



# L'affiche artistique au service du tourisme luxembourgeois

Bref coup d'œil sur un aspect particulier de la promotion touristique des années 1920 et 1930 de la Ville de Luxembourg



Il y a des moments forts dans le vaste mouvement d'émancipation que le phénomène touristique a connu chez nous au cours de son histoire. Ainsi la consolidation touristique de l'entre-deux-guerres (1918-1940) constitue l'une des périodes les plus riches en termes de socialisation, voire démocratisation du tourisme au Grand-Duché de Luxembourg. Les pouvoirs politiques s'attellent à investir massivement dans l'infrastructure touristique; tout un arsenal d'outils vient perfectionner l'équipement touristique à mettre en place; l'organisation touristique en tant que telle prend une forme de mieux en mieux structurée et... nous assistons à un véritable réveil de la publicité touristique, une publicité conçue suivant des approches et méthodologies carrément innovatrices<sup>1</sup>.

C'est à l'affiche touristique que revient la part du lion dans cette nouvelle conception que nous qualifierons aujourd'hui de «nouvelle stratégie de marketing touristique».

Syndicats d'Initiative, Sociétés d'Embellissement, Office Luxembourgeois de Tourisme – plus tard Office National du Tourisme – ou différentes communes vont de l'avant en utilisant l'affiche comme nouveau support de la promotion touristique<sup>2</sup>.

D'ailleurs, la ville de Luxembourg n'échappe pas à la pratique d'employer l'affiche artistique comme vecteur de sa promotion touristique.

À gauche, de haut en bas:

- Syndicat d'initiative, Luxembourg Litho artistique (Gustave Souper)†
- Ville de Luxembourg, Fête des Fleurs (J. Meyers, 1937)
- Visitez la Ville de Luxembourg (Lex Weyer)

À droite, de haut en bas:

- Grand-Duché de Luxembourg, Office Belgo-Luxembourgeois de Tourisme Bruxelles (Harry Rabinger, vers 1935)
- Chemins de fer d'Alsace et de la Lorraine, Luxembourg, Le vieux quartier de Grund (Lucien Serre & Cie, Paris)
- Chemins de fer de l'Est (L. Trinquier-Trianon, Paris)
- Luxembourg, Les plus longues casemates du monde (Théo Kerg, 1936)
- Visit Luxembourg, Office Luxembourgeois de Tourisme (J. P. Gleis)
- Société Nationale des Chemins de Fer Luxembourgeois (Graphic Studio Mehlen)

Il faut dire que le sujet s'y prête à merveille. Tous les ingrédients sont donnés pour parfaire cette image (de marque) que la capitale voulait se donner à l'époque: une topographie unique, une silhouette urbaine d'une rare beauté, une ville pleine de contrastes; bref, cette destination touristique possède une panoplie d'atouts qui la rendent incontournable. Et ce n'est pas par hasard que les meilleurs artistes qui ont été en vogue s'y sont essayés. Ils ont ainsi brossé et arrêté en dessin les plus belles pages de l'historiographie touristique luxembourgeoise.

Laissons donc défiler un échantillon de ces affiches artistiques des années 20 et 30 du siècle dernier montrant la capitale sous un angle de vue tout à fait particulier. Toutes proviennent d'ailleurs des collections de la Bibliothèque nationale de Luxembourg.

Roland Pinnel

† Pinnel Roland, Histoire sommaire du tourisme luxembourgeois, Luxembourg, 1989, 129 pages. Voir pp. 35-46.

‡ Van der Vekene Emile, Anciennes affiches touristiques et artistiques luxembourgeoises provenant des collections de la Bibliothèque nationale de Luxembourg, in «Catalogue du 18<sup>e</sup> Salon des Antiquaires, de la Brocante et de l'Art contemporain» (12.-15.1992), pp. 25-48; voir en particulier pp. 40-47.

