

● Il fut un temps où les affiches publicitaires étaient dessinées par de véritables artistes. Diana Malerba a décidé de leur rendre hommage en les ...encadrant d'une façon très personnelle.

Une oeuvre d'art, cela s'encadre. Lorsque Diana Malerba, dont l'amour de la peinture le dispute aujourd'hui à l'artisanat d'art, a découvert dans un marché aux puces à Strasbourg d'anciennes annonces publicitaires pleine page tirées de «L'Illustration» d'entre les deux guerres, elle a eu le coup de foudre.

Elle ne s'est pas contentée de les regarder, ces réclames pour Bourjois, Lanvin, Cadum, Saint-Raphaël, Dubonnet ou Blédine Jaquemaire («la seconde maman»). Elle les a dé-

poussiérées, nettoyées, arrangées, et puis elle les a habillées. En d'autres termes, elle les a réhabilitées en en faisant de véritables oeuvres d'art. Et elle les expose pour quatre semaines dans sa galerie.

Le résultat est surprenant. Car les «cadres» de Diana sont des oeuvres en soi, qui donnent non seulement une nouvelle dimension à l'annonce, mais encore une envergure tout à fait originale. Car il n'y a pas que sur la surface étroite du cadre que l'artiste joue à «prolonger» l'oeuvre initiale, mais encore sur la feuille infi-

niment plus vaste du «pas-se-partout», ce carton qui vient se placer entre la publicité et son rectangle de bois, et qui permet nombre d'audaces et de clins d'oeil à qui a de l'imagination. Et le peintre n'en manque pas.

Cette «variation sur le thème de la publicité du passé», intitulée «Expo-Rétro», comprend quelque 25 oeuvres, aussi décoratives que surprenantes, et que le visiteur ne découvrira pas sans plaisir, ni nostalgie. Les publicitaires en ce temps là étaient mus davantage par le souci de l'harmonie que par son contraire : contemporain, qui est le désir de choquer. Ce siècle a connu ainsi une période où l'art et la publicité dialoguaient. Il ne leur manquait qu'un cadre où continuer la conversation. C'est fait, ils l'ont trouvé. Et cela leur redonne les couleurs d'une belle jeunesse. H.B.