François Cheval, Gilles Mora, La vie en Kodak. Colorama publicitaires des années 1950 à 1970

Nathalie Boulouch

Electronic version

URL: <http://journals.openedition.org/critiquedart/19503>

DOI: 10.4000/critiquedart.19503

ISSN: 2265-9404

Publisher

Groupement d'intérêt scientifique (GIS) Archives de la critique d'art

Electronic reference

Nathalie Boulouch, « François Cheval, Gilles Mora, La vie en Kodak. Colorama publicitaires des années 1950 à 1970 », *Critique d'art* [Online], All the reviews on line, Online since 04 November 2016, connection on 22 September 2020. URL : <http://journals.openedition.org/critiquedart/19503> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/critiquedart.19503>

This text was automatically generated on 22 September 2020.

Archives de la critique d'art

François Cheval, Gilles Mora, La vie en Kodak. Colorama publicitaires des années 1950 à 1970

Nathalie Boulouch

- 1 Accompagnant une exposition présentée au Pavillon populaire de Montpellier du 25 mars au 17 mai 2015, cet ouvrage revient sur la fascinante production par la firme Kodak de photographies couleurs de format monumental (5,50x18 mètres) présentées dans des caissons rétro-éclairés : les Colorama.
- 2 Présentées dans le hall de la gare de Grand Central à New York de 1950 à 1990, ces images qui associent les effets de la projection de diapositive au format Cinémascope ont été réalisées par quelques grands noms de la photographie américaine tels qu'Ansel Adams et Eliot Porter. Elles ont servi le marketing commercial de Kodak auprès d'un marché que la firme s'est attachée à construire : celui des amateurs pratiquant la photographie couleur et le cinéma. Associant paysages grandioses et sites touristiques emblématiques de l'Amérique, les mises en scène combinent tous les stéréotypes. A travers des sujets fédérateurs tels que des scènes de vacances en bord de mer, à la montagne, la célébration des événements familiaux, la mise en abîme est constante pour magnifier la pratique de la photographie et du cinéma, et inciter les voyageurs traversant la gare à s'identifier à ces personnages souriants du bonheur procuré par le « clic-clac » Kodak.
- 3 L'analyse proposée par François Cheval, conservateur du Musée Nicéphore Niépce où est conservée cette collection d'environ 300 pièces, adopte un point de vue critique à l'égard de ces images dont la fonction publicitaire se doit d'être décryptée. Si les Colorama visent à séduire une clientèle potentielle, ils révèlent aujourd'hui la construction idéologique d'une image idéale de la société américaine largement inspirée des illustrations de Norman Rockwell. Parfaitement maîtrisée par la firme, l'iconographie intègre les transformations de la société. Dans le contexte des revendications du mouvement des droits civiques, les premiers modèles africains-américains font ainsi leur apparition à la fin des années 1960. Enfin, Gilles Mora a

raison de signaler le lien entre les Colorama et l'esthétique qui marque la production photographique des années 1980 de Jeff Wall et quelques autres.