

LE VERBE LA COULEUR LE TRAIT

COMPRENDRE LA COMPOSITION GRAPHIQUE D'UNE AFFICHE ET SES ENJEUX

DOSSIER PÉDAGOGIQUE DE L'EXPOSITION VIRTUELLE, À DESTINATION DES ENSEIGNANTS DES CYCLES 3 ET 4

ARTS PLASTIQUES



S O M M A I R E

2 INTRODUCTION

French Lines & Compagnies : le patrimoine maritime et portuaire au cœur du Havre

À l'origine du projet d'exposition numérique

L'exposition "Le Verbe, la Couleur et le Trait"

4 REPÈRES

La Compagnie Générale Transatlantique, grande entreprise de la Marine marchande en France

Chronologie

6 PRÉPARATION AUX ACTIVITÉS

Les clés de l'analyse d'une image

Malette iconographie et archives

9 ACCOMPAGNEMENT PÉDAGOGIQUE

Activités proposées

Cycle 3

Cycle 4

Liens avec le programme scolaire

16 INFORMATIONS PRATIQUES

Contacts

Remerciements

17 ANNEXES

Lexiques

Analyser une œuvre picturale

INTRODUCTION

French Lines & Compagnies : le patrimoine maritime et portuaire au cœur du Havre

Créé sous le statut d'association en 1995 et devenu établissement public de coopération culturelle (EPCC) en 2017, French Lines & Compagnies est dépositaire de fonds relatifs à la Marine marchande française. Quatre compagnies de transport de fret et de passagers sont principalement représentées dans ses collections : la Compagnie Générale Transatlantique (CGT), la Compagnie des Messageries Maritimes (MM), la Compagnie Générale Maritime (CGM) et la Société Nationale Corse-Méditerranée (SNCM) couvrant une période qui s'étend de 1851 au début des années 2000.

La diversité et la richesse des fonds conservés par l'EPCC au Havre (archives, archives audiovisuelles et photographiques, objets et œuvres d'art, bibliothèque) en font un patrimoine unique en Europe. Dans le cadre de ses missions scientifiques et culturelles French Lines & Compagnies met à disposition des éléments issus de ce patrimoine à des institutions régionales, nationales ou étrangères. En complément de publications scientifiques, d'expositions temporaires, des outils numériques valorisent ce patrimoine exceptionnel encore trop souvent méconnu. En l'absence de lieu d'exposition dédié, ils permettent une diffusion plus large d'une histoire de la France sur les mers et dans les ports.

À l'origine du projet d'exposition numérique

L'exposition s'inscrit dans le cadre d'un programme national de numérisation et de valorisation des contenus culturels initié par le Ministère de la culture en 2018. L'objectif est de promouvoir la diffusion, l'utilisation et l'accès des contenus culturels au plus grand nombre, conformément à la politique de démocratisation et d'éducation culturelles portée par le Ministère.

Par le biais d'un appel à projet lancé par la Direction Régionale des Affaires Culturelles (DRAC) de Normandie, partenaire du programme, French Lines & Compagnies s'est engagé à mettre en valeur une partie de ses fonds iconographiques. Les cinq expositions virtuelles thématiques qui en ont émergé s'adressent au grand public. Chacune d'elles présente une sélection d'affiches choisies parmi les 200 relatives à la Compagnie Générale Transatlantique que comptent les collections de French Lines. Une attention particulière est portée aux scolaires par le biais de cinq dossiers pédagogiques à destination des élèves de Cycles 3 et 4.

L'exposition « Le Verbe, la Couleur et le Trait »

Capter et fidéliser une clientèle au cœur d'une concurrence très forte, tels sont les objectifs de la Compagnie Générale Transatlantique. Profitant des progrès de l'imprimerie de la fin du XIX^{ème} siècle, puis de l'essor des métiers de la communication et du graphisme, la compagnie fait largement appel à l'illustration dans ses publicités. L'affiche devient un outil indispensable pour attirer, informer et faire rêver. Le verbe, le trait et la couleur qui en sont les éléments constitutifs, composent un langage visuel immédiatement accessible.

La variété des destinations et des services proposés encourage les affichistes à faire preuve de créativité tout en s'adaptant à leur époque et à la clientèle cible. C'est ainsi que l'exotisme, la modernité, la puissance, l'aventure ou encore la douceur de vivre viennent tour à tour refléter les caractéristiques d'une ligne ou d'un navire.

Tout au long du XX^{ème} siècle, l'évolution des modes de transport, de la société et l'essor du tourisme vont marquer la transformation stylistique de l'affiche et l'acheminer vers un discours pictural peu à peu réduit à l'essentiel.

À toute époque, le verbe bavard ou succinct, le trait complexe ou allusif et la couleur nuancée ou expressionniste, se mêlent en de multiples combinaisons pour le plus grand plaisir de l'œil.

[Lien vers l'exposition « Le Verbe, la Couleur et le Trait »](#)



Les lettres et chiffres systématiquement indiqués entre parenthèses après le nom d'un navire en italique, renvoient au sigle de la compagnie maritime qui exploite ce navire et à l'année de sa mise en service au sein de cette flotte. Ex. : « *De Grasse* (CGT 1971) » : paquebot *De Grasse*, exploité par la Cie Gle Transatlantique à partir de 1971.

La Compagnie Générale Transatlantique, grande entreprise de la Marine marchande en France

Assurer le transport du courrier postal par la voie maritime est l'un des enjeux du début du XIX^{ème} siècle. Compte tenu des distances et des conditions de navigation, le service postal est plus difficile à mettre en place sur l'Atlantique que sur la Méditerranée. Les anglo-saxons (Cunard Line, White Star Line etc.) sont les premiers à se lancer dans l'aventure dès 1840.

La France a besoin d'une ligne directe vers New York, porte d'entrée du marché américain, et l'État souhaite voir se développer une compagnie de navigation libre crédible. Ce sont les financiers du chemin de fer qui se mettent rapidement sur les rangs et parmi eux les frères Émile et Isaac Pereire qui, en 1855, se lancent dans l'aventure et fondent la Compagnie Générale Maritime, future Compagnie Générale Transatlantique.

Après de longues tractations avec l'État, les frères Pereire obtiennent la concession du service postal vers New York et sa subvention, ainsi que la participation de l'État au financement de leur flotte. Cette ligne prendra le nom de French Line.

Les premiers navires (*Washington*, *Lafayette*, *Europe*) sont construits en Écosse. Mais la compagnie, qui s'est engagée à construire en France, crée ses propres chantiers à Penhoët, près de Saint-Nazaire, en 1861. La même année, la compagnie prend le nom de Compagnie Générale Transatlantique et, dès 1862, *La Louisiane* (CGT 1862) prend la mer pour son premier voyage vers les Antilles et le Mexique. Le 15 juin 1864, le paquebot-poste *Washington* (CGT 1864) inaugure la ligne régulière Le Havre-New York et dès 1880, la compagnie s'installe en Méditerranée. À cette époque, le bateau est le seul moyen de se

déplacer entre les continents séparés par la mer. Les paquebots assurent alors cette fonction de transport régulier de passagers.

Sur l'Atlantique Nord, les premières décennies de la ligne sont consacrées en grande partie au transport des émigrants. Entre la fin du XIX^{ème} siècle et les années 1920, près de 72 millions d'européens quittent le Vieux Continent pour peupler le Nouveau Monde, empruntant paquebots, paquebots-mixtes ou encore paquebots spécialisés, dits "à classe unique".

Malgré les vicissitudes de l'Histoire (guerres, crises économiques), la Compagnie Générale Transatlantique dite aussi Transat s'impose et se développe. À la fin du XIX^{ème} siècle, la série des paquebots des provinces *La Normandie*, *La Champagne*, *La Bourgogne*, *La Lorraine* etc. puis *La Savoie* en 1901, rassemblent déjà tout ce qui fait l'image de marque de la Transat : rapidité, confort, décoration luxueuse et raffinement de la table. Face à la concurrence étrangère, la Compagnie privilégie le service et l'hôtellerie pour attirer une clientèle aisée. Les nouvelles unités du XX^{ème} siècle, *France* en 1912, *Paris* en 1921, puis *Île-de-France* en 1927, sont conçues et aménagées avec le souci grandissant du bien-être des passagers et de la mise en valeur du savoir-vivre français. Profitant de sa renommée, la Transat diversifie ses activités. Au transport de courrier postal, de passagers et de fret, s'ajoute le développement d'une activité de croisières et de voyages en Afrique du Nord.

Bousculée par la crise financière mondiale des années 1930, la Transat maintient néanmoins la mise en chantier d'un nouveau transatlantique, véritable chef-d'œuvre de luxe et de technologie : *Normandie*, mis en service en 1935, suscite l'admiration du monde entier. Sa construction, qui engendre une dette énorme, amène l'État à prendre le contrôle de la compagnie.

Après-guerre, la Transat exploite une flotte réduite par la perte de nombreux navires. Alors qu'elle hésite à relancer la construction d'un nouveau géant sur la ligne Le Havre-New York, elle amorce sa reconversion vers le transport de fret dont la croissance du trafic est constante. Dans le domaine du transport de passagers, le paquebot *France*, mis en service en 1962, connaît quelques belles années puis se voit fortement concurrencé par les nouveaux avions qui traversent l'Atlantique en 8 heures. La compagnie tente alors de privilégier le tourisme et les vacances mais, malgré de prestigieuses croisières (la Croisière Impériale en 1969 et les Tours du Monde de 1972 et de 1974), l'État décide de ne plus subventionner la ligne. Le navire est retiré du service en 1974, c'est la fin de la célèbre French Line après près de 110 ans d'exploitation. Par la suite, la Compagnie Générale Transatlantique n'arme plus que des cargos. En 1976, elle fusionne avec la Compagnie des Messageries Maritimes pour devenir la Compagnie Générale Maritime.

Chronologie

Au XIX^{ème} siècle, la mécanisation des techniques d'impression et la généralisation de la lithographie sont contemporaines de la révolution technologique que connaît le transport maritime. La production d'imprimés augmente très fortement, aborde tous les champs d'activité de la compagnie et témoigne de son développement.

1855 Fondation de la Compagnie Générale Maritime (CGM) par les frères Pereire.

1860 Premier achat de conventions postales : Le Havre/New York Saint Nazaire/Colon - Mexique - Cayenne.

1861 La Compagnie Générale Maritime (CGM) devient Compagnie Générale Transatlantique (CGT).

La Transat fait appel à de nombreux peintres de marine pour sa communication. Les premières affiches sont caractérisées par une prépondérance du texte sur l'image : toutes les informations utiles sont indiquées et occupent la majeure partie de la surface imprimée.

1895 Libre concurrence des services postaux : la Compagnie Générale Transatlantique exploite 9 lignes sur 15, les plus fructueuses.

1898 La Compagnie Générale Transatlantique se partage les services postaux de la Corse avec la Compagnie de Navigation à Vapeur Fraissinet.

Au début du XX^{ème} siècle, la spécificité du travail de conception graphique est reconnue grâce à l'émergence d'une nouvelle génération de publicitaires. L'écrit s'efface peu à peu au profit du motif.

1921 Premiers voyages d'agrément organisés en Afrique du Nord par la Compagnie Générale Transatlantique : train, paquebot, hôtels et auto-circuits sur le même billet. Il s'agit de capter une clientèle touristique anglo-saxonne habituée de l'Égypte pour lui faire découvrir le Maroc, l'Algérie et la Tunisie.

1930 Les marchés de l'information commerciale se diversifiant, les métiers de la communication s'organisent, se spécialisent et se professionnalisent. Dans les représentations, la gamme chromatique se réduit et le dessin se simplifie. L'image au cœur de l'affiche devient un outil d'attraction commerciale, le texte est réduit à l'essentiel.

1935 L'affiche d'Adolphe Jean-Marie Mouron dit Cassandre représentant le paquebot *Normandie* (CGT 1935) révolutionne le portrait de navire.

PRÉPARATION AUX ACTIVITÉS

Les clés de l'analyse d'une image

Ce chapitre n'est pas une description exhaustive des points à aborder dans l'analyse d'œuvre. Il est conçu pour guider l'enseignant dans sa façon d'étudier les œuvres avec les élèves.

L'analyse d'une image passe par trois grandes étapes allant de l'analyse objective à la conclusion personnelle. Pour bien comprendre une œuvre, il s'agira de la décrire, de la contextualiser pour enfin exprimer un avis personnel déduit des informations récoltées.

Ce que je vois, la description objective de l'image

Pour débiter la description d'une œuvre, on commence par le cartel qui réunit les informations suivantes, quand elles sont connues : titre, auteur, date de création, collection, nature de l'image (affiche, carte postale, photographie etc.), genre (marine, paysage urbain etc.), format (portrait, paysage), commanditaire, matériaux et technique, dimensions, (lieu de découverte), lieu de conservation.

Pour la deuxième phase de description, l'analyse formelle de l'image consiste à décrire de manière objective les éléments qui la composent. Il est utile à cette étape d'écrire, entourer les éléments importants, tracer des lignes etc. directement sur une reproduction de l'image, pour finalement identifier le type d'image (on entend par type : affiche, peinture, publicité, photographie etc.) et le sujet traité (que promeut l'image : un voyage ? une croisière ? comment ? à bord de quel bateau ? en combien de temps ? etc.).

Cette description suit un modèle identique pour chaque image ou œuvre : allant du général, la vision d'ensemble, au particulier, le détail.

Vous pourrez questionner les élèves sur :

L'iconographie : s'agit-il d'un paysage, d'une marine, d'une vue urbaine, d'une scène de genre, d'un portrait etc. ;

L'organisation globale de l'image : son format (portrait/paysage), son cadrage (rapproché, éloigné), sa composition (couleurs, formes, lignes, plans), la répartition des éléments dans l'espace ;

Le traitement plastique : provenance et intensité de la lumière, traitement des contours et de la couleur (gamme de couleur restreinte ou non, chaude ou froide etc.), typographie utilisée, répartition entre la couleur, le texte et le dessin (traits schématiques, graphiques etc.).

Ce que je sais, la mise en contexte

L'image est généralement la représentation d'un événement, d'une opinion, d'une vision subjective sur un sujet. L'auteur propose son interprétation sur laquelle influe son époque, un contexte politique, économique, social ou culturel particulier. Les affiches publicitaires ont vocation à convaincre et représenter. Il s'agira alors d'identifier le commanditaire, le contexte dans lequel elles ont été produites et enfin l'interprétation proposée par l'artiste.

Ce que j'en déduis, mon avis personnel

À partir des informations réunies précédemment, il est temps de conclure l'analyse d'œuvre par ce que j'en déduis. Ces quelques lignes seront une analyse subjective de ce que l'œuvre nous dit, met en avant ou au contraire occulte.

Malette iconographie et archives

Au XIXème siècle, la mécanisation des techniques d'impression et la généralisation de la lithographie sont contemporaines de la révolution technologique que connaît le transport maritime. La production d'imprimés augmente très fortement, aborde tous les champs d'activité de la compagnie et témoigne de son développement. La Transat fait appel à de nombreux peintres de marine pour sa communication. Les premières affiches sont caractérisées par une prépondérance du texte sur l'image : toutes les informations utiles sont indiquées et occupent la majeure partie de la surface imprimée.

Au début du XXème siècle, la spécificité du travail de conception graphique est reconnue avec l'émergence d'une nouvelle génération de publicitaires. L'écrit s'efface peu à peu au profit du motif. Dans les années 1930, les marchés de l'information commerciale se diversifiant, les métiers de la communication s'organisent, se spécialisent et se professionnalisent. Dans les représentations, la gamme chromatique se réduit et le dessin se simplifie. L'image au cœur de l'affiche devient un outil d'attraction commerciale, le texte, court, est réduit à l'essentiel. En 1935, l'affiche d'Adolphe Jean-Marie Mouron dit Cassandre représentant le paquebot *Normandie* (CGT 1935) révolutionne le portrait de navire en proposant une vision graphique loin du traditionnel portrait de navire en mer des peintres de marine.



Affiche *Southampton to New York. France afloat.* French Line, par Kay Stewart, années 1950 © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 3



Affiche *Antilles, Colombie, voyages réguliers et croisières au départ du Havre. Voyage inaugural Antilles (CGT 1953), départ du Havre 30 Avril 1953*, par Albert Brenet, 1953 © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 4



Maquette préparatoire de l'affiche *La Compagnie Générale Transatlantique propose aux émigrants un voyage spécial du paquebot France à Québec*, auteur inconnu, 1968 © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 5



Affiche *En 1963, Offrez-vous... Offrez-lui... Offrez-leur... Une croisière "Transat"*, par Jean Bellus, 1963 © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 6



Brochure publicitaire de la Compagnie Générale Transatlantique destinée aux passagers. *Le tour de la Baltique avec le paquebot Colombie II* (CGT 1931), auteur inconnu, 1933, page 1 sur 14 © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 7



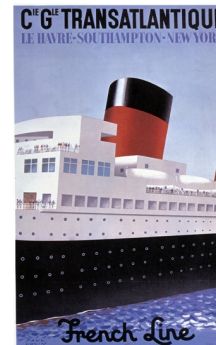
Paquebot Lafayette (CGT 1930), photomontage de Jan Auvigne © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 8



Affiche *Compagnie Générale Transatlantique - New York, Paris, Paquebot La Savoie* (CGT 1901), vers 1901 © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 9



Affiche *Compagnie Générale Transatlantique pour le voyage de Paris à New York à bord du paquebot La Savoie* (CGT 1901), départ le 18 juillet 1914 © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 10



Affiche *Cie Gle Transatlantique. Le Havre - Southampton - New York. French Line*, par Paul Colin, milieu du XXème siècle © Collection French Lines & Compagnies
Annexe 11

Activités proposées

Cycle 3

Objectif de l'activité :

Comprendre la composition graphique d'une affiche et ses enjeux.

Compétences travaillées :

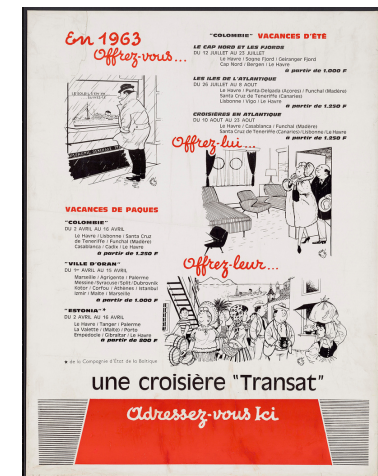
- Recherche d'imitation, d'accentuation ou d'interprétation, d'éloignement des caractéristiques du réel dans une représentation, le surgissement d'autre chose
- Observation et analyse d'œuvres ou d'images ; comparaison d'œuvres différentes sur une même question ou dans d'autres arts ; découverte et observation dans l'environnement proche de réalisations ou de situations porteuses des questions que posent l'espace, l'objet et l'architecture, le rapport d'échelle
- Création, fabrication, transformation d'objets en liens avec des situations à forte charge symbolique, jeux sur les relations entre forme et fonction, entre dimension symbolique et qualité plastique

Déroulement de l'activité :

- Visiter l'exposition virtuelle *Le Verbe, la Couleur et le Trait*
- Partie 1 : Étudier quatre affiches (dont une de l'exposition) pour comprendre la composition et les choix de l'artiste
- Partie 2 : Créer une affiche publicitaire à partir d'un prospectus de voyage en prenant en compte trois éléments graphiques : le trait, la couleur et le verbe

Partie 1 : Etudier des affiches

Avant de créer leur propre affiche, les élèves étudient les quatre affiches présentées ci-dessous. Cet exercice peut se faire sous forme de débat oral. Ils doivent relever les éléments qui caractérisent chaque affiche et comprendre pourquoi l'artiste a fait ces choix.



Clés d'analyse :

- Quelles sont les destinations mises en avant dans ces affiches ?
- Quelles sont les couleurs utilisées dans chaque affiche ?
- Ces quatre affiches se ressemblent-elles ?
- Quelles sont les différences visuelles entre ces affiches ?
- Quelles sont les formes utilisées par l'artiste ?
- Comment les éléments graphiques sont disposés dans l'espace de chaque affiche ?
- Quel est le lien entre le graphisme de chaque affiche et la destination à laquelle chacune renvoi ?

Partie 2 : Créer une affiche publicitaire

À partir de la brochure, présentée ci-dessous, les élèves créent leur propre affiche. Pour cela ils doivent :

- Étudier le texte de la brochure et repérer les informations les plus importantes.
- À partir du discours publicitaire de la brochure ci-dessus, créer une affiche pour promouvoir une croisière de la Compagnie Générale Transatlantique en mer Baltique.
- Choisir entre créer une affiche graphique mettant en avant plutôt la couleur, le trait et la forme, le verbe (graphisme du slogan publicitaire, présence de beaucoup de texte dans l'affiche). Les élèves peuvent également choisir deux de ces éléments ou même prendre les trois en compte.
- Ils s'inspirent également des affiches présentes dans l'exposition et de celles étudiées dans la première partie de l'exercice.

- Que les élèves insistent sur la couleur, le trait ou le verbe, il est primordial que le spectateur puisse percevoir la destination du voyage et comprendre le choix de chaque élève quant aux éléments plastiques qu'il a mis en place. Le graphisme des affiches doit faire sens avec le voyage proposé.

Tour de la Baltique
Croisière du S. S. "Colombie"
du 25 Juillet au 15 Août

QUEL dommage de n'avoir ni le temps ni l'argent nécessaires pour effectuer le tour de la Baltique et visiter la Norvège, la Suède, l'U.R.S.S., la Finlande, la Pologne, le Danemark.

— Vous êtes dans l'erreur ! Ignorez-vous que, grâce à la Cie Gie TRANSATLANTIQUE, vous pouvez, en vingt jours à peine et pour une somme très modeste, satisfaire ce désir ?

— Vraiment ? Alors indiquez-moi le bureau de voyages le plus proche et j'irai me faire inscrire tout de suite pour la Croisière d'été dans la Baltique !

S'adresser : à la **Cie Gie TRANSATLANTIQUE**, SERVICE TOURISME-CROISIÈRES, 6, Rue Auber, Paris-9e - Tél. : Opéra 02-44
aux **Agences de la Cie Gie Transatlantique**, à toutes les **Grandes Agences de Voyage**.

Texte : "Tour de la Baltique Croisière du S.S. "Colombie" du 25 Juillet au 15 Août"

"Quel dommage de n'avoir ni le temps ni l'argent nécessaires pour effectuer le tour de la Baltique et visiter la Norvège, la Suède, l'U.R.S.S., la Finlande, la Pologne, le Danemark.

- Vous êtes dans l'erreur ! Ignorez-vous que, grâce à la Cie Gle Transatlantique, vous pouvez, en vingt jours à peine et pour une somme très modeste, satisfaire ce désir ?

- Vraiment ? Alors indiquez-moi le bureau de voyages le plus proche et j'irai me faire inscrire tout de suite pour la Croisière d'été dans la Baltique !"

Cycle 4

Objectif de l'activité :

Comprendre la composition graphique d'une affiche et ses enjeux.

Compétences travaillées :

- Repérer les propriétés plastiques, iconiques, sémantiques et symboliques de l'image
- Réaliser une production en tirant parti des interrelations entre les médiums, des techniques et des processus variés à des fins expressives
- Invention et mise en œuvre de dispositifs artistiques pour raconter (narration visuelle ancrée dans une réalité ou une fiction)
- Observation et analyse d'œuvres ou d'images, comparaison d'œuvres différentes sur une même question

Déroulement de l'activité :

- Visiter l'exposition virtuelle *Le Verbe, la Couleur et le Trait*
- Partie 1 : Analyser un corpus d'œuvres sur l'interrelation entre différents médiums : dessin, photomontage, etc.
- Partie 2 : Analyser un corpus d'œuvres sur une même thématique
- Partie 3 : Réaliser une affiche

Les deux premières activités sont toutes orientées autour de l'analyse d'œuvre. L'objectif est de donner aux élèves une vision d'ensemble de la conception graphique d'une affiche. Qu'ils comprennent l'organisation de la composition, l'équilibre entre le verbe, la couleur et le trait, l'importance de chacun et ce en étudiant :

- Les différentes formes que peut prendre le traitement de l'image (photomontage, traits graphiques, minutie descriptive etc.)

- Comment exploiter une même thématique de manières diverses et variées

Afin de guider l'analyse des œuvres, vous pouvez vous appuyer sur le complément de méthodologie d'analyse d'une œuvre picturale (Annexe 2).

Partie 1 : Analyser un corpus d'œuvre sur l'interrelation entre différents médiums





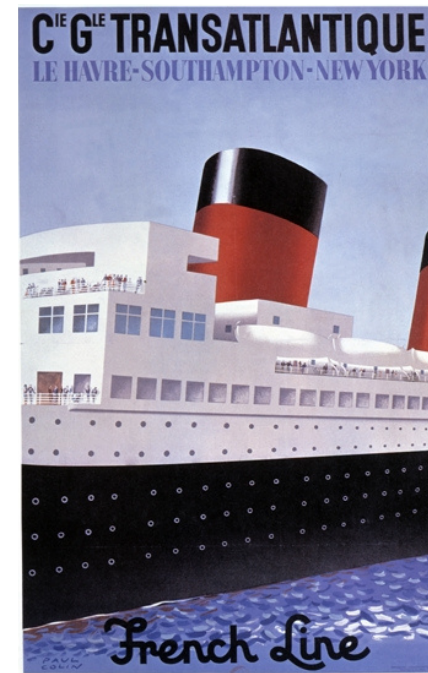
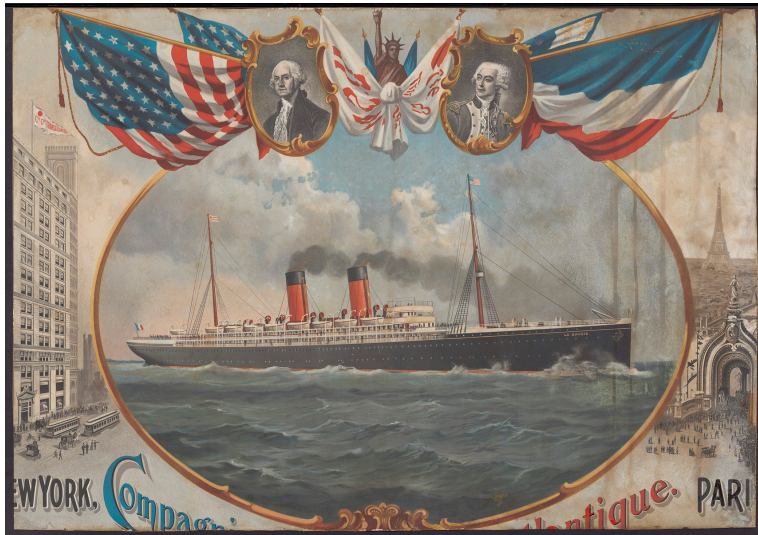
- Que représentent les affiches ?
- Qu'est-ce qu'un photomontage ?
- Quelles sont les différentes techniques utilisées dans ces affiches ?



- Réfléchir sur la composition de l'image.
- À quels procédés graphiques fait appel chaque affiche ?
- Quel est le lien entre le graphisme de chaque affiche et la destination à laquelle chacune renvoie ?

Partie 2 : Analyser un corpus d'œuvre sur une même thématique

- Quelle est la thématique commune de ces affiches ?
- Si vous deviez associer une affiche avec l'un des mots du titre de l'exposition à laquelle associeriez-vous « le verbe » et/ou « la couleur » et/ou « le trait » ?
- Relevez les caractéristiques qui différencient les affiches



Partie 3 : Réalisation graphique d'une affiche

Cette partie de l'activité consiste à faire travailler les élèves individuellement ou en petits groupes sur un projet d'affiche publicitaire pour le compte de la Compagnie Générale Transatlantique. Les élèves peuvent partir d'un navire en vantant luxe, confort, rapidité, sécurité ou une destination mais ce en accentuant les caractéristiques graphiques de leurs créations.

Création d'une affiche de voyage de leur choix au service de la Compagnie Générale Transatlantique. Doivent apparaître impérativement : le **nom de la compagnie**, un **titre** (slogan publicitaire), un **nom de navire**, la **destination** (soit départ et arrivée, soit le circuit avec par exemple "croisière autour du monde", croisière à thème etc.), un **visuel attractif**, la **signature de l'auteur** de l'affiche, un **parti-pris** en mettant en avant plutôt le verbe et/ou la couleur et/ou le trait.

Liens avec les programmes scolaires

Cycle 3 : Arts plastiques

Connaissances, compétences, questionnements

La représentation plastique et les dispositifs de présentation :

La ressemblance : découverte, prise de conscience et appropriation de la valeur expressive de l'écart dans la représentation.

L'autonomie du geste graphique, pictural, sculptural : ses incidences sur la représentation, sur l'unicité de l'œuvre, son lien aux notions d'original, de copie, de multiple et de série.

Les différentes catégories d'images, leurs procédés de fabrication, leurs transformations : la différence entre images à caractère artistique et images scientifiques ou documentaires, l'image dessinée, peinte, photographiée, filmée, la transformation d'images existantes dans une visée poétique ou artistique.

La narration visuelle : les compositions plastiques, en deux et en trois dimensions, à des fins de récit ou de témoignage, l'organisation des images fixes et animées pour raconter.

La mise en regard et en espace : ses modalités (présence ou absence du cadre, du socle, du piédestal, etc.), ses contextes (l'espace quotidien privé ou public, l'écran individuel ou collectif, la vitrine, le musée, etc.), l'exploration des présentations des productions plastiques et des œuvres (lieux : salle d'exposition, installation, in situ, l'intégration dans des espaces existants, etc.).

La prise en compte du spectateur, de l'effet recherché : découverte des modalités de présentation afin de permettre la réception d'une production plastique ou d'une œuvre (accrochage, mise en espace, mise en scène, frontalité, circulation, parcours, participation ou passivité du spectateur, etc.).

La fabrication et la relation entre l'objet et l'espace :

L'espace en trois dimensions : découverte et expérimentation du travail en volume (modelage, assemblage, construction, installation, etc.) ; les notions de forme fermée et forme ouverte, de contour et de limite, de vide et de plein, d'intérieur et d'extérieur, d'enveloppe et de structure, de passage et de transition ; les interpénétrations entre l'espace de l'œuvre et l'espace du spectateur.

Liens avec l'exposition virtuelle et l'activité proposée

Recherche d'imitation, d'accentuation ou d'interprétation, d'éloignement des caractéristiques du réel dans une représentation, le surgissement d'autre chose, etc.

Utilisation de l'appareil photographique pour produire des images ; intervention sur les images déjà existantes pour en modifier le sens par le collage, le dessin, la peinture, le montage, par les possibilités des outils numériques.

Observation et analyse d'œuvres ou d'images ; comparaison d'œuvres différentes sur une même question ou dans d'autres arts ; découverte et observation dans l'environnement proche de réalisations ou de situations liées à la représentation et ses dispositifs.

Exploration des divers modalités et lieux de présentation de sa production et de l'œuvre ; rôle du rapport d'échelle.

Prise en compte des qualités formelles des images dans leur association au profit d'un effet, d'une organisation, d'une intention (collage d'éléments hétéroclites, association d'images disparates, intrusion de perturbations, etc.).

Exploration des conditions du déploiement de volumes dans l'espace, en lien notamment avec l'architecture navale représentée (équilibre et déséquilibre ; forme ouverte, fermée).

Création, fabrication, transformation d'objets en lien avec des situations à forte charge symbolique ; jeux sur les relations entre formes et fonction, entre dimension symbolique et qualités plastiques.

Observation et analyse d'œuvres ; comparaison d'œuvres différentes sur une même question ou dans d'autres arts ; découverte et observation dans l'environnement proche de réalisations ou de situations porteuses des questions que posent l'espace, l'objet et l'architecture.

Cycle 4 : Arts plastiques

Connaissances, compétences, questionnements

Expérimenter, produire, créer

S'approprier des questions artistiques en prenant appui sur une pratique artistique et réflexive.

Prendre en compte les conditions de la réception de sa production dès la démarche de création, en prêtant attention aux modalités de sa présentation, y compris numérique.

Exploiter des informations et de la documentation, notamment iconique, pour servir un projet de création.

Liens avec l'exposition virtuelle et l'activité proposée

Répérer les propriétés plastique, iconique, sémantique et symbolique de l'image.

Réaliser une production en tirant parti des interrelations entre les médiums, des techniques et des processus variés à des fins expressives.

Invention et mise en œuvre de dispositifs artistiques pour raconter (narration visuelle ancrée dans une réalité ou une fiction).

Observation et analyse d'œuvres ou d'images, comparaison d'œuvres différentes sur une même question.

INFORMATIONS PRATIQUES

Contacts

Pour contacter l'EPCC French Lines & Compagnies patrimoine maritime et portuaire, en savoir plus sur son travail, ses collections et suivre son actualité sur les réseaux sociaux :

Contact :

EPCC French Lines & Compagnies
54 Rue Louis Richard
76600 Le Havre

Courriel : epcc@frenchlines.com

Tel. : 02.35.24.19.13

Site Internet : <https://www.frenchlines.com/>

Pour visualiser les quatre autres expositions virtuelles et leurs dossiers pédagogiques :

[\[Lien vers les expositions virtuelles\]](#)



Compte Instagram

<https://www.instagram.com/frenchlinesetcompagnies>



Compte Facebook :

<https://www.facebook.com/frenchlines>

Remerciements

Un projet réalisé grâce au concours financier de la **Direction Régionale des Affaires culturelles de Normandie**, du **Département de Seine-Maritime** et de l'association **Les Amis de French Lines**.

Avec la participation de **Jean-Charles Bussy** et **Philippe Virmoux**, conseillers pédagogiques attachés à la Direction des services départementaux de l'éducation nationale de la Seine-Maritime et de **Martin Guyet** et **Violette Leclercq**, stagiaires chez French Lines & Compagnies.

Annexe 1

Lexique général

ARMATEUR : Celui qui, propriétaire ou non, arme un navire.

ARMER : Équiper un navire, le munir de ce qui est nécessaire à son fonctionnement et sa navigation.

COMMISSAIRE : Officier administrateur du service des passagers sur un paquebot.

COMPAGNIE MARITIME : Société de navigation.

ÉTAT-MAJOR : Ensemble des officiers d'un navire, par opposition au reste de l'équipage.

LIGNE : Trajet commercial exploité par une compagnie.

MILLE : Unité de mesure de navigation maritime ou aérienne valant 1 852 mètres.

NŒUD : Unité de mesure de la vitesse d'un navire, égal à un mille nautique parcouru par heure (1 852 m/h).

PAQUEBOT : De l'anglais *packet boat*, « bateau transportant des paquets ». Navire transportant des passagers, un peu de marchandises et du courrier.

TIRANT :

- **D'air** : hauteur totale de la partie émergée d'un navire.
- **D'eau** : hauteur totale de la partie immergée de la coque d'un navire ; profondeur à laquelle le navire s'enfonce normalement, de la quille à la ligne de flottaison.

Lexique Paquebot

CABINE : À bord d'un navire, logement de l'équipage ou des passagers.

CARÈNE : Partie immergée de la coque d'un navire.

CHEMINÉE : Dispositif servant à évacuer la fumée qui s'échappe des moteurs de la salle des machines.

COQUE : Partie d'un navire qui ne comprend pas les superstructures. Ensemble des ponts et des structures inférieures à celles-ci.

HUBLOT : Fenêtre de petite taille, circulaire.

PAVILLON : De forme carrée ou rectangulaire, il indique soit la nationalité du navire, la compagnie de navigation à laquelle le navire appartient ou encore fait office de signe flottant du Code des signaux (pavillon de signalisation).

POUPE : Partie arrière d'un navire.

PROUE : Partie avant du navire.

RADAR : Appareil qui détecte les objets grâce à un système d'ondes très courtes.

SUPERSTRUCTURE : Ensemble des parties du navire situées au-dessus du pont supérieur.

TIMONERIE (ou PASSERELLE) : Lieu qui abrite les instruments et appareil de navigation, où l'on effectue la navigation sous les ordres de l'officier de quart.

Annexe 2

Analyser une œuvre picturale c'est se questionner sur :

- **Le format** : désignation du format, occupation du champ de l'image (taille des éléments).
- **Le cadrage** : les effets de proximité et d'éloignement par rapport au spectateur. Il contribue à déterminer la relation de proximité ou d'éloignement avec le spectateur.
- **La composition** : l'organisation globale de l'image.
- **La répartition des formes dans le champ de l'image** : zones densément occupées, vides ou faiblement remplies ; zones claires ou sombres ; zones variées ou pauvres du point de vue chromatique.
- **L'organisation géométrique de l'ensemble** : le centre géométrique (intersection des diagonales d'un rectangle) est-il exploité ? Une des diagonales est-elle exploitée ? L'axe médian vertical ou horizontal est-il exploité ? Effets de symétrie (dans les couleurs ou les formes) ? Effets de hiérarchie ?
- **La construction géométrique de l'ensemble** : organisation générale en un triangle, une forme circulaire, ovoïde ?
- **La perspective** : perspective linéaire (toutes les orthogonales convergent vers un point de fuite unique. Les orthogonales ou lignes de fuite, sont souvent visibles grâce à l'architecture) ; perspective intuitive (elle n'est pas rigoureuse du point de vue géométrique, les lignes de fuite ne convergent pas vers un point de fuite unique mais en plusieurs points ou zones) ; perspective atmosphérique, c'est-à-dire perspective chromatique qui joue sur la distribution des couleurs (sur le devant des couleurs primaires marquées et très contrastées et chaudes, plus on va vers le lointain plus la palette tire vers les couleurs froides et pâles) et la perspective d'effacement (diminution progressive de la taille des éléments en procédant vers le lointain).

- **La spatialité** : indications de lieux ; lieux par rapport aux personnages (les moyens déployés pour suggérer la profondeur).
- **Les types de lieux représentés** : lieux architecturés (étudier la perspective) ; lieux extra-urbains (paysages)
- **L'éclairage** : la provenance et l'intensité de la lumière. provenance de la lumière : hors champ ou bien dans le champ ; nature de l'éclairage : artificiel ? naturel ? surnaturel ? indéterminé ? ; l'intensité : contraste entre les clairs et sombres élevé ou non (= éclairage faible ou fort).
- **Le style** : traitement du contour, du modèle, de la couleur, des effets de textures.
- **Le traitement du contour** : contours linéaires (limites nettes et précises) ou contours picturaux (limites floues et imprécises) ?
- **Le traitement de la couleur** : couleurs locales (chaque objet ou partie d'objet possède une couleur propre, bien distincte de la couleur des autres objets. Va généralement de pair avec des contours linéaires) ; couleurs prises dans une tonalité d'ensemble (les couleurs de chaque objets ou parties d'objet se rapprochent de celles des autres objets).
- **La minutie descriptive** : poussée (les informations visuelles fournies sur les formes sont nombreuses et précises. Beaucoup de détails) ; Peu poussée (les informations visuelles fournies sur les formes sont rares et vagues, peu de détails).



Affiche *Southampton to New York. France afloat. French Line*, par Kay Stewart, années 1950 © Collection French Lines & Compagnies



Affiche *Antilles, Colombie, voyages réguliers et croisières au départ du Havre. Voyage inaugural Antilles, départ du Havre 30 Avril 1953*, par Albert Brenet, 1953 © Collection French Lines & Compagnies

LA COMPAGNIE GENERALE TRANSATLANTIQUE PROPOSE AUX **EMIGRANTS**

DU 4 AU 9 OCTOBRE 1968



UN VOYAGE SPECIAL DU PAQUEBOT FRANCE



A QUEBEC

POUR \$226 ou 1.117F

AU DEPART DU HAVRE AVEC ESCALE A SOUTHAMPTON

SOIT 10% DE RÉDUCTION SUR LE TARIF NORMAL LE HAVRE NEW YORK

Maquette préparatoire de l'affiche *La Compagnie Générale Transatlantique propose aux émigrants un voyage spécial du paquebot France à Québec*, auteur inconnu, 1968 © Collection French Lines & Compagnies

En 1963
Offrez-vous...

"COLOMBIE" VACANCES D'ÉTÉ
LE CAP NORD ET LES FJORDS
DU 12 JUILLET AU 23 JUILLET
Le Havre / Sogne Fjord / Geiranger Fjord
Cap Nord / Bergen / Le Havre
à partir de 1.000 F

LES ILES DE L'ATLANTIQUE
DU 26 JUILLET AU 8 AOUT
Le Havre / Punta-Delgada (Acores) / Funchal (Madère)
Santa Cruz de Tenerife (Canaries)
Lisbonne / Vigo / Le Havre
à partir de 1.250 F

CROISIÈRES EN ATLANTIQUE
DU 10 AOUT AU 23 AOUT
Le Havre / Casablanca / Funchal (Madère)
Santa Cruz de Tenerife (Canaries) / Lisbonne / Le Havre
à partir de 1.250 F

Offrez-lui...

VACANCES DE PAQUES
"COLOMBIE"
DU 2 AVRIL AU 16 AVRIL
Le Havre / Lisbonne / Santa Cruz de Tenerife / Funchal (Madère)
Casablanca / Cadix / Le Havre
à partir de 1.250 F

Offrez-leur...

"VILLE D'ORAN"
DU 1^{er} AVRIL AU 15 AVRIL
Marseille / Agrigente / Palerme
Messine / Syracuse / Split / Dubrovnik
Kotor / Corfou / Athènes / Istanbul
Izmir / Malte / Marseille
à partir de 1.000 F

"ESTONIA" *
DU 2 AVRIL AU 16 AVRIL
Le Havre / Tanger / Palerme
La Valette (Malte) / Porto
Empedocle / Gibraltar / Le Havre
à partir de 800 F

★ de la Compagnie d'État de la Baltique

une croisière "Transat"

Adressez-vous Ici

Affiche *En 1963, Offrez-vous... Offrez-lui... Offrez-leur... Une croisière "Transat"*, par Jean Bellus, 1963 © Collection French Lines & Compagnies

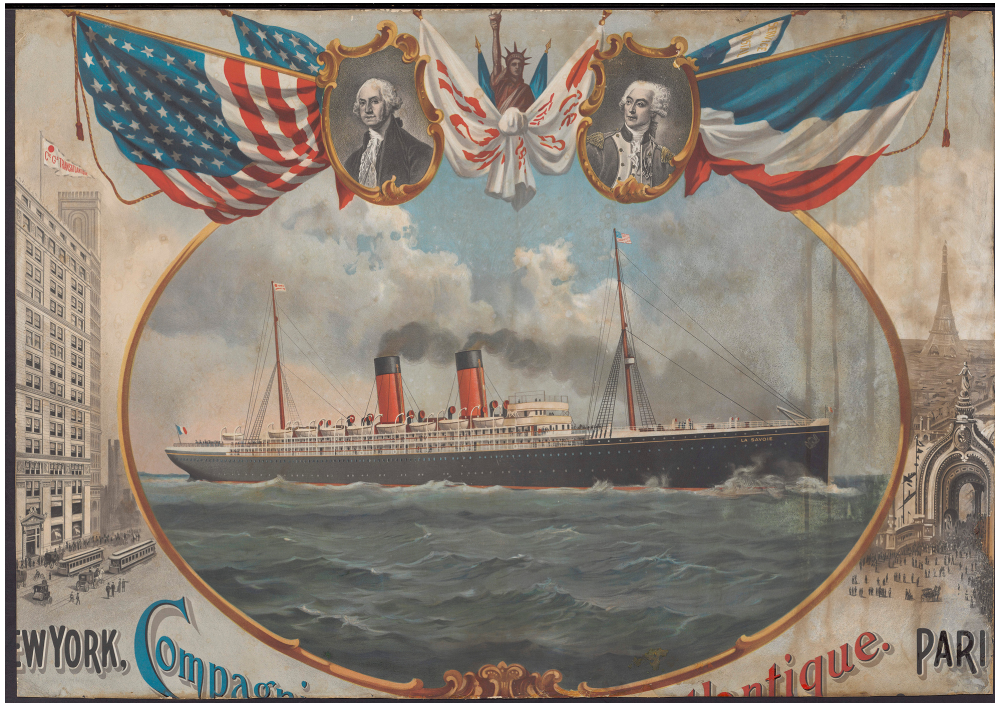


Brochure publicitaire de la Compagnie Générale Transatlantique destinée aux passagers, concernant les croisières en Baltique. *Le tour de la Baltique avec le paquebot Colombie II (CGT 1931)*, auteur inconnu, 1933, page 1 sur 14 © Collection French Lines & Compagnies



Paquebot Lafayette (CGT 1930), photomontage de Jan Auvigne © Collection French Lines & Compagnies

Annexe 9

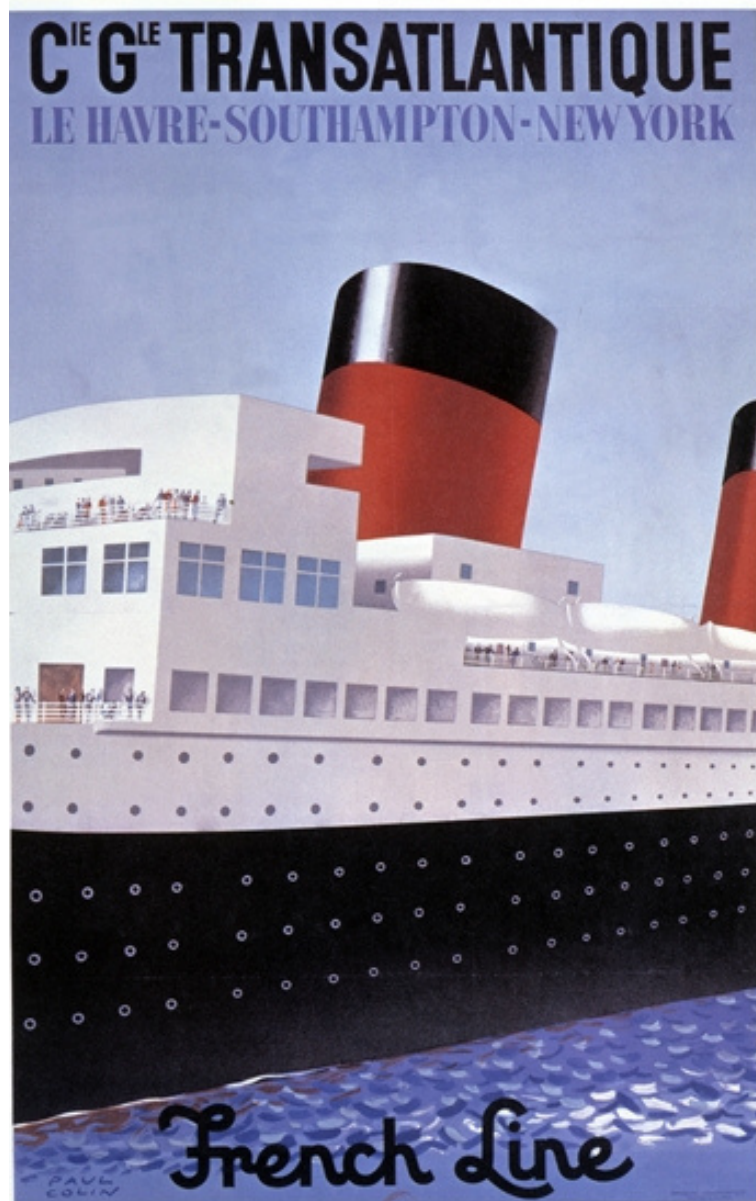


Affiche Compagnie Générale Transatlantique - New York, Paris, Paquebot La Savoie (CGT 1901), vers 1901 © Collection French Lines & Compagnies

Annexe 10



Affiche Compagnie Générale Transatlantique pour le voyage de Paris à New York à bord du paquebot La Savoie (CGT 1901), départ le 18 juillet 1914 © Collection French Lines & Compagnies



Affiche Cie Gle Transatlantique. Le Havre - Southampton - New York. French Line par Paul Colin, milieu du XXème siècle © Collection French Lines & Compagnies