

L'art suisse de l'affiche

Autor(en): **Brändle, Christian**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Rapport annuel / Suisse tourisme**

Band (Jahr): - **(2016)**

PDF erstellt am: **17.07.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-685555>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

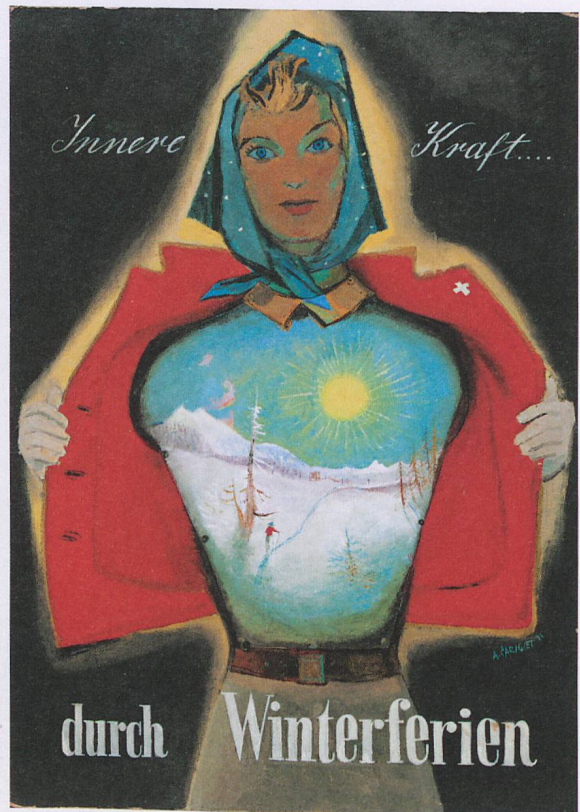
Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.



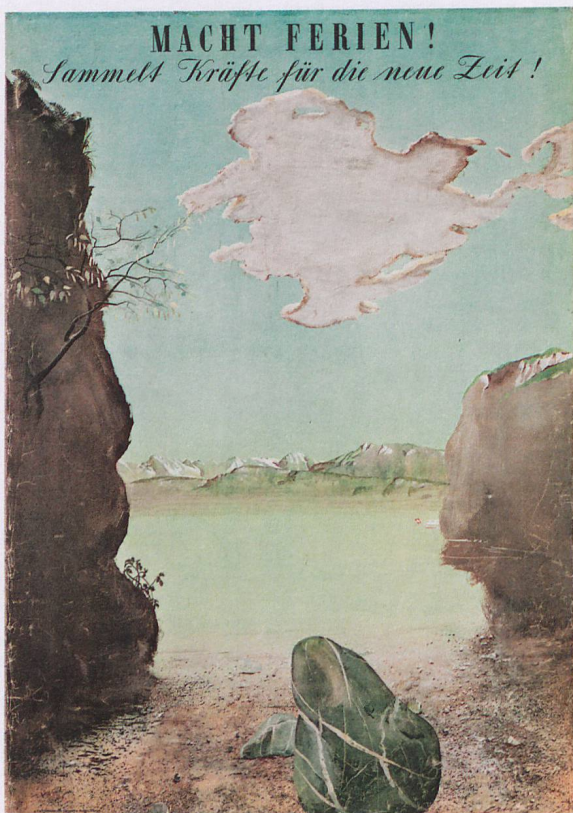
Emil Cardinaux

En 1920, il crée la première série d'affiches de l'ONST. Ses paysages imposants lui valent une grande reconnaissance, en Suisse comme à l'étranger.



Alois Carigiet

Créateur du personnage d'Ursli, ce graphiste dessine en 1941 une affiche légèrement provocante, avec une femme semblant dégrafer son corsage.



Hans Erni

En 1944, Hans Erni fait scandale avec une affiche prônant l'amitié entre la Suisse et l'URSS. Un an plus tard, son affiche pour l'ONST comporte un nuage dans lequel certains ont cru reconnaître la forme de l'Union soviétique.



Philipp Giegel / Hans Küchler

En 1964, l'ONST invite les voyageurs à faire étape en Suisse pendant leurs trajets en Europe (photo: Giegel, composition: Küchler).

L'art suisse de l'affiche

Depuis 1920, l'ONST a toujours fait appel aux plus grands maîtres pour concevoir ses affiches et plusieurs œuvres majeures se sont fait remarquer partout dans le monde. Emil Cardinaux, Alois Carigiet et Herbert Leupin se sont imposés dans le genre.

«Je suis indigné que votre directeur ait pu laisser publier une affiche aussi monstrueuse!» s'étranglait au téléphone un honnête citoyen le 18 décembre 1941. «Une dame qui dégrafe son corsage pour exposer sa poitrine, sur laquelle s'étale un paysage! Et qui, en plus, ose arborer un grand sourire de satisfaction!»

Chefs-d'œuvre d'art et de design

Cette réaction outragée fait suite à l'affiche «Elan vital aux sports d'hiver». Celui par qui le scandale arrive n'est autre qu'Alois Carigiet, le père du célèbre Ursli, héros de la littérature pour enfants. Ce

natif des Grisons est l'un des maîtres de son art, comme tous les autres créateurs ayant manié la plume, le pinceau ou l'appareil photo pour une campagne de l'ONST. Leurs œuvres se veulent à la fois précises, pertinentes et, pourquoi pas, provocatrices. La griffe de ces artistes a influencé l'image de marque du pays en tant que destination, mais aussi la renommée internationale des arts graphiques et du design suisses.

L'affiche restera le principal support de promotion touristique jusqu'au XXI^e siècle. D'inspiration expressionniste dans les premières années, les créations destinées aux colonnes des grandes villes se feront plus colorées et joyeuses à partir des années 1930. Durant la Seconde Guerre mondiale, cet art se met au service de la «défense spirituelle» du pays à travers des sujets et slogans patriotiques, tels que «Schweizer Heimat. Kraftvoll und herb». Les années 1980 voient le triomphe de la typographie et des slogans accrocheurs dans le langage publicitaire de Suisse Tourisme.

Campagne d'été «Macht Ferien – schafft Arbeit»: la Suisse communique pour la première fois sur le rôle du tourisme dans l'économie nationale.



Le film «Tous les Suisses à skis» relie les aspects militaires et touristiques. Il sera projeté à l'étranger ainsi qu'aux GI américains voyageant en Suisse après la fin de la guerre. La Suisse se présente ainsi comme une destination attractive pour les vacances d'hiver.



1940

1941

1943



Pénurie de carburant: les «voyages d'agrément» en voiture automobile sont interdits.

«D'un point de vue artistique, la Suisse a été la référence du graphisme pendant des décennies.»

Christian Brändle, directeur du Musée du design de Zurich depuis 2003, est commissaire de la rétrospective-anniversaire «Partez en vacances!». Cet architecte de formation, passé entre autres par la Kunsthalle Basel et l'Opéra de Zurich, évoque l'apport artistique des affiches touristiques de l'ONST/Suisse Tourisme.



Quelle est votre affiche préférée de Suisse Tourisme (ou de l'ONST) et pourquoi?

«All roads lead to Switzerland», de Herbert Matter (1935, v. page 12). Elle réunit tous les éléments qui font une affiche de qualité: la dramaturgie graphique liée à l'effet de perspective entre les pavés et les sommets enneigés, une palette de couleurs marquante, car réduite au minimum, et surtout une narration à reconstituer soi-même. Quand je regarde cette affiche, je n'ai qu'une envie: monter dans un cabriolet et descendre cette route en lacets. Le triangle clair formé par la chaussée fait un fond idéal pour accueillir le texte en lettres rouges, décliné en plusieurs langues.

Quels sont les artistes ayant le plus fortement influencé les affiches touristiques suisses?

Matter en fait certainement partie, avec son approche innovante de la photographie et du collage. Son œuvre a grandement contribué à faire connaître les arts graphiques

suisses, notamment en Amérique. Une réputation qui dure encore de nos jours. Il faut aussi citer des maîtres tels que Burkhard Mangold, Walter Herdeg ou Carlo Vivarelli, qui ont véritablement fait œuvre de pionniers.

Quels sont aujourd'hui les ingrédients d'une bonne affiche touristique?

Une bonne affiche doit vous séduire par son visuel et son texte, éveiller un sentiment de nostalgie et susciter l'envie de voyager. Bien souvent, l'affiche touristique doit véhiculer une émotion: «C'est là que je veux aller, ce sont ces sensations que je veux ressentir» sont des messages intemporels et toujours valables.

En quoi les affiches touristiques de la Suisse se distinguent-elles de celles du reste du monde d'un point de vue artistique?

D'un point de vue artistique, la Suisse a été la référence du graphisme pendant des décennies. L'esprit d'innovation s'est quelque

peu tari: c'est regrettable mais cela tient, entre autres, à une plus grande frilosité de la part des mandants. Je trouve en revanche que les photographies sont aujourd'hui d'une qualité remarquable et j'apprécie le fait que la Suisse communique avec un sens certain de l'humour et du clin d'œil.

L'affiche est-elle encore un moyen de communication publicitaire pertinent?

L'affiche demeure le support publicitaire le plus apprécié. Elle jouit d'un haut niveau d'acceptation par le grand public et, à la différence de la publicité à la télévision ou sur Internet, n'est pas considérée comme une nuisance. C'est la solution qui s'impose quand on cherche à transmettre un message au plus grand nombre. Et si, en plus, elle constitue une excellente composition, alors nous nous ferons un plaisir de l'accueillir au sein de notre collection, la plus importante au monde.

© Musée du design de Zurich, collection d'affiches © Haute école d'art de Zurich



Donald Brun

Dessinateur publicitaire de formation, Donald Brun crée pour l'ONST l'affiche «Vacances de printemps» en 1945. Ses œuvres forment un chapitre de l'histoire suisse du graphisme. En 1952, il participe à la fondation de l'Alliance Graphique Internationale (AGI).

© The Herbert Matter Estate/Fotostiftung Schweiz



Herbert Matter

Avec son usage inventif de la photographie et du collage, Herbert Matter est considéré comme le père de l'affiche moderne. Celle qu'il créa pour les vacances d'hiver en 1934 figure aux collections permanentes du MoMA, à New York.

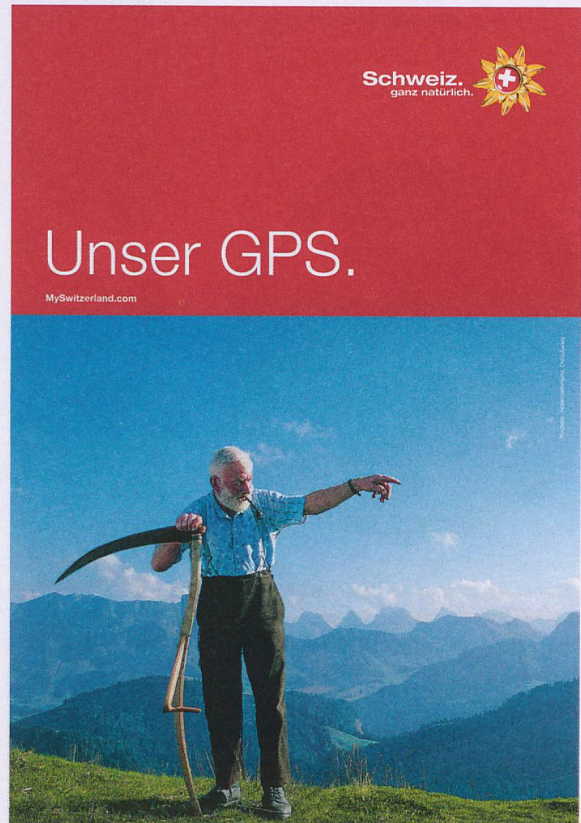
© Musée du design de Zurich, collection d'affiches © Haute école d'art de Zurich



Herbert Leupin

On lui doit la mythique vache violette du chocolat Milka. Mais les affiches de Herbert Leupin furent surtout consacrées à des marques typiquement suisses, notamment pour le compte de l'ONST. Elles se distinguent par leur légèreté et leur humour.

© Suisse Tourisme



Suisse Tourisme

Cette campagne de 2006 a été créée par l'agence Spillmann/Felser/Leo Burnett (SFLB). Peter Felser, ancien directeur de SFLB, utilise ici un cliché mis dans un contexte original. C'est lui qui créera plus tard les personnages de Sebi & Paul.