Zeitschrift: Le messager suisse : revue des communautés suisses de langue française

Herausgeber: Le messager suisse

Band: - (1999)

Heft: 121

Artikel: La Suisse à l'affiche

Autor: Giroud, Jean-Charles

DOI: https://doi.org/10.5169/seals-847561

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

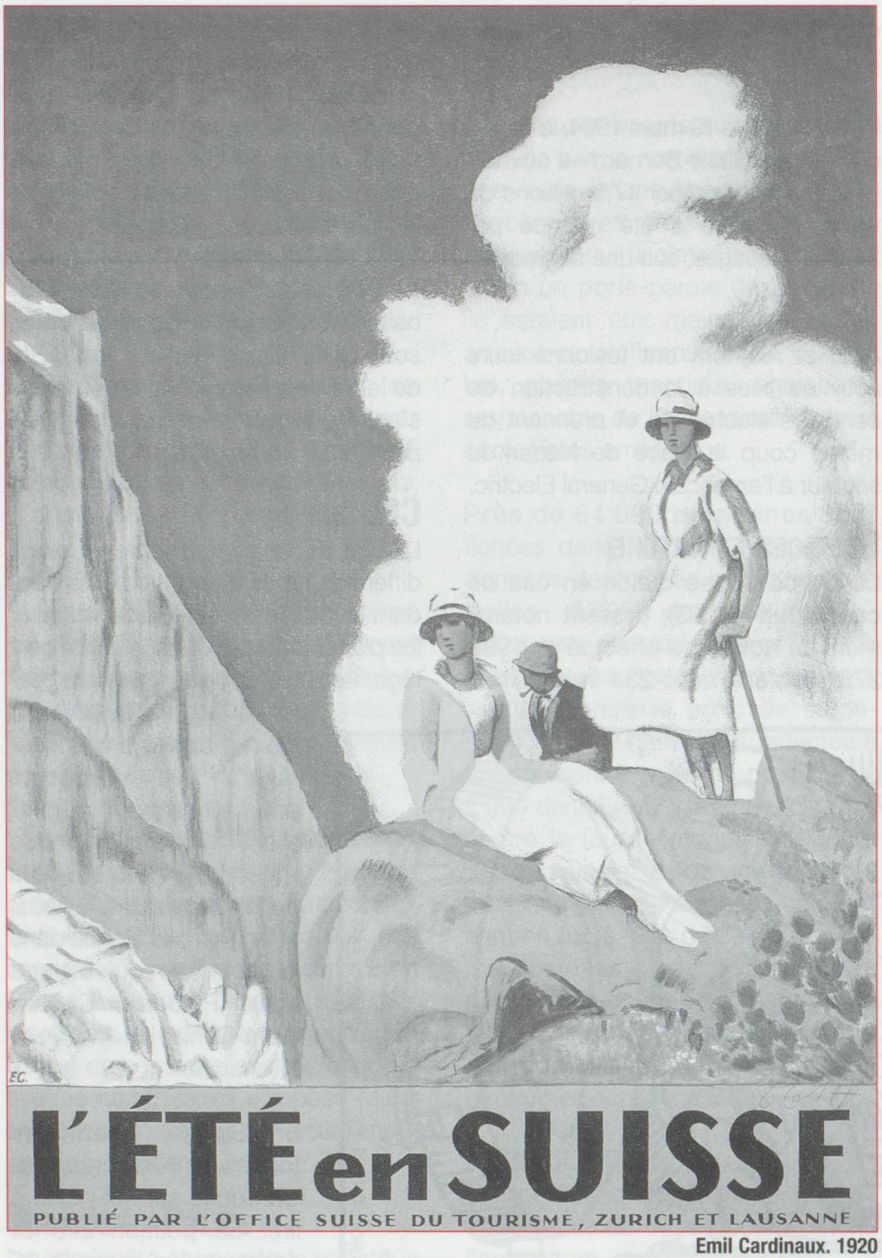
Terms of use

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: 13.07.2025

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

La Suisse à l'affiche



Emil Cardinaux. 1920

Cardinaux, Pellegrini, Courvoisier, Erni... Bien des peintres et graphistes suisses ont pratiqué l'art imprimé, croquant la conquête de la montagne suisse par les CFF ou les premiers skieurs sur les pentes helvétiques. Autant d'images et de souvenirs colorés, qui ont fait le mur du siècle.

Jean-Charles Giroud*

Les premières affiches touristiques illustrées montrant la Suisse datent des années 1880. Elles sont réalisées essentiellement à Paris pour les besoins des grandes compagnies de chemin de fer, en premier lieu la célèbre « Paris-Lyon-Méditerranée » (PLM) qui pousse ses ramifications jusqu'en Helvétie. Ces affiches sont la plupart du temps dessinées par des artistes n'ayant pas visité les lieux qu'ils représentent. Ceux-ci s'inspirent donc de gravures ou de photographies qu'ils interprètent librement. Cette méconnaissance donne à ces premières affiches une certaine froideur. Les perspectives sont étonnantes, parfois fantaisistes. L'usage courant de l'époque consiste à associer sur la même œuvre plusieurs images d'une même cité ou région. Les détails foisonnent au détriment de l'allure générale. Afin d'unifier l'ensemble, un bouquet ou un piolet traversent la composition. Les couleurs sont généralement sombres. Ces affiches, filles de leur époque, procèdent du romantisme alors dominant la peinture de paysage. Pleines de charme, elles révèlent tant la bourgeoisie citadine qui s'adonne au tourisme que les mœurs et les costumes des habitants des régions présentées.

À cette époque, la Suisse alémanique n'est pratiquement pas touchée par les grandes lignes ferroviaires étrangères. Seuls la Suisse romande et le Tessin se trouvent suffisamment proches des grands axes français et italiens pour profiter de la publicité touristique de ces pays. Dès les années 1890, le développement des chemins de fer et de l'hôtellerie en Suisse centrale augmente fortement la demande locale pour de belles affiches. Afin d'y répondre, plusieurs imprimeries situées principalement outre Sarine se spécialisent dans la production d'imprimés touristiques. Des artistes attachés aux entreprises produisent à tour de bras pour les multiples compagnies de transport et les grands hôtels qui se construisent dans les premières stations. S'inspirant des modèles étrangers, ces peintres, parfois amateurs, célèbrent les lieux les plus divers du pays dans des affiches surchargées. Leur médiocre production est placardée dans toute l'Europe et l'Amérique au point d'incarner l'affiche suisse de la fin du siècle. Heureusement, le style évolue, les com-

positions s'allègent. Les affiches se centrent progressivement sur un seul sujet présenté de manière grandiose parfois au mépris de la réalité.

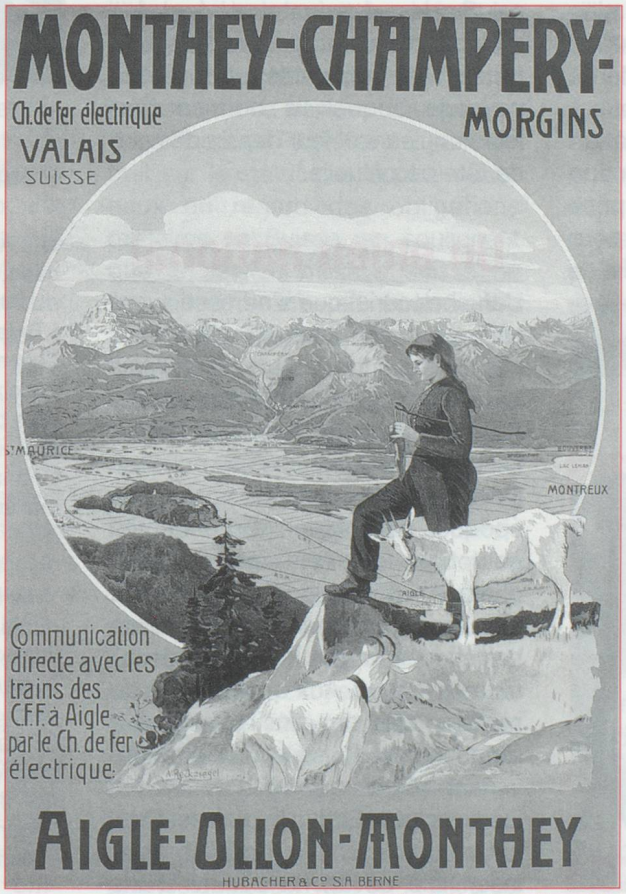
La grande époque

À la charnière des dix-neuvième et vingtième siècles, de jeunes peintres - largement inspirés par la France et l'Allemagne, mais surtout par leur maître Ferdinand Hodler - bouleversent l'art de l'affiche touristique. Pour ces artistes, celle-ci doit avant tout célébrer les beautés du pays et s'adresser non seulement aux touristes mais aussi et surtout à la population locale à qui elle doit communiquer une haute idée de la patrie. Réalisées dans un style puissant et dans des couleurs vives, ces affiches inaugurent un des plus beaux chapitres du graphisme mondial. Elles vont avoir un immense succès. Leurs maîtres, Emil Cardinaux, Burkhard Mangold, Walter Koch en Suisse alémanique, Carlo Pellegrini, Jules Courvoisier, Edouard Elzingre en Suisse romande, donnent, pendant une vingtaine d'années, une image forte et magnifique de la Suisse. Pénétrées d'harmonie et de paix, ces œuvres contrastent parfois avec une réalité sociale beaucoup plus brutale. Peu à peu, les artistes intègrent à leur paysage un ou plusieurs personnages, touristes ou indigènes dans un costume local. En animant leurs compositions, les artistes cherchent à situer l'homme dans cette sorte d'univers paradisiaque qu'ils créent. Ces personnages admirent souvent la nature. Ils en font en quelque sorte partie et en soulignent la grandeur.

Double conquête

Le développement des transports exige des ingénieurs des prouesses techniques pour s'adapter à une topographie montagneuse. Ponts, viaducs, tunnels et autres routes manifestent durablement la présence de l'homme et concrétisent sa volonté de puissance. L'affiche touristique illustre cette conquête de la terre helvétique. Les ouvrages d'art deviennent un élément important du paysage représenté auquel il se surajoute souvent très harmonieusement. Ce thème, qu'on ne retrouve que dans les affiches et non dans la peinture, est traité de manière à montrer la beauté et la force des constructions ainsi que le talent des architectes capables de maîtriser les situations les plus difficiles. Il porte témoignage de la volonté de l'homme de dominer les paysages imposants qui l'entourent. Une fois de plus, ces affiches ne s'adressent pas qu'au touriste mais à toute la population à qui elles donnent un sentiment de fierté collective. Les personnages, des touristes le plus souvent, prennent parfois une telle place, que le paysage n'y résiste pas. Il faut reconnaître dans cette évolution de l'entre-deux-guerres l'exigence des commanditaires – responsables de stations, d'hôtels ou de compagnies de transport – qui désirent faire connaître les possibilités de loisirs qu'ils mettent à disposition du public. L'évolution du tourisme estival et hivernal se traduit par un recul du paysage. Celui-ci ne va pas disparaître mais devenir simplement le cadre d'une vie consacrée aux loisirs et aux sports, marche, alpinisme, ski, natation. Le développement de ce type d'affiches s'opère également sous la pression d'une nouvelle génération d'artistes pour lesquels la figure humaine constitue le sujet principal (de leurs préoccupations). Les plus grandes stations comme les plus petites, les villes et villages de tout le pays, cherchent à montrer au public que la pratique du sport est une source de santé, que le repos est une juste récompense à une vie trépidante. Le tout dans un déploiement de couleurs qui marque une certaine continuité avec l'époque précédente.

Hans Thöni. Vers 1925



Anton Reckziegel. Vers 1900

La patrie rêvée

Dès les années trente, les artistes imposent à leurs affiches un style largement inspiré des récents mouvements qui se sont fait jour en peinture. Cubisme, abstraction, surréalisme vont modeler les affiches touristiques qu'ils renouvellent complètement. Par ailleurs, la technique du photomontage inaugure une catégorie d'affiches qui s'épanouira dans les années cinquante.

Les compositions à tendance cubiste d'Otto Baumberger et d'Alex Diggelmann sont aussi pures que l'air des montagnes qu'elles montrent, le constructivisme d'Otto Morach, les chaudes couleurs de Daniele Buzzi, les photomontages de Herbert Matter ou le surréalisme de Hans Erni témoignent de la vitalité de l'affiche touristique suisse. Tous ces artistes cherchent à donner une dimension onirique à leurs paysages. L'audace est poussée si loin que parfois les thèmes n'ont plus qu'un lointain rapport avec le lieu qu'ils sont censés annoncés. Ce mouvement se développe particulièrement en Suisse alémanique et au Tessin alors qu'en Suisse romande les artistes restent plus sages.

Les images du bonheur

Après la Deuxième Guerre mondiale, un besoin de paix et de bonheur marque la société. Les affiches expriment alors l'insouciance et le délassement. Pleines de couleur et d'humour, elles envahissent les murs de toute la Suisse sans distinction de région. La joie de vivre est leur point commun. Les plus grands graphistes, Herbert Leupin, Donald Brun, Celestino Piatti, Martin Peikert et tant d'autres, contribuent à maintenir très haut la réputation de l'affiche suisse. Cette évolution et la part toujours plus grande prise par la photographie éloignent pour la première fois les peintres de ce mouvement, alors qu'ils en furent les pionniers et les hérauts. Dès les années soixante, le paysage est à nouveau soumis aux recherches des graphistes qui font évoluer l'image des villes et des stations vers une certaine abstraction. La photographie, dont la maîtrise est particulièrement difficile dans ce domaine, prend toujours plus de place. L'affiche touristique vit une nouvelle mutation. Certaines régions, comme la ville de Zurich par exemple, continuent de s'adresser à des dessinateurs dont les audaces donnent des images très fortes. Des graphistes retrouvent le paysage auquel ils donnent par leurs couleurs et leur dessin des airs de fête perpétuelle.

Burkhard Mangold. 1914

Daniele Buzzi. Vers1946

Un enjeu national

L'affiche touristique s'adresse avant tout aux pays étrangers d'où viennent la majorité des touristes. Mais la relation très particulière que les Suisses ont nouée avec leur pays a fait de ces œuvres un enjeu national. Celles-ci sont devenues suivant les époques l'affirmation d'une identité patriotique forte et le signe de l'attachement d'une population à sa terre. Les ambassades et consulats helvétiques en ont largement décoré leurs locaux. Aux quatre coins du monde, elles ont ainsi contribué à rappeler aux Suisses de l'étranger venant régler quelques formalités leurs racines parfois lointaines. Quel enfant, par exemple, pourrait rester insensible devant la beauté d'une œuvre d'Emil Cardinaux évoquant une patrie peut-être jamais visitée ? Loin d'être figées dans un style immuable, ces affiches reflètent aussi l'évolution des mentalités et de la société. Cherchant à plaire, elles invitent non seulement au voyage mais sont en elles-mêmes des objets d'admiration qui ont gardé toute leur fraîcheur malgré les années.

** Bibliothèque publique et universitaire de Genève*

Alois Carigiet. 1937

Pour en savoir plus...

Expositions

Les Affiches du Léman, Maison Visinand, rue du Pont 32, 1820 Montreux, du 29 mai au 4 juillet.

L'Enfant et l'affiche, APG-Plakatforum, Zugerstrasse 58, 8810 Horgen (près de Zurich), du 4 juin au 23 juillet.

Was bleibt : Plakate der 70er Jahre, Museum für Gestaltung, Plakatraum, Limmatstrasse 57, 8005 Zurich, du 11 mai au 6 août.

Quelques livres récents

Yves Ballu, *Les Alpes à l'affiche*, Grenoble, Glénat, 1998.

Jean-Charles Giroud, *Les Affiches du Léman*, Genève, Georg Editeur, 1998.

Jean-Charles Giroud et Michel Schlup, *L'Enfant dans l'affiche, un siècle de création suisse*, Neuchâtel, Association des amis de l'affiche suisse, 1998

Siegfried Odermatt, 100 + 3 Schweizer Plakate, Zürich, Waser Verlag, 1998.