



## Le temps des grands navires

Les frères Péreire négocient pour obtenir de l'État des aides qui leur permettront de lutter contre la concurrence anglo-saxonne, dont les navires postaux 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 le *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

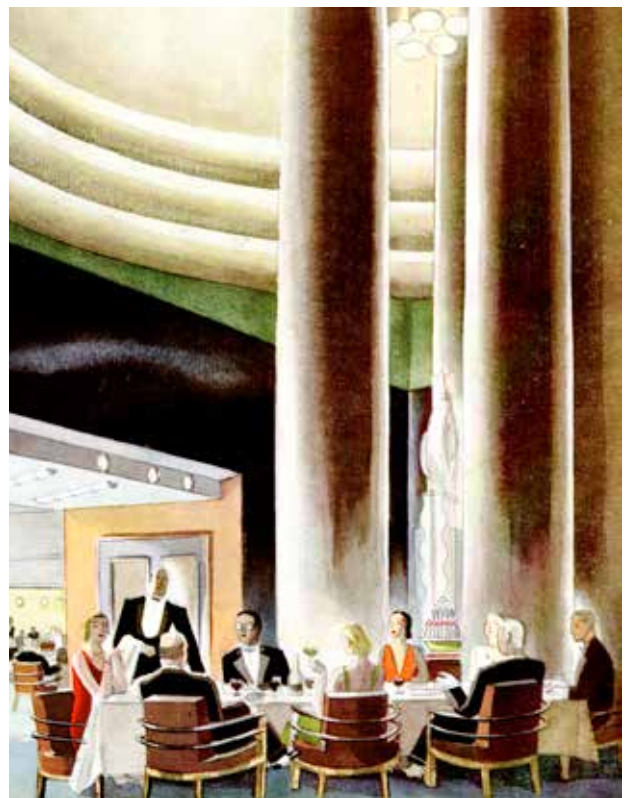


## Les passagers, ces rois des mers

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 mer pour une nouvelle clientèle riche, habituée au confort et au luxe, particulièrement exigeante.



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.





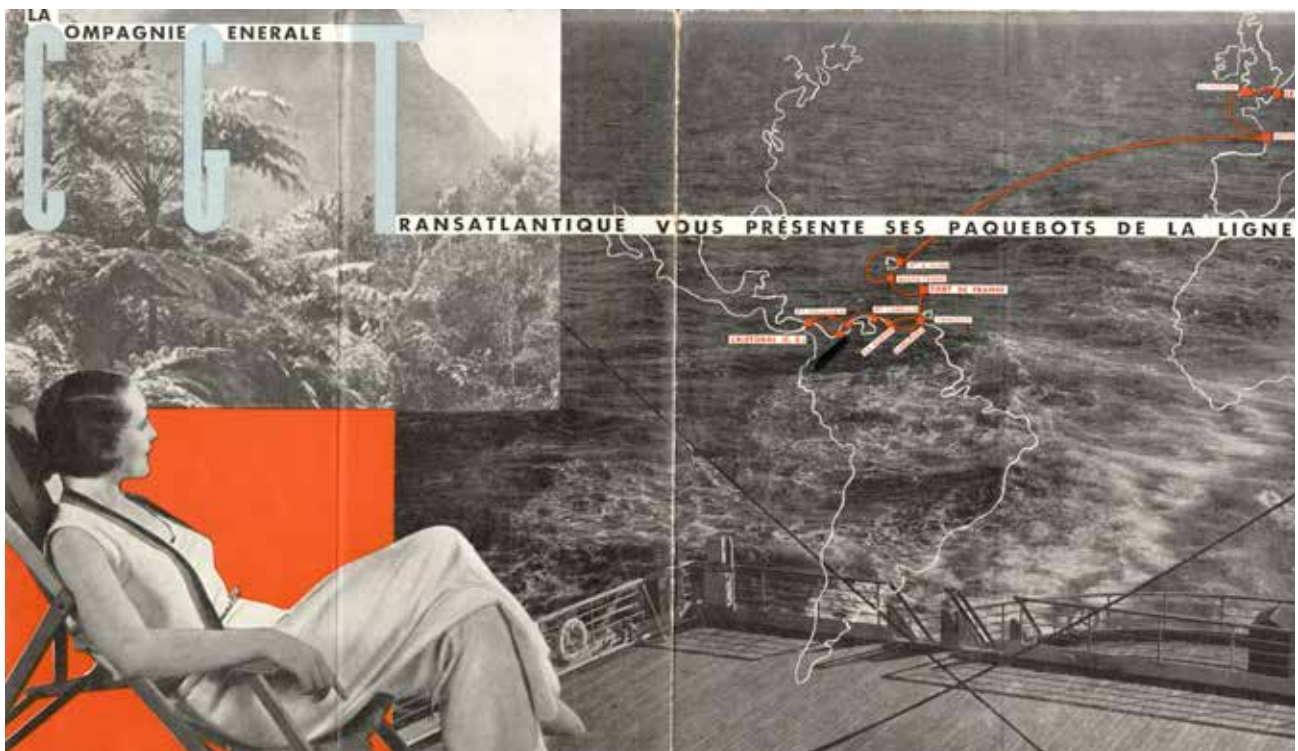
Ce développement de la clientèle de passagers individuels se poursuit dans un contexte de concurrence féroce entre les lignes internationales, notamment allemandes et britanniques, dont la compagnie Cunard. Fondée en 1838 par Samuel Cunard, homme d'affaires canadien, la compagnie Cunard sera l'un des 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

La présentation des informations commerciales sous forme de chiffres, de listes de prix, d'horaires, etc., devient un enjeu important à partir du milieu du XIX<sup>e</sup> 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.

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





## 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 gala, 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 habillé, 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, 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 les pages équivalentes dans des documents de communication courants.

La publicité y figure en bonne place aussi, il n'est pas rare de trouver des annonces trilingues pour l'eau minérale de Contrexéville ou pour le grand magasin Au Bon Marché.

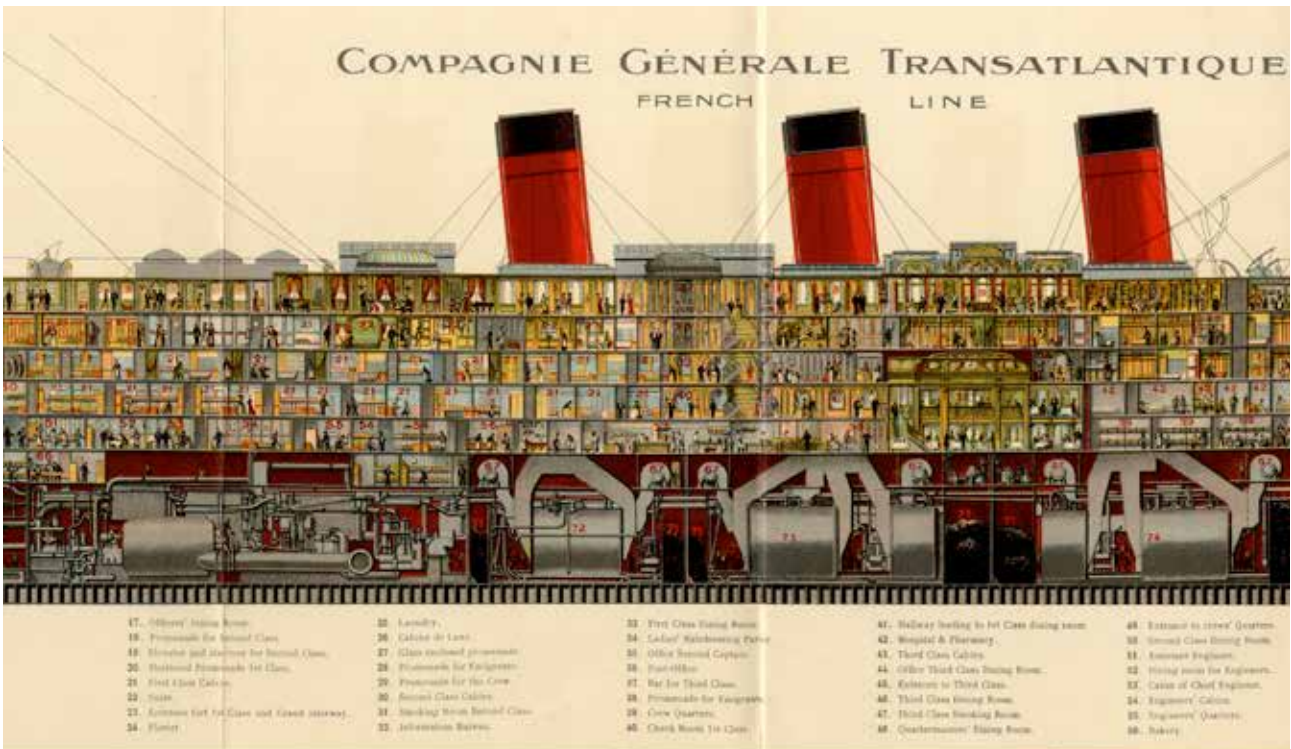
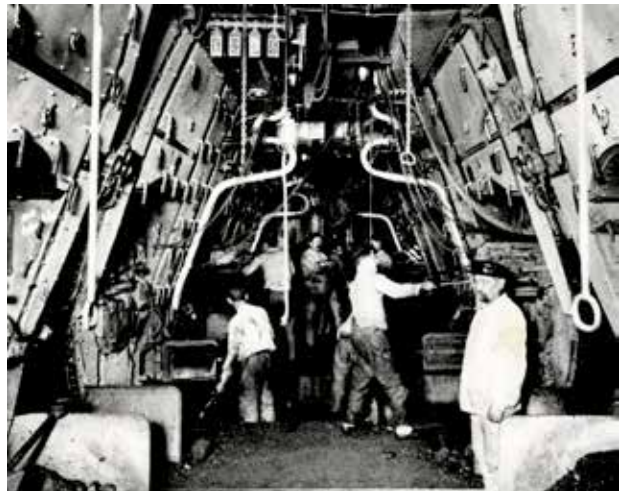




## Le paquebot, une entreprise à part entière

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, 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...

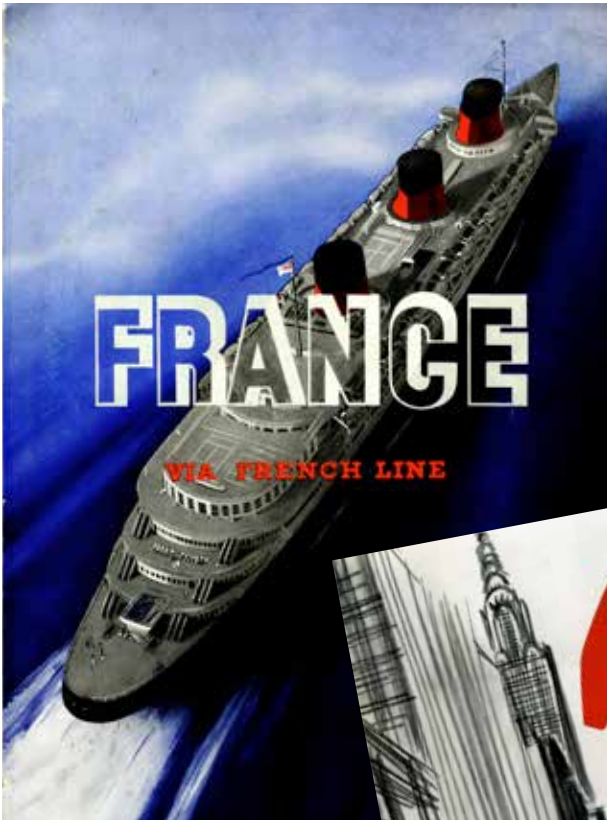
Dans le sillage des grandes traversées, s'étend une marée d'imprimés administratifs, indispensables à une bonne gestion, véritable océan de paperasses qui feront travailler de multiples graphistes et imprimeurs.





## 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 du style français. Albert Sébille se révèle un talentueux artiste « maison », qui réalise pour la CGT, dans les années vingt, des dizaines d'affiches. Jean Auvigne 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.



© MOURON, CASSANDRE. Lic. 2013-07-03-02 www.cassandre.fr





## Des activités autour de l'exposition

### CONFERENCE

**Dans les petits papiers des grands paquebots**  
Clémence Ducroix, responsable scientifique de l'Association French Lines et Alan Marshall, directeur du Musée de l'imprimerie, commissaires de l'exposition.

**22 avril 2013 à 18h15,**  
**Archives municipales,**  
**entrée libre.**

### VISITES GUIDEES POUR LES INDIVIDUELS

**Dimanches 5 mai, 16 juin, 21 juillet, 1<sup>er</sup> septembre**  
**à 15h ; durée : 1h30**

### VISITE DU MIDI

**Les jeudis 23 mai, 4 juillet, 29 août de 12h30**  
**à 13h30**

### ATELIER DECOUVERTE ADULTES ET ADOLESCENTS

Illustration et Pop-up, avec Poppy Arnold, illustratrice

**Samedi, 25 mai, de 10h à 13h et de 14h à 17h**  
*Fabrication d'un livre carrousel avec des silhouettes de bateaux en utilisant divers matériaux.*

### EN FAMILLE

Les Petits bateaux, avec Poppy Arnold, illustratrice

**Visite-atelier pour adultes et enfants**  
**à partir de 6 ans**

**Mercredi 24 avril, dimanche 23 juin, de 14h à 16h**

### VISITES GUIDEES GROUPES ADULTES ET GROUPES SCOLAIRES

Informations au **04 37 23 65 43**

### POUR TOUTES LES ACTIVITÉS

Inscriptions et renseignements au **04 37 23 65 43**  
[resa-mil@mairie-lyon.fr](mailto:resa-mil@mairie-lyon.fr)



## Une croisière à gagner avec nos partenaires Selectour Bleu Croisières et la compagnie Cunard

Le Musée de l'imprimerie organise pour les visiteurs de l'exposition un jeu permettant de gagner une croisière transatlantique à bord de Queen Mary 2 de la compagnie Cunard (règlement sur le site du Musée de l'imprimerie [www.imprimerie.lyon.fr](http://www.imprimerie.lyon.fr) et chez Stéphane Veque, huissier de justice, 31 rue Grenette - BP 2073 - 69226 Lyon cedex 02 - Tél. + 33 (0)4 78 37 37 14).

### Compagnie Cunard : sur mers depuis 1840

Créée par le canadien Samuel Cunard en 1838, la Cunard Line, compagnie britannique, a été la première à accueillir des passagers pour des traversées transatlantiques. Le transport postal est également l'une des activités florissantes de la compagnie. En 1840, la compagnie lance son premier navire à vapeur, le Britannia, qui fit la liaison Liverpool-Halifax pour les passagers et le fret. Face à ses nombreux concurrents internationaux, dont la Compagnie Générale Transatlantique, la compagnie Cunard restera un leader du marché. Ses grands paquebots ont marqué l'histoire : le Lusitania, le premier Queen Mary qui, dans les années 30, enleva le fameux Ruban bleu, le Queen Elizabeth 1 et 2, le Queen Mary 1 et 2, ce dernier lancé en janvier 2004. **La compagnie Cunard propose en 2013 pas moins de 17 croisières transatlantiques et ralliera l'Amérique du sud en 2014 à bord de Queen Victoria. Elle offrira également 3 tours du monde à bord de Queen Mary 2 et de Queen Elizabeth.**

### Selectour Bleu Croisières

Agence du groupe Selectour Bleu Voyages, entreprise familiale fondée en 1968, Bleu Croisières a développé son activité autour des croisières maritimes et fluviales, en individuel et en groupes ; l'agence est certifiée « Expert en croisières ». Dirigée par Ariane Lacote, Bleu Croisières a créé en novembre 2009 le tout premier club de la croisière à Lyon. Lieu d'échanges et de partages d'expériences, de connaissances, il est ouvert à tous les amateurs de croisières, son adhésion est gratuite.

#### Selectour Bleu Croisières

6 quai Jules Courmont 69002 Lyon  
04 78 95 93 93



### EXPOSITION

**DU 19 AVRIL**

**AU 1<sup>ER</sup> SEPTEMBRE 2013**

Mercredi au dimanche inclus de 10h30 à 18h

Pour les groupes les mardis sur réservation  
au 04 37 23 65 43

13 rue de la Poulallerie

69002 Lyon (métro Cordeliers)

04 78 37 65 98

Des visuels de l'exposition sont à télécharger  
sur [www.imprimerie.lyon.fr](http://www.imprimerie.lyon.fr), section presse

### Contact et Informations

Bernadette Moglia

Musée de l'imprimerie

13 rue de la Poulallerie 69002 Lyon

Tel : 04 37 23 65 33

[bernadette.moglia@mairie-lyon.fr](mailto:bernadette.moglia@mairie-lyon.fr)

