Zeitschrift: Suisse magazine = Swiss magazine
Herausgeber: Suisse magazine
Band: - (2005)
Heft: 189-190

Artikel: Images d'un rêve
Autor: David, Juliette
DOI: https://doi.org/10.5169/seals-849642

Nutzungsbedingungen
Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften auf E-Periodica. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen sowie auf Social Media-Kanälen oder Webseiten ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Mehr erfahren

Conditions d'utilisation
L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. La reproduction d'images dans des publications imprimées ou en ligne ainsi que sur des canaux de médias sociaux ou des sites web n'est autorisée qu'avec l'accord préalable des détenteurs des droits. En savoir plus

Terms of use
The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. Publishing images in print and online publications, as well as on social media channels or websites, is only permitted with the prior consent of the rights holders. Find out more

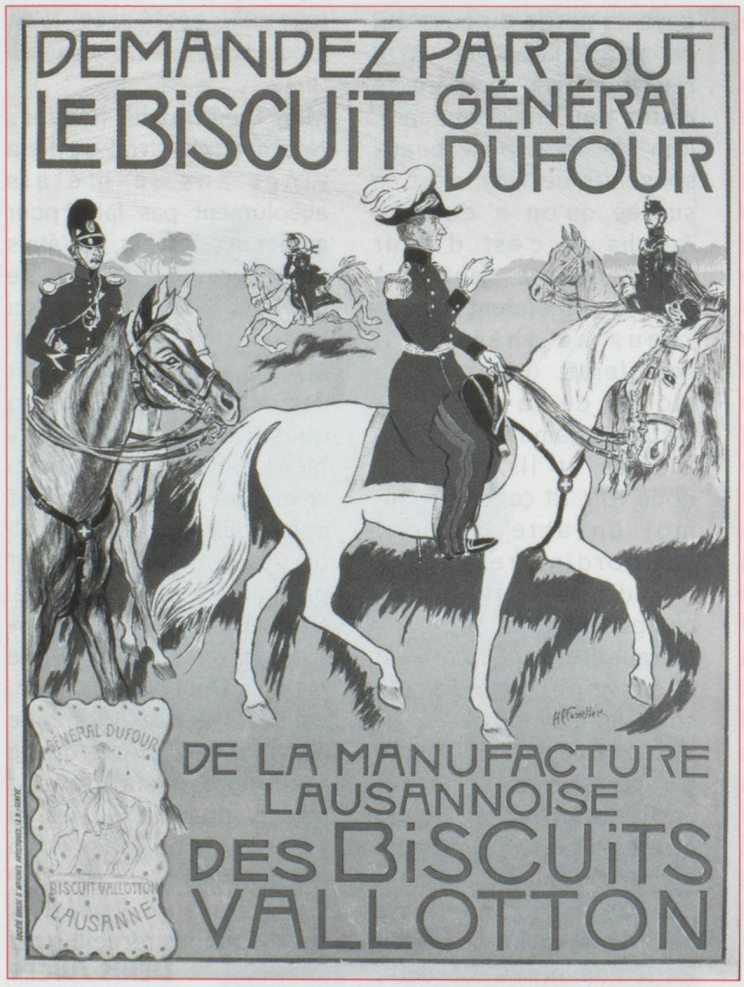
Download PDF: 09.07.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, https://www.e-periodica.ch

Images d'un rêve

Jusqu'au 4 septembre à Genève, une exposition présente environ 70 affiches mettant en lumière l'idée patriotique en Suisse de la fin du XIXe siècle à aujourd'hui.

L'affiche a été longtemps et est encore souvent un art de seconde zone. Si l'on remonte à ses débuts, les tirs fédéraux, qui ont démarré en 1824, elle avait à ce moment-là plus mission de rappeler tout ce qui pouvait contribuer à l'unité nationale que d'innover. Après 1874 et la nouvelle constitution, le peuple bénéficie d'un système démocratique, avec droit d'initiative et de référendum. Les affiches fleurissent alors mais elles se contentent de deux thèmes principaux : le rappel des héros, Guillaume Tell en particulier, et les paysages de montagnes. On peut ainsi considérer que la véritable affiche illustrée commence à l'exposition nationale de 1883. Elle annonce la modernité, timide encore, avec des moyens traditionnels, pour ne pas dire pompiers. Elle est manifestement destinée à la bourgeoisie, même si les œuvres de cette époque essaient de mettre en valeur les régions et leurs productions, l'artisanat, l'agriculture et le commerce.



« Mettre la beauté à portée de tous »

Il faut attendre la fin du XIXe siècle (l'exposition nationale de Genève en 1896) pour qu'un véritable débat s'instaure entre les jeunes artistes et les tenants de l'habituel style académique. L'art nouveau, dès le début du XXe siècle, va modifier la conception de l'affiche qui peut enfin se définir comme une œuvre d'art. Elle devrait alors « mettre la beauté à la portée de tous ». Mais la barrière des röstis fonctionne. Les œuvres d'outre-Sarine restent commerciales et démodées. L'évolution s'y fera, mais plus lentement. Jusqu'en 1914, les artistes reprennent les thèmes de paysages et d'histoire, thèmes classiques, mais traités dans un style nouveau, inspiré de Ferdinand Hodler. Dès le début des hostilités, en Suisse comme dans les pays en guerre, l'affiche se consacre exclusivement au patriotisme en essayant d'ailleurs de gommer au passage les divergences qui divisent le pays .Elle devient un

moyen de transmettre un message, parfois de manipuler le public. A la fin de la guerre elle deviendra aussi un élément important de la propagande politique, utilisé non plus exclusivement par la bourgeoisie, mais également par la gauche. Les années trente sont difficiles, le pays doit faire face à des difficultés intérieures et dès 1936 à la perspective d'une prochaine guerre. Il faut prôner l'identité du pays et soutenir son industrie. Dès 1931, le « Bureau central pour la marque suisse d'origine » crée le label de la qualité suisse, l'arbalète, qui sera reprise dans nombre d'affiches.

Appel à l'unité nationale

En 1939 la Suisse prépare l'Exposition de Zurich - la Landi -. C'est un occasion pour les affiches d'insister sur tous les aspects

patriotiques alors que leur conception est d'un conservatisme assez éloigné des tendances de l'époque. Mais la guerre menace et la « Défense spirituelle » du pays implique des publicités où le soldat, le drapeau, appellent à l'unité nationale.

Avec la fin de la guerre disparaît la censure. Un vent de fronde souffle sur les affiches, qui remplacent les thèmes patriotiques par des dessins soit pleins de rigueur, soit pleins d'humour. L'influence du cubisme se fait sentir, alors qu'il reste une tendance nettement conservatrice pour tout ce qui concerne les fêtes des nombreuses sociétés, les tirs fédéraux et même les votations.

Pour l'Exposition de 1964 à Lausanne, un concours permit à 234 artistes de présenter 685 projets. Le jury choisit une série de sept œuvres de grande qualité et d'une facture un peu abstraite. Mais malheureusement, elles n'auront pas la faveur du public.

Dès 1970 et plus encore pour les 700 ans de la Confédération, les thèmes patriotiques reprennent de l'importance, mais la gauche et la droite s'y réfèrent très différemment. L'affiche, miroir partiel mais bien réel d'une époque, prend plus d'ampleur encore au début du XXIe siècle. On sent alors que l'impact sur le « client » est étudié, savamment utilisé.

Peut-être qu'en y regardant de plus près, un peu de sens critique nous ferait voir et éviter quelques manipulations ! !

JULIETTE DAVID

INFOS PLUS

A visiter :

« Images d'un rêve, un siècle d'affiches patriotiques suisses »

Maison Tavel
Rue du Puits-Saint-Pierre 6,
CH-1204 Genève.

Jusqu'au 4 septembre 2005

Du mardi au dimanche de 10 h à 17 h.

Entre nous

Le fonctionnement de *Suisse Magazine*

Comme le suggérait Madame B., du Val-Saint-Germain, dans notre dernier numéro, il nous a semblé souhaitable de vous informer sur les coulisses de votre *Suisse Magazine*.

Suisse Magazine ne reçoit absolument aucun financement de la Confédération - contrairement à la revue gratuite que vous recevez et qui est financée par nos impôts.

Suisse Magazine repose entièrement sur six bénévoles complets et un salarié à mi-temps pour la rédaction. La gestion est assurée bénévolement par deux personnes. Trois sous-traitants assurent pao-impression, gestion du fichier et des relances et routage.

Sur le prix de vente d'environ 7 euros (prix de vente hors taxes d'un numéro double au tarif 2 ans) :

- 2,53 euros soit 36 % vont à la fabrication-impression
- 1,10 euro soit 16 % vont au routage et à la poste
- 0,89 euro soit 13 % paient l'unique salaire et les charges
- 0,30 euro soit 4 % paient la compta, la paie, et le social
- 2,18 euros soit 31 % paient le loyer du bureau, le tél., le fax, l'informatique, les fournitures, etc.

Les recettes sont fournies à 80 % par vos abonnements. Les 20 % restant sont couverts par de la publicité, des dons, et le déficit pris en charge par les deux associés.

Réponse...

Les bunkers en photos page 31 de notre dernier numéro (n°187-188) :

- Villa Rose, Gland (VD)
- Pierre du Moëllé (VD)
- Lengwil (TG)
- Nufenen (VS)