

TRANSATLANTIQUES

L'ÉPOPÉE GRAPHIQUE DES PAQUEBOTS DE LÉGENDE

Non, vous ne verrez pas que des bateaux. L'exposition présentée au Musée de l'imprimerie vous emporte beaucoup plus loin : sur l'océan d'imprimés de toutes sortes qui accompagnent la création et l'essor des compagnies transatlantiques et de leurs croisières.

De l'étiquette de bagage au menu de gala, de l'affiche grand format à la plaquette de luxe, du menu pour chien sur le paquebot France à la coupe longitudinale du Normandie, du bordereau d'embarquement au journal quotidien imprimé à bord, voici les croisières comme vous ne les avez jamais vues, avec leur cortège spectaculaire de trésors graphiques et visuels en tous genres.

L'Association French Lines (Le Havre) - qui collabore à l'exposition - et des collectionneurs privés ont ouvert leurs archives, pour vous dévoiler ces documents rarement sortis des réserves. Vous admirerez aussi des maquettes de paquebots, de la vaisselle et des objets utilisés sur les grandes traversées.

Embarquement du 19 avril au 1^{er} septembre 2013 !!

LE TEMPS DES GRANDS NAVIRES

Les frères Péreire négocient pour obtenir de l'État des aides pour lutter à armes égales contre la concurrence anglo-saxonne, dont les navires postaux subventionnés ou « packet boats » (racine de notre mot français paquebot), sillonnent les mers. Les Péreire ouvrent un chantier naval près de Saint Nazaire. Après le *Washington* et la *Louisiane*, deux fleurons du transport de fret, puis *La Provence* (1905-1906), la CGT construira des bateaux de croisières destinés au transport de passagers, en plein essor. Après le *France* (1912), *L'Île de France* (1925) sera le premier paquebot à présenter des aménagements dans

le style Art Déco. Architectes et décorateurs travaillent désormais à peaufiner un art typiquement français, celui de l'architecture des grands navires, hissés au rang d'ambassadeurs de la nation sur l'eau. Le *Normandie* (1935) sera le plus beau paquebot que la France ait jamais lancé sur les mers.

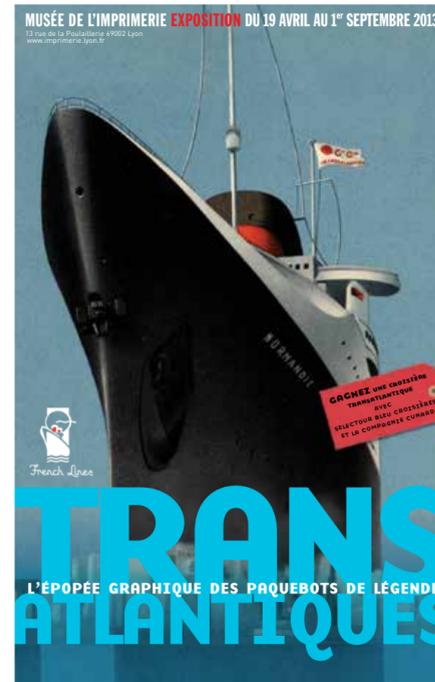
LES PASSAGERS, CES ROIS DES MERS

Le transport de passagers devient l'un des piliers de la santé financière des lignes maritimes - en complément des services postaux. Après les flux est-ouest, liés à l'émigration, les compagnies maritimes doivent inventer l'art de recevoir en

UNE PETITE HISTOIRE DES CROISIÈRES

Dans les années 1855, les frères Émile et Isaac Péreire, déjà impliqués dans les transports ferroviaires, rêvent d'Amérique. Ils fondent une compagnie maritime qui deviendra en 1861 la Compagnie Générale Transatlantique. D'abord dédiée au fret, puis aux services postaux, la Compagnie transporte bientôt des passagers, dont les émigrants pour l'Amérique du Nord ; ils seront 34 millions entre 1820 et 1920 à voyager sur toutes les compagnies. Le *Washington*, paquebot en fer à trois mats, aura été le premier bateau des frères Péreire, assurant la liaison postale Le Havre - New York à partir de 1864. Le *Napoléon III* s'élancera en 1866 sur cette ligne prestigieuse qui prendra le nom de French Line et restera associée à l'activité de la CGT.

mer avec une nouvelle clientèle riche, habituée au confort et au luxe, particulièrement exigeante. Ce développement de la clientèle de passagers individuels se poursuit dans un contexte de concurrence féroce entre les lignes internationales, notamment allemandes et britanniques, particulièrement la compagnie Cunard. Fondée en 1838 par Samuel Cunard, homme d'affaires canadien, la compagnie Cunard sera l'un des leaders du marché transatlantique et continue à sillonner les océans. Le *Lusitania*, le *Queen Mary 1* et 2, le *Queen Elisabeth*, le *Queen Victoria* sont quelques-uns de ses vaisseaux emblématiques.



SÉDUIRE LA CLIENTÈLE

Le temps des fastueuses campagnes de publicité s'ouvre pour la Compagnie Générale Transatlantique, qui peaufine son image non seulement auprès du public, mais aussi des investisseurs comme l'État.

La présentation des informations commerciales sous forme de chiffres, de listes de prix, d'horaires, etc., devient également un enjeu important à partir du milieu du XIX^e siècle. Pour faire face à la concurrence, les compagnies transatlantiques doivent multiplier les informations auprès des passagers et clients potentiels mais aussi à destination de leur propre personnel pour une meilleure efficacité.

LA CROISIÈRE S'AMUSE

Dans cet espace luxueux mais fermé qu'est le paquebot, les passagers les plus aisés cherchent le divertissement et des plaisirs dignes de leur statut social.

D'un quai à l'autre, la traversée doit être une

semaine de festivités, où chaque homme doit se sentir un gentleman et chaque femme une lady. De la salle de gym au salon de massage, du thé dansant au dîner de gala, de la séance de cinéma au spectacle de music hall, un personnel attentionné et compétent vous suit pas à pas, telle Mme Hasfed, femme de chambre polonaise sur le Normandie, qui parle cinq langues.

La Compagnie publie chaque année un luxueux album illustré de gravures, sujets artistiques, culturels et touristiques, et quelques informations pratiques dont les mises en page sont soignées et bien plus élégantes que des pages équivalentes dans des documents de communication courants. La publicité y figure en bonne place, on y trouve ainsi des annonces trilingues pour l'eau minérale de Contrexéville ou pour le grand magasin Au Bon Marché.

LE PAQUEBOT, UNE ENTREPRISE À PART ENTIÈRE

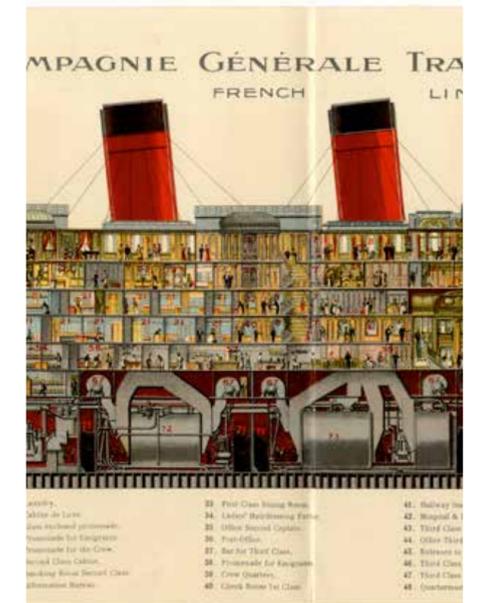
Sous le « maître après Dieu » qu'est le commandant de bord s'agit une foule d'hommes et de femmes chargés du bon déroulement de la croisière. Sur le dernier *France*, il n'y avait pas moins de 160 cuisiniers, 18 pâtisseries, 8 boulangers et autant de bouchers. À 10 mètres sous la flottaison, le mécanicien a aussi son rôle à jouer au même titre que le responsable des télécommunications, l'aumônier, le médecin, l'infirmière, le marmiton, le serveur, la coiffeuse ou le maître-imprimeur embarqués. Cette équipe fortement hiérarchisée requiert une organisation sans faille, chacun porte l'uniforme attaché à sa mission. On imagine la gestion d'un personnel aussi divers qu'il faut habiller, nourrir, loger, rémunérer, complimenter ou blâmer. Personnel qui, lui aussi, est à la tâche pour organiser tous les aspects de la vie à bord. Pour le voyage du *France* de septembre 1974, on a embarqué pas moins de 7 508 draps, 23 165 serviettes éponges blanches, 3 588 torchons de cuisine, sans oublier les milliers de bouteilles de grand vins, champagne, liqueurs et les réserves pleines à craquer de homards, turbots, truffes, et autres bœufs gras...

Dans le sillage des grandes traversées, s'étend une marée d'imprimés administratifs,

indispensables à une bonne gestion, véritable océan de paperasses qui feront travailler de multiples graphistes et imprimeurs.

POUR LES ARTISTES, UNE INÉPUISABLE SOURCE D'INSPIRATION

Dans un contexte de concurrence internationale impitoyable, il faut expliquer et séduire, bref, communiquer. La Compagnie Générale Transatlantique ne lésine pas sur les moyens et s'entoure des plus grands artistes. Cassandre épure les lignes du *Normandie*, chef-d'œuvre de l'affiche française. Albert Sébille se révèle un talentueux artiste « maison », qui réalise pour la CGT, dans les années vingt, des dizaines d'affiches. Jean Auvignier mélange avec brio photographie et dessin, tandis que Marc Brancart, René Bouvard, Jean Colin, Paul Iribe, Wilquin ou Ternat travaillent pour des affiches ou des brochures de prestige qui sortent des meilleures ateliers d'imprimerie ou des presses mêmes de la Compagnie Générale Transatlantique.

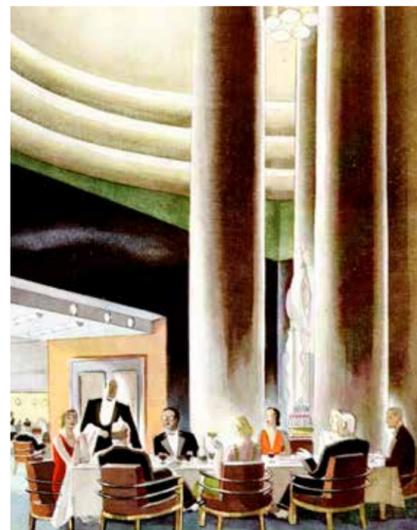


UNE CROISIÈRE À GAGNER AVEC NOS PARTENAIRES SELECTOUR BLEU CROISIÈRES ET COMPAGNIE CUNARD

En participant au tirage au sort organisé dans le cadre de l'exposition, gagnez une croisière transatlantique port - port Southampton - New York à bord de Queen Mary 2 de la compagnie Cunard, prêt et post acheminement à la charge du gagnant. Départs proposés les 12 novembre ou 15 décembre 2013 ; réservation à effectuer au plus tard le 30 septembre 2013.

Règlement du jeu sur le site du Musée de l'imprimerie www.imprimerie.lyon.fr et chez Me Stéphane Veque, huissier de justice, SCP MOLHO-MASSART-MISRAHI-RIBOULET-BRUN-VEQUE, 31 rue Grenette - BP 2073, 69226 Lyon cedex 02, Tél. + 33 (0)4 78 37 37 14.

Tirage semaine du 2 au 8 septembre



DANS LES PETITS PAPIERS DES GRANDS PAQUEBOTS

Une conférence de **Clémence Ducroix**, responsable scientifique de l'Association French Lines (Le Havre) et **Alan Marshall**, directeur du Musée de l'imprimerie, commissaires de l'exposition. **22 avril 2013 à 18h15, Archives municipales, 1 place des Archives 69002 Lyon, entrée libre.** Avec le soutien des Amis du Musée.

Activités autour de l'exposition sur www.imprimerie.lyon.fr

Musée de l'imprimerie

13 rue de la Poulallerie 69002 Lyon - www.imprimerie.lyon.fr

