

# **CARTELLS TURÍSTICS**

## **MONTECARLO- MONTFERRANT**

*Del llegat artístic dels anys 20 fins a l'era digital*









**CARTELLS  
TURÍSTICS**

**MONTECARLO-  
MONTFERRANT**

*Del llegat artístic dels anys 20 fins a l'era digital*



**JOAN MARTÍ GARGALLO,**  
Comissari de l'exposició

“*Cartells turístics Montecarlo-Monferrant*” és una exposició que pretén fer un viatge des dels barris costaners de *Montecarlo (Mònaco)* fins a *Monferrant (Blanes)*. I tot embolcallat amb la mar *Mediterrània* com a protagonista, i el cartellisme com “aparell” de navegació.

La idea és que el visitant faci un viatge als bojos anys 20 en una *França* pionera en l'àmbit publicitari. Per comprendre l'efervescència del cartell com a mitjà de comunicació, cal entendre el context artístic i social de l'època. Diferents artistes van començar a ser contractats per les principals companyies de transport ferroviari, aeri i marítim, per tal de promocionar diferents destinacions turístiques. Amb força enginy, aquests artistes van aplicar en les seves obres l'estil geomètric dels diferents llenguatges artístics de l'època com el cubisme, el futurisme i el constructivisme. El resultat va ser una gran quantitat d'obres durant el període artístic conegut com d'entreguerres, i què, amb el pas del temps, es convertiren en peces gràfiques plenes de vida, amb una gran riquesa visual i colors vibrants, i que per moltes generacions d'artistes actuals, segueixen sent una font d'inspiració un segle després.

La proliferació de cartells lligats al turisme també s'ha d'emmarcar dins del context social de l'època, i que casualment, presenta certs paral·lelismes amb la dècada actual. La societat tenia moltes ganes de viure, consumir, passar-ho bé i oblidar com més aviat millor les desgràcies d'un passat recent, com van ser la *Gran Guerra* i la pandèmia de la *Grip espanyola de 1918*. S'expandien les fàbriques en plena revolució industrial. El consum i l'oci vivien temps gloriosos, ja que apareixien les primeres opcions del pagament per quotes. En l'àmbit femení hi havia importants avenços i reivindicacions. A l'*Europa post-Primera Guerra Mundial* continuava la inestabilitat econòmica i política en forma de populismes.

Del llegat artístic i social d'aquella època ha nascut la voluntat de realitzar aquesta exposició, amb l'única intenció que el visitant se senti com un turista de primera classe a través d'un viatge per la costa mediterrània francesa i la *Costa Brava catalana*.





# INDEX

- 10 Monaco Montecarlo
- 11 Montecarlo
- 12 Beausoleil
- 13 La Corne d'Or
- 14 Villefranche sur Mer
- 15 Nice-Coni
- 16 Antibes (1928)
- 17 Antibes (1930)
- 18 Agay
- 19 Sainte Maxime
- 20 Hyères (1925)
- 21 Hyères (1931)
- 22 Bandol (1930)
- 23 Bandol (1932)
- 24 Marseille (1922)
- 25 Marseille (1929)
- 26 Marseille a Menton
- 27 La Côte Vermeille
  
- 28 Jardí botànic Marimurtra, Blanes
- 30 Castell de Sant Joan, Blanes
  
- 32 Crèdits



**ROGER BRODERS, 1920**

78 x 107 cm

## MONACO MONTECARLO

Un dels primers cartells de Roger Broders produït l'any 1920. La influència del corrent artístic *Art Nouveau* queda palesa en la proliferació d'elements florals en la porxada del primer pla. Més endavant el mateix autor evolucionarà el seu estil cap a l'*Art Déco*. El predomini floral de color vermell denota passió, però també un cert punt d'artificialitat *kitsch*.

L'autor ens convida a acompanyar la noia, sola i cansada, per sota la porxada per arribar a unes escales que descendeixen cap a uns jardins i després cap a una ciutat saturada. Ja en el fons, s'aprecia un gran port que banya la ciutat. Es tracta d'un cartell certament melancòlic, ja que la noia s'avorreix tot i els estímuls florals del seu entorn.



**ROGER BRODERS, 1930**  
 63 x 100 cm  
 Col·lecció MATOU AF 8070

## MONTECARLO

La mirada dels personatges en primer pla guien a l'espectador cap al conjunt de les pistes de tennis. La composició en tres plans és força present, gairebé extralimitant-se. El conjunt del cartell denota una societat de classe alta, amb gustos exclusius, la qual combina el culte a l'esport amb la sofisticació i el luxe. El cartell mostra aquesta sensació al·tiva en

un dels barris més exclusius i populars de Mònaco. Roger Broders aplica l'estil Art Déco per representar les figures humanes. En els dos personatges del primer pla s'hi afegeix, de forma subtil, el reflex de la llum del sol. Detalls que demostren que l'autor està en la plenitud de la seva carrera, amb una tècnica de dibuix i composició del tot depurada.



**ROGER BRODERS, 1929**  
62 x 100 cm

## BEAUSOLEIL

Aquest municipi ubicat als Alps marítics és conegut com el “*Monte-Carlo Superior*” per la seva ubicació limítrofa amb el *Principat de Mònaco*. La fisonomia del municipi té un clar caràcter italià i la seva flora mediterrània destaca en cada racó. Aquests trets característics queden perfectament transmesos per l'autor del cartell i els seus tres plans. Per començar

una gran vegetació de tonalitats fosques predomina el primer pla. En el centre s'apliquen diferents tonalitats càlides en els terrats de les cases. I al fons, el principat de *Mònaco* i el mar de fons que ajuden a tancar el cartell, amb una paleta cromàtica força reduïda. Cal destacar l'absència de figures humanes i embarcacions en el paisatge.



**ROGER BRODERS, 1930**  
62 x 100 cm  
Col·lecció MATOU AF 6252

## LA CORNE D'OR NICE · VILLEFRANCHE · MONACO PAR LA NOUVELLE CORNICHE

### LA CORNE D'OR

Obra que destaca per la seva força pictòrica i colorista. En aquest cartell predominen els tons saturats de blau i taronja, per tal de suggerir la llum i l'ambient d'estiu a la Côte d'Azur. També destaquen les diferents tonalitats de verds en els tres plans de la composició. Per emfatitzar la perspectiva que en Broders domina a la perfecció, l'autor descarta

aplicar contorns al fons del cartell, provocant que l'illa es dilueixi en l'horitzó. Les línies i angles rectes dels elements arquitectònics del primer pla contrasten amb les formes curvilínies dels elements de la natura. En aquest cartell no apareixen persones ni vaixells, per tal de no alterar un paisatge que sembla immortalitzat en el temps.



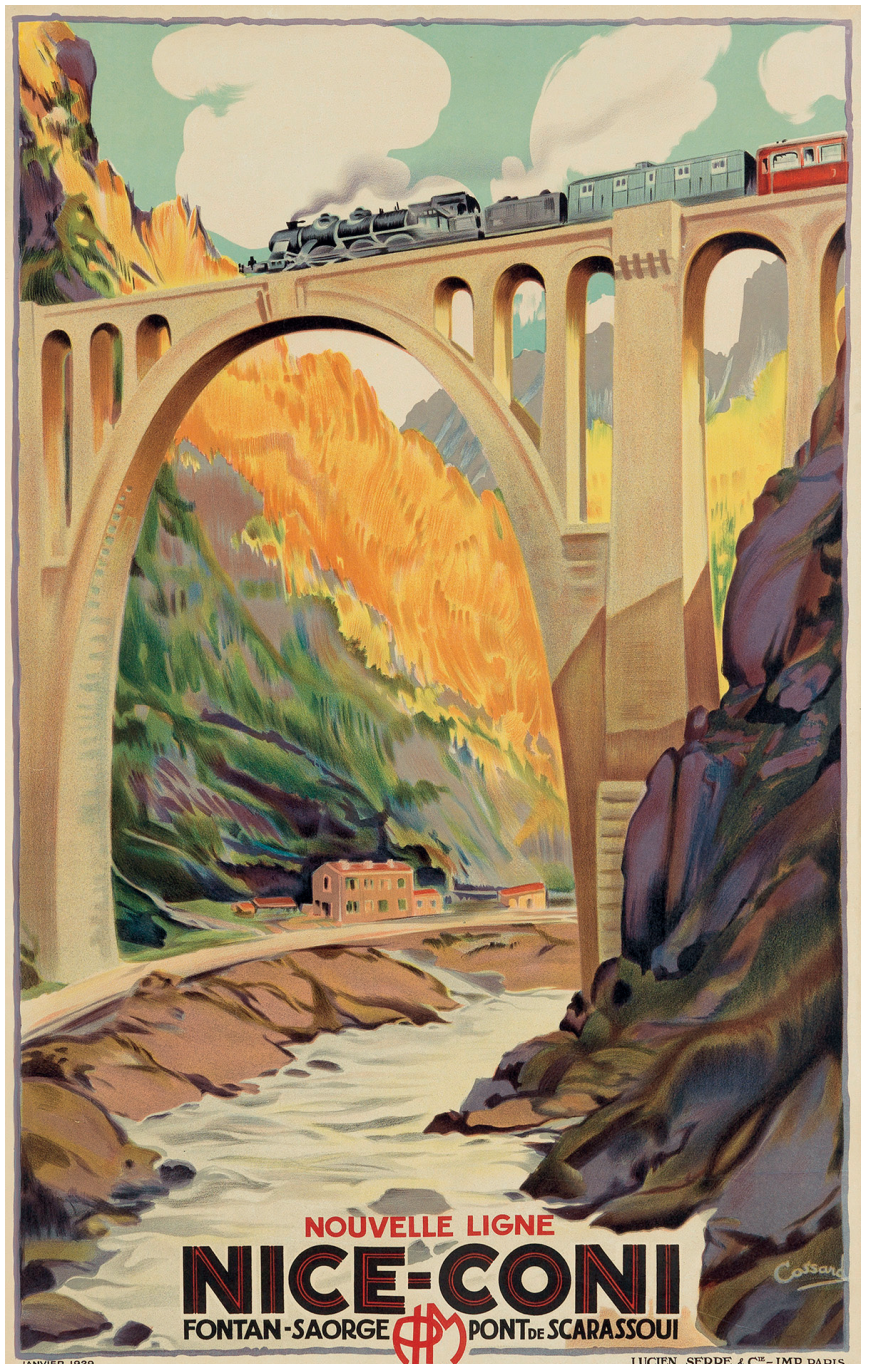
**ROGER BRODERS, 1928**

62 x 100 cm

## VILLEFRANCHE S/MER

La gran fortalesa i les embarcacions blanques presideixen un primer pla majestuós. No és per menys, ja que aquesta població entre *Nice* i *Monàco* és coneguda per ser una destinació vacacional de molts aristòcrates. Per aquest motiu, tots els elements semblen meticulosament ordenats, com si es tractés d'un espai controlat per les elits més benestants.

Les embarcacions del primer pla, compostes en diagonal, guien la mirada cap al transatlàntic que sembla irrompre la quietud de la vil·la. Destaca la cromàtica general del cartell, amb una suau llum que banya les façanes de la vil·la, sobre el fons dels penya-segats circumdants. El reflex del moll i les embarcacions reforcen la calma de la vil·la.



ADOLPHE COSSARD, 1929  
62 x 99 cm

## NICE-CONI

Recreació en color de la litografia en pedra de 1929 de la nova línia ferroviària NICE - CONI. Aquesta gran imatge mostra el tren travessant el pont arquejat entre Itàlia i França.

El dinamisme del cartell es veu potenciat amb les dues línies de moviment clarament diferenciades, però alhora complementàries. Per una banda, la

locomotora amb els vagons que van de dreta a esquerra (moviment lateral) i per l'altra banda, el cabal del riu de dalt cap a baix (moviment descendent). Les ombres i llums també hi són presents, ja que en la part superior de la muntanya s'apliquen colors clars, i en la part inferior s'apliquen colors foscos. D'aquesta forma es magnifica la dimensió de la vall.



**ROGER BRODERS, 1928**

76 x 107 cm

# ANTIBES

Ens trobem davant d'un cartell força femení. En primer lloc, per l'aplicació de colors suaus i càlids, i en segon lloc, per les dues dones protagonistes del primer pla. Sembla que les dues banyistes, amb la seva mirada i postura relaxada, vulguin establir contacte amb l'espectador, per tal de compartir l'espectacular panorama estiuenc on elles estan tan còmodes.

La forma i geometria dels seus traços són característics de l'Art Déco. En la resta de la composició destaca la sociabilitat dels personatges en la platja, com si es tractés d'un punt de trobada elitista de la societat de l'època. La taca blava i fosca del mar, actua de força complementària dels colors terrosos del primer pla. Els pins i turons del fons complementen l'obra.





**ROGER BRODERS, 1930**  
 61 x 99 cm  
 Col·lecció MATOU AF 7902

## ANTIBES

En aquest cartell predominen els pins del primer pla amb la seva apreciada ombra. També hi destaquen els cossos bronzejats dels banyistes que ja omplen la platja amb els seus para-sols. Amb les figures humanes presents s'evoca un ambient lúdic de ple estiu, rodejat d'un entorn natural privilegiat en el cor de la Côte d'Azur. Aquesta obra també desta-

ca pel joc de llums i ombres tan suggerents i que atorguen realisme a l'escena. Aquestes sotileses les podem observar en els pins del primer pla. També destaca l'aplicació de formes geomètriques típiques del cubisme en les cabanes del primer pla. Una mostra més de la influència dels corrents avantguardistes del període d'entreguerres en els cartells.



**ROGER BRODERS**, 1928

77 x 105 cm

Col·lecció MATOU AF 8186

## AGAY

Tot en aquest cartell evoca tranquil·litat, pau i serenor en un paratge inhòspit i selecte, sense grans massificacions de turistes, a diferència de l'ambient mostrat en els cartells d'Antibes. Els elegants banyistes semblen gaudir d'aquesta exclusivitat amb una actitud relaxada i contemplativa davant del que els ofereix la natura en estat verge.

Els grans pins marítims del primer pla actuen de guardians del paradís. La presència humana és insignificant i no molesta encara. El blau del mar, omnipresent i visible entre els arbres, té un gran pes compositiu, i actua de protagonista absolut. Alguns elements de la platja, així com el monestir del turó al fons acaben de completar el cartell.



**ROGER BRODERS, 1929**  
 61 x 99 cm  
 Col·lecció MATOU AF 7953

## SAINTE-MAXIME

En aquest cartell no apareixen persones. Només la intensitat saturada de colors en gruixudes capes planes, i amb la regla de tres plans tan característica de l'autor. Les omnipresents palmeres del primer pla transmeten una sensació de protecció cap a la badia, així com les seves barques amarrades en el port, i que conviden a donar una volta pel mar.

Les palmeres i cases del pla central guarden la seva proporció, potenciant la perspectiva. La gamma cromàtica del turó i la vil·la impregnen d'alegria al conjunt del cartell. La varietat cromàtica i els detalls de les cases i les palmeres contrasta amb l'aplicació de colors primaris en les grans superfícies del cartell com ara el mar o les veles de les embarcacions.



**JULIEN LACAZE**, 1925  
67 x 107 cm

## HYÈRES

Encàrrec publicitari de la companyia PLM (*Paris-Lyon-Méditerranée*). Aquesta línia ferroviària va ser la més important de França a primers del s. XX, ja que va permetre el transport, tant de persones com de mercaderies, des de París fins a les regions costaneres del Mediterrani francès. En aquest cas, *Julien Lacaze* va rebre l'encàrrec de dissenyar el cartell

d'aquesta regió costanera. Hi destaquen les palmeres, gairebé a contrallum, en el primer pla, i seguidament s'hi poden apreciar camps de conreu així com una vegetació frondosa i variada. Ja en el fons, amb una paleta de colors reduïda a diferents blaus, s'hi presenta la població de Hyères a les falces d'una muntanya imponent.



**ROGER BRODERS**, 1931  
62 x 99 cm

## HYÈRES

Un altre cartell de *PLM*, en aquest cas executat per en *Roger Broders*. Tot i guardar certes similituds amb l'obra d'en *Lacaze*, aquí l'autor afegeix figures humanes que aporten valor afegit. Les dues persones benestants i elegants del primer pla semblen ser practicants de dos esports ben elitistes de l'època, com ara el tennis i el golf.

Sense deixar el primer pla, podem observar una vegetació cuidada, i amb unes palmeres privilegiades que banyen d'ombra als dos personatges. Ja en el pla central observem una sèrie de jugadors en un camp de golf amb una lluminària més refrescant i el poble al fons, amb les seves casetes banyades pel sol càlid del *Mediterrani*.



**E. PAUL CHAMPSEIX, 1930**  
62 x 99 cm

## BANDOL

Cartell del prolífic il·lustrador *Champseix*. La seva trajectòria professional està força lligada a les companyies ferroviàries, i especialment a *SCNF*. En aquest cas, el cartell publicitari fa referència a la bonica regió costanera de “*Bandol*”. La sèrie de palmeres del primer pla són la carta de presentació d’un passeig marítim que combina elements florals amb

embarcacions de luxe. Els elegants viants semblen gaudir de l’entorn d’una forma relaxada i contemplativa. En el pla central del cartell es mostren coloristes cases que reforcen el caràcter agradable i pintoresc d’aquesta vil·la costanera. La riquesa de tonalitats càlides, i els reflexos de les embarcacions a l’aigua transmeten una agradable serenor en la vil·la.



**ROGER BRODERS**, 1932  
62 x 99 cm

## BANDOL

Les gradacions que apareixen tant en el tronc de la palmera com en la seva copa, així com en les veles i el casc de les barques del primer pla, són una mostra de la progressió en l'estil de Broders, precisament en un dels seus últims treballs per la companyia PLM. Inclús la tipografia gaudeix d'un farcit especial que li atorga un toc modern per l'època.

Encara per afegir més interès visual al cartell, l'autor varia el punt de vista típic per un picat, oferint una vista d'ocell de la vil·la. Aquest fet permet veure una perspectiva privilegiada del passeig marítim, així com de les diferents embarcacions amarrades al port. Les cases brillen com mai, i el turó que les acull conté un verd refrescant i alegre.



**ROGER BRODERS**, 1922  
76 x 108 cm  
Col·lecció MATOU AF 7718

## MARSEILLE

Vista portuària de la ciutat de *Marseille*, amb un primer pla format per tons foscos on es presenta un grup de treballadors del mar. Els acompanya una sèrie d'andròmines industrials com cablejats, màquines de gran tonatge i mercaderies. En el pla central destaca el mar de color daurat i un transatlàntic de grans dimensions amarrat al port.

La ciutat es presenta densa i càlida, amb la *Bonne Mère* al cap d'amunt del turó. En aquesta obra l'autor juga amb els tons clars i foscos per guiar la mirada de baix cap amunt. La càrrega d'elements visuals reforça la importància d'aquest enclavament portuari. Aquesta saturació visual també està present en la següent obra del mateix autor.





**ROGER BRODERS, 1929**  
63 x 100 cm  
Col·lecció MATOU AF 8069

## MARSEILLE

Aquest cartell presenta una massificació d'elements visuals de forma intencionada. La voluntat de l'autor, un Broders en plenitud de facultats, és la de mostrar un port marítim important, amb el tràfic comercial que li correspon. En primer pla ja es mostren, de forma subtil, les xemeneies d'aquests monstres d'acer que naveguen pel mar *Mediterrani*.

En el pla central es mostren altres vaixells amb un detall important, i és que tenen diferents nacionalitats. Element cabdal en un port internacional i europeu. El tràfec dels remolcadors és constant i l'activitat diària és frenètica, sense espai pels turistes i les embarcacions d'oci. Finalment, la silueta urbana de la ciutat denota la seva diversitat multicultural.



**JULIEN LACAZE**, 1924  
76 x 104 cm

## MARSEILLE A MENTON

Aquest cartell presenta unes magnífiques i privilegiades vistes des de la finestra d'una casa amb teulada de terracota. Unes vistes formades per diferents cales d'aigua clara i cristal·lina que conviden a l'espectador a refrescar-s'hi. Un pi de grans dimensions destaca entre una espessa vegetació representada, de forma hàbil, per una riquesa de matisos verds.

Fins i tot l'aplicació del verd a les lletres del cartell reforça el caràcter natural del recorregut entre *Marseille* i *Menton* (darrera població de la costa francesa abans d'arribar a *Itàlia*). L'estructura de la casa, amb les seves pomposes columnes del que sembla ser una porxada, reforça el caràcter exclusiu que tenen les residències de la *Côte d'Azur*.

**PIERRE COMMARMOND, 1920**  
74 x 104 cm



## LA CÔTE VERMEILLE

L'última localitat francesa del nostre viatge cartellista pel mediterrani és del pintor i dissenyador *Commarmond*. A part de la vegetació típica de la regió, en el primer pla d'aquesta obra es mostra el popular "auto-car" ple de passatgers. Aquest autobús descapotable va ser força popular, durant els anys 20-30, per viatjar per la costa i els ports de muntanya.

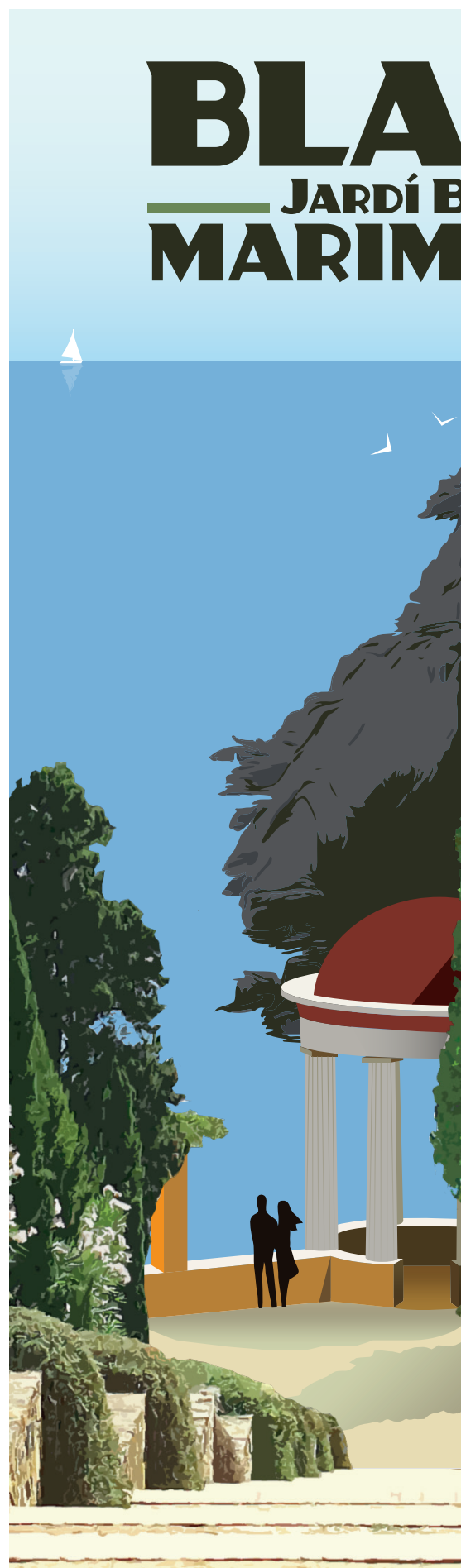
La riquesa de matisos càlids aplicats als penya-segats i muntanyes demostren el domini de l'aquarel·la per part de l'autor. La riquesa de colors també es pot comprovar en el mar, a diferència d'altres autors de l'exposició que utilitzaven una aplicació més plana del color. La tècnica comú que també es confirma en aquest cartell és la utilització dels tres plans.

# BLANES. JARDÍ BOTÀNIC MARIMURTRA

L'esplèndid *Jardí Botànic Marimurtra de Blanes* inicia les obres de segell català. La composició s'inspira en el treball de recerca i investigació dels diferents cartells francesos dels anys 1920-1932 presents en l'exposició. Per la seva realització s'han utilitzat les tècniques digitals actuals, concretament els programaris *Adobe Illustrator* i *Photoshop*.

El primer pla, de grans dimensions, tonalitats fosques i poc detall, fa entreveure el pla central, el més important i de cromàtica més neutral. El penya-segat i una petita embarcació de fons completen la composició del cartell.

A tall d'experimentació colorimètrica, s'ha realitzat una versió diürna, i un altre del capvespre.



# BLANES

BOTÀNIC  
MARIMURTRA



# BLANES

JARDÍ BOTÀNIC  
MARIMURTRA



**JOAN MARTÍ**, 2023  
68,5 x 121,8 cm

# BLANES. CASTELL DE SANT JOAN MONTFERRANT

El punt final al nostre viatge pel cartellisme mediterrani ens porta al *Castell de Sant Joan*, ubicat en el districte de *Montferrant de Blanes*. Novament, s'utilitza la composició en tres plans tan característica dels cartells antics. La figura humana del primer pla ajuda a determinar la grandària de la porxada del Castell, i potencia la perspectiva que té el cartell.

Seguidament, en el pla central, es mostra la vegetació que envolta el castell així com un petit passeig, protegit per baranes, que conviden a l'espectador a gaudir d'unes privilegiades vistes de la vil·la. Finalment, el pla del fons conté una panoràmica del municipi, amb la seva platja característica i *Sa Palomera*. També es produeix una versió del capvespre.



# BLA CASTELL DE S MONTF



# BLANES

SANT JOAN  
MONTFERRANT



# BLANES

CASTELL DE SANT JOAN  
MONTFERRANT

JOAN MARTÍ, 2023  
68,5 x 121,8 cm

# CRÈDITS

Aquest catàleg es publica amb motiu de “*Cartells turístics Montecarlo-Montferrant. Del llegat artístic dels anys 20 fins a l’era digital*”, una exposició temporal inaugurada el 23 de juny fins al 8 de setembre de 2023, en la sala *García-Tornel de Blanes*.

Comissariada pel dissenyador gràfic *Joan Martí Gargallo*.

El comissari desitja expressar els seus càlids agraïments a les persones que han fet possible la realització de l’exposició, els cartells i aquest catàleg:

*Àngel Canosa Fernández,*

alcalde de *Blanes*

*Albert Sanz González,*

segon tinent d’alcalde de *Blanes* i regidor delegat de Cultura i Festes

*Anca Simona Simion*

*Dr. José Manuel Martínez Bouza*

Autor dels textos del catàleg:

*Joan Martí Gargallo*

Traducció dels textos al francès:

*Anca Simona Simion*

Aquest catàleg ha sigut dissenyat per *Joan Martí Gargallo*. Els textos estan compostos en *Skolar*, i els títols en *Juanita ITC*.

Materials:

Coberta impresa en cartolina blanca estucada mate (*Classic Demimatt*) de 300 gr/m<sup>2</sup>, amb plastificat mate i laminat sectoritzat de color plata 1/C.

Tripa impresa en paper blanc estucat mate (*Classic Demimatt*) de 100 gr/m<sup>2</sup>.

Per totes les reproduccions dels cartells:

© *Adagp, París 2023*

© Cartells publicitaris del *PLM/Paris-Lyon-Méditerranée*: tots els drets reservats *Wagons-Lits Diffusion/ADAGP/Broders, París 2023*.

ISBN: 84-8460-011-4

Imprès per *Pixartprinting S.p.A.*

Dipòsit legal juny 2023



# CRÉDITS

Ce catalogue est publié à l'occasion de l'exposition temporaire "Les affiches touristiques Montecarlo-Montferriant. De l'héritage artistique des années 20 à l'ère numérique", présentée du 23 juin au 8 septembre 2023, dans la salle Garcia-Tornel de Blanes.

La commissaire de l'exposition est le graphiste Joan Martí Gargallo.

Le commissaire souhaite exprimer ses chaleureux remerciements aux personnes qui ont rendu possible la réalisation de l'exposition, des affiches et de ce catalogue: Àngel Canosa Fernández, maire de Blanes, Albert Sanz González, deuxième adjoint au maire de Blanes et conseiller délégué à la culture et aux fêtes Anca Simona Simion Dr. José Manuel Martínez Bouza

L'auteur des textes du catalogue: Joan Martí Gargallo.  
Version en français: Anca Simona Simion

Ce catalogue a été conçu par Joan Martí Gargallo. Les textes sont composés en Skolar, et les titres en Juanita ITC.

Matériaux: Couverture imprimée sur carton blanc mat couché (Classic Demimatt) de 300 gr/m<sup>2</sup>, avec une plastification mate et un laminage sélectif de couleur argent I/C.  
Pages imprimées sur papier blanc mat couché (Classic Demimatt) de 100 gr/m<sup>2</sup>.

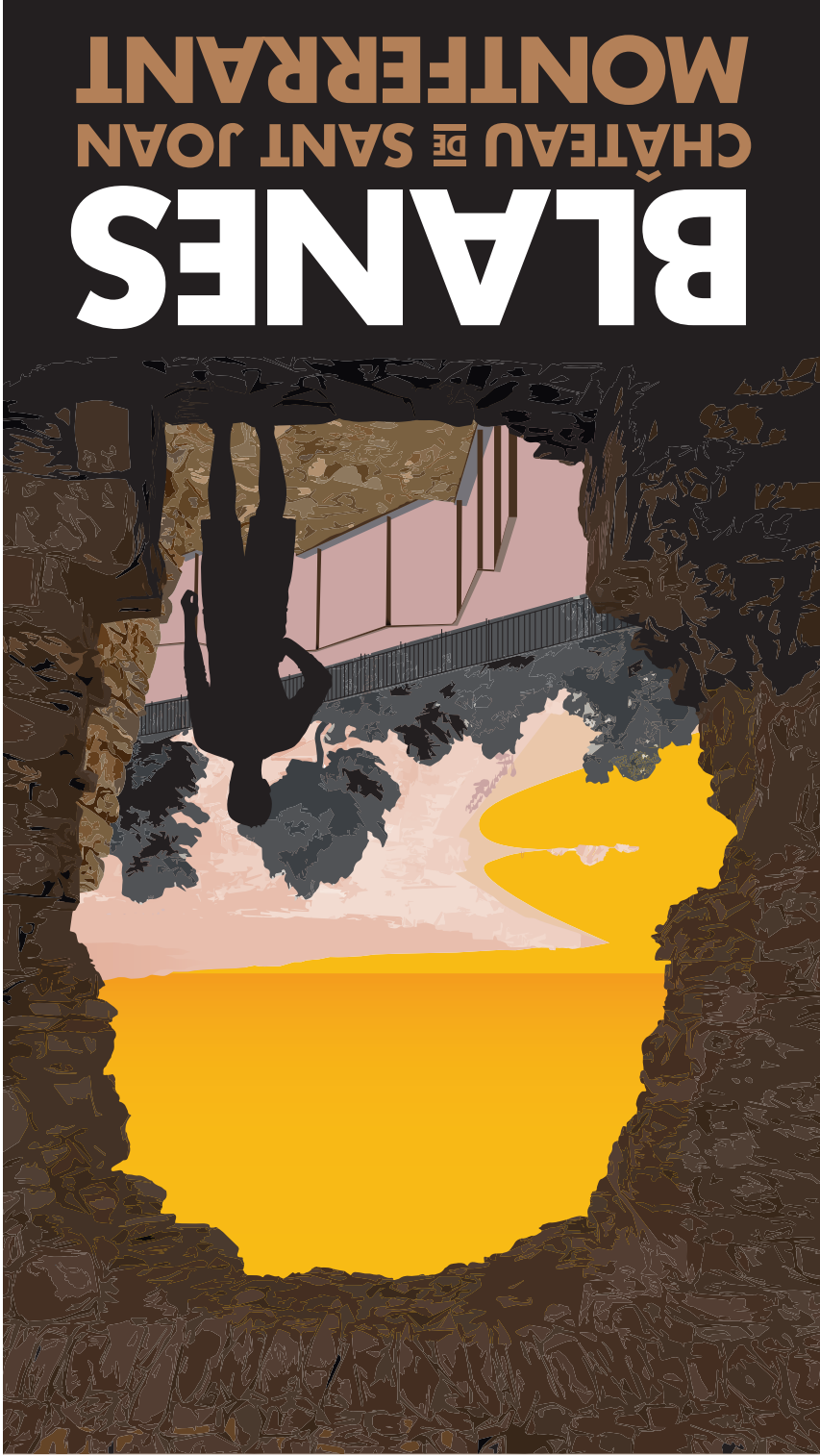
Pour toutes les reproductions des affiches: © Adagp, Paris 2023

© Affiches publicitaires du PLM/Paris-Lyon-Méditerranée. Tous droits réservés réservés Wagons-Lits Diffusion/ADAGP/Broders, Paris 2023.

ISBN : 84-8460-011-4

Imprimé par Pixartprinting S.p.A.  
Dépôt légal juin 2023

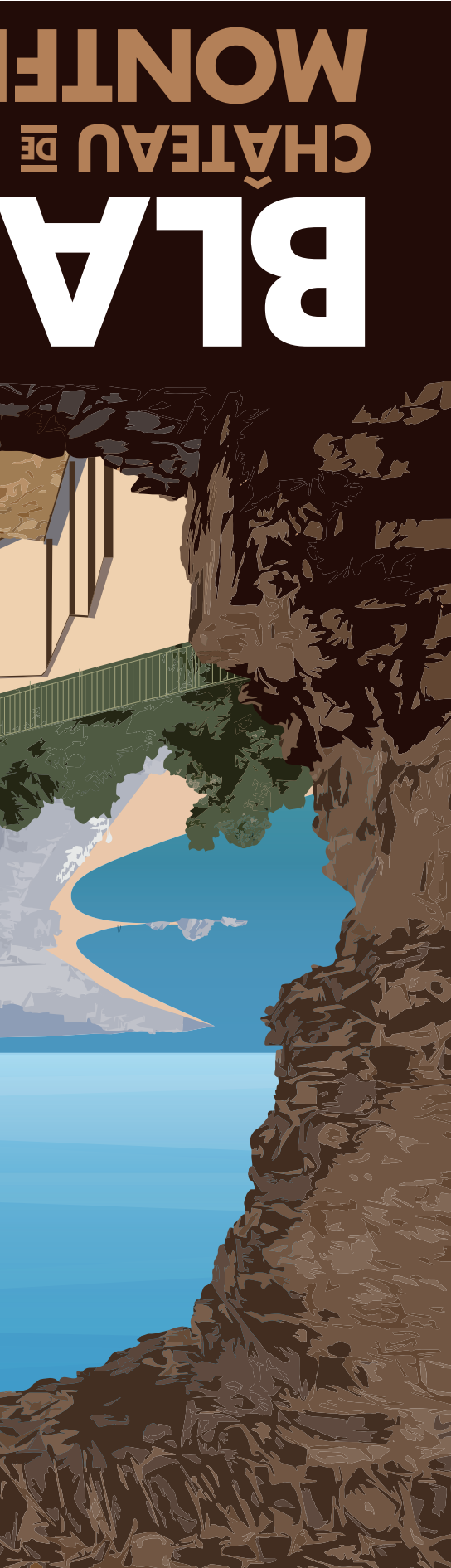
JOAN MARTÍ, 2023  
68,5 x 121,8 cm



Le point final de notre voyage à travers l'affiche méditerranéenne nous amène au *Château de Saint Joan*, situé dans le quartier de *Montferrant* à *Blanes*. Une fois de plus, on utilise la composition en trois plans si caractéristique des anciennes affiches. La figure humaine du premier plan aide à déterminer la taille du porche du château et renforce la perspective du tableau.

Ensuite, dans le plan central, on montre la végétation qui entoure le château ainsi qu'une petite promenade, protégée par des barrières, qui invite le spectateur à profiter d'une vue privilégiée sur la ville. Enfin, le plan de fond contient une vue panoramique de la municipalité, avec sa plage caractéristique et *Sa Palomera*. Une version du crépuscule est également présentée.

# BLANES. CHÂTEAU DE SAINT JOAN MONTFERRANT



**BLA**  
**CHÂTEAU DE**  
**MONTFERRANT**

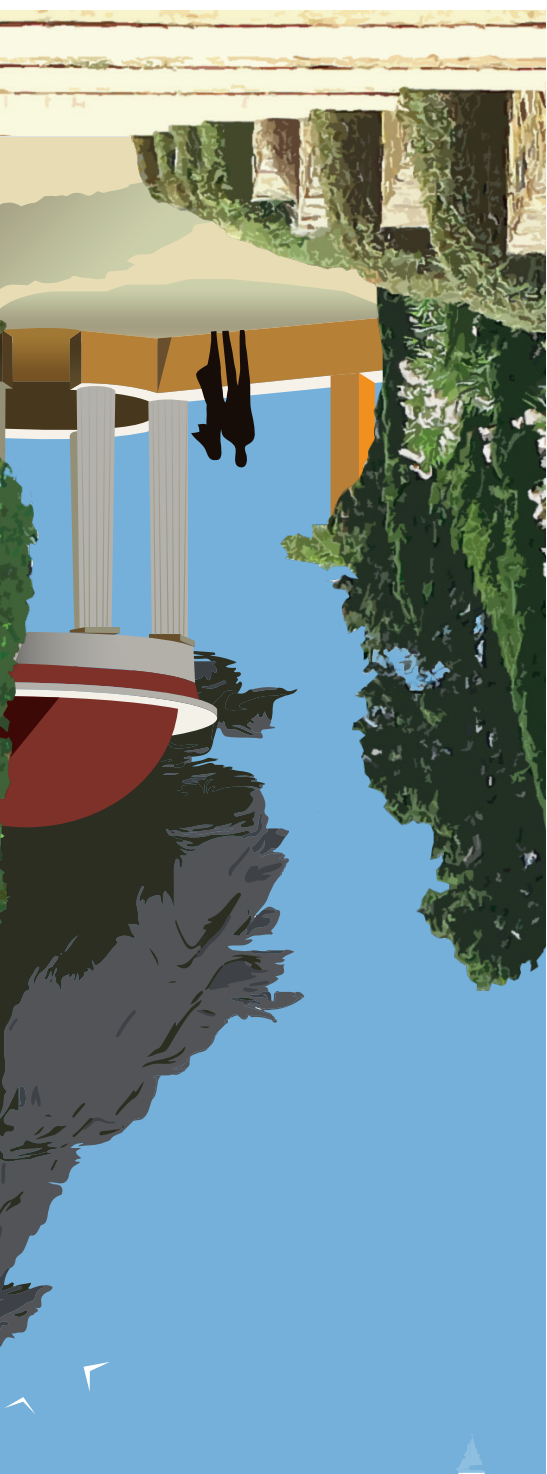


JOAN MARTÍ, 2023  
68,5 x 121,8 cm



# BLANES. JARDIN BOTANIQUE MARIMURTRA

Le splendide *Jardin Botanique Marimurtra* de *Blanes* lance les travaux d'un sceau ca- talan. La composition s'inspire du travail de recherche et d'investigation des diffé- rentes affiches françaises des années 1920-1932 présentes dans l'exposition. Pour sa réalisation, les techniques numériques actuelles ont été utilisées, notamment les logiciels *Adobe Illustrator* et *Photoshop*. Le premier plan, de grandes dimensions, aux teintes sombres et peu détaillé, laisse entrevoir le plan central, le plus important et de chromatique plus neutre. La falaise et un petit bateau à l'arrière complètent la composition de l'affiche. À des fins d'expé- rimentation colorimétrique, une version diurne a été réalisée, ainsi qu'une autre au crépuscule.



**BLA**  
— JARDIN BO  
**MARIM**

La richesse des nuances chaudes appliquées aux falaises et aux montagnes démontre la maîtrise de l'aquarelle par l'auteur. La richesse des couleurs peut également être observée dans la mer, contrairement à d'autres artistes de l'exposition qui utilisaient une application plus plate de la couleur. La technique commune qui se confirme également dans cette affiche est l'utilisation des trois plans.

La dernière localité française de notre voyage en affiches le long de la Méditerranée est réalisée par le peintre et designer Commarmond. En plus de la végétation typique de la région, au premier plan de cette œuvre, on peut voir le populaire "auto-car" rempli de passagers. Ce bus décapotable était très populaire dans les années 20-30 pour voyager le long de la côte et dans les ports de montagne.

# LA CÔTE VERMEILLE

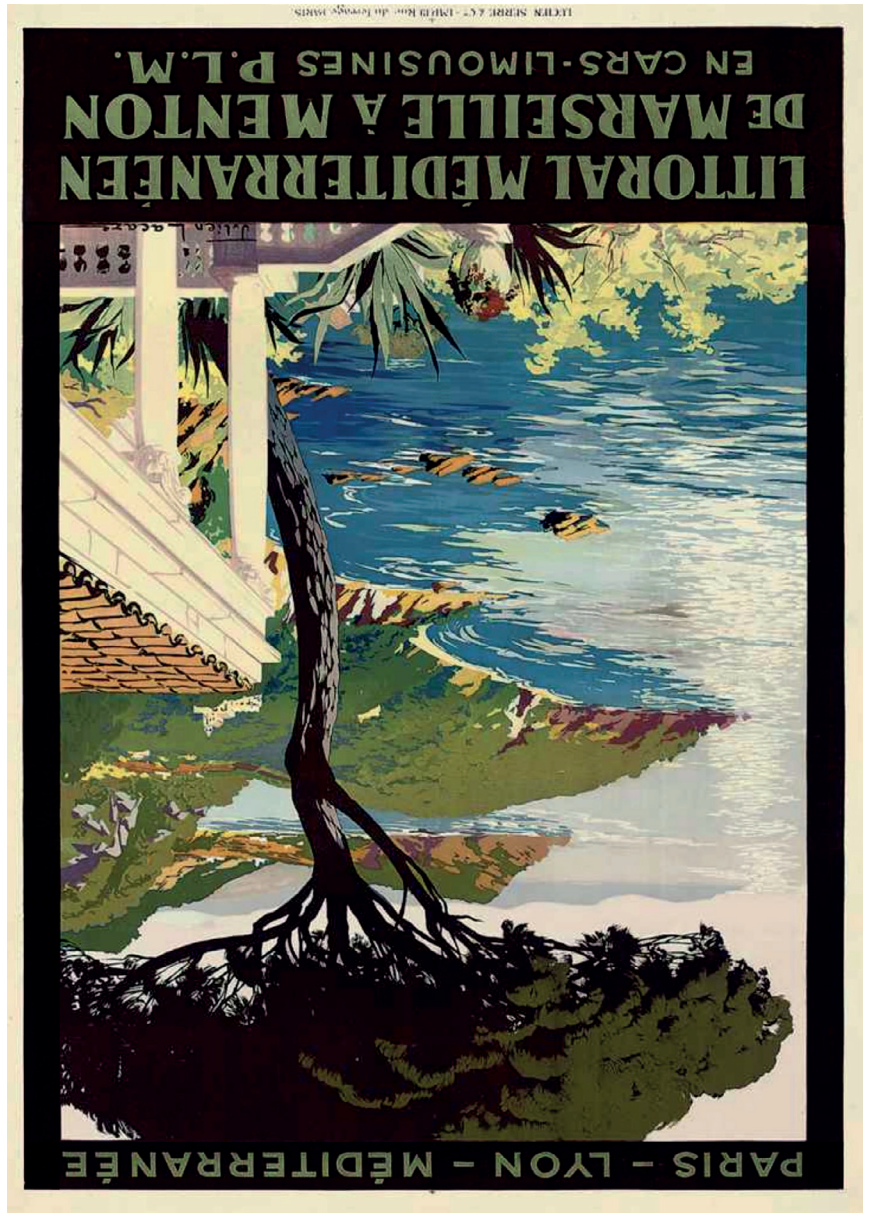


74 x 104 cm

PIERRE COMMARMOND, 1920

Ce poster présente une magnifiquue et privilégiée vue depuis la fenêtre d'une maison avec un toit en terre cuite. Une vue composée de différentes criques d'eau claire et cristalline qui invitent le spectateur à s'y rafraîchir. Un grand pin se distingue parmi une végétation dense représentée avec habileté, avec une richesse de nuances de vert. Même l'application du vert dans les lettres du poster renforce le caractère naturel du parcours entre *Marseille* et *Menton* (dernière ville de la côte française avant d'arriver en *Italie*). La structure de la maison, avec ses colonnes imposantes formant un porche, renforce le caractère exclusif des résidences de la Côte d'Azur.

# MARSEILLE A MENTON



JULIEN LACAZE, 1924  
76 x 104 cm

Ces navires sont montrés avec un détail important : ils ont différentes nationalités. C'est un élément essentiel dans un port international et européen. Le trafic des remorqueurs est constant et l'activité quotidienne est frénétique, sans place pour les touristes et les bateaux de plaisance. Enfin, la silhouette urbaine de la ville témoigne de sa diversité multiculturelle.

Ce poster présente une surcharge intentionnelle d'éléments visuels. La volonté de l'auteur, un Broders au sommet de ses capacités, est de montrer un port maritime important avec le trafic commercial qui lui correspond. Déjà en premier plan, les cheminées de ces monstres d'acier qui naviguent en mer Méditerranée sont subtilement représentées. Au plan central, d'au-

# MARSEILLE



**ROGER BRODERS, 1929**  
63 x 100 cm  
Collection MATOU AF 8069



# MARSEILLE

Vue portuaire de la ville de Marseille, avec un premier plan composé de tons sombres mettant en scène un groupe de travailleurs de la mer. Ils sont accompagnés d'une série d'infrastructures industrielles telles que des cablagés, des machines de gros tonnage et Au centre de la scène, la mer d'un couleur dorée se distingue ainsi qu'un transatlantique dans l'œuvre suivante du même auteur.



ROGER BRODERS, 1922  
76 x 108 cm  
Collection MATOU AF 7718

que. Pour ajouter encore plus d'intérêt visuel à l'affiche, l'auteur change le point de vue habituel pour une plongée, offrant une vue aérienne de la villa. Cela permet d'apprécier une perspective privilégiée de la promenade maritime, ainsi que des différents bateaux amarrés au port. Les maisons brillent comme jamais, et la colline qui les entoure est d'un vert rafraîchissant et joyeux.

Les dégradés qui apparaissent aussi bien sur le tronc du palmier que sur sa couronne, ainsi que sur les voiles et la coque des bateaux au premier plan, sont un exemple de la progression du style de Broders, précé- sement dans l'une de ses dernières œuvres pour la compagnie P.L.M. Même la typogra- phie bénéficie d'un remplissage spécial qui lui confère une touche moderne pour l'épo-

# BANDOL



ROGER BROTHERS, 1932  
62 x 99 cm

Affiche du profilique illustrateur Champ-  
seix. Sa carrière professionnelle est étroi-  
tement liée aux compagnies ferroviaires,  
notamment à la SNCF. Dans ce cas, l'affi-  
che publicitaire fait référence à la belle  
région côtière de "Bandol". La série de  
palmiers au premier plan est la carte de  
visite d'une promenade en bord de mer  
qui mélange des éléments floraux avec  
sérénité agréable dans la ville.

# BANDOL



E. PAUL CHAMPEIX, 1930  
62 x 99 cm

Sans quitter le premier plan, nous pouvons observer une végétation soignée, avec des palmiers privilégiés qui offrent de l'ombre aux deux personnages. Dans le plan central, nous voyons une série de joueurs sur un parcours de golf avec un éclairage plus raffaichissant et le village en arrière-plan, avec ses petites maisons baignées par le chaud soleil méditerranéen.

Une autre affiche de la P.M., dans ce cas exécutée par Roger Broders. Bien qu'elle présente certaines similitudes avec l'œuvre de Lacaze, ici l'auteur ajoute des personnages humains qui apportent une valeur ajoutée. Les deux personnes riches et élégantes au premier plan semblent pratiquer deux sports très élitistes de l'époque, tels que le tennis et le golf.

# HYÈRES



ROGER BRODERS, 1931  
62 x 99 cm

Commande publicitaire de la compagnie PLM (Paris-Lyon-Méditerranée). Cette ligne ferroviaire était la plus importante de France au début du XXe siècle, car elle permettait le transport, aussi bien des personnes que des marchandises, depuis Paris jusqu'aux régions côtières de la Méditerranée française. Dans ce cas, Julien Lacaze a été chargé de concevoir l'affiche de cette région côtière. Les palmiers se détachent en premier plan, presque en contre-jour, suivis de champs cultivés et d'une végétation luxuriante et variée.

À l'arrière-plan, avec une palette de couleurs réduite aux différents bleus, se présente la ville de Hyères au pied d'une montagne imposante.

# HYÈRES



JULIEN LACAZE, 1925  
67 x 107 cm

Les palmiers et maisons du plan central conservent leurs proportions, renforçant la perspective. La gamme chromatique de la colline et du village imprègne l'ensemble de l'affiche de joie. La variété chromatique et les détails des maisons et des palmiers contrastent avec l'utilisation de couleurs primaires sur les grandes surfaces de l'affiche, comme la mer ou les voiles des bateaux.

Sur cette affiche, il n'y a pas de personnes. Seule l'intensité saturée des couleurs en épais couches planes, avec la règle des trois plans si caractéristique de l'auteur. Les palmiers omniprésents du premier plan transmettent une sensation de projection envers la baie, tout comme leurs bateaux amarrés dans le port, qui invitent à faire un tour en mer.

# SAINTE-MAXIME



ROGER BRODERS, 1929  
61 x 99 cm  
Collection MATOU AF 7953

Tout dans cette affiche évoque la tranquillité, la paix et la sérénité dans un lieu inhospitalier et sélectif, sans grandes foules de touristes, contrairement à l'ambiance montrée dans les affiches d'Antibes. Les élégants baigneurs semblent profiter de cette exclusivité avec une attitude détendue et contemplative face à ce que la nature leur offre dans son état vierge.

Les grands pins maritimes du premier plan agissent comme les gardiens du paradis. La présence humaine est insignifiante et ne dérange pas encore. Le bleu de la mer, omniprésent et visible à travers les arbres, a un grand poids compositionnel et joue le rôle principal. Certains éléments de la plage, ainsi que le monastère sur la colline à l'arrière-plan, viennent compléter l'affiche.

# AGAY



**ROGER BRODERS, 1928**  
 77 x 105 cm  
 Collection MATOU AF 8186

également par le jeu de lumières et d'ombres si suggestif qui confère réalisme à la scène. Ces subtilités sont visibles dans les pins du premier plan. On remarque également l'application de formes géométriques typiques du cubisme dans les cabanes du premier plan. C'est une autre manifestation de l'influence des courants avant-gardistes de l'entre-deux-guerres sur les affiches.

Dans cette affiche, les pins du premier plan avec leur précieus ombrage prédominent. On y remarque également les corps bronzés des baigneurs qui remplissent déjà la plage avec leurs parasols. Avec la présence des figures humaines, on évoque une ambiance indienne en plein été, entourée d'un environnement naturel privilégié au cœur de la Côte d'Azur. Cette œuvre se distingue

# ANTIBES



ROGER BRODERS, 1930  
61 x 99 cm  
Collection MATOU AF 7902



Nous sommes devant une affiche plutôt féminine. Tout d'abord, grâce à l'application de couleurs douces et chaudes, et ensuite grâce aux deux femmes protagonistes du premier plan. Il semble que les deux baigneuses, avec leur regard et leur posture détendue, veuillent établir un contact avec le spectateur afin de partager le paysage estival spectaculaire où elles se trouvent si à l'aise. La forme et la géométrie de leurs traits sont caractéristiques de l'Art Déco. Dans le reste de la composition, on remarque la sociabilité des personnages sur la plage, comme s'il s'agissait d'un point de rencontre élitiste de la société de l'époque. La tache bleue et sombre de la mer agit comme un complément aux couleurs terreuses du premier plan.

# ANTIBES



ROGER BRODERS, 1928  
76 x 107 cm

allant de droite à gauche (mouvement la-  
 téral) et d'autre part, le débit de la rivière  
 de haut en bas (mouvement descendant).  
 Les ombres et les lumières sont égale-  
 ment présentes, car des couleurs claires  
 sont appliquées sur la partie supérieure  
 de la montagne et des couleurs sombres  
 sur la partie inférieure. Ainsi, la dimen-  
 sion de la vallée est magnifiée.

Reconstitution en couleur de la lithogra-  
 phie sur pierre de 1929 de la nouvelle lig-  
 ne ferroviaire NICE - CONI. Cette grande  
 image montre le train traversant le pont  
 arqué entre l'Italie et la France.

Le dynamisme de l'affiche est renforcé  
 par les deux lignes de mouvement clai-  
 rement distinctes mais complémentaires.  
 D'une part, la locomotive avec les wagons

# NICE-CONI



ADOLPHE COSSARD, 1929  
 62 x 99 cm

La grande forteresse et les embarcations blanches président un premier plan majestueux. Ce n'est pas pour rien que cette ville située entre Nice et Monaco est connue comme une destination de vacances pour de nombreux aristocrates. Pour cette raison, tous les éléments semblent méticuleusement ordonnés, comme s'il s'agissait d'un espace contrôlé par les élites les plus fortunées. Le reflet du quai et des embarcations renforce le calme de la villa.

# VILLEFRANCHE S/MER

ROGER BRODERS, 1928  
62 x 100 cm



l'œuvre qui se distingue par sa force picturale et colorée. Sur cette affiche, les tons saturés de bleu et d'orange prédominent, afin de suggérer la lumière et l'ambiance estivale de la Côte d'Azur. Les différentes nuances de verts se démarquent également dans les trois plans de la composition. Pour accentuer la perspective que Broders maîtrise parfaitement, l'auteur choisit de ne pas appliquer de contours à l'arrière-plan de l'affiche, ce qui fait que l'île se fonde dans l'horizon. Les lignes et angles droits des éléments architecturaux du premier plan contrastent avec les formes courbes des éléments de la nature. Sur cette affiche, il n'y a ni personnes ni bateaux, afin de ne pas altérer un paysage qui semble figé dans le temps.

# LA CORNE D'OR



ROGER BRODERS, 1930  
62 x 100 cm  
Collection MATOU AF 6252

# BEAUSOLEIL

Il s'agit d'une commune située dans les Alpes-Maritimes, connue sous le nom de "Monte-Carlo Supérieur" en raison de sa proximité avec la principauté de Monaco. La physionomie de la commune présente un caractère clairement italien et sa flore méditerranéenne se distingue dans chaque recoin. Ces caractéristiques sont parfaitement transmises par l'au-

teur de l'affiche et ses trois plans. Pour commencer, une végétation abondante aux tonalités sombres domine le premier plan. Au centre, différentes teintes chaudes sont appliquées sur les toits des maisons. Et à l'arrière-plan, la principauté de Monaco et la mer, qui viennent clore l'affiche avec une palette chromatique assez réduite.



ROGER BRODERS, 1929  
62 x 100 cm

Le regard des personnages en premier plan guide le spectateur vers l'ensemble des courts de tennis. La composition en trois plans est très présente, presque excessive. L'ensemble de l'affiche reflète une société aisée, aux goûts exclusifs, qui combine le culte du sport avec sophistication et luxe. L'affiche dépeint cette sensation altière dans l'un des quartiers les plus exclusifs et populaires de Monaco. Roger Broders applique le style Art Déco pour représenter les figures humaines. Dans les deux personnages en premier plan, on ajoute subtilement le reflet de la lumière du soleil. Des détails qui montrent que l'auteur est à l'apogée de sa carrière, avec une technique de dessin et de composition parfaitement affinée.

# MONTECARLO



ROGER BROTHERS, 1930  
63 x 100 cm  
Collection MATOU AF 8070

artificialité kitsch.

Un des premiers posters de Roger Broders produit en 1920. L'influence du courant artistique Art Nouveau est clairement visible dans la prolifération d'éléments floraux sur la pergola en premier plan. Plus tard, l'auteur évoluera vers l'Art Déco. La prédominance des fleurs rouges de- note la passion, mais aussi une certaine artificialité kitsch.

L'auteur nous invite à accompagner la jeune femme, seule et fatiguée, sous la pergola pour descendre un escalier menant à des jardins puis à une ville saturée. Au loin, on aperçoit un grand port qui baigne la ville. Il s'agit d'une affiche certaine- ment mélancolique, car la jeune femme s'ennuie malgré les stimuli floraux de son environnement.

# MONACO MONTECARLO



ROGER BRODERS, 1920  
78 x 107 cm

# INDEX

10	Monaco Montecarlo	10
11	Montecarlo	11
12	Beausoleil	12
13	La Corne d'Or	13
14	Villefranche sur Mer	14
15	Nice-Coni	15
16	Antibes (1928)	16
17	Antibes (1930)	17
18	Agay	18
19	Sainte Maxime	19
20	Hyères (1925)	20
21	Hyères (1931)	21
22	Bandol (1930)	22
23	Bandol (1932)	23
24	Marseille (1922)	24
25	Marseille (1929)	25
26	Marseille a Menton	26
27	La Côte Vermelle	27
28	Jardin Botanique Marimurtra	28
30	Château de Sant Joan, BIANES	30
32	Credits	32





**JOAN MARTÍ GARGALLO,**  
Le commissaire de l'exposition

“Affiches touristiques Montecarlo-Montfermant” est une exposition qui vise à faire un voyage depuis les quartiers côtiers de Montecarlo (Monaco) jusqu’à Montfermant (Blanes). Le tout développé par la mer *Méditerranée* en tant que protagoniste et l’affiche en tant qu’“outil” de navigation.

L'idée est que le visiteur fasse un voyage dans les années folles dans une France pionnière dans le domaine de la publicité. Pour comprendre l'effervescence de l'affiche en tant que moyen de communication, il est nécessaire de comprendre le contexte artistique et social de l'époque. Différents artistes ont commencé à être engagés par les principales compagnies de transport ferroviaire, aérien et maritime pour promouvoir différentes destinations touristiques. Avec beaucoup d'ingéniosité, ces artistes ont appliqué dans leurs œuvres le style géométrique des différents langages artistiques de l'époque tels que le cubisme, le futurisme et le constructivisme. Le résultat a été une grande quantité d'œuvres pendant la période artistique connue sous le nom de “d'entre-deux-guerres”, qui, avec le temps, se sont transformées en pièces graphiques pleines de vie, riches en couleurs vibrantes et qui continuent d'inspirer de nombreuses générations d'artistes actuels un siècle plus tard.

La prolifération d'affiches liées au tourisme doit également être encadrée dans le contexte social de l'époque, qui présente un certain parallèle avec la décennie actuelle. La société avait envie de vivre, de consommer, de s'amuser et d'oublier aussi rapidement que possible les malheurs d'un passé récent, tels que la *Grande Guerre* et la pandémie de *Grippe espagnole de 1918*. Les usines se développaient en pleine révolution industrielle. La consommation et les lois vivaient des temps glorieux, car les premières options de paiements échelonnées apparaissaient. Il y avait des avancées importantes et des revendications dans le collectif “féminin”. En *Europe post-Première Guerre mondiale*, l'instabilité économique et politique se poursuivait sous forme de populismes.

De l'héritage artistique et social de cette époque est née la volonté de réaliser cette exposition, avec la seule intention que le visiteur se sente comme un touriste de première classe à travers un voyage le long de la côte méditerranéenne française et de la *Costa Brava catalane*.



*De l'héritage artistique des années 20 à l'ère numérique*

# **LES AFFICHES TOURISTIQUES MONTECARLO- MONTEFERRANT**







*De l'héritage artistique des années 20 à l'ère numérique*

# LES AFFICHES TOURISTIQUES MONTECARLO- MONTEFERRANT

