy” (firma importująca towary wschodnie)

Jules Alexandre Grün

45. „La Pépinière” (teatrzyk rewiowy)

Firmin Bouisset

46. Czekolada Meunier

Jean-Louis Forain

47. Wystawa „Paryżanka stulecia”

Misti

48. Rowery „Gladiator”

Gabriel Ibels

49. Wystawa prac Ibelsa w Bordinière

Leopold Stevens

50. Eugénie Buffet pieśniarka ludowa

Leo Gausson

51. Środek do prania „Figaro”

Henri Gerbault

52. Czekolada Carpentier

Eugène Grasset

53. Les Fêtes de Paris — Gala à l'Opéra National

Georges-Antoine Rochegrosse

54. Théâtre de l'Opéra Comique — „Luiza” G. Charpentiera

REPRODUKUCJE PLAKATÓW HENRI DE TOULOUSE-LAUTRECA

55. Łoża (odbitka próbna)

56. Łoża — plakat wystawy

57. Aristide Bruant w swoim kabarecie „Eldorado”

58. Aristide Bruant w swoim kabarecie „Ambassadeurs”

59. Tańcząca Jane Avril, 1893

60. Le Divan Japonais (kabaret), 1892

61. Moulin Rouge — La Goulue, 1891

62. Le Salon des Cent — Pasażerka (odbitka próbna)

63. Le Jockey — Wystawa prac własnych w Galerie R.-G. Michel

64. La Goulue z siostrą

65. Théâtre Antoine — „La Gitane” Richepina

66. May Milton (tancerka music-hallu)

67. Confetti

68. Revue Blanche (dwutygodnik)

69. Reine de la Joie (obwolufka książki Viktora Joze)

PLAKATY Z REPRODUKCYJAMI DZIEŁ ARTYSTÓW MALARZY

Henri Matisse

70. Plakat turystyczny „Travail et Joie”, Nicea 1947

71. Wystawa prac własnych w Aix-en-Provence, Pavillon de Vendôme, 1960

Serge Poliakov

72. Wystawa prac własnych w Galerie Bergruen

François Desnoyer

73. Wystawa „Bretagne” w Galerie Marcel Guiot, 1960

Charles Lapicque

74. Wystawa prac własnych w Galerie Villand Galanis, 1960

Fernand Léger

75. Wystawa zbiorowa „Art et Solidarité”, 1957

Chaim Soutine

76. Wystawa prac własnych w Maison de la Pensée Française, 1956

André Minaux

77. Wystawa prac własnych w Galerie Bernier, 1957

Louis Marcoussis

78. Wystawa prac własnych w Musée National d'Art Moderne, 1964

Paul-César Helleu

79. Wystawa prac własnych w Bibliothèque Nationale, 1957

Jean Carzou

80. Wystawa prac własnych w Galerie des Arts, 1957

Raoul Dufy

81. Wystawa prac własnych w Musée des Ponchettes Nicea, 1954

Marc Chagall

82. Wystawa prac graficznych w Bibliothèque Nationale, 1957

Sophie Taeuber-Arp

83. Wystawa prac własnych w Musée National d'Art Moderne

Hans Arp

84. Wystawa prac własnych w Musée National d'Art Moderne

Paul Signac

85. Wystawa prac własnych w Musée du Louvre, 1963

Robert Delaunay

86. Wystawa darów Delaunaya w Musée du Louvre, 1964

Georges Rouault

87. Wystawa dzieł niedokończonych w Musée du Louvre, 1964

Marcel Gromaire

88. Wystawa prac własnych w Maison de la Pensée Française

Georges Braque

89. „L'Atelier de Braque” — wystawa w Musée du Louvre, 1962

Wassily Kandinsky

90. Wystawa prac w Musée National d'Art Moderne, 1963

Le Corbusier

91. Wystawa prac własnych w Musée National d'Art Moderne, 1962

Pablo Picasso

92. Wystawa prac Jean Cocteau w Musée Jacquemart-André, 1965

Jean Cocteau

93. Plakat turystyczny, Księstwo Monaco, 1959
94. Wystawa rysunków i litografii w Villefranche s/Mer
95. Wystawa prac własnych w Villefranche s/Mer
96. Wystawa ceramiki

Henri Matisse

- 96a. Madame de Pompadour reçoit le mardi 20 Novembre 1951 au Pavillon de Marsan

PLAKATY WYSTAW MUZEALNYCH

97. Sztuka i tradycje krain Francji — Musée des Arts et Traditions Populaires, 1963
98. Arcydzieła romańskie z muzeów prowincjonalnych — Musée du Louvre, 1958
99. Malarze świadkami swoich czasów — Musée Galliéra, 1957
100. 100 arcydzieł sztuki francuskiej — Galerie Charpentier
101. Malarstwo od Bonnard... — Musée National d'Art Moderne, 1957
102. Bizancjum i Francja średniowieczna — Bibliothèque Nationale, 1958
103. Od Géricaulta do Matisse'a — Musée Petit Palais, 1959
104. Portret francuski od Watteau do Davida — Musée Orangerie des Tuilleries, 1957
105. La Belle Epoque — Sto lat plakatu — Musée des Arts Décoratifs, 1964

PLAKATY TEATRALNE I FILMOWE

106. TNP — „Turcaret” A. R. Lesage
107. „Dziewczyna o złotych oczach” — plakat filmowy
108. „Testament Orfeusza” — plakat filmowy

109. Comédie Française — Wystawa w Château de Versailles, 1962
110. TNP — „Skąpiec” Moliera, 1962
111. TNP — „Dobry człowiek z Seczuanu” B. Brechta, 1960
112. TNP — „Kariera Arturo Ui” B. Brechta

WSPÓŁCZESNE PLAKATY REKLAMOWE

Raymond Savignac

113. Długopisy Bic
114. Pralki Frigéco
115. Telewizory Océanic
116. Aspro
117. Ulepszony OMO
118. C. I. C. (Crédit Industriel et Commercial)
119. Pastyłki Valda
120. Woda mineralna Vichy Célestins
121. Wagons-Lits Cook
122. Renault R 4

Hervé Morvan

123. Biskwity „Alsacienne”
124—125. Zegarki Kelton
126. Wina Gévéor
127—128. Papierosy Gitanes
129. Papierosy Royale
130. Piecyki na bułan
131. Jogurt Coplait
132. Blaupunkt — aparaty radiowe do samochodu
133. XXVI Międzynarodowy Tydzień Galanterii Skórzanej

Leior-Openo

134. „Babette idzie na wojnę” — plakat filmowy
135. Lody Yeti
136. Gotuj na elektryczności
137. Papierosy Gitanes
138. Elektryczny podgrzewacz do wody
139. Zdrowie — Trzeźwość (plakat antyalkoholowy)

Bernard Villemot

140. Woda mineralna Vichy Etat
141. Papierosy Fontenoy
142. Papierosy Disque Bleu

Pierre Fix-Masseau

143. Papierosy Disque Bleu
144. Piwo Dusmenil i inne napoje
145. Radia tranzystorowe Philipsa

Alain Gauthier

146. Tosty Jacquet
147. Herbata Eléphant

Jean Desaleux

148. Reklama tuńczyka
149. Budziki Bayarda

Francis Martocq

150—152. Pończochy i skarpetki DD

André Roland

153. Piwo Mac Ardy

Auriac

154. Opatrunki Urgo

Jean Carlu

155. Wydawnictwa Larousse

Lesour

156. Loteria Państwowa

Darigo

157. Loteria Państwowa

Foré

158. Zdrowie — Trzeźwość (plakat antyalkoholowy)

159. Kuchenki gazowe Chappée

Armand Seguin

160. Zdrowie — Trzeźwość (plakat antyalkoholowy)

W. Peras

161. Czekolada Meunier

N. Constant

162. Loteria Państwowa

Eric

163. Bank Crédit Lyonnais

Roland Hugon

164. Bank Crédit Lyonnais

Aljanvić

165. Worki z juty

Jacques Charmoz

166. Bielizna „Scandale”

Robert Rodrigue

167. Międzynarodowy Salon Maszyn Rolniczych

Francis Bernard

168. Salon Artykułów Gospodarstwa Domowego

Mil-Ang

169. Sery z Charentes i Poitou

Roland Ansieau

170. Pasta do czyszczenia emalii Curemail

Peb

171. Dziennik Le Journal

Guy Georget

172. Papierosy Gitanes i Caporals

Jean Feldman

173. Jogurt Vitho

174—194. Plakaty turystyczne

Projekt ekspozycji: Stanisław Zamecznik

Projekt plakatu: Hubert Hilscher

Redakcja katalogu: Maria Matusińska (CBWA)

Opracowanie graficzne i redakcja techniczna: Jan Heydrich (CBWA)