

Zeitschrift: Cahiers du Musée gruérien
Herausgeber: Société des Amis du Musée gruérien
Band: 3 (2001)

Artikel: Miroir d'une société : les affiches
Autor: Bavaud, Serge
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1048237>

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: 11.01.2026

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

Licencié ès lettres, **Serge Bavaud** (1973) a suivi des études en histoire et en sciences économiques à l'Université de Fribourg. Il est actuellement collaborateur au Département fédéral de la défense, de la protection de la population et des sports à Berne.

MIROIR D'UNE SOCIÉTÉ LES AFFICHES

Depuis la fin du XIX^e siècle, les affiches touristiques vantent les mérites du pays. A l'exemple des sept documents analysés dans ces lignes, elles sont un jeu permanent entre l'identité régionale et la représentation offerte au regard des visiteurs. S'appuyant sur des images souvent traditionnelles, elles parlent des hommes qui les ont réalisées. Lire une affiche, c'est visiter l'imaginaire d'un pays.

Dans le monde contemporain, l'image est partout. Mais paradoxalement, ce n'est qu'en tentant d'imaginer une vie quotidienne sans elle que nous en prenons sa mesure. Les images sont donc une partie intégrante de notre environnement. En histoire, elles ont trop longtemps été considérées comme simples illustrations par les chercheurs, c'est-à-dire comme

agrément venant corroborer l'écrit, en leur déniaient toute qualité de source à part entière. Or, elles peuvent devenir de véritables sujets d'étude en elles-mêmes¹.

Dans ce texte, l'intérêt s'est porté sur l'affiche touristique qui occupe une place de choix dans l'ensemble des documents iconographiques. Elle présente en effet les rêves collectifs et le goût artistique d'une époque. D'ailleurs de nombreuses représentations publicitaires du paysage se sont transformées en véritables archétypes et ont influencé l'image diffusée jusqu'à aujourd'hui. En voici quelques exemples.

Fribourg, un point de départ

Nous sommes à Fribourg au début du XX^e siècle. La ville, depuis le 29 décembre 1899, a sa propre Société de développement et dès 1900 son Bureau de renseignements. Promouvoir le chef-lieu cantonal devient une mission prioritaire. L'envie de créer une affiche-réclame se fait pressante. En collaboration avec les districts, un concours est

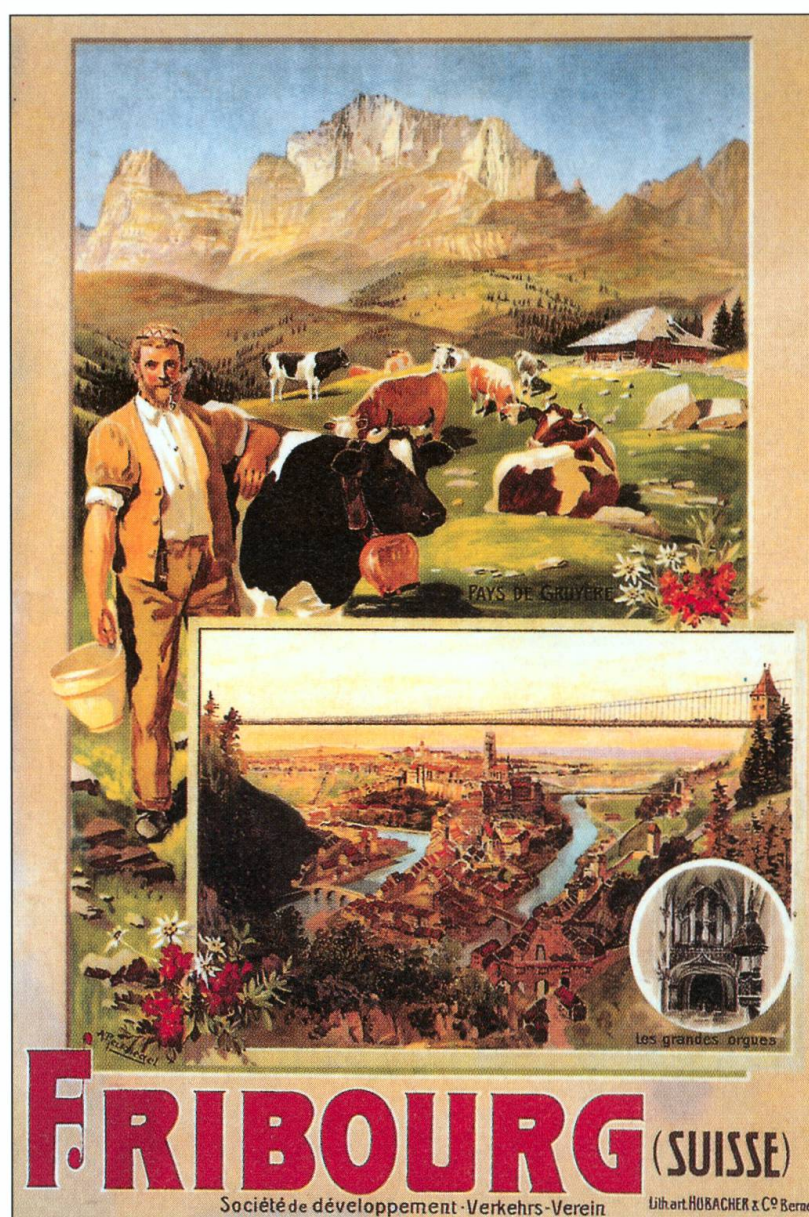
¹ Il n'en demeure pas moins que la «question de l'étude de l'image en histoire reste un débat en suspens». Voir à ce propos GERVEREAU, Laurent: *Voir, comprendre, analyser les images*, Guides Repères, La Découverte, Paris, 1997, p. 30.

organisé afin d'élaborer une affiche destinée aux voyageurs et touristes susceptibles de visiter la ville de Fribourg. C'est le projet d'Anton Reckziegel² *Fribourg (Suisse)* qui est imprimé en 1903 (Doc. n° 1).

Conforme au graphisme à la mode, c'est-à-dire consistant à accoler plusieurs images copiées d'après nature les unes aux autres (Vedute) et à les agrémenter de décorations florales, elle apporte des éléments intéressants. Premièrement la ville de Fribourg est reléguée au second plan et fait ainsi place à une représentation riche en couleurs du pays de Gruyère. Placardée et exploitée de 1903 aux années 1935-1940, l'affiche mise avant tout sur une région pour attirer le touriste en ville. Pourquoi? La thématique³ d'ensemble, c'est-à-dire l'opposition marquée ville-campagne, permet une interprétation par l'intermédiaire du concept d'identité.

Au-delà de la simple propagande, l'affiche affirme une véritable identité pour une région (canton) à la recherche d'elle-même. Les panoramas idylliques du pays illustrent alors le lien fondamental unissant une population à sa terre tout en montrant une image susceptible d'attirer les touristes.

Le dossier est composé de sept affiches qui, par le sujet ou les personnages mis en scène, évoquent la région de la Gruyère du début du siècle aux années 1990. La dimension des documents varie même si le format standard 70 (75) x 100 cm est le plus utilisé. Les procédés d'impression sont naturellement différents compte tenu des avancées technologiques. La principale difficulté de l'explication est de relier les différentes estampes entre elles. Malgré leur diversité, on peut



Doc. n° 1: *Fribourg (Suisse)*
d'Anton Reckziegel (1903).

Collection Bibliothèque cantonale
et universitaire, Fribourg

- 2 Le Musée alpin suisse de Berne a mis sur pied une exposition retraçant son œuvre magistrale. Le Musée historique de Lausanne, en 1999, montra cette exposition et publia une plaquette: *Rêves de voyage, Anton Reckziegel (1865-1936), pionnier de la publicité touristique*, Musée historique de Lausanne.
- 3 Une analyse fouillée et méticuleuse offre une vision intéressante de la construction de cette affiche. Voir BAVAUD, Serge: *Tourisme à Fribourg. L'action de la Société de développement de la ville de Fribourg (1899-1960)*, mémoire de licence, Fribourg, 1998, pp. 181-198.

retenir un axe de réflexion bâti autour de l'image de la Gruyère, considérée comme entité singulière. Afin de l'expliquer, je vais présenter trois supports contenus dans notre dossier, à savoir la beauté du paysage, les références au passé, les montagnes.

Incontestablement, la Gruyère est une région d'une beauté particulière. Peu connue, au début du siècle, elle bénéficie du développement des transports, notamment du chemin de fer. Pour les compagnies ferroviaires, proposer de nouvelles régions accessibles est un formidable argument de vente. La Gruyère entre ainsi dans cet objectif. Située à mi-chemin entre la région de Montreux-Vevey et l'Oberland bernois, elle se révèle attractive (Doc. A). La Compagnie des chemins de fer électriques de la Gruyère utilisa également la nature comme vecteur principal (Doc. B). Réduisant la représentation ferroviaire au minimum, elle met en avant des valeurs traditionnelles. La Gruyère apparaît comme une région symbolique, où la nature représente un atout indiscutable.

Le sceau estampillé de la fameuse grue est là pour prouver son authenticité (Doc. A). Les clichés alpestres (Doc. B) lui sont associés avec ses vaches. Dans ce document, l'auteur s'est inspiré du tableau de Burnand *Taureau dans les Alpes* (1884). La cuillère en bois (*kuyi de bou*) décorée d'une grue dénote une grande richesse (Doc. C). Initialement utilisée pour la crème, elle est ici remplie de fleurs (edelweiss, gentiane, etc) et

CONCOURS POUR UNE AFFICHE

La Société de développement de la ville de Fribourg met au concours le projet d'une affiche-réclame pour Fribourg et le pays fribourgeois, destinée à l'affichage dans les hôtels et les gares de chemins de fer. Les projets présentés devront remplir les conditions suivantes:

- *Mode d'exécution.* Pochades coloriées mi-grandeur; la dimension d'exécution sera d'environ 75/110 cm.
- *Sujet à représenter.* Les artistes concurrents ont le choix entre les trois idées suivantes: Fribourg, ville seule; Fribourg, ville avec une vue des montagnes fribourgeoises; Fribourg, ville avec une vue de montagne, ou une autre empruntée aux bords des lacs de Morat ou de Neuchâtel, soit Estavayer.
- *Motifs à utiliser.* La Société attire l'attention des concurrents sur les motifs suivants dont ils pourront se servir avec avantage pour représenter les sujets indiqués. Pour Fribourg-ville, la tour de la cathédrale, les vieux remparts et leurs tours, spécialement la porte de Morat, les orgues de St-Nicolas, une représentation objective ou allégorique; les

ponts suspendus avec le profond ravin de la Sarine. Pour la montagne fribourgeoise, au premier plan des armaillis en costume national gruyérien; à l'arrière plan une vue d'une sommité parmi les plus belles des Alpes fribourgeoises; la Société recommande spécialement aux artistes la vue ci-jointe des dents de Ruth et de Savigny (...)

- *Prix.* Le meilleur projet fr. 200; le 2^e fr. 100. Il ne sera payé aucune indemnité en dehors de ces prix. Les projets primés demeurent la propriété de la Société.

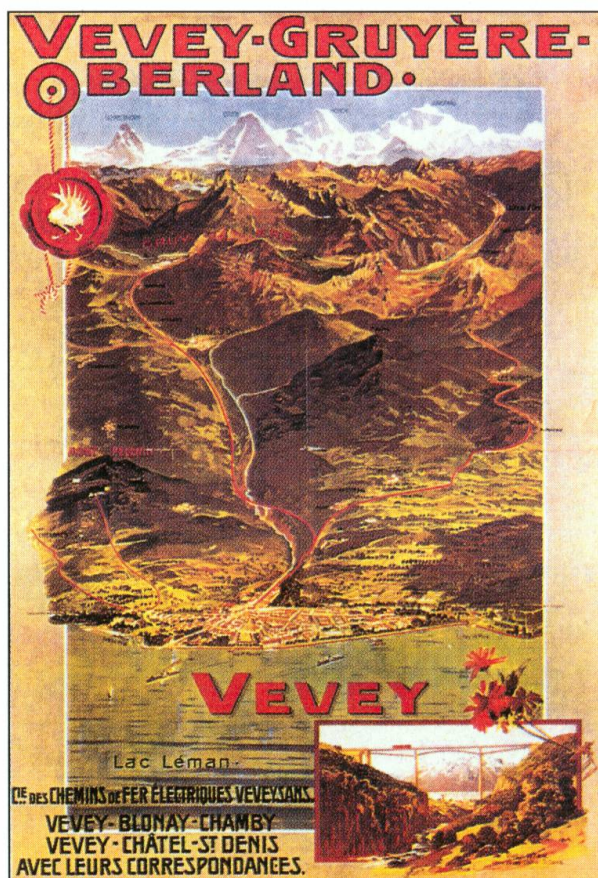
- *Exécution.* Les concurrents indiqueront le prix auquel ils se chargent de l'exécution de l'affiche selon leur projet. Ils demeurent engagés par leur offre jusqu'au 30 avril. L'auteur du meilleur projet pourra éventuellement être chargé de l'exécution.

- *Dates de livraison.* Livraison du projet le 30 mars; l'affiche 45 jours après sa commande.

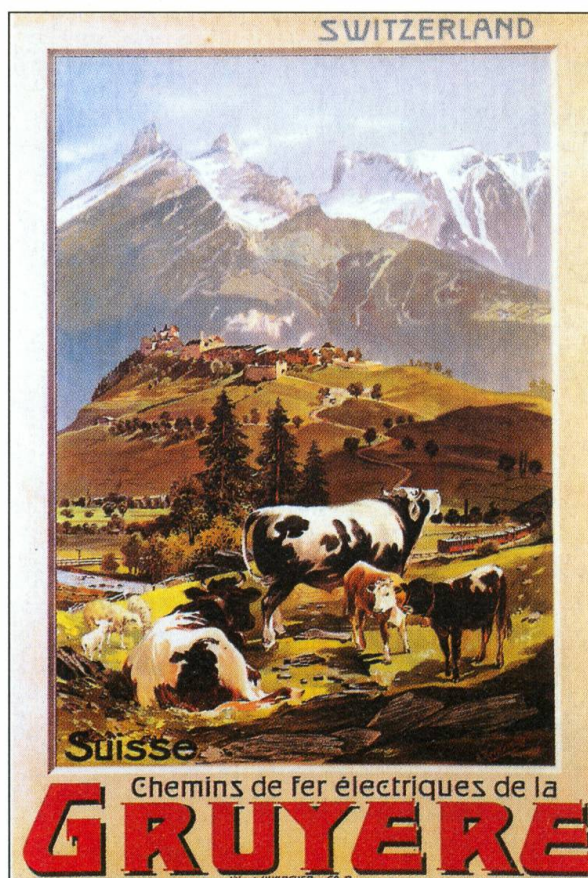
(Source: Archives de la Ville de Fribourg, Protocoles SDF, Séance du comité, 27 février 1903)

symbolise ainsi la vitalité du sol. En 1985 (Doc. E), on pousse à l'extrême l'utilisation des symboles en combinant poya, chalet d'alpage, prairies, forêts, et village typique. Cette idée de village n'est pas nouvelle. Lors de l'Exposition nationale de 1896 à Genève, l'invention du «Village suisse» fit florès, en codifiant une certaine image de la Suisse, qui perdura durant de longues années. Ce phénomène sera amplifié par les valeurs du Pro-helvétisme et de la Défense nationale spirituelle.

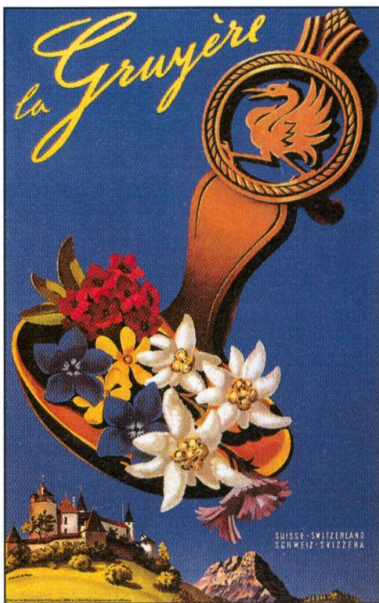
La verte et sauvage Gruyère, avec son abondance et sa tranquillité, en constitue encore un support efficace. Les documents F et G datant de la fin du XX^e siècle sont une preuve convaincante. Mais cette représentation n'est pas figée. Au fil des années, de nouveaux éléments modernes, liés à l'évolution économique, viennent s'y greffer. Le lac artificiel, l'autoroute et le téléphérique s'insèrent parfaitement dans le paysage (Doc. F, E). L'affiche touristique, tout en restant fidèle aux paysages, se soumet progressivement aux exigences commerciales et à la



Doc. A: Vevey-Gruyère-Oberland,
A. Reckziegel, 1904.
Collection privée



Doc. B: Chemins de fer électriques de la Gruyère,
A. Reckziegel, 1906.
Collections du Musée gruérien



Doc. C: *La Gruyère. Suisse-Switzerland-Schweiz-Svizzera*, M. Peikert, ~1950.
Collections du Musée gruérien

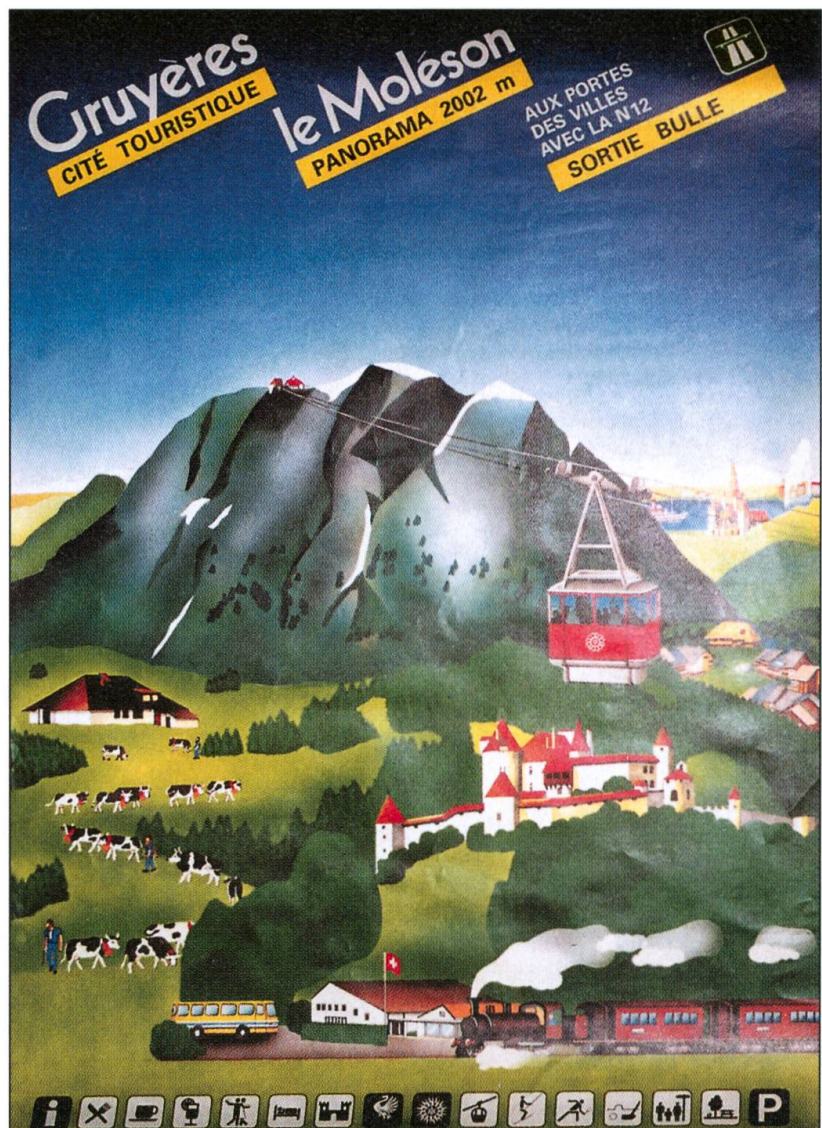


Doc. D: *Il n'y a qu'une Gruyère*, Netton Bosson, 1967.
Collections du Musée gruérien

Doc. E: *Gruyères, cité touristique*, 1985.
Collection privée

quête de loisirs du touriste (Doc. E). Le passé tient une place particulière dans la représentation que l'on se fait de la Gruyère. La promotion touristique par le biais d'affiches ne fait qu'appuyer cette image. Le château de Gruyères en est le symbole le plus utilisé. Aujourd'hui encore, on le représente illuminé à la tombée de la nuit, porteur de tradition, d'histoire et d'imaginaire (Doc. G). Cette représentation de 1996 n'est, en réalité, que le dernier résultat d'une idée existant déjà au début du siècle. Reckziegel, proposait, en 1906, la colline de Gruyères et son château (Doc. B).

Symbole du refuge des valeurs, qu'elles soient historiques ou culturelles (relayées par le Heimatschutz), l'image du château est utilisée dans de nombreuses affiches (Doc. C, E, F). L'edelweiss (Doc. C et D), par sa petitesse et sa résistance dans un milieu hostile, incarnait la quintessence du



pays de Gruyère, tout comme le chardon (Doc. D) qui force le respect et la méfiance. Celui qui s'y frotte, s'y pique inévitablement. Derrière ces deux fleurs se cache notamment un des faits historiques les plus importants pour la région. On comprend ici la révolte de Nicolas Chenaux face au gouvernement centralisateur de Fribourg en 1781. Le mythe Chenaux véhicule une idée simple: la liberté du pays. Même les affiches touristiques y font référence!

Enfin, les montagnes et sa population accentuent encore la personnalité gruérienne. Dès le début du siècle, la Gruyère est représentée enchâssée dans les montagnes (Doc. A). Elles sont enneigées et peuvent se révéler dangereuses avec leurs arêtes acérées (Doc. B). Souvent nommé le Righi de Suisse occidentale, le Moléson devient le symbole par excellence des montagnes gruériennes (Doc. C). Il est aussi lié à l'idée de modernité, dès les années 1960, avec son téléphérique. L'accès à son sommet est grandement facilité (Doc. E) et de nombreux touristes s'y rendent. Son caractère majestueux et surtout son aspect hostile en hiver en font une figure inquiétante, qui invite à sa découverte (Doc. G). L'armailli fait partie de ce monde alpestre (Doc. D). Habillé de son costume et affublé d'une poche à sel décorative (loi), il symbolise la simplicité, les temps heureux pas encore soumis à la vitesse du monde moderne. On aime à le représenter dans ses tâches quotidiennes (Doc. F), dernier symbole d'une civilisation de montagnards proche de la terre.

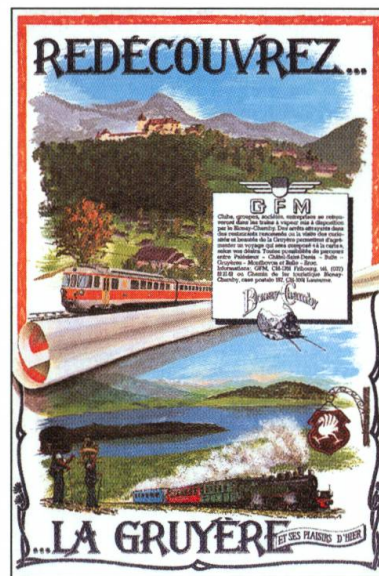
La Gruyère, comme nous la montrent les affiches touristiques du XX^e siècle, est réduite à une image traditionnelle. Les symboles sont restés identiques. Même au travers d'affiches, on décèle l'affirmation d'une région en tant que personne. Des éléments modernes viennent s'y greffer progressivement (traduction en quatre langues des affiches, autoroute, activités de loisirs nouvelles, etc.) et font évoluer la représentation. Dès lors derrière de simples affiches peuvent se cacher des indices pour une histoire culturelle!

BIBLIOGRAPHIE

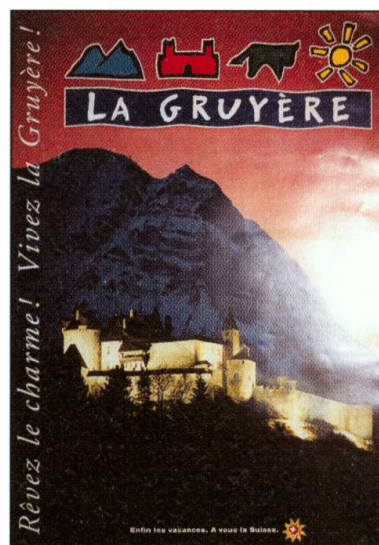
MAX GALLO ♦ *L'affiche, miroir de l'histoire*, Robert Laffont, Paris, 1990.

♦ *Rêves de voyage. Anton Reckziegel (1865-1936), pionnier de la publicité touristique*, Musée historique de Lausanne, 1999.

DOMINIQUE SERRE-FLOERSHEIM ♦ *Quand les images vous prennent au mot ou comment décrypter les images?*, Editions d'organisation, Paris, 1993.



Doc. F: Redécouvrez la Gruyère et ses plaisirs, A. Reverchon, 1980.



Doc. G: La Gruyère, G. Fleury, 1996.
Collection privée