

Zeitschrift: L'Hôtâ
Herausgeber: Association de sauvegarde du patrimoine rural jurassien
Band: 37 (2013)

Artikel: Belles affiches au service du tourisme (1900-1950)
Autor: Lecomte, Isabelle
DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-1064529>

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: 12.01.2026

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

Belles affiches au service du tourisme (1900-1950)



Figure 1: Kasper Ernest Graf (1909-1988), *Mont Soleil sur Saint-Imier*, 1941, litho, 63 x 90 cm, Imprimeur Fiedler, La Chaux-de-Fonds, Musée de l'Hôtel-Dieu, Porrentruy. Graf figure parmi les illustrateurs spécialisés dans l'art de créer l'illusion du mouvement: le funiculaire dévale véritablement la pente. Une technologie inscrite dans un écrin de sapins, aux allures de montagne, qui pointent leur flèche vers le soleil couchant.

L'activité économique qu'est le tourisme entre-t-elle dans la maison? A première vue, le tourisme est un ensemble de services offerts (voyager, dormir, manger, se divertir,...) fort éloigné de ce qui fait un foyer en général, un foyer jurassien en particulier. Le tourisme y laisse pourtant ses traces par le biais des produits dérivés nécessaires à sa promotion, la plupart d'entre eux ayant un point commun: le support en papier¹. En effet, ce sont les cartes postales² (et avant elles les petites lithographies), les timbres, les vignettes, les menus, les cartes pédestres (fig. 3), les guides touristiques, les réclames dans les journaux et les photographies de vacances qui témoignent de l'intrusion des vacances dans le quotidien. De façon plus réduite, il faut aussi compter avec les souvenirs de vacances (fig. 2) qui vont des poupées folkloriques aux chalets en bois en passant par les cadeaux publicitaires offerts par les hôtels (stylo bille, boîte d'allumettes, petite cuillère, sucre emballé, et même filet à commission).

Figure 2: grand coffret peint, coffret et boîte à musique, objets promotionnels en bois réalisés par Laurent Boillat pour Pro Jura. (Coll. F. et M. Girardin-Boillat). L'idée de commercialiser des objets-souvenirs pointe le bout de son nez dans l'équipe de Pro Jura en 1938: « nous engagerons les artisans jurassiens à fabriquer des objets-souvenir de notre pays, soit poteries, tissages, sculptures etc. pour combler une lacune regrettable ». C'est le caquelon miniature qui fut le premier à être produit. Les objets en bois sont fabriqués à Tramelan sous la direction de Laurent Boillat à partir de 1943. Photo I. Lecomte.



Le Tourisme en Suisse - survol³

A partir des années 1890, seule une clientèle fortunée qui représente 5 à 10% de la population peut se permettre de visiter la Suisse (en réalité principalement les Alpes) durant les vacances estivales. La Suisse a perdu son monopole touristique de lieu romantique qu'il faut avoir visité durant les congés d'été et se voit soumise à la concurrence internationale, celle de la France (Chamonix), de l'Allemagne et de l'Autriche. Dès lors, les acteurs de la vie touristique sont contraints de s'unir afin d'être particulièrement attractifs. C'est ainsi qu'en 1882 se crée la Société suisse des Hôteliers (SSH). En 1892, le Club Alpin Suisse⁴, qui existe depuis trente ans, publie le premier album des cabanes. Dès 1902, les CFF commencent à s'intéresser sérieusement au marché du tourisme. La première guerre mondiale ébranle encore davantage le marché des loisirs : non seulement la guerre a amoindri le pouvoir d'achat de la classe moyenne mais qui plus est, la Suisse, obsédée par la question de la surpopulation étrangère, instaure des mesures de contrôle tracassières à l'égard des étrangers.

Au cours des années 1930, la propagande touristique surfe sur l'actualité internationale incertaine et vend la Suisse comme le « pays des vacan-

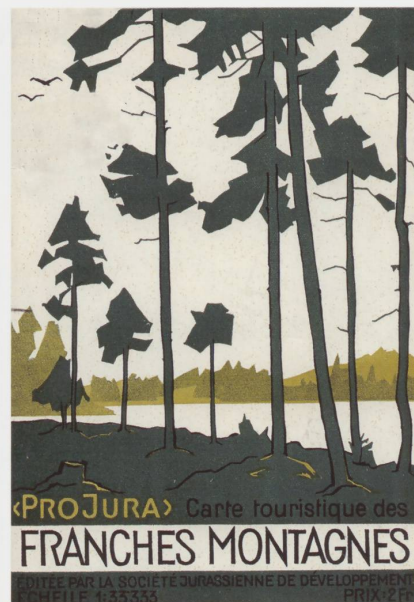


Figure 3 : Pro Jura, carte touristique des Franches-Montagnes, 1933. © Mémoires d'ici, Fonds Pro Jura. Cette carte fournit un superbe exemple d'illustration réalisée avec une économie de moyens : trois couleurs (le noir, le vert et le blanc) suffisent à rendre l'atmosphère, la profondeur et l'énergie verdoyante du lieu grâce à un simple camaïeu de verts (vert émeraude, vert bouteille et vert olive). Le lac se réduit à une surface vierge et immobile alors que les sapins, traités en aplat, découpent l'avant-plan de l'image de façon très graphique, tandis qu'à l'arrière du paysage ils se laissent deviner plus géométriques, voire abstraits.

ces des peuples» ou « the playground of the world ». Pendant la Seconde Guerre mondiale, le public ciblé est dorénavant le touriste suisse, puisque les frontières sont fermées. En 1944, les nuitées passées par les touristes suisses s'élevaient déjà à 86% du total, ceux-ci s'adonnant avec enthousiasme aux sports d'hiver (fig. 1). De nouvel-

les routes sont alors construites et l'Etat devient partie prenante en légiférant dans trois domaines distincts : l'amélioration de la promotion du tourisme, les facilités accordées au crédit hôtelier et la limitation de la concurrence.

Dans les années cinquante, on assiste à un boom économique du secteur grâce à la généralisation des congés payés et la rapide démocratisation des vacances (commence, par exemple, la possibilité de faire du camping)⁵. Les trois régions qui bénéficient de cet engouement sont le Valais, les Grisons et le Tessin. Dès 1948, la compagnie Swissair entame une campagne publicitaire plébiscitant la Suisse. A partir de 1953, elle s'adresse aux familles et joue sur l'idée de sécurité (celle des avions mais aussi celle des stations de ski suisses) en mettant au centre de l'image un bon gros saint-bernard.

Le tourisme dans le Jura

Le 19 juillet 1903 est créée la Société jurassienne de développement à l'initiative de la Société de développement et d'embellissement de Moutier, qui avait réuni autour de la table les communes, les bourgeoisies et toutes les personnes susceptibles d'être concernées par le tourisme dans le Jura. Ses objectifs tiendront en trois grands axes : d'abord, faire connaître

les diverses régions du Jura (en s'attachant à la qualité de l'information diffusée et ce, le plus largement possible)⁶, ensuite inciter les touristes à y séjourner (en créant, par exemple, un office du tourisme permanent, en favorisant le développement des installations touristiques, comme le logement de groupe, la création de pistes de ski, de parcours équestres, etc.) et enfin en étant le garant des traditions et des coutumes du pays. Ce n'est qu'en 1938 qu'elle prendra son nom définitif de Pro Jura⁷.

En 1924, la Société jurassienne de développement sera secondée par l'ADIJ. L'Association pour la Défense des Intérêts du Jura fut d'abord fondée afin «de sauvegarder les intérêts du Jura mis en péril par la politique ferroviaire des CFF». «La protection de la nature et la sauvegarde du patrimoine jurassien» furent ensuite inscrites dans les statuts.

Le rôle des affiches

Les affiches⁸ vont jouer un très grand rôle dans la diffusion de l'information touristique. Dans un premier temps, leur contenu est purement informatif. Dès les années 1880, la Suisse fait réaliser des affiches pour la promotion de lieux de vacances pour damer le pion à ses rivaux étrangers, notamment français. Celles-ci tendent vers un seul but pragmatique: infor-

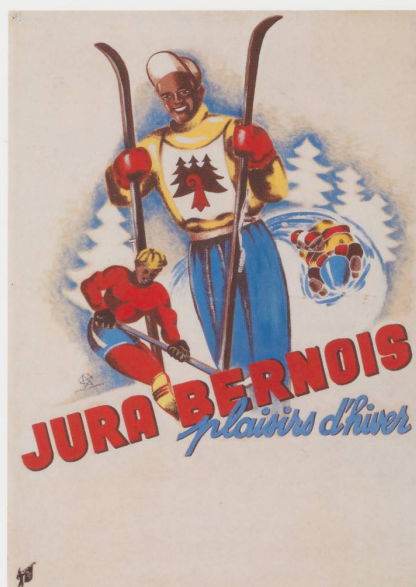


Figure 4 : Ralph Chavannes, Jura bernois, 1942, maquette originale, gouache sur papier renforcé, 90 x 64 cm. Collection du Musée de l'Hôtel-Dieu - Porrentruy (MHDP)

mer sur les loisirs et les beautés d'une région donnée et ce, à partir d'une carte géographique et/ou d'un horaire de train ou de bateau, selon le commanditaire. Malgré la concurrence acharnée que se livrent les stations touristiques pour attirer les touristes, ces affiches se ressemblent toutes. Leur faible qualité s'explique d'une part par la question des langues nationales, qui obligent à des déclinaisons linguistiques d'une même affiche, augmentant forcément les coûts de production, d'autre part par l'absence d'intérêt pour ce médium dans les écoles d'art appliqué en Suisse. Ailleurs, dans les grandes villes européennes, on pouvait compter sur les affiches «artistiques» imprégnées



Figure 5 : Edouard Elzingre (1880-1966), Sports d'hiver, 1905-10, lithographie, 104 x 76 cm. (Christie's N°9820)

d'une nouvelle esthétique — celle de l'Art Nouveau en France et en Belgique (Modern Style en Grande-Bretagne, Jugendstil en Autriche).

A partir de 1900, l'image prend le pouvoir sur le texte, et les affiches deviennent un outil de propagande efficace: il s'agit, pour l'industrie touristique, de faire rêver, de donner une identité à une région ou à un lieu, de mettre en appétit et de susciter le désir. On fera donc appel à des artistes dont le talent devra s'harmoniser aux goûts de l'époque, s'imprégner de nouveaux symboles et de nouvelles images (en vacances on est heureux et détendu, les montagnes sont vertigineuses, les lacs reposants, la nature préservée de l'industrialisation...).



Figure 6: John Graz (1881-180), Yverdon - Sainte-Croix, 1913, lithographie, 99 x 66 cm. (vente Christie's N°5958)

Nouveau siècle, nouvelle mode, nouveau style et... nouvel homme. Vers 1900, apparaît «le sportsman» qui pratique le ski, le tennis, le patinage, la luge, l'alpinisme (fig. 4, fig. 5). La femme devient de plus en plus présente à ses côtés et la mode s'empare de ce nouveau style de vie, relayé par la presse illustrée française.

L'histoire de l'affiche suisse marque un tournant en 1903, lorsque les Chemins de fer fédéraux nouvellement créés décident d'organiser un concours pour le choix de l'artiste qui réalisera leurs premières affiches. Ouvert à tous les créateurs résidant dans le pays et aux Suisses vivant à l'étranger, il

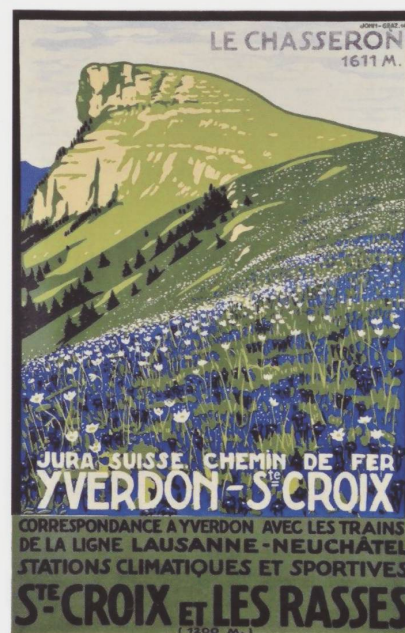


Figure 7: John Graz (1881-180), Yverdon - Sainte-Croix, 1914, lithographie, 99 x 66 cm. (vente Christie's N°5718)

visait à la réalisation de six affiches pour la promotion de différents sites. Autrement dit, la contrainte porte uniquement sur l'importance du paysage et il n'est nullement indispensable d'y insérer un train ou un pont ferroviaire. De nombreux artistes suisses de renom (parmi eux le jeune Charles L'Eplattenier) y participent, preuve que l'affiche constitue désormais un véritable enjeu esthétique. Le jury récompensera surtout des hommes de la jeune génération tels que Plinio Colombi, Edmond Bille ou encore Jules Courvoisier.

Si Chamonix – par exemple – vante autant son infrastructure que le pay-

sage à travers ses grands hôtels, palaces, casino, la Suisse préfère mettre en place une stratégie commerciale qui lui permet de se différencier de ses concurrents en vendant l'image d'un paysage vierge de toute présence humaine. Ni train, ni gare. Dans cet esprit, épinglons la splendide affiche bicolore pour le chemin de fer reliant Yverdon - Ste-Croix pendant les saisons d'hiver réalisée par John Graz en 1913 (fig. 6). Très décorative, l'image montre en gros plan des sapins croulant sous la neige, à l'apparence moelleuse de l'ouate. L'année suivante, c'est la saison d'été qui est mise à l'honneur par le même artiste (fig. 7). Le paysage est joyeusement verdoyant, le soleil caresse les hauteurs et les fleurs déploient leur corolle dans une prairie bleutée par la douceur de l'ombre.

Les affiches dans le Jura

Dès août 1903, la Société jurassienne de développement rêve d'une affiche susceptible de faire connaître le Jura bernois en dehors du canton. L'objectif est ambitieux: «il importe (...) de produire une œuvre belle et représentant la haute idée que nous avons de notre contrée». La mission est confiée à Orell-Füssli qui imagine une carte-affiche: le Jura bernois à vol d'oiseau. Le résultat est approuvé et des subsides cantonaux sont accordés. Malgré tout le budget nécessaire à

l'impression n'est pas atteint. En 1904, faire connaître le Jura ne semble pas une priorité. Un an plus tard, le projet est remis une nouvelle fois sur la table et un concours pour une seconde affiche est ouvert. Une seule directive: rendre de façon évidente l'ambiance du pays. Plusieurs projets sont soumis mais aucun d'eux ne séduit. Un nouvel appel aux artistes jurassiens est lancé afin de «trouver un placard concentrant, dans une vue unique, les beautés particulières de notre coin de pays». Pro Jura prend un certain retard sur la concurrence. Par exemple, la station de Sainte-Croix-Les Rasses à Yverdon lance une affiche sur les joies de la glisse dès 1905 (fig. 5). L'affiche, réalisée par Edouard Elzingre, met en scène de nombreux touristes dévalant une pente. Au premier plan, l'un des skieurs lève la main en guise de salut.

En 1919, Pro Jura lance un nouveau concours afin d'illustrer cette fois «L'été dans le Jura». Les maisons d'édition se désintéressent de l'offre, de sorte qu'il est fait appel aux professeurs de dessin et aux artistes de la région. Seuls deux artistes relèvent le défi et c'est le projet d'Armand Schwarz (1881-1958), alors professeur de dessin au Collège de Delémont, qui remporte les suffrages. Son projet initial représente un pâturage, des chevaux, une ferme jurassienne et une loge. Il lui est demandé d'apporter

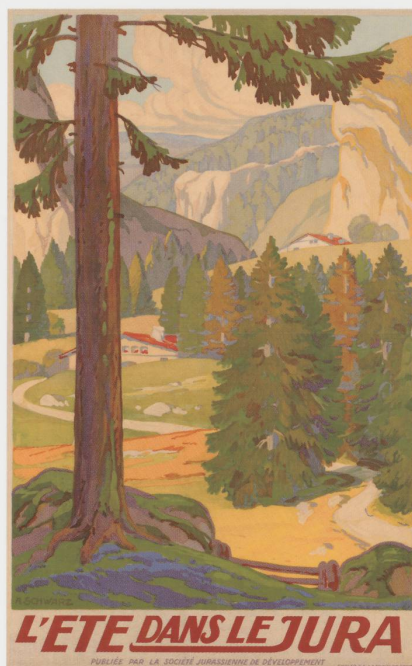


Figure 8: Armand Schwarz, *L'été dans le Jura*, 1920, litho couleur, 47 x 73 cm. Musée de l'Hôtel-Dieu, Porrentruy.

deux modifications: «l'adjonction d'une vache sur le pâturage et l'enlèvement (sic) d'une des dames figurant au premier plan». L'affiche (fig. 8), réalisée en 1920 et imprimée à 1000 exemplaires est aujourd'hui conservée au Musée de l'Hôtel-Dieu de Porrentruy. En définitive, l'image est construite à partir d'un axe vertical permis par le tronc élancé et droit d'un sapin dont on devine la ramure qui débord du cadre. A sa droite, en contrebas, une barrière définit un second plan. Plus bas encore, se dresse un pâturage doré où serpente une petite route menant à une ferme jurassienne typique: une façade blanche

chapeautée de son large toit à deux pans. De nombreux sapins touffus, déclinant les verts, les bruns et même les orangés se dressent autour d'elle. Plus loin, les roches et les montagnes barrent l'horizon. Une seconde ferme isolée apparaît encore et de gros nuages moelleux semblent posés sur la cime des monts évanescents. Exit la loge, exeunt la vache et les chevaux donc. D'une façon limpide, Armand Schwarz met donc en place deux éléments-clés de la future image identitaire du Jura: la ferme et le sapin. Finalement, l'humain est absent du paysage au profit d'une sensation de bien-être, de calme et de nature préservée des affres de l'industrialisation. Cette image se maintiendra pendant cinquante ans⁹.

Sports d'hiver

En 1920, la Société jurassienne de développement (Pro Jura) se dote d'une nouvelle affiche pour recommander le Jura bernois en hiver. Précédemment, la société avait utilisé une affiche générale pour célébrer les joies du sport d'hiver sur laquelle elle avait l'autorisation de coller un bandeau reprenant le nom des stations du Jura capables d'offrir les sports de glisse. Cette fois, l'opportunité de glorifier le Jura blanc est à portée de main. En plus de l'affiche, la société espère éditer un album *L'hiver dans le Jura*. Si celui-ci mettra presque quinze ans à



Ces quatre projets (fig. 9 à 12) – totalement inédits et conservés au M.J.A.H. de Delémont – nous sont parvenus d'une manière amusante. Ils font partie du Fonds Joseph Beuret-Frantz, qui les a conservés, soit par goût, soit pour affiner sa propre maîtrise du dessin.

La conservation exceptionnelle de ces quatre projets nous permet d'échafauder plusieurs hypothèses. D'abord, cet ensemble démontre l'imagination de l'artiste capable de décliner un même thème. Ensuite, il témoigne de son professionnalisme et de sa volonté d'emporter le marché. Et enfin, il permet d'imaginer les desseins des membres de la Société jurassienne de développement (Pro Jura) qui ont dû choisir une image, celle qui fut considérée comme la plus représentative de leur ambition pour le Jura.

Figure 9: Edouard Elzingre, projet d'affiche « Sports d'hivers – Jura bernois », vers 1920, aquarelle, 32,5 x 21 cm, Musée jurassien d'art et d'histoire, Delémont. Projet retenu pour l'affiche définitive.



Figure 10: Edouard Elzingre, projet d'affiche N° 1
« Sports d'hivers – Jura bernois », vers 1920,
aquarelle, 32,5 x 21 cm, Musée jurassien d'art
et d'histoire, Delémont. Ce deuxième projet
(non retenu) accentuait l'idée de détente et de
convivialité. L'affiche se présente comme une
gravure de mode: une jeune femme perchée
élégamment sur ses skis regarde le spectateur.
Elle est accompagnée d'un groupe d'amis.
Derrière elle une luge et un personnage vu de dos
que l'on devine méditatif.



Figure 11 : Edouard Elzingre, projet d'affiche « Sports d'hivers – Jura bernois », vers 1920, aquarelle, 32,5 x 21 cm, Musée jurassien d'art et d'histoire, Delémont. Ce troisième projet, non retenu, souligne l'esprit familial des lieux, il s'agit également d'un projet où l'artiste a soigné la composition. Au premier plan se dressent un couple de skieurs vus de dos. Au milieu de l'image une famille s'amuse à construire un bonhomme de neige. Un couple de marcheurs avance vers eux. Au loin, apparaissent la ferme et les sapins. L'image dévoile une ambiance plus familiale, plus ludique, plus décontractée aussi. L'artiste est parvenu à insérer tous ces éléments grâce à une composition assez réussie en diagonale. En effet, une ligne oblique formée par les skis de l'homme et la pelle du jeune homme permet à l'artiste d'insister sur l'illusion de la profondeur tout en dégagant un bel espace pour le lettrage. La clarté de la lumière est accentuée afin d'associer le réconfort de la lumière aux plaisirs de la neige.

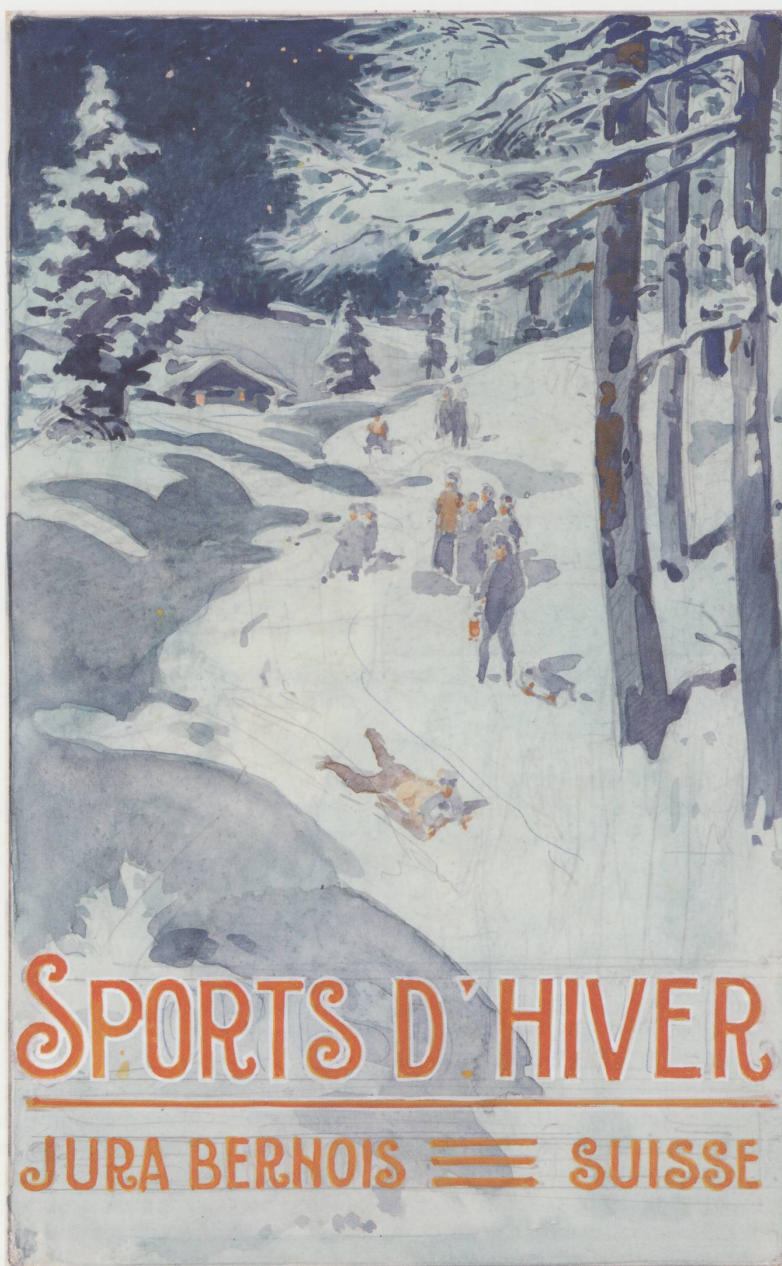


Figure 12: Edouard Elzingre, projet d'affiche « Sports d'hivers – Jura bernois », vers 1920, aquarelle, 32,5 x 21 cm, Musée jurassien d'art et d'histoire, Delémont. Projet non retenu.

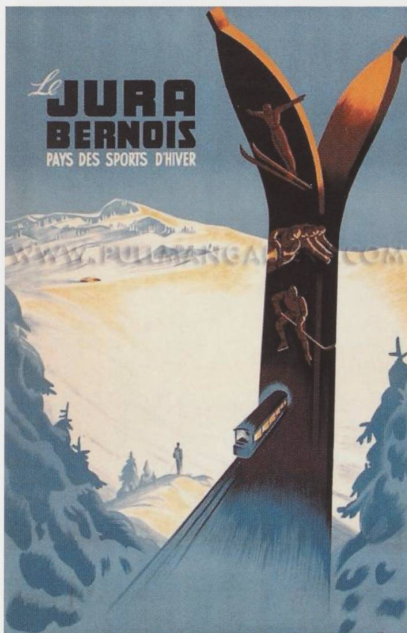


Figure 13: René Bleuer, *Le Jura Bernois*, 1939, affiche, Musée Hôtel-Dieu, Porrentruy.

voir le jour, l'affiche «Sports d'hiver» (fig. 9) réalisée par Edouard Elzingre (1880-1966)¹⁰ remporte l'adhésion sur-le-champ. L'image est construite comme celle de Schwarz: un tronc nu se dresse à gauche de l'image et permet une vue plongeante sur la nature. On retrouve les sapins vêtus de blanc et la ferme typique des Franches-Montagnes. Mais cette fois, une foule de gens prennent plaisir à se détendre ou à faire de la luge. Au premier plan, une jeune femme se tient au tronc d'arbre, perchée sur sa paire de skis. Si le public est totalement absorbé par les scènes de luge, la jeune femme nous regarde. Elle semble poser pour un photographe qui prendrait une

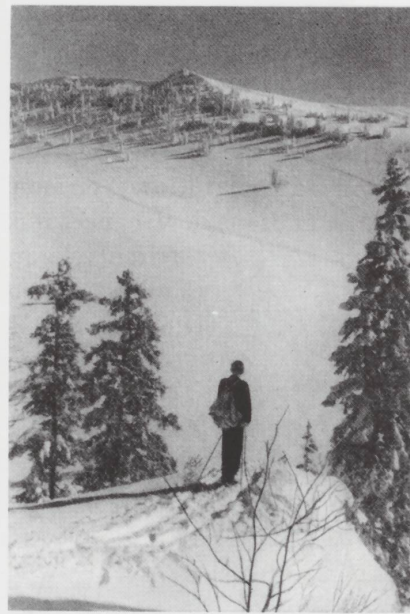


Figure 14: Pierre Nicolet de Saint-Imier, *Ski à Chasseral*, photographie, vers 1938.

photo souvenir. Elle porte une robe courte, un élégant manteau rouge et un charmant chapeau blanc. Elle sourit. Un léger vent soulève son foulard. Et le soleil dessine son ombre gracieuse sur la neige, qui ne signifie donc pas froidure. Le jeune Edouard Elzingre s'impose déjà en redoutable communicateur. D'abord trois tons dominant: le blanc de la neige, le gris bleu des ombres et des troncs de sapin et l'orangé du ciel. La tenue rouge de la jeune femme accroche immédiatement le regard. Sa présence au premier plan dit deux choses essentielles. D'une part, les femmes «modernes» sont les bienvenues et d'autre part, malgré la foule derrière elle, chacun

peut disposer de l'espace dont il a besoin. Elle apporte une touche d'élégance et de grâce dans un sport traditionnellement masculin, voire viril. À épingle, le lettrage nécessaire apparaît sur le fond blanc, formé par l'épais tapis neigeux.

En 1939, paraît une affiche (fig. 13) réalisée par le talentueux René Bleuer (1896-1977) dont le résultat visuel est une splendeur qui bouscule les codes établis de l'affiche des années 1930. Bleuer reprend l'idée d'une forme élancée servant d'axe vertical à l'image. Au lieu de répéter le motif du tronc (comme Schwarz ou Elzingre), il plante une paire de skis géants dans la neige. Bleuer va se servir de cette métaphore pour désigner les montagnes où l'on peut faire du saut, du bob et du hockey. Au passage, le Jura reprend son identité «masculine»: hockey, bobsleigh et saut y ont une connotation clairement tonique et virile. Peut-être Bleuer avait-il vu l'affiche d'E. Bohm¹¹ pour le concours de tremplin des Combattes organisé à Tramelan en 1934.

Avec cette image, l'artiste installe l'idée que le Jura est l'endroit où l'on plante ses skis. En bas des planches, il dessine un funiculaire qui entre ou qui sort d'un tunnel: Bleuer prolonge la métaphore ski/montagne et insiste sur l'accessibilité du lieu. Le train et le skieur planant ajoutent une idée de vitesse et donc de modernité: le Jura

s'inscrit dans son siècle. Cette idée de skis plantés dans la poudreuse et ouvrant la route est à ce point moderne, qu'on la retrouve dans une affiche d'Henri Aragon réalisée en 1946 pour l'Ecole suisse de ski de Mont-Soleil sur Saint-Imier¹².

Mais le génie de Bleuer ne s'arrête pas là, si cet axe rassemble symboliquement les idées de sport, de vitesse et de modernité, tout le reste de l'image n'est que silence, calme, pureté de l'air, solitude du promeneur en parfaite osmose avec l'immensité d'une nature préservée. Il s'est probablement inspiré d'une photographie du début du siècle prise à Chasseral (fig. 14), où un skieur, sac au dos observe les sommets enneigés.

Le jeune homme a également l'idée de mettre en évidence – par un épais graphisme – les mots «Jura bernois» (et non plus «sports d'hiver», comme l'avait fait Elzingre). De fait, l'image parle d'elle-même, et insister sur les sports d'hiver s'avère redondant du strict point de vue de la communication. Par contre, l'information utile et indispensable est le lieu où tout se passe : le Jura bernois. Car si le sapin et la ferme (vue au loin) sont bien les symboles du Jura, ils ne sont pas parlants pour le commun des mortels : on trouve des sapins dans toute l'Europe septentrionale et la ferme isolée ponctue le paysage de chaque côté de la frontière franco-suisse.



Figure 15 : brochure touristique Visitez le beau Jura bernois, n.d., Mémoires d'Ici, Fonds Pro Jura.

Le Jura est une femme

En 1919, le peintre Armand Schwarz avait été prié d'éliminer une des dames de son affiche dite «Le Jura en été». Il est amusant d'observer que l'image de la femme reviendra dans son travail d'affichiste. En 1922, elle est l'unique sujet de l'affiche¹³ pour la première exposition jurassienne de peinture, sculpture, gravure à Delémont¹⁴.

L'artiste delémontain dépeint une jeune paysanne, vêtue d'un bonnet de tissu noué par un ruban mauve, d'un châle vert rentré dans le corset de la robe, d'un petit gilet sans manche

VISITEZ LE BEAU JURA



CHEMINS DE FER FÉDÉRAUX

Figure 16 : A. Rosselet, Visitez le beau Jura, 1948, litho, 70 x 100.

bordeaux, d'une chemise aux manches bouffantes s'arrêtant aux coudes. La demoiselle porte au bras gauche un panier en osier rempli de fleurs. Deux ans plus tard, la belle Jurassienne réapparaît aux bras musclés de jeunes gymnastes couverts de lauriers à l'occasion de la Fête cantonale bernoise de Gymnastique à Delémont. En 1935, Pro Jura se propose de fixer les normes du costume jurassien car il existait «vraiment trop de fantaisie dans les groupes costumés représentant le Jura dans les cortèges officiels». Il est demandé à Armand Schwarz de préparer des projets. Un an plus tard, Schwarz est en mesure de présenter

une douzaine de modèles. Le comité des costumes en choisira trois: le premier pour le *Jura-Sud*, le deuxième pour le *Jura-Nord* et le troisième pour l'Ajoie. En 1937, plusieurs autres costumes sont réalisés, dont un pour La Neuveville et un pour Laufon. En 1938, un ensemble de quatre-vingt cinq Jurassiens participent à la Journée des costumes romands à Lausanne et, en 1939, naît l'Association des Vieilles Chansons et Costumes jurassiens. Celle-ci n'aura que peu de temps pour se réjouir: la guerre est déclarée.

En 1948, la question de l'identité jurassienne est au centre de l'activité de Pro Jura, qui a d'ailleurs pris l'initiative de la création d'un drapeau jurassien. Cette année-là, les CFF publient une affiche «Visitez le beau Jura». Elle est l'œuvre d'A. Rosselet (fig. 16). Elle met en scène une jeune femme en costume traditionnel «bernois» marchant vers le spectateur. Derrière elle, s'élèvent quatre vigoureux sapins. La jeune femme porte un large chapeau en osier, un long tablier à rayures sur sa longue jupe. Seul le panier en osier garni de fleurs rappelle le premier dessin de Schwarz. On retrouve ce costume «plus bernois que jurassien» sur une photographie qui fait office de page de couverture de la brochure *Visitez le beau Jura* conservée à Mémoires d'ici (fig. 15).

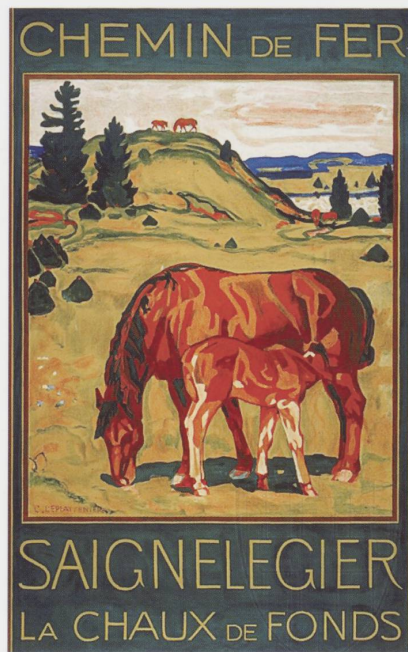


Figure 17: Charles L'Eplattenier, *Chemin de fer Saignelegier La Chaux-de-Fonds*, affiche, 1932.

L'arrivée du cheval

Dès septembre 1928, Pro Jura envisage un monument «rendant hommage à ceux qui, par de longs efforts, avaient obtenu un type de cheval faisant honneur au pays». Un projet réalisé en plâtre par Charles L'Eplattenier fut soumis à l'approbation du comité. Mais une sévère crise économique sévissait dans la région et l'idée d'un monument en l'honneur du cheval du Jura fut jugée trop onéreuse et donc abandonnée. Néanmoins, le sculpteur célébrera le cheval en 1932 avec une affiche vantant les Chemins de fer reliant Saignelégier à La Chaux-

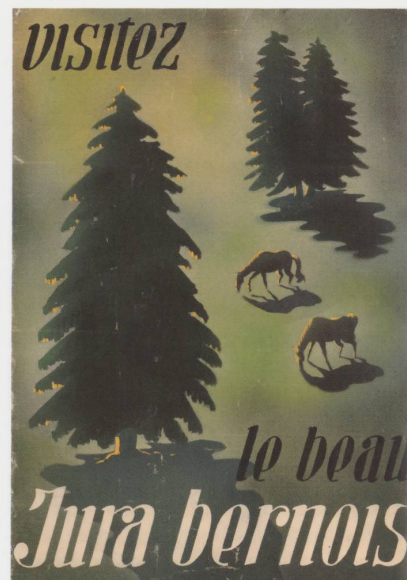


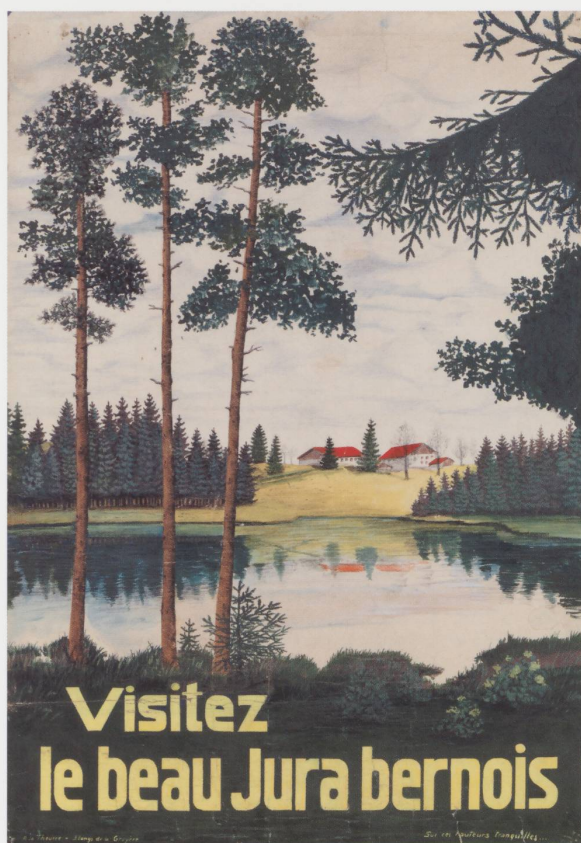
Figure 18: Etienne Bueche, «Visitez le beau Jura bernois», 1940-1950, Peinture-gouache, Delémont, Musée jurassien d'art et d'histoire.

de-Fonds. L'huile qui servit à la réalisation de l'affiche est exposée au Musée jurassien d'art et d'histoire à Delémont. Au premier plan, on y voit une jument nourrissant son poulain. L'homme est absent de cette terre idyllique qui s'étend jusqu'à une ligne ondoyante et bleutée, formée par les monts, véritables «dignes du ciel»¹⁵. Il faut du temps pour s'apercevoir qu'une mère et son petit paissent en haut de la colline. La terre nourrit le cheval qui, à son tour, nourrit sa descendance. Nulle barrière, les animaux vivent ici en liberté. Les prés resplendissent de vitalité et les sapins ponctuent le paysage de leur verticalité.

Quant aux bêtes, elles respirent la santé, le peintre ayant sublimé, suraccrue la brillance de leur robe.

Le cheval n'est pas seulement une image de l'animal noble par excellence (statut auquel les peintres anglais¹⁶ ont pu l'élever à la période romantique par exemple), il est aussi un enjeu économique et patriotique. Claude Hauser souligne, en effet, que c'est « sous la pression déterminante des milieux de l'élevage, (...) que l'image du cheval s'impose dans la promotion régionale jurassienne au cours des années 1930 »¹⁷. Saignelégier, devient à cette époque « LE » Marché-Concours du cheval.

En 1937, Pro Jura réfléchit à l'opportunité de créer de nouvelles affiches faisant du Jura bernois le synonyme du pays des sports d'hiver. Un concours a récompensé quatre artistes et c'est le deuxième prix – Étienne Bueche (1916-2002), alors étudiant ingénieur à Saint-Imier qui voit son projet *Visitez le beau Jura bernois* être édité en 1939. Étonnement, le sapin et le cheval paissant au soleil l'emportent sur les sports de glisse et l'épais tapis neigeux. La grande innovation de l'affiche est le point de vue pris par l'artiste, un point de vue presque aérien. Quant au traitement de l'image, il est minimaliste : le vert domine et le soleil crée un double jeu de silhouettes : les pins et leur ombre. Malheureusement le cœur de l'Euro-



Auteur inconnu, *Visitez le beau Jura bernois*, vers 1940, maquette à la gouache réalisée par l'imprimerie Frossard à Porrentruy, 100 x 69 cm. Collection du Musée de l'Hôtel-Dieu – Porrentruy (MHDP)

pe n'est pas à la fête et l'affiche sert à décorer Foyers du soldats et cantonnements.

Outre le fait qu'il est utile, le cheval a ceci de magique qu'il peut incarner deux idées contradictoires : la force tranquille quand il pâit dans les prés et l'énergie, la force motrice, quand il s'élance au galop. Prenez la couverture de *Mon beau Jura* illustrée par Laurent Boillat¹⁸ ou l'affiche dessinée par Hans Erni¹⁹ pour le concours hippique de Tramelan et la dualité s'illustre

d'elle-même. C'est la première image que va préférer Pro Jura et ce sur plus de vingt ans. En témoigne cette publicité pour le Jura Bernois paru dans la *Revue Suisse Romande*, Vie, de 1954 où les chevaux broutent tranquillement devant une ferme et une rangée de sapins. Un poulain, immobile et serein au centre de l'image, fixe le photographe et forcément le touriste à venir.

Isabelle Lecomte

Notes

¹ De 1903 à 2003, Pro Jura a évalué à cinq millions, le nombre de documents présentant le Jura touristique édités par ses soins.

² La carte postale a été inventée en Allemagne en 1865 par le Docteur Stephen, Conseiller d'Etat aux postes. Elle apparaît en Suisse cinq ans plus tard. Les premières cartes reprenant une photographie datent quant à elles de 1892. Vers 1900, on compte déjà les premiers collectionneurs et clubs cartophiliques dans les grandes villes.

³ Cette brève présentation reprend les informations fournies par le rapport de Cédric Humair et Laurent Tissot, *Le tourisme suisse et son rayonnement international (XIX^e-XX^e siècles)*, Lausanne, Éditions Antipodes, 2011.

⁴ La brochure de 1892 contenait la description de 40 refuges. En 1928, le Club alpin publie un impressionnant ouvrage, bilingue, comprenant 107 cabanes photographiées et associées à une carte topographique. Tout un marché éditorial se met donc en branle, comme par exemple, l'ouvrage de Marcel Kurz, *L'Alpinisme hivernal* mais aussi *l'Alpina* et *l'Écho des Alpes*.

⁵ Et, soulignons-le, l'entrée dans les mœurs des voyages scolaires. Par exemple, c'est en 1953 que le Progymnase (aujourd'hui Collège) de Delémont organise son premier camp de ski à Crans-sur-Sierre

pour 129 élèves et tout le corps enseignant.

⁶ Pas seulement dans les créneaux touristiques (comme les musées, les offices de tourisme, les hôtels, ...) mais aussi dans les écoles. Les statuts prévoient aussi que tous les moyens de communication doivent être optimisés, y compris la presse, la radio et la télévision.

⁷ L'occasion de rappeler deux ouvrages de référence :
- *«Évolutions, Cent ans de loisirs et de progrès en pays jurassien*, Pro Jura, Moutier, 2003.

- Pierre Rebetez, *PRO JURA 1903-1978*, Pro Jura, Moutier, 1978.

⁸ Pour aller plus loin, consultez les ouvrages spécialisés de Jean-Charles Giroud :

- *L'art nouveau et l'affiche suisse*, P. Cramer éditeur, Genève, 2006.

- *L'affiche en Suisse romande durant l'entre-deux guerres*, Genève, Association des Amis de l'Affiche suisse, 1994.

- *Un siècle d'Affiches suisses de sport d'hiver*, P. Cramer éditeur, Genève, 2006.

⁹ L'affiche pour Chasseral réalisée en 1963 à partir d'une photographie de Jean Chausse (1909-1997) illustre cette pérennité. «L'affiche dans le Jura», *Intervalles* N°57, 2000, fig.16, p.36.

¹⁰ Pour aller plus loin : Jean-Charles Giroud, *Edouard Elzingre (1880-1966)*, Genève, P. Cramer éditeur, 1998. Né à Neuchâtel, Edouard Elzingre (1880-1966) passe ses jeunes années à Porrentruy. Agé de quinze ans, il

suit les cours de Charles l'Eplattenier à La Chaux-de-Fonds mais subit l'influence de Ferdinand Hodler. Dès 1900, il illustre de nombreux manuels rédigés par son père Henri Elzingre : *Cours d'Histoire de la Suisse, Cours de géographie – le canton de Berne* ou *La Suisse*. A partir 1906, il travaille pour l'imprimerie Atar à Genève.

¹¹ «L'affiche dans le Jura», *Intervalles* N°57, 2000, fig.75, p.67.

¹² «L'affiche dans le Jura», *Intervalles* N°57, 2000, fig.17, p.37.

¹³ «L'affiche dans le Jura», *Intervalles* N°57, 2000, fig.1, p.29.

¹⁴ «L'affiche dans le Jura», *Intervalles* N°57, 2000, fig.66, p.62.

¹⁵ Gérard Bregnard.

¹⁶ Revoir en priorité les tableaux de George Stubbs (1724-1806).

¹⁷ Claude Hauser, *Les 7 Clichés capitaux*, M.J.A.H., Delémont, 2012, P.108.

¹⁸ Se souvenir que ce livre de classe a été publié par Pro Jura en 1946. Le graveur Laurent Boillat y fixe les trois «clichés capitaux» : ferme-sapin-cheval.

¹⁹ Reproduite dans «L'affiche dans le Jura», *Intervalles* N°57, fig.64, p.61. Voyez aussi *Les Chevaux*, une huile sur toile (1930) de Coghuf à l'Espace Courant d'Art.

-de-
er.
s
la
ou
nerie

,
,
,
,
,

ps

d.,

ar
e les

ISSN 2296-0856