

10 avril au 13 novembre 2011

Spa s'affiche 2

Publicité de la Ville d'eaux après 1920



Catalogue

Editions du Musée de la Ville d'eaux
2011

Le présent catalogue est un tiré à part de la revue *Histoire et Archéologie spadoises* (juin 2011 – 146)

Il a été réalisé à l'occasion de l'exposition *Spa s'affiche 2. Publicité de la Ville d'eaux après 1920* qui s'est tenue au Musée de la Ville d'eaux du 10 avril au 13 novembre 2011.

Les affiches présentées ici appartiennent toutes aux collections du Musée de la Ville d'eaux de Spa. Nous n'avons reproduit que les affiches libres de droit ou celles ayant reçu une autorisation de reproduction de l'auteur ou de l'éditeur le cas échéant. La liste des affiches non reproduites se trouve à la fin de cet ouvrage.

Illustration de couverture
André Lelotte

Photographies
Monique Noé

Retouche des illustrations
Patrick Charlier

Notices rédigées par
Marie-Christine Schils et Jean Toussaint

Montage du catalogue
Marc Joseph

Avertissement

La plupart des affiches ont été retouchées numériquement afin de gommer les stigmates du temps (déchirures, pliures, taches, etc.). Cette option, que certains trouveront regrettable, nous permet de retrouver l'état original des affiches et de pouvoir ainsi les admirer telles qu'elles ont été conçues.

Introduction

En 2004, il y a huit ans déjà, le Musée de la Ville d'eaux présentait l'exposition « Spa s'affiche », sous titrée « Publicité de la Ville d'eaux avant 1914 ».

Cinquante-trois affiches, provenant toutes des collections du musée illustraient tout à la fois les divertissements des Bobelins et l'évolution de l'image de la ville de Spa des dernières années du XIX^e siècle à la veille de la Première Guerre mondiale.

Ces affiches étaient tellement jolies que nous avons hésité huit longues années avant d'en présenter leur suite « Spa s'affiche 2. Publicité de la Ville d'eaux après 1920 ».

Avant 1914, c'était l'âge d'or de l'affiche. Mais, depuis les anciens Grecs, le propre des âges d'or n'est-il pas d'être toujours révolu ! Nous avons voulu réagir à cela et montrer que, de l'Entre-deux-guerres à maintenant, de belles affiches avaient encore été publiées sur Spa.

~

Sur 90 ans, évidemment, l'affiche, comme la société, va beaucoup évoluer. Jusqu'aux années 1950, la technique de reproduction restera en gros la chromolithographie avant le passage au procédé de reprographique de l'offset, puis à la multiplication des techniques photographiques et numériques.

Mais, dès l'après-guerre, l'évolution principale se fait au niveau économique avec l'apparition et l'ascension de l'agent publicitaire mandaté par son client, pour qui l'affiche ne devra avoir qu'une fonction : faire vendre, au-delà de toute préoccupation esthétique. « En matière de publicité, il faut se défier du beau pour le beau, de l'art pour l'art, l'art en publicité doit être subordonné au but visé : vendre » (Marcel Cerf, 1927 cité par J. P. Duchêne)

En fait, tandis que « les affichistes de la Belle Epoque escamotaient le produit à vendre pour inciter à la valeur artistique de leur travail » (J.-P. Duchêne), l'industriel, commanditaire d'une affiche, verra, lui, le rendement et n'aura que faire de l'esthétisme.

A Spa, avant 1914, une conception esthétisante de l'affiche avait été d'autant plus facilement admise que, mis à part l'Elixir de Spa, celle-ci n'avait pas pour fonction de faire vendre un produit, mais, plus simplement, d'informer une « élite » de telle manifestation mondaine ou sportive, ou de célébrer de façon récurrente les attraits de la ville.

Après la guerre, cependant, la mainmise de l'industrie et du publicitaire sera moins évidente à Spa qu'ailleurs. A cela deux raisons.

Tout d'abord, les affiches touristiques et culturelles, toujours majoritaires chez nous, commandées par des organismes publics moins soumis aux contraintes de la productivité, resteront souvent le fait d'artistes indépendants. Mais aussi, la principale industrie locale, Spa-Monopole, aura le souci permanent, dès sa

création, de veiller à la qualité esthétique de ses affiches, et ce depuis le « Pierrot » de Jean d'Ylen en 1924 et les premières affiches pour le Spa Citron et le Spa Orangina.

On retrouvera cette qualité après la guerre avec une nouvelle publicité pour le Spa Orangina, de Richez, à la fin des années 50, ou encore dans la campagne de publicité Lowe Maarchalk Troost des années 80 avec, en apothéose, la célèbre affiche « Reste comme tu es », accompagnant une jeune femme dénudée, au physique impeccable, génialement rephotographiée quinze ans plus tard, montrant, qu'effectivement, grâce à l'eau de Spa, son physique avait merveilleusement résisté au temps.

~

L'affiche devenue industrielle, un objet commun souvent anonyme, va perdre de son attrait et on aura moins le souci de la conserver. Nous n'y avons pas échappé. Comment expliquer autrement l'absence dans nos collections d'affiches de l'élection de Miss Univers à Spa en 1932, par exemple, ou des prestigieux Grands Prix de Spa-Francorchamps à la fin des années 30, où, le roi Léopold III et son frère, le prince Charles, l'un et l'autre en chapeau mou à la Humphrey Bogart, disputaient la vedette aux as du volant d'alors.

~



C'est Spa-Monopole qui pourra au cours de ces années s'offrir les meilleurs affichistes, déjà cités plus haut. Les affiches touristiques, à côté d'affichistes de renom comme Berchmans, Mathieu, Delescluse sont, plus souvent qu'avant 14, le produit d'artistes locaux, et plus encore celles de la « Bataille de fleurs », du 15 août, le sommet de la saison spadoise jusqu'aux années 70, puisqu'on y retrouve Ivan Dethier, Daniel Bourdouxhe, Hélène Gernay et Edgar Huls.

Les affiches culturelles, à côté de réussites, la capsule de bouteille pliée de Ducrocq, pour le Festival de Théâtre de 1986, ou celle de Serge Creuz pour le théâtre pour enfants d'août 1970, déçoivent parfois, en n'étant souvent qu'informatives, comme celles du Festival de la Chanson des années 60-80.

Les affiches sportives, parmi lesquelles un choix drastique a dû être effectué, sont les créations d'artistes locaux déjà cités Dethier, Gernay, d'auteurs de BD également : Walthéry, Dupa, Laudec, mais aussi d'illustrateurs étrangers ou anonymes, surtout pour les sports moteurs. On retrouve ici la notion d'affiche industrielle.

Cela n'empêche pas celle-ci d'être parfois fort belle comme celle des Ferrari Days, infirmant le jugement à l'emporte pièce de W. Mac Donald en 1962 dans *Neuf graphistes belges et leur conception de l'affiche* « la banalité réalistico-photographique qui, pour être sans mystère et ne laissant aucune liberté à l'imagination, se condamne elle-même à l'oubli immédiat ».

Certaines affiches présentées sont curieuses ou insolites comme celle de Kaster « Spa. Joie et délassement » de 1941, année de l'invasion de la Russie par Hitler et du bombardement de Pearl Harbor ; plus sympathiques les publicités « en service interne » du Centre récréatif de la Première armée américaine en 1945 et, plus près de nous, celles de la pièce d'amateur « Claude » et pour la journée portes ouvertes de la Poste où le cor de postillon, symbole de l'institution, semble avaler les nombreux visiteurs. Nous terminerons cet aperçu des affiches spadoises de 1920 à nos jours, qui, s'il ne pouvait être exhaustif, à tenté néanmoins d'être représentatif de ce qui s'est fait pendant ces années, par quelques affiches, artisanales parfois, témoins de la vie des Spadois, hors saison touristique pourrait-on dire.



~

« Le diable est dans le détail », dit-on. Le détail a été pour nous, de nous apercevoir trop tard des droits d'auteurs que nous aurions à payer pour certaines affiches, même le Pierrot de Jean d'Ylen, de 1924, ce qui nous a obligés de les retirer du présent catalogue. Nous les avons listées en fin de volume.

Jean Toussaint

Ceci n'est pas une plaque émaillée (!) mais une plaque publicitaire en fer blanc imprimée. Elle doit être antérieure à 1926, car elle ne porte pas de numéro de référence fiscale (voir n° 29), mais son graphisme semble postérieur à 1919, année de l'adoption de la loi dite Vandeveldé qui interdisait la vente d'alcool dans les lieux publics, ce qui diminua fortement la réclame pour les spiritueux.



L'Elixir de Spa est une « liqueur digestive à base végétale de la flore de Spa », une invention des pères Capucins établis à Spa dès le 17^{ème} siècle. Perdue au moment de la Révolution, la recette, utilisant pas moins de 40 herbes et plantes différentes, sera retrouvée en 1858, commercialisée par les distillateurs-liquoristes Schaltin et Pierry, et recommandée pour ses propriétés toniques et légèrement excitantes aux personnes dont la digestion est laborieuse. Médaille à de nombreuses reprises lors d'expositions internationales, cet élixir était exporté notamment en Argentine et en Suède. Il détient le plus ancien brevet de « Fournisseurs de la Cour de Belgique », et est fabriqué depuis 1956 par la firme anversoise F.X de Beukelaer.

Cette publicité où n'apparaît que le produit met en vedette l'élégante bouteille, toujours d'actualité. A cette époque, la liqueur était disponible en flacon de 1l, 1/2l, 1/4l, 1/6l, ainsi qu'en petit flacon échantillon de 40ml.

1. Anonyme
Paul Stobbelaers. Brux.

[années 1920]
33 x 49,5 cm

Chemins de fer de l'Etat belge / Passez l'été à Spa / Ardennes belges (...)

On ne connaît qu'un seul exemplaire de cette belle affiche dont l'allure hésite entre deux époques. Tranchant sur un fond quasi monochrome, on y voit une élégante qui, d'un promontoire, que l'on pourrait situer route de Balmoral, admire le lac de Warfaaz que le dessinateur a généreusement amplifié.

Si la jupe longue et la taille haute font encore penser à la mode d'avant 14, des éléments plus nombreux plaident en faveur d'une composition du tout début des années 20 : la poitrine gommée et le chapeau cloche, mais aussi la simplicité de la composition et le graphisme de tendance art déco. Elle possède néanmoins le charme des affiches de la Belle Epoque et est probablement l'une des toutes dernières à jouer la carte de la « villégiature à Spa ». Elle est, en tout cas, postérieure à 1912, date d'entrée en fonction du secrétaire communal Macquet.

La référence faite aux « Chemins de fer de l'Etat Belge » ne signifie nullement que ceux-ci en soient les commanditaires. Pieter Neirinckx, spécialiste des affiches sur le rail, nous dit à ce propos que « dans certains cas, il semblerait que les compagnies diffusent les affiches en échange de la mention de leur nom, mais n'ont rien de plus à voir avec elles ». Les signatures du bourgmestre de Crawhez et du secrétaire communal prouvent en effet qu'il s'agit bien d'un outil de propagande de la Ville de Spa.

Nous découvrirons sans doute un jour qui se cache derrière le monogramme CD. Cela ne fera qu'ajouter de l'intérêt à ce beau spécimen.



2. *Anonyme*
Lith. O. de Rycker et Mendel, Bruxelles

[début des années 20]
63 x 102 cm

Au Pays de Liège

Cette affiche touristique met l'accent sur les grottes de Remouchamps, « la plus longue navigation souterraine du monde » ! Quatre autres attractions touristiques sont évoquées : le palais des princes-évêques de Liège et la cascade de Coo, Malmédy et Spa.

Au registre inférieur, la vue « Mon bijou Malmédy » évoque un vaste parc d'agrément avec étangs et pavillons aménagé par Jean-Hubert Cavens aux environs de 1816 et qui, un siècle plus tard, connut une nouvelle période de splendeur.



En haut, à droite, la représentation de l'Établissement des Bains de Spa donne une indication quant à la datation possible de cette composition qui ne comporte aucune indication à ce sujet. Vu de la rue Royale, on aperçoit au premier plan les grilles qui clôturèrent en 1908 les jardins du Casino jusqu'en 1923. *La Saison de Spa* du 30 juin 1921 nous permet de dater plus précisément ce document puisqu'elle signale : « Une très belle affiche vient d'être éditée par les Amis de l'Amblève. Elle comporte une vue de Liège, de l'Établissement thermal de Spa, de la Cascade de Coo, de Malmédy et des Grottes de Remouchamps. Elle sera placée dans toutes les gares du pays et à l'étranger par les soins du département des chemins de fer ».



3. Anonyme [1921]
Imprimerie La Lithographie Artistique, Bruges 73 x 103,5 cm

La Perle des Ardennes / Superbe Casino / Sports – Distractions (...)

« La Perle des Ardennes » est une périphrase très souvent employée à propos de Spa, mais aussi à propos de La Roche-en-Ardenne. L'expression est également revendiquée par Monthermé (France) ou Vianden (Grand Duché de Luxembourg) et même par Audenarde (Oudenaarde) appelée la Perle des Ardennes ... flamandes ! Laissons là, ces querelles futiles et intéressons-nous à cette affiche dont l'illustration est signée Crehay.

Au milieu du 19^e siècle, à Spa, la création de l'Ecole de Dessin provoque l'éclosion d'une génération de peintres paysagistes. L'un des plus talentueux est Gérard-Jonas Crehay, patriarche d'une dynastie de peintres et père de Gérard-Antoine, à qui nous devons cette affiche. Bien que ce dernier ait peint plus de deux mille tableaux c'est la seule affiche qu'on lui connaisse.

Voici ce qu'en dit Philippe Vienne dans son mémoire *Les Crehay, peintres spadois* : « En une vue, Gérard-Antoine essaie de résumer ce qui caractérise Spa : l'eau qui constitue le fond de l'affiche (sans compter l'évocation du lac de Warfaaz à la partie supérieure) ; la ville elle-même, dans un site boisé que rappellent les tons de vert et, par synecdoque, l'arbre placé à gauche. Enfin, outre l'inscription, la majeure

partie de la composition est occupée par le bouquet de bruyères qui, répété des milliers de fois sur les boîtes de Spa, est devenu synonyme de la ville. »

Signalons pour l'anecdote, qu'en 1922, date inscrite sous la signature, Gérard-Antoine Crehay a déjà 78 ans.



4. Gérard-Antoine Crehay (1844 - 1937)
Litho. L. Clément & Cie, Bruxelles

1922
62 x 99 cm

Fièvre aphteuse / préservée et guérie / par la / poudre radicale / au goudron / Desonay-Spa / pour tous les animaux / en Pharmacies

Cette plaque publicitaire est une peinture églomisée, c'est-à-dire que le motif est peint au revers du verre. La technique du verre églomisé remonte à l'antiquité. Redécouverte à la Renaissance, elle connut un regain d'intérêt au 18^e siècle lorsque Jean-Baptiste Glomy, encadreur parisien, remit ce procédé au goût du jour et lui donna son nom.

La difficulté pour le peintre réside dans la double inversion du travail. Non seulement il faut peindre tous les éléments - et surtout le lettrage ! - à l'envers, mais, en plus, il faut commencer par les détails et terminer par le fond de la composition. Cette technique fut encore très utilisée au 19^e siècle pour décorer les devantures de magasins.



La réclame ici présente vante les mérites de la « poudre radicale au goudron », inventée par le Spadois Edmond Desonay. Elle était destinée aux animaux, mais il existait une version pour humains, les « pastilles Spa-Goudron » pour lesquelles Desonay avait déposé un brevet en 1903. Le principe actif du remède était du goudron végétal, utilisé depuis la nuit des temps dans les pays nordiques où il servait pratiquement à tout. Il semble que l'on ait vendu ce remède, approuvé par la Société d'Hygiène de Belgique, mais jamais reconnu comme médicament, jusque vers 1935, date du décès de son inventeur.

5. *Auteur anonyme*

[1923]
25 x 25 cm

Royale-Spa

« Royale Spa » est une marque éphémère apparue en 1911. Elle exploitait la source Wellington, captée près du lac de Warfaaz par le Dr Achille Poskin trois ans auparavant. Elle se révélera vite une redoutable concurrente pour la « Compagnie fermière des eaux de Spa » qui obtient le monopole d'exploitation des sources appartenant à la ville en 1912. Plusieurs procès opposeront les marques rivales. Finalement, en 1924, la Compagnie fermière, devenue entre-temps Spa-Monopole, absorbera la Royale Spa qui, alors en pleine expansion, exportait ses bouteilles jusqu'à Zanzibar !

Cette marque commercialisait trois produits différents: une eau médicinale carbogazeuse (disque brun), une eau de régime partiellement déferisée (disque bleu) et une eau de table gazeuse (disque rouge).

Cette affiche a été conçue par Polstobb, label commercial de l'agence publicitaire bruxelloise Paul Stobbelaers. Elle évoque l'authenticité du produit en remplaçant la *pin-up* de service par une Ardennaise.



6. *Auteur anonyme*
Polstobb – Brux.

[Avant 1924]
39 x 58 cm

*Epreuve hippique /Internationale et d'Endurance / montée /
Ostende – Bruxelles – Spa /...*

Bien qu'uniquement informative, cette affiche nous a paru assez curieuse que pour être retenue dans notre sélection.

En 1924, c'est déjà la 5^e édition de cette « épreuve annuelle de grand fond dans laquelle les participants doivent faire preuve d'un sérieux entraînement » nous dit *Le Sport Universel illustré*. On les croit sur parole... 425 kms parcourus en 6 étapes à une allure moyenne de 12,5 kms à l'heure ! La Société

protectrice des animaux avait mené une violente campagne pour faire échouer le projet, se rappelant que durant le raid Ostende-Bruxelles, organisé en 1902, des maltraitements avaient été constatés. Prudents, les organisateurs de 1924 avaient prévu la présence de vétérinaires sur le parcours. De plus, le règlement de l'épreuve stipulait que le jury se réservait le droit « de supprimer les éperons ou cravache à tout concurrent qui en ferait un usage abusif ou injustifié ».

Les challengers étaient essentiellement, mais pas exclusivement, des officiers, belges, français et hollandais, montant des chevaux âgés d'au moins sept ans et de quinze ans maximum. Le classement s'est effectué sur base des temps mis par les concurrents pour accomplir les différents parcours à allure libre, mais seulement après avoir constaté la bonne condition physique des chevaux à leur arrivée à Spa, ceux-ci devant être capables de reprendre du service dès le lendemain de l'épreuve.

EPREUVE HIPPIQUE
Internationale d'Endurance
MONTÉE

OSTENDE-BRUXELLES-SPA
425 Km. ENVIRON
organisée du 19 au 26 Août 1924

PAR LA
SOCIÉTÉ BELGE " LE CHEVAL UTILE ET ENDURANT "

avec le Concours de la Ville d'Ostende, des Comités des Fêtes du Kursaal d'Ostende, de Blankenberghe et du Casino de Spa.

35.000 FR. DE PRIX

Le 19 Août: Concentration des concurrents à Ostende.
20 — Ostende-Blankenberghe-Breedene-Ostende.
21 — Ostende-Départ et arrivée Hippodrome Wellington.
22 — Ostende-Roulers-Iseghem-Ingelmunster-Courtrai.
23 — Courtrai-Boitsfort.
24 — Boitsfort-Namur.
25 — Namur-Chiney-Spa.
26 — Spa — Parcours à travers pays.

DISTRIBUTION SOLENNELLE DES PRIX

Programmes et renseignements: 1, RUE GUIMARD, Bruxelles

POUR LE COMITÉ:

Le Secrétaire Général: J. LEYENEN
Le Président: R. de BAUER

7. Auteur anonyme
Imp. Elleboudt, Ostende

1924
64 x 99 cm

Spa / Thier du Rexhon / Sports d'hiver / Casino et bains

Nous sommes en 1932, les premiers jeux olympiques d'hiver ont été organisés huit ans auparavant et la pratique du ski entre dans les mœurs. Bien que sans commune mesure avec les stations montagnardes, Spa exploite la déclivité de son environnement et crée une piste de bobsleigh derrière la source de la Géronstère au lieu-dit « des rexhons », terme de wallon local désignant des buttes d'écobuage, curieusement devenu « du rexhon » dans le texte de l'affiche.

L'illustrateur et architecte spadois, Ivan Dethier, est l'auteur de plusieurs affiches locales (voir n° 20 et 24), dont celle-ci qui met en scène un couple muni des longues lattes recourbées qui tenaient lieu de ski, deux bobeurs dévalant la pente bordée d'épicéas dans un bobsleigh rudimentaire, des chevaux qui remontaient les engins arrivés au bas de la piste, « la plus grande de la Belgique » nous affirme l'affiche. Le toboggan, comme on disait alors, se pratiquait beaucoup à Spa, notamment sur la route de la Sauvenière, inaccessible par temps de neige aux voitures de l'époque.



On distingue même l'avant d'une voiture évoquant probablement la proximité du parking. Le catalogue *Affiches sportives en Belgique* nous apprend que « le dessin de cette affiche était, à l'origine, conçu pour une publicité dans les journaux et fut retranscrit par l'imprimerie Bénard pour lui faire atteindre la taille voulue ».

Cette affiche est typique du look des années 30. Les vêtements portés (pantalon golf, béret, blouson court) et le graphisme Art déco ne laissent aucun doute. Quant aux couleurs, le choix de coloris froids et acidulés est en parfaite concordance avec le sujet évoqué.

8. *Ivan Dethier (1908 - 1986)* [1932]
Lith. Pim-services, Bruxelles-Liège 58 x 82 cm

Spa / La Perle des Ardennes belges



Avec Auguste Donnay et Armand Rassenfosse, Emile Berchmans forma, avant 1914, la brillante équipe des affichistes de l'imprimeur liégeois Auguste Bénard.

Mais, ce ne fut qu'un aspect de son talent, car il fut aussi un illustrateur, un peintre, et surtout un décorateur remarquable. On lui doit, entre autres, la décoration des salles du casino de Spa, reconstruites en 1905 par Alban Chambon.

Pourtant la ville de Spa attendit la fin de sa vie pour lui commander en 1934 cette singulière affiche, véritable chant du cygne de sa carrière. Celle-ci fut choisie par le « Syndicat d'Initiative Officiel » qui venait d'être créé pour relancer la ville. Elle fut tirée à 5000 exemplaires, dont 250 placés dans les gares belges et 1500 distribués à l'étranger jusqu'au Danemark, en Suède et en Italie.

Jean-Luc Graulich, dans *L'Affiche en Wallonie* souligne que ce n'est plus l'aspect mondain du « brillant café de l'Europe » qui est mis en valeur mais « La Perle des Ardennes ». Le tableau, dit-il encore, frappe par l'insolite hardiesse des tonalités intenses et par la géométrisation.

9. Emile Berchmans (1867 – 1947)
Imp. Bénard S. A. Liège

1934
61 x 98,5 cm

Spa-citron / Citron et eau de Spa

Quelle fraîcheur dans cette composition basée sur les trois couleurs primaires ! Une jolie rousse cueille les fruits d'une branche de citronnier pour les mettre dans une bouteille de Spa-Monopole. Cette idée de naturel, de pureté, d'authenticité a toujours caractérisé la publicité du producteur d'eau minérale (voir n° 11 et 39). Et pour cause, dès la fin du 19^e siècle, les autorités spadoises avaient établi un périmètre de protection autour des sources. Aujourd'hui, la zone de surveillance s'étend sur plus de 130 km² répartis sur 6 communes.

Elle est signée Géo, un dessinateur actif durant l'entre-deux-guerres, notamment pour Kodak et le chocolat Victoria, ainsi que pour les revues *Englebert Magazine* et *La Conquête de l'Air*. L'affiche date de 1938 tandis que la première bouteille de Spa-citron avait été vendue en 1925 en quart de litre, puis en litre à partir de 1930.

Dès sa création, la société Spa-Monopole a compris tout l'enjeu de la promotion publicitaire. A cette époque, elle y consacre de 10 à 15 % du produit des ventes sur le territoire national et bien plus encore pour les exportations. Le succès a un prix !



10. *Géo Vermeire (1877 - 1947)*
Etabl. D'Imp. Gouweloos F. & S. Soc. An. Bruxelles

[1938]
100 x 160 cm

Spa Orangina / Pur jus d'orange / et eau de Spa



Voilà le genre de publicité que l'on voit une fois et que l'on n'oublie plus ! Simplissime, elle fonctionne par associations d'idées.

Tout comme l'authenticité de l'eau de Spa était personnifiée par une Ardennaise, le Spa Orangina est présenté ici par une Espagnole à la peau mate, le cheveu tellement noir qu'il en a des reflets bleutés, parée d'un peigne flamenco. Rappelons qu'à cette époque l'Espagne est le premier exportateur d'oranges et que ces dernières étaient encore considérées comme un produit rare, offert aux enfants à l'occasion de la Saint-Nicolas.

Cette figure est mise en valeur sur un fond noir entouré d'un cercle de lumière, exactement comme une vedette éclairée par un projecteur. La couleur orangée est le seul ton chaud, le noir et le vert émeraude contrastant vivement dans cette composition aux accents Art Déco. Curieusement, dans un grand patchwork qui reprend des éléments des pubs créés

pour la firme française Orangina, cette dernière y a inclus ce profil d'Espagnole dessiné pour Spa Monopole !

On ne sait rien du studio bruxellois Hypsos qui réalisa cette affiche, forcément postérieure à 1934, qui est l'année de la commercialisation du Spa Orangina.



11. *Hypsos Studio Bruxelles*
Etabl. D'Imp. Gouweloos F. & S. Soc. An. Bruxelles

[après 1934]
120,5 x 160 cm

Spa / Joie et délassément

Claire Sauvage dans la notice qu'elle consacre à cette singulière affiche dans *L'Affiche en Wallonie* dit « qu'elle rappelle les affiches de cinéma de l'époque. Le visage serein de la jeune femme (...) de même que le slogan – joie et délassément – apparaissent assez incongrus en cette année 1941. Spa était-elle vraiment cette oasis de quiétude ou bien s'agit-il d'une propagande inspirée par l'occupant ? ».

La vie touristique à Spa connut incontestablement une certaine relance de 1941 à 1943. Dirigé par un concessionnaire, sinon collaborateur, en tous cas bien vu des Allemands, le casino connut alors de beaux jours et permit à bien des Spadois d'avoir du travail. Certains hôtels firent des saisons qu'ils n'avaient plus connues depuis la crise de 1929. Leur clientèle, il est vrai, était souvent constituée, sinon de collaborateurs, de personnes qui s'étaient enrichies dans des commerces pas toujours très licites.

On ne connaît malheureusement rien de l'artiste.



12. *Kaster*
Etabl. O de Rycker S. A. Bruxelles

1941
54 x 73,5 cm

Hi ! / Mademoiselle / Happy Girls ! / Happy Tunes ! / In an all-star / Happytime Revue

“Vive / L’Amérique / Revue” / Beautiful Girls, Gags and / song ! All-Belgian Stars / in an all American Big Time

« Continental / Culties of ‘45 » / A Bevy of Belgian Beauties / in a scintillating, saucy / presentation bubbling / over with sparkling / rhythm, gaiety and song !



Après avoir joué un rôle capital pendant la Première Guerre mondiale, Spa fut également « envahie » par nos libérateurs à la fin de la guerre 40-45. Dès octobre 1944, le Quartier général de la Première Armée des États-Unis (First Army) s'installe à Spa et y reste jusqu'en mars de l'année suivante. « Lorsque le Q.G. quitta Spa pour s'établir à Düren, en Allemagne, le général Hodges décida que les soldats qui se battaient devaient avoir un endroit convenable, pourvu de toutes les facilités et de tous les agréments voulus, pour s'y reposer et s'y détendre » nous dit George de Lame, le Spadois qui servit de traducteur pendant cette période. En effet, les soldats américains n'avaient pas la possibilité de retourner chez eux alors que les Anglais bénéficiaient d'un congé de détente dans leur pays.



C'est pour cette raison que les Américains ouvrirent le *Recreation Center*, à Spa, principalement dans les salles du Casino. Ils avaient réapproprié tous les locaux dégradés et, notamment, la grande salle des fêtes, rebaptisée « Salle de danses du Trocadéro », où avaient lieu tous les soirs à 21 heures, des danses et des numéros de music-hall pour G.I.'s. Entre 500 et 600 hommes séjournèrent trois jours avant de retourner au front.

Les trois affiches artisanales présentées ici portent l'estampille « A First Army Special Service Presentation » et concernent ces spectacles. On y retrouve l'esprit et l'humour des *cartoons*.



13. Auteur anonyme

[1945]
46 x 65,5 cm / 49 x 63,5 cm / 49 x 64 cm



A propos de l'affiche d'Emile Berchmans (voir n° 9) Jean-Luc Graulich soulignait déjà que ce n'était plus l'aspect mondain du « brillant café de l'Europe » qui était mis en valeur mais la nature qui l'entourne. Et, de fait, ce qui allait se terminer après la Deuxième Guerre mondiale, c'est la villégiature traditionnelle, avec, pour conséquence, la fermeture des grands hôtels et l'abandon par leurs propriétaires des résidences, villas et châteaux, où ils venaient passer l'été dans une relative oisiveté.

Ainsi, l'affiche de Mathieu célèbre uniquement la nature. Il n'y est même plus fait référence, comme c'est encore le cas chez Berchmans, au casino ou aux thermes. Elle pourrait tout aussi bien concerner n'importe quelle autre localité de l'est du pays. Sur un fond de forêt assez sombre, l'artiste a représenté en avant-plan cinq des principales fleurs de nos fagnes : l'arnica et la gentiane pneumonante quasiment disparues aujourd'hui, mais aussi la digitale pourpre, la houpe de la linaigrette, et la bruyère quaternée.

Cette publicité fait partie d'une impressionnante série d'affiches éditées par la Société Nationale des Chemins de fer belges dans l'immédiat après-guerre afin de promouvoir des villes ou des régions du pays. Il en existe aussi une version anglaise.

14. *Mathieu Pol François (1895 – 1979)*
Impr. Bénard S. A. Liège

1947
61 x 99 cm

Spa / Santé et joie

L'affiche présentée ici n'a jamais été imprimée. Il s'agit du dessin original d'un projet présenté au concours d'affiches touristiques organisé par le Syndicat d'Initiative de Spa en 1946. Deux éléments devaient figurer sur les projets, un « symbole spécifiquement spadois » ainsi que le mot Spa ou le slogan « Spa... Santé et Joie ». Plus de 100 affiches au total furent exposées dans les salons du Syndicat d'Initiative où un jury, d'une part, et le public, d'autre part, établirent leurs « top 5 » respectifs (voir n° 16).

Le projet qui nous occupe est l'œuvre de Maurice Crehay, peintre amateur mais aussi arrière-petit-fils de Gérard-Jonas Crehay, l'un des peintres spadois les plus renommés. Respectant les consignes, Maurice Crehay a choisi LE bâtiment emblématique de Spa, le Pouhon Pierre-le-Grand, flottant au centre d'une nuée, et admiré par une jeune et svelte Ardennaise perchée sur un promontoire surplombant une promenade. Le parti-pris est classique et la répartition des volumes assez judicieuse, malheureusement des erreurs de perspective et de proportions donnent un résultat un peu maladroit et sans aucune profondeur.



15. *Maurice Crehay (1921 - 2009)*
Projet original

1946
61 x 98,5 cm

Spa / Syndicat / d'initiative / et de / Tourisme / Spa / (Belgique)



Voici donc l'affiche primée par le jury lors du concours organisé par le Syndicat d'Initiative en 1946. L'objectif était sans aucun doute de relancer l'attrait touristique pour Spa dans cet immédiat après-guerre où le tourisme s'internationalise et devient une industrie à part entière (voir n° 15).

Si Edmond Delescluze obtient la préférence du jury, signalons quand même qu'il n'arrive qu'en troisième position dans le choix du grand public. Delescluze, domicilié à Wolumé-Saint-Pierre au moment du concours, est peintre, décorateur et créateur de costumes pour le théâtre. Il consacra une part importante de son activité artistique au Théâtre Royal de la Monnaie à Bruxelles. Remarquons en passant l'audace - pour l'époque - de la silhouette féminine en bikini ! Ce maillot de bains, qu'aucun mannequin ne voulait porter, venait d'être présenté à Paris par Louis Réard quelques mois auparavant.

Avec assez peu d'éléments, l'artiste décrit les atouts de la ville d'eaux : les eaux minérales, les jeux de hasard, les sports, les spectacles, la détente et l'authenticité régionale. Le fond bleu-roi accroche le regard tandis que le cerveau doit décrypter différents niveaux de lecture, notamment les silhouettes « en négatif », fort originales.



16. *Edmond Delescluze (1905 - 1993)*
Imp. Bénard Liège

1946
67 x 103 cm

Spa. Le 15 août / Grande bataille de fleurs

La première affiche présentée est d'Hélène Gernay-Ruiz. Cette décoratrice spadoise, née en 1930, a fait des études de décoration et de publicité à l'Académie des Beaux-Arts de Liège. Elle était la fille d'Ernest Gernay, le chef jardinier de la Ville. Elle a travaillé avec le dessinateur de tapisserie Jean Lurçat à Saint-Paul-de-Vence au début des années 50. Revenue en Belgique, elle a décoré les vitrines de plusieurs magasins liégeois, puis est repartie s'installer avec son époux français à Villefranche de Conflens, dans les Pyrénées Orientales, où elle a continué à exercer son métier de décoratrice.

On retrouve bien la patte d'Hélène Gernay dans l'autre composition signée de sa main et présentée dans cet ouvrage (voir n° 22).

17. *Hélène Gernay-Ruiz (1930 -)* [après 1947]
Les Imprimés Optima Liège 59 x 100 cm



La Bataille de fleurs

D'après les renseignements donnés par feu Georges Barzin, alors directeur de l'Office du Tourisme, dans le programme de la Bataille de fleurs de 1952, cette grande manifestation de la Saison estivale pendant plus d'un siècle aurait été introduite à Spa au milieu du 19^e siècle par le bourgmestre Servais sur le modèle de ce qui se faisait depuis 1840 à Trouville, puis à Nice et dans d'autres stations allemandes.

Avant la guerre de 14-18, « les riches familles occupant pendant l'été les villas de la Perle des Ardennes participaient à la Bataille de fleurs avec leurs attelages garnis. Le défilé empruntait un petit parcours de façon à ce que les voitures se croisent rue Royale et place Royale. Cette rencontre des participants donnait lieu au combat floral que l'on sait. Le public, stimulé, entraînait à son tour en lice ».

Pour Georges Spailier, la date exacte de la première bataille de fleurs fut le samedi 17 septembre 1887. Mais elle aurait été précédée en 1884 par la Fête des Bruyères. La date fut avancée l'année suivante au 15 août qui devint pour un siècle la date traditionnelle de celle-ci.

En 1919 des chars de combat anglais décorés participèrent à la première bataille de fleurs de l'après-guerre. Sur le point d'être abandonnée après 1945, la bataille de fleurs reprit de plus belle en 1949 sous forme d'un défilé de chars, parfois sur un thème donné, les efforts conjugués de la Ville, du Casino et du Syndicat d'Initiative ayant remplacé les calèches des riches bobelins de jadis. Elle dura jusqu'en 1972. Sur des dessins d'artistes spadois : Daniel Bourdouxhe, Guy Lejeune, Edgar Huls, les chars étaient montés et décorés par des artisans, fleuristes et horticulteurs locaux.

Une tentative de relance fut faite en 1990 par Louis Decerf et le groupe Perspectives. Elle dura quatre ans. La Bataille de fleurs, si chère aux Spadois, semble actuellement morte de sa belle mort. Mais sait-on jamais !

Nous présentons cinq affiches de la Bataille de fleurs assez typiques des années 50.

*Fédération motocycliste belge F.I.C.M / Moto-cross des Nations /
Championnat d'Europe / Spa / 8 août 1948 / Casino*



Le Motocross des Nations connut sa première édition en 1947. La deuxième s'organisa à Spa le 8 août de l'année suivante, au domaine de la Fraineuse. Cette ancienne propriété de la famille des lainiers verviétois Peltzer avait été achetée au mois de janvier par la Ville de Spa qui projetait d'y créer un grand centre de loisirs. L'idée avorta, faute de moyens financiers, et mua sous la forme d'un centre ADEPS.

L'événement attira la toute grande foule, 40.000 personnes selon *La Vie Spadoise*, qui virent s'affronter l'Angleterre, la Belgique, la France, le Luxembourg et la Suède. Chaque pays alignait trois pilotes sur des cylindrées différentes (250 cm³, 450 cm³ et Open). Le trio belge, Nic Jansen, Marcel Cox et André Milhoux, prit les première, deuxième et cinquième places, enlevant ainsi le premier Trophée pour la Belgique qui en compte 14 à ce jour.

Aujourd'hui, le Motocross des Nations est toujours l'événement phare de la saison. L'un des seuls où se retrouvent les meilleurs pilotes de la saison y compris les pilotes des championnats américains de supercross. La 66^e édition du Motocross des Nations se tiendra pour la quatorzième fois en Belgique et aura lieu en 2012 à Lommel.



18. *Auteur anonyme
Imp. Massoz Liège*

1948
53,5 x 72 cm

Dimanche 11 avril 1948 à 15 heures / Le Cercle athlétique de Spa / organise le / XXXI^e Tour de Spa (...)

Ancêtre des Crêtes de Spa, « le Tour de Spa » est une épreuve de cross-country qui fut organisée pour la première fois en 1905 par le tout jeune « Cercle Athlétique de Spa ». Ce dernier est une des plus anciennes sociétés sportives de Belgique et porte le matricule 3 à la Ligue Royale Belge d'Athlétisme.

Réservée tout d'abord aux coureurs régionaux puis nationaux, l'épreuve devint internationale en 1923. Les athlètes parcouraient 10 kms dans et aux alentours de Spa, montant et descendant les différentes collines qui entourent la ville. En raison de la longueur de la saison de cross-country 1947-48 et la proximité des Jeux Olympiques de Londres, le parcours de 1948 fut allégé et gagné haut la main par le Tchèque Emil Zátopek qui partait grand favori. Cette trente-et-unième édition fut très onéreuse et, malgré un remarquable effort financier de la direction du Casino, le club sportif mit vingt ans à s'en remettre.



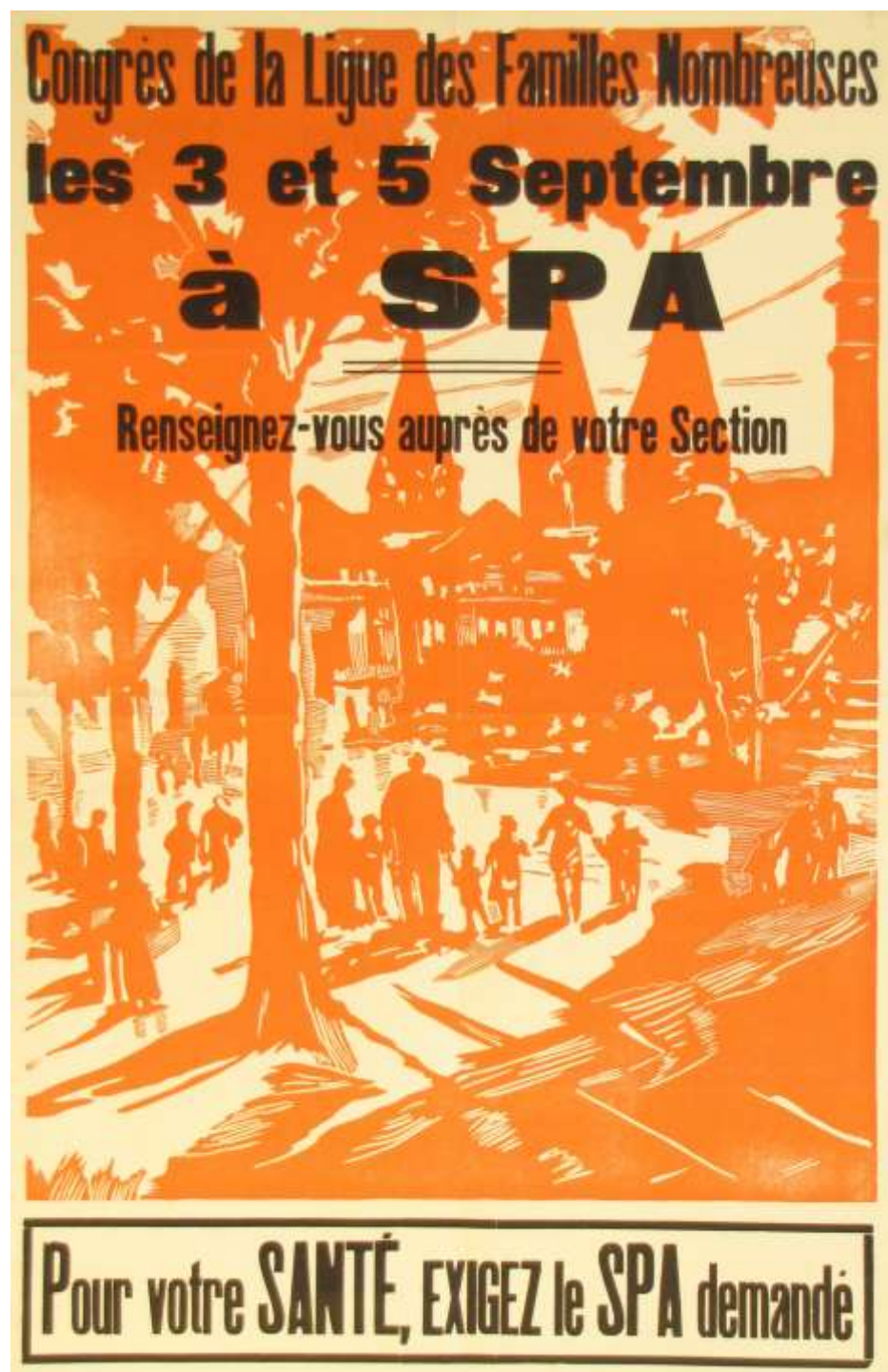
Il semble que ce soit la première affiche spadoise composée sur base de photos. Elle a été réalisée par héliographie, un procédé assez complexe qui explique qu'elle ait été imprimée par une firme bruxelloise. On y voit un panorama du centre de Spa où le complexe Casino-Kursaal, qui sponsorisait largement l'épreuve, est mis en évidence, ainsi que l'arrivée au Champ des Sports, actuel terrain de football, et le bas-relief créé par Frans Van Ranst pour l'occasion.



19. *Auteur anonyme* 1948
Hélio. C. Cortenbergh, Bruxelles 64 x 84,5 cm

Congrès de la Ligue des Familles nombreuses / les 3 et 5 septembre / à Spa

« Un soleil magnifique illumina les deux jours du Congrès » nous dit *La Vie spadoise* du 11 septembre 1949. C'est encore elle qui nous apprend que cet événement s'est tenu les 3 et 4 septembre, contrairement à ce que dit l'affiche, et que 4000 congressistes, tant francophones que germanophones, participèrent à l'événement. Beaucoup de personnalités étaient de la partie notamment le Père Fallon, fondateur du mouvement, ainsi que le ministre de la Santé et de la Famille dont l'épouse fut fleurie par « Mademoiselle Leyh, fille de la famille la plus nombreuse de Spa ».



Cette affiche a été réalisée par le procédé de linogravure, technique qui ne convient que pour une série limitée de tirages contrairement à la lithographie. Le graveur, en l'occurrence Ivan Dethier, a creusé une plaque de linoléum ne laissant de matière que là où il voulait qu'apparaisse le dessin. Nous présentons deux autres de ses réalisations (voir n° 8 et 24).

Il s'agit ici d'une vue du centre de Spa, depuis la place Royale jusqu'au coin des anciens thermes. Au centre de la composition, on distingue les silhouettes d'un père, d'une mère et de cinq enfants, progéniture nécessaire pour être reconnu « famille nombreuse » à cette époque. Ce nombre descendra à trois l'année suivante. Cette décision fut peut-être une retombée du congrès de Spa ?

20. Attribuée à Ivan Dethier (1908 - 1986)

[1949]
61,5 x 99 cm

*Courses de vitesse / de hors-bords / au / lac de Warfaaz / à Spa /
dimanche 27 mai 1951 à 14h30*



Il semble qu'un meeting nautique se soit organisé annuellement de la fin des années 40 au début des années 50 au lac de Warfaaz sous la houlette du Royal Motor Union (R.M.U. sur la bouée), association d'automobilistes et de motocyclistes liégeois créée en 1912, et plus particulièrement par sa section « autonautique » qui regroupait sport nautique et navigation. Elle est devenue à ce jour la section "yachting" qui compte le plus grand nombre d'adhérents de tous les clubs nautiques belges.

Ce « Grand Prix Autonautique de Wallonie » comportait trois manches courues dans deux catégories : 250 cc et 500 cc. Contrairement à ce que l'on pourrait croire, l'épreuve était assez spectaculaire et pimentée « d'attractions » comme des démonstrations de ski nautique, une attaque aérienne en piqué ou des vols en rase motte. La presse de l'époque nous apprend aussi que le record du tour était de 33 secondes et que c'est la championne de Belgique 1950, Claire Claessens, âgée de 16 ans, qui remporta l'édition 51 en classe A (250 cc).

L'affiche anonyme a une parenté certaine avec celle éditée pour le Moto-cross des Nations (voir n° 18). Elles ont toutes deux été imprimées chez Massoz à Liège.

21. *Auteur anonyme
Imp. Massoz S. A. Liège*

*1951
53 x 72,5 cm*

Spa / Belgium / Championnats internationaux de / Tir aux clays

Le tir aux pigeons était une des distractions favorites des villégiateurs de la Belle Epoque et cela jusque dans les années 50.

On allait à Spa ou à Monte Carlo massacrer en quelques jours jusqu'à 20.000 de ces malheureuses bêtes auxquelles on avait, au préalable, enlevé une rémige pour en faire des proies plus faciles. Et, longtemps, le tir aux clays, apparu à Spa vers 1905, fut considéré comme le parent pauvre du tir aux pigeons.

Le dessin du « pigeon d'argile » comme on disait parfois des clays, se superposant à la silhouette d'un pigeon, est fort bien trouvé par Hélène Gernay dont nous présentons une autre réalisation (voir n° 17).

Pourquoi le lac de Warfaaz d'où semble jaillir le clay ? Peut-être l'épreuve avait-elle lieu au lac ? Plus probablement le lac de Warfaaz représente-t-il simplement un paysage connu de la ville. Car le tir aux pigeons se pratiqua jusqu'en 1961 au « champ d'aviation », à côté de l'actuel aéroport de la Sauvenière.



22. *Hélène Gernay-Ruiz (1930 -)*

1951
62,5 x 99 cm

Spa / 15 août 1952 / Bataille de fleurs

Cette affiche, signée en filigrane de façon discrète par Daniel Bourdouxhe, professeur de dessin à l'athénée de Spa et à l'école de la Ville de Spa, auteur pendant des années des maquettes de plusieurs chars de la Bataille de fleurs, ne manque pas d'intérêt, ne serait-ce que par la hardiesse des couleurs, mais aussi « l'invention » de fleurs qu'on ne trouve pas dans la nature, présentées par une aristocratique main féminine.

Parmi les monuments symboles de la Ville, repris dans le bas de l'affiche, le perron est rarement représenté à cette époque. Celui-ci, reconstruit à la fin du 19^e siècle avec des éléments de l'ancien perron de la rue du Marché, était souvent considéré comme une copie un peu lourde de ce dernier. Maurice Pirenne, pourtant, dans son étude de 1930 sur les perrons de l'arrondissement de Verviers, l'avait trouvé plutôt réussi.



23. Daniel Bourdouxhe (1915 - 1992) 1952
61 x 99 cm

Bataille de fleurs / Spa / 15 août 1955



24. Ivan Dethier (1908 – 1986)
et Georges Spailier (1908-1990) 1955
Imp. Editions J'Ose Spa 50 x 64,5 cm

Dans ce catalogue, nous présentons une autre affiche d'Ivan Dethier (voir n° 8). S'il a réalisé le dessin préparatoire, conservé dans les collections du musée, il semble que ce soit Georges Spailier qui ait réalisé, sur linoléum, la matrice de l'affiche. Tous deux faisaient partie du groupe J'Ose, groupement de jeunes intellectuels qui s'était constitué au début des années trente avec l'ambition de relancer la vie culturelle et artistique spadoise.

Architecte de profession mais aussi peintre et illustrateur, Ivan Dethier, fut avec le Docteur André Henrard le créateur de l'actuel musée de la ville en 1970. Quant à Georges Spailier, instituteur de formation, il dirige la bibliothèque communale de 1944 à 1973. On ne lui connaît pas d'autres réalisations artistiques.

Cette belle linogravure, dans sa grande simplicité, avec un seul coquelicot, la fleur du mois d'août, comme sujet, exprime parfaitement le talent sobre du personnage discret qu'était l'ancien conservateur de notre musée.

Belgium / Spa. The Original Spa / Belgium National Railway



Fils d'un imprimeur de Wetteren, Herman Verbaere, après un cursus assez classique, est "récompensé à l'Exposition universelle de Paris en 1937 pour ses affiches de paysages flamands ». Dès lors, « il réalise un grand nombre d'affiches pour les Chemins de fer belges », ajoute Pieter Neirinckx, dont celle de Spa.

Dans ses compositions il présente généralement quelques éléments significatifs stylisés d'une ville ou d'une région : pour Spa, le Kursaal, précédé de la « Fontaine lumineuse » avec, à droite, le Pouhon Pierre-le-Grand. Logiquement, même stylisé, le Pouhon aurait dû se trouver à gauche de l'affiche et le Kursaal à droite, tels qu'on les voit du milieu de la rue Royale !

La « Fontaine lumineuse » en avant-plan, nous permet de dater l'affiche d'après 1954, date de son érection. Celle-ci, dont les bas-reliefs représentant les principales fontaines de la ville sont l'œuvre du sculpteur spadois Frans Van Ranst, n'est peut-être pas un chef d'œuvre de l'art monumental urbain, mais il faut dire qu'elle a perdu, sur un demi-siècle, outre une partie de ses éléments décoratifs, dont les feuilles d'acanthé de cuivre provenant des obélisques des jardins du Casino, l'éclairage qui avait justifié son appellation.

Le titre « Spa. The Original Spa » rappelle opportunément, que nous sommes dans la ville qui a donné le nom commun des villes d'eaux dans les pays anglo-saxons.

25. *Verbaere Herman (1905 - 1993)*

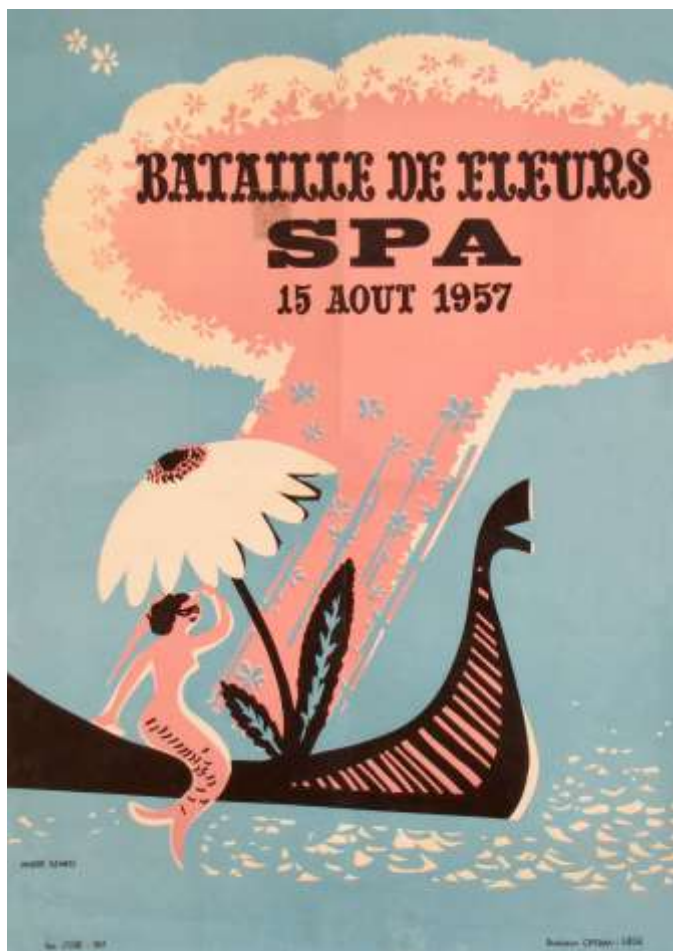
*[après 1954]
62 x 100 cm*



Bataille de fleurs / Spa / 15 août 1957
Bataille de fleurs / Spa / 15 août 1958

C'est à la révolution hongroise de 1956 que nous devons ces deux affiches. En effet, après avoir étudié à l'Académie de Budapest où il suivit les cours de peinture et de dessin publicitaire, André Szabo devint professeur de dessin et avait déjà exposé ses œuvres à Budapest lorsqu'éclata l'insurrection de 1956. Comme beaucoup d'autres Hongrois il fuit son pays. Un camp d'accueil fut un temps installé à la caserne de Spa, peut-être y fut-il hébergé ?

Il s'installa à Bruxelles en 1957. La notice du Dictionnaire Arto nous signale que ses œuvres « relèvent du symbolisme, du fantastique et du surréalisme », ce qui n'apparaît guère dans le dessin de ces affiches, somme toute assez conventionnelles.



26. & 27. André Szabo (1923 -)
 1957 et 1958
 Réalisation Optima Liège / Imp. J'Ose Spa
 49,5 x 69,5 cm

Spa / Ville d'eaux / Belgium



Charmante composition que celle-ci, basée sur un graphisme hyper simple mais super efficace dans la veine de Savignac (vache « Monsavon » 1949). Une jeune fille, style yé-yé, se dirige d'un pas décidé dans la direction de Spa en tenant dans une main un verre d'eau minérale et dans l'autre, un club de golf. Le soleil bien présent et le

bronzage appuyé de la demoiselle semble indiquer que Spa est une destination soleil ! Publicité mensongère ?

Le mot Belgium, présent dans le bas de l'affiche, fait penser que cette publicité était destinée à être diffusée à l'étranger. Le Musée possède également une version francophone (Belgique) et néerlandophone (België). Quant à la mention « ville d'eaux », elle prouve que la renommée de Spa comme ville thermale était en net recul en ce milieu du 20^e siècle. Le mot « eaux » est au pluriel car il y a effectivement plusieurs types d'eau minérale à Spa.

Tous les éléments sont entourés d'une aura blanche, sorte de lueur externe, qui donne du velouté au dessin assez anguleux.



28. *Hauglustaine*
Morjos Gand

[fin des années 50]
61,5 x 97,5 cm

Spa Tonic



Voici ce que l'on peut appeler une publicité « à l'américaine », appliquant les principes du marketing, une discipline qui se développe Outre-atlantique dans la foulée de la grande crise économique des années 30.

On y trouve, bien mise en évidence, l'image du produit tel qu'il se présente dans les rayons des magasins et son nom « Spa Tonic », répété, en positif et en négatif. Au second plan, apparaît le public cible, les femmes, ou plutôt un idéal féminin, ni ménagère ni pin-up, auquel toutes peuvent s'identifier. Le producteur Spa-Monopole est discrètement évoqué par son emblème, le pierrot.

La production du Spa Tonic ne durera qu'un temps. En effet, comme pour d'autres labels sortis de ses lignes d'embouteillage, « Spa Cola » ou « Spa Orangina », Spa Monopole a opéré un recul stratégique pour éviter d'inutiles différends commerciaux.

Au bas de l'ovale, on distingue une inscription présente sur toutes les plaques émaillées postérieures au 29 avril 1926, date de l'arrêté royal imposant une taxe au fabricant. La mention commence par T. P. (taxe payée), vient ensuite le nom du fabricant (SOBI Brux.) suivi du numéro de référence fiscale (824 – 1152 – 1958), celui-ci se terminant toujours par l'année de production.

29. *Auteur anonyme* 1958
Sobi Bruxelles 26 x 36 cm (ovale)

Festival de théâtre

« Le Festival de Spa est un enfant tardif de l'Expo 58 » nous dit Philip Tirard, auteur du livre souvenir édité à l'occasion du cinquantième anniversaire du festival. Cette année-là, en effet, les communes avaient reçu des subsides pour monter des événements culturels et le Théâtre National de Belgique vint jouer trois spectacles à Spa pendant l'été.

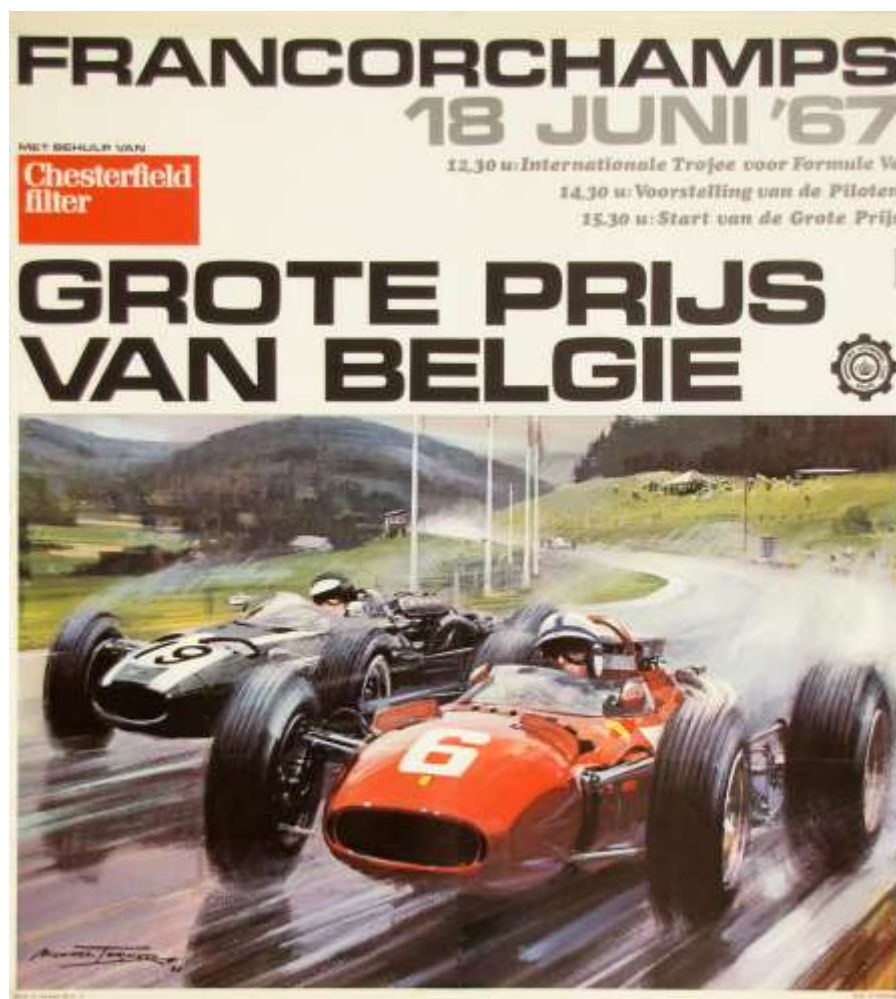
Ainsi naquit l'idée d'un festival d'été, mélange de créations et de reprises, défendue avec beaucoup d'enthousiasme par deux hommes : Jacques Huisman et Billy Fasbender. Depuis, chaque année, 15.000 personnes au moins, assistent aux représentations qui se répartissent sur deux semaines au milieu du mois d'août.

L'histoire du Festival de Théâtre compte trois grands chapitres liés directement aux personnalités qui ont dirigé la manifestation : les années Huisman (de 1959 à 1987), le duo Debaar-Fasbender (de 1988 à 1998), le couple Delcampe-Van Snick (de 1999 à aujourd'hui).



30. *Auteur anonyme* 1960
 59 x 82,5 cm

Francorchamps / 18 juni '67 / Grote Prijs Van België



Plus connu aujourd'hui sous le nom de « Grand prix de Formule 1 », le « Grand prix automobile de Belgique » a été organisé pour la première fois à Francorchamps en 1950, année de création du prestigieux championnat du monde. Dès le début, l'épreuve est considérée comme une des plus belles de la saison tant par les pilotes que par le public qui y vient des quatre coins de l'Europe.

Voici la version néerlandaise de l'affiche conçue pour la course de 1967. Avec humour, l'illustrateur montre deux bolides, côte à côte, fonçant sous la pluie ardennaise. Il faut dire que le circuit de Spa-Francorchamps est réputé pour son climat capricieux.

L'auteur du dessin est un illustrateur anglais de réputation internationale, Michael Turner. Élevé dans la banlieue de Londres pendant la Deuxième Guerre mondiale, il est inspiré par les exploits de la RAF et se passionne tout d'abord pour l'aviation. Puis cet intérêt s'élargit au monde des automobiles qu'il dessine avec un talent certain. Mais il ne s'arrête pas à la simple reproduction d'un modèle en action, il immortalise un « instantané » plein de punch.

31. *Michael Turner (1934 -)*
Druk. A. Smeets Brussel

1967
40 x 44 cm



Casino de Spa / Festival de la Chanson Française

De 1964 à 1984, pendant 21 ans, Le Festival de la Chanson française, organisé par la Communauté radiophonique des programmes de langue française : la R.T.B.F., France Inter, Radio Canada et la Radio Suisse Romande, a été avec le Festival de Théâtre, l'autre événement de la Saison de Spa. Présenté sous forme de concours et de récitals, au mois de juillet le plus souvent, dans la grande salle du Casino, il durait quatre jours. Chaque soir, la première partie du festival était consacrée



aux candidats tandis qu'une vedette, animait la seconde partie. La cheville ouvrière en était Jacques Houyon, directeur de l'Office du tourisme et de la Commission des fêtes.

Tout ce que la chanson française a compté comme célébrités pendant ces 20 ans est passé par Spa : Ferrat, Gréco, Trenet, Dalida, Johnny Halliday, une première fois en 1967 avec Dutronc, Marcel Amont et Hughes Aufray, puis Ferré, Julien Clerc, Polnareff, Nougaro, Michel Sardou, Pierre Perret, Balavoine, et bien d'autres.

Parmi les lauréats des différents concours Jacques Hustin, Henri Dès, Robert Charlebois, Catherine Le Forestier, Yves Duteil, Marie-Paule Belle, Renaud et Francis Cabrel.

Ces concerts retransmis par les principales radios francophones avaient une très grande audience. Cette notoriété suscita des jalousies parmi les autres radios et l'arrêt du festival en 1985.

32. & 33. *Auteur anonyme* 1964 et 1968
72 x 120 cm

XIIe Rallye des Routes Blanches / Boucles de Spa / 3-4 février 68

Les Boucles de Spa version 1968 sont un bon cru puisque la boue, la neige et le verglas étaient au rendez-vous ! C'est le Belge Jean-Marie Jacquemin qui remporte l'épreuve sur une Renault Gordini.

Sur l'affiche le nom des « boucles » est encore associé à celui des Routes Blanches, titre porté par cette épreuve à ses débuts en 1953. Très différent à cette époque, le rallye partait de Bruxelles et la performance sportive était combinée avec un questionnaire touristique et des épreuves de lecture de cartes. Les choses changèrent petit à petit et l'arrivée d'Alphonse Delettre, dès 1964, va accélérer le recentrage de l'épreuve sur Spa.

En 1968, il y a déjà trois ans que le rallye démarre de Spa et que le principe des « boucles » est acquis. Avec cette nouvelle formule, toutes les 3 heures, les concurrents repassent sur le podium puis auprès de leur assistance technique, ce qui permet aux passionnés et aux badauds de côtoyer pilotes et mécanos dans une ambiance bon enfant où se mêlent les odeurs d'essence et de saucisses grillées. L'affiche baigne dans une ambiance BD digne de Jean Graton.



34. *Auteur anonyme* 1968
37 x 48 cm

Bal des rhétos 71

Cette affiche, typique des années hippies et du *Power Flower*, a été réalisée pour ce bal par Corinne Caro, professeur de dessin à l'Athénée de Spa, et ses élèves du cours d'arts plastiques. Elle y avait mis la touche finale et avait notamment fait le lettrage. Ses élèves avaient également réalisé les décors dorés de la soirée.

Corinne Caro a suivi plusieurs formations : les arts plastiques de l'Ecole normale d'Avroy à Liège, des cours à l'Académie de Verviers et une formation en esthétique positive à Bruxelles. Pratiquant des techniques diverses, elle peint pour elle-même et n'a jamais voulu exposer.



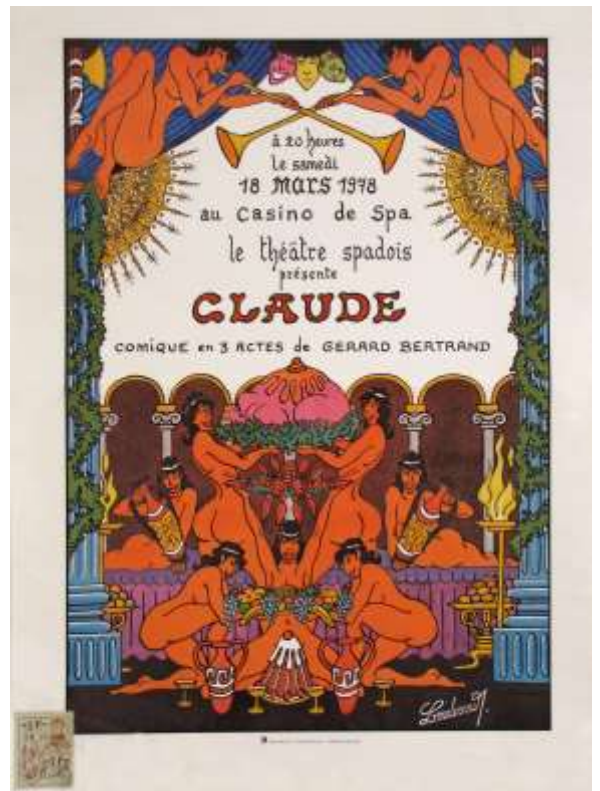
35. Corinne Caro-Thomas (1943-) 1971
Spa Imp. J. Spailier 33,5 x 53,5 cm

Le théâtre spadois / présente / Claude / Comédie en 3 actes de Gérard Bertrand

L'auteur de la pièce, le docteur Gérard Bertrand, est également le dessinateur de l'affiche, signée en lettres gothiques cursives dans le coin inférieur droit.

Cette pièce, restée inédite, où l'auteur jouait aussi le rôle principal, celui de l'empereur romain Claude, l'époux malheureux de Messaline puis d'Agrippine, fut, en fait, jouée deux fois au théâtre de Spa par des comédiens amateurs différents à chaque spectacle. Elle tenait à la fois de la farce moyenâgeuse et d'Ubu-Roi, Claude y faisant tout au long de la pièce un repas pantagruélique.

L'affiche présente, sous la forme d'un frontispice d'ouvrage ancien, neuf créatures dénudées, l'auteur cachant habilement leurs appas derrière un bras, une amphore, une corbeille de fruits ou un gâteau fort évocateur. On n'est pas loin des BD coquines alors à la mode telle que Barbarella. Gérard Bertrand publia, par ailleurs, une bande dessinée assez leste, au titre évocateur « A califourchon ».



36. Gérard Bertrand (1941-) 1978
Imprimé par J. Chauveheid sprl 30 x 40,5 cm



37. Albert Henry Lejeune (1946-) 1980
41,5 x 59 cm

Bureau de poste / Spa / Portes ouvertes

C'est l'une des rares affiches humoristiques relatives à Spa.

L'auteur, anonyme, a dessiné un cor, emblème international de la Poste tiré des armoiries de la famille Tour et Taxis (Turn und Taxis), la toute première société de transport de courrier fondée au 16^e siècle, dont Gérard Deleau fils fut le maître de postes à Spa à la fin du 18^e siècle. La foule s'engouffre dans le cornet pour cette opération « postes ouvertes » !

André Stuttmann, percepteur du bureau de Postes de Spa à cette époque, se souvient très bien de cette opération chapeauté par la Direction régionale des Postes de Liège. La visite des locaux était agrémentée d'une exposition de photos réalisée par les membres de Photopost et d'un film projeté au sous-sol. Ce dernier, œuvre de Jean Jacques, montrait les membres du personnel du bureau spadois en train d'effectuer leurs services respectifs.

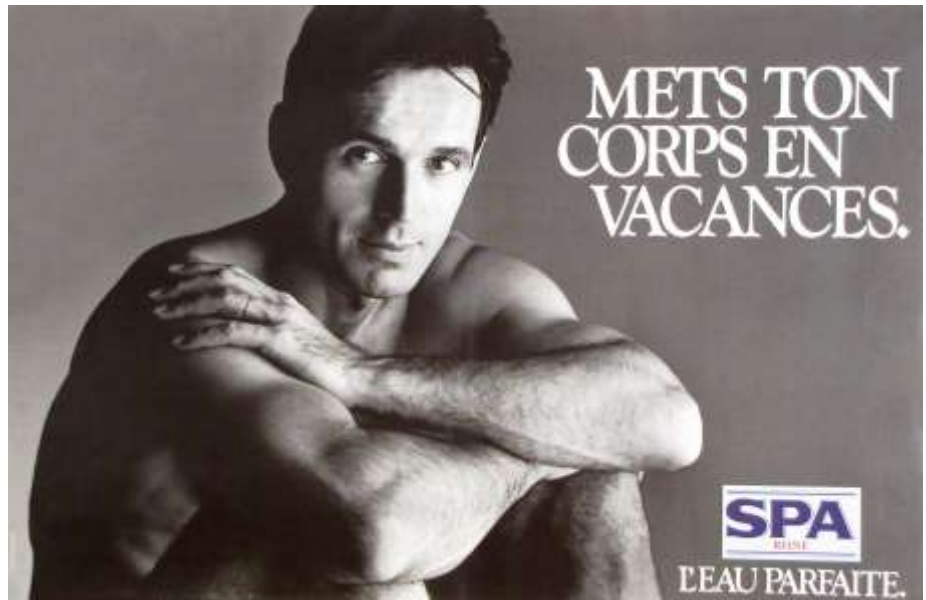
Spa / 2000 / J'aime

Cette publicité est le témoin d'une vaste campagne de sensibilisation du public qui avait pour thème « Spa en toutes saisons ». En voici la version « hiver ». Albert Lejeune, créateur de l'affiche, explique sa démarche « Le point de départ fut la création d'un logotype comprenant le nom Spa (reconnaissance immédiate), la date 2000 (un objectif, la modernité), une stylisation de fontaine (pour qualifier la ville, son passé et son présent) et enfin un slogan fédérateur « j'aime » (valable pour la population comme pour les visiteurs). Le tout fut validé par les différents acteurs de la vie spadoise : autorités communales, commerçants, professions libérales, associations, etc. ». Le message devait ainsi être largement et rapidement diffusé.

Le dessus de l'affiche rappelle les années 70, caractérisées par les motifs géométriques répétés et les dégradés de couleurs. Ce logo sera également reproduit sous forme d'autocollants et de mini-timbres. Il figurait aussi sur les dépliants, brochures et enveloppes de l'Office du tourisme.



38. Artiste anonyme 1985
29,5 x 42 cm



Reste / comme / tu es / Spa Reine / L'eau parfaite

Cette affiche a connu plusieurs versions : une première, pudique, dont le cadrage s'arrête au-dessus de la poitrine du mannequin ; une autre, un rien plus osée, cadrant la jeune femme jusqu'à la taille, toutes deux réalisées en 1985 ; une troisième, enfin, réalisée 17 ans plus tard toujours avec le même mannequin montrant que, grâce à l'eau de Spa, le temps n'avait guère altéré son physique.



« La campagne aux seins nus » restera à jamais dans les annales de Spa-Monopole. Elle était le fait d'un nouveau responsable du marketing et provoqua de profondes divergences au sein du Conseil d'administration. Il faut dire qu'elle tombait on ne peut plus mal puisque sa sortie coïncidait avec la visite du pape Jean-Paul II en Belgique ! C'est pourquoi il y eut deux versions : la version originale et sa variante « papale » qui fut utilisée dans les médias plus sensibles.

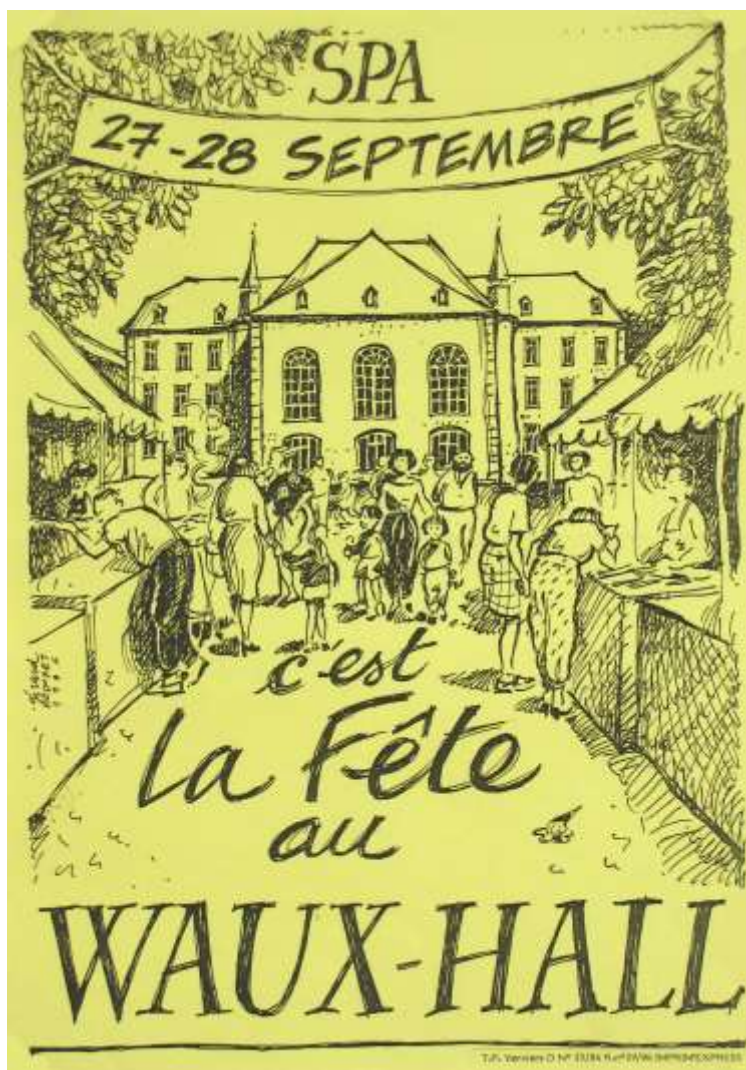
Avec le recul, on se rend compte que ces visuels sont entrés directement dans l'inconscient collectif. Le choix délibéré du noir et blanc est non seulement très flatteur pour les portraits, et en diminuait la connotation sensuelle, mais surtout il tranchait dans le patchwork multicolore des espaces publicitaires.

Cette vaste campagne de marketing avait été confiée à l'une des grandes agences publicitaires belges, Lowe Maarschalk Troost. Jacques Mercier et Karl Scheerlinck, dans le livre *Made in Belgium*, expliquent l'objectif visé : « Le groupe Spadel cherchait un nouveau positionnement pour Spa. L'approche (...) se distingue par un déplacement du modèle dit économique vers le modèle sémiotique (...). On peut difficilement prêter à Spa plus de qualités rafraîchissantes ou curatives qu'à d'autres eaux. Il est plus payant de lier des significations à la marque par le biais d'associations, afin de vendre une image plutôt qu'un produit ».

Et c'est exactement ce qui c'est passé dans l'inconscient du consommateur. Qui ne voudrait ressembler à cette jolie jeune femme, parfaitement sereine et terriblement bien dans sa peau ! « Reste comme tu es » et son pendant masculin « Mets ton corps en vacances » ont gagné de nombreuses récompenses dans les concours publicitaires et demeure l'une des actions promotionnelles les plus réussies en Belgique.

Ce n'est pas la première fois que Spa-Monopole joue sur ce thème. Déjà en 1967, la campagne choisie pour Spa Reine avait pour slogan : « C'est si bon d'être jeune et si simple de le rester ».

Spa / 27-28 septembre / C'est la fête au Waux-Hall



Au début des années 1980, les bruits les plus alarmistes circulaient concernant le Waux-Hall. Ce magnifique bâtiment, construit en 1770 par l'architecte liégeois Jacques-Barthélemy Renoz, la dernière salle de jeu survivante du glorieux 18^e siècle spadois, orphelinat de la ville de la fin du 19^e siècle jusqu'aux années 1970, était entièrement à l'abandon et risquait d'être démoli pour faire place, peut-être, à des logements sociaux.

Un comité de défense fort actif se créa alors, qui devint par la suite une ASBL « L'Avenir du Waux-Hall ». Parmi d'autres actions destinées à sensibiliser les autorités et le public au devenir du bâtiment, l'ASBL organisa en collaboration avec le comité de quartier « La Fête au Waux-Hall » les 27 et 28 septembre 1986. Celle-ci, bénéficiant d'un temps splendide, connut un franc succès.

C'est un jeune stagiaire en architecture, Gérard Bedoret, le fils du président de l'ASBL, qui dessina cette affiche sans prétentions, montrant les échoppes des associations qui s'étaient jointes à la manifestation, avec en toile de fond la façade du Waux-Hall.

40. *Gérard Bedoret (1961 -)*
Imprim Express Verviers

1986
29,5 x 42 cm

TNB/ Osez une cure de théâtre ! / Festival Spa 86

L'affiche présentée ici se situe à la fin de la première période du festival, en 1986. Jacques Huisman, atteint par l'âge de la retraite, avait passé le flambeau du Théâtre National à Jean-Claude Drouot l'année précédente. Le nouveau directeur ne se montra pas intéressé par ce festival provincial. Le succès s'en ressentit immédiatement et la Ville de Spa décida d'arrêter sa collaboration avec le TNB.



L'affiche est cependant très réussie. Elle est due à Denis Ducrocq, le graphiste français attaché au Théâtre de Reims qui a suivi Drouot lors de son engagement à la tête du National. Fidèle à son style, il conçoit le visuel sur base d'éléments photographiques. Il réalise une image sobre, mais aussi percutante que la « chafetière » de Julian Key, en amalgamant une capsule de bouteille d'eau minérale et un rideau de théâtre. Le slogan « Osez une cure de théâtre » fait écho à la métaphore.

41. Denis Ducrocq (- 2005)
Impresor Bru

1986
40 x 60 cm



L'eau qui pique / Source de pureté / Spa

Opération séduction. Comment ne pas « craquer » devant cet instantané attendrissant ? Le slogan « l'eau qui pique », typiquement enfantin, renforce encore le côté familial de la scène. La légende en bandeau est tout aussi désarmante. L'eau de Spa est tellement bonne que même les enfants l'adorent et jouent avec.

Après avoir utilisé le noir et blanc avec le succès que l'on sait (voir n° 39), les publicités de Spa-Monopole renouent ici avec la quadrichromie en proposant une image presque en camaïeu (une même couleur plus ou moins diluée donnant une variété de tons), harmonieusement coordonnée avec le logo rouge du Spa pétillant.

Les publicités du minéralier spadois continueront à surfer sur le thème de l'enfance en créant deux ans plus tard la campagne « Spa de corps et d'esprit » mettant en scène un grand-père lisant l'album de Tintin, *L'Etoile mystérieuse*, à son petit-fils.

43. Auteur anonyme

[1989]
60 x 40 cm



Belgium Triathlon / 29 juillet 1989

Bel exemple de syncrétisme que ces trois pierrots tricolores qui symbolisent à la fois les différentes disciplines pratiquées dans le triathlon, le caractère national de l'épreuve et le sponsor principal des organisateurs. Ces derniers avaient fondé, trois ans plus tôt, l'asbl Sports Promotion avec pour ambition l'organisation de manifestations variées, la valorisation des infrastructures spadoises et l'encouragement de la pratique sportive. Ils avaient déjà à leur actif l'organisation des Crêtes blanches et encadraient celle de la Flèche de Wallonie.

Extrêmement exigeante, la discipline du triathlon en tant que telle ne remonte qu'au début des années 80. Le Spa Belgium triathlon est ce qu'on appelle un 2/3 de triathlon, entendez par là que les distances parcourues successivement en natation, en vélo puis en course à pieds ne couvrent, grosso modo, « que » les 2/3 de celles de l'Ironman d'Hawaii, LA référence en la matière.

Pour cette 3^e édition, les 350 concurrents présents au lac de Robertville commencèrent par nager 3000 mètres. Vinrent ensuite les 120 kms à vélo pour rallier Spa et terminer

par 30 kms de course à pied soit un effort de près de six heures... pour les plus rapides ! 238 triathlètes franchirent la ligne d'arrivée précédés par le Hollandais Pim Van Den Bos

44. Auteur anonyme

1989
42 x 68,5 cm



Musique à Spa

C'était en 1985... quelques passionnés se regroupent à Spa dans le but d'organiser des concerts de musique classique. Ils sélectionnent alors suivant des critères de qualité, mais aussi d'authenticité, des artistes qui se conforment aux règles de l'interprétation qui étaient en usage à l'époque où les œuvres furent composées. L'ASBL « Musique à Spa » était née.

La liste des artistes est impressionnante tant par sa longueur que par son excellence. Et les amateurs ne s'y sont pas trompés. Au fil du temps, le festival « L'Automne Musical » a pu se créer une réputation flatteuse tant dans le monde des musiciens que dans celui des mélomanes.

L'affiche est une réalisation de Charles Fallais, professeur d'Arts plastiques à l'Institut ?? de la Ville de Liège. L'illustrateur a tenté de restituer l'ambiance Belle Epoque évoquée par le nom de Spa. Il existait une version verte et une bleue, qui étaient utilisées indifféremment. Mais cette composition, aussi agréable soit-elle, avait deux défauts majeurs. D'une part, elle reléguait le nom des artistes au second plan, mais surtout, elle n'était aucunement représentative de l'univers de la musique baroque dans lequel baigne l'Automne musical, qui a lieu chaque année de septembre à novembre.



45. Charles Fallais (1931 -)

1989

40 x 51,5 cm

Foster's Belgian / Grand Prix /

Spa-Francorchamps / 27-28-29 august 1999



46. Auteur anonyme

1999

42 x 59 cm

Très différente de celle éditée pour le Grand Prix de 1967 (voir n° 31), cette affiche fait appel à notre imprégnation culturelle. En effet, il est objectivement impossible de comprendre cette image si l'on n'a jamais vu un « arrêt stand » pendant une course. Dans le cas contraire, la compréhension est instantanée.

Ce qui fait la beauté, mais aussi l'étrangeté, de cette image, c'est l'emploi exclusif de nos trois couleurs nationales qui ont rarement été aussi bien exploitées. A noter également, le drapeau belge qui est représenté huit fois dans la composition ! La dominante est le jaune, ce que ne devait pas désapprouver l'unique sponsor de cette manifestation, le groupe brassicole australien Foster.

La notion de vitesse, indissociable du circuit de Francorchamps – rappelons que les voitures dépassent les 320 kms/heure - est amenée par divers éléments : le flou des bords de l'image, le texte écrit en diagonale, le logo F1 strié.

En 1999, le Grand Prix de Formule 1 fêtait son 50^e anniversaire mais le circuit de Spa-Francorchamps n'a pas été de toutes les éditions. Considéré comme trop dangereux, il fut notamment délaissé de 1970 à 1983.



Francos / Junior / Du 19 au 21 juillet / Casino de Spa

Tout le monde l'aura compris, le public cible de cette affiche ce sont les enfants. Tout contribue à leur rendre ce visuel agréable : les couleurs « flashy », les motifs sympas, le lettrage cursif, l'absence (apparente) de structure, etc.

A part cela, il s'agit d'une affiche purement informative comme toutes celles qui sont éditées par les Francofolies de Spa depuis 1994, date de la première édition du Festival.

Cette réalisation est due à Impact Graphic, la section graphique de la société Impact Diffusion, spécialisée dans l'organisation d'événements dont les Francofolies de Spa.

47. *Impact Graphic* [2002]
42 x 60 cm

Spa / Source de fêtes et de lumière

Amusant ! Le concepteur de cette affiche a utilisé un programme informatique haut de gamme, outils « crayon » et « pinceau », pour arriver à ce résultat imitant un dessin d'enfant. Cette accroche visuelle incitera le passant à lire le texte informatif, assez long.

La graphiste Claude Englebert explique sa démarche : « ce dessin est voulu très spontané, très direct afin d'y insuffler un esprit enfantin pour la Noël et une compréhension très rapide, sans détours, du sujet ».

L'illustration ainsi réalisée a ensuite été reportée dans un programme de mise en page de texte et l'impression s'est faite par le procédé de l'offset. Cette technique d'impression pour grand tirage est une modernisation de la lithographie qui, comme cette dernière, est basée sur l'incompatibilité entre l'eau et l'encre grasse.



48. *Image Concept* 2006
42 x 60 cm

Spa / Ferrari / Days

L'originalité de cette affiche est double. Il est très rare de choisir un format hors standard tel que celui-là. Quant à l'image, on utilise rarement la perspective aérienne en publicité, surtout pour des produits de luxe car cela tend à écraser le sujet. Alors, pourquoi ?

Notre conditionnement culturel est tel que la couleur rouge associée à une voiture fait directement référence à la marque « au cheval cabré ». Il n'était donc pas nécessaire de présenter la voiture de face, logo bien visible. Les traînées à l'arrière du véhicule ainsi que la vision du moteur amènent l'élément vitesse qui complète le stéréotype. Cette double verticalité nous ferait presque croire que Ferrari peut nous emmener au 7^e ciel !

Contrairement à ce que l'on pourrait imaginer au premier coup d'œil, ce n'est pas une photo de la Ferrari F 40, voiture mythique créée pour les 40 ans de la marque, mais un dessin hyperréaliste signé Claude Viseur alias Clovis, dessinateur belge, devenu un spécialiste de l'illustration automobile après avoir dessiné les « Vaillante » pour le studio Jean Graton.



49. Clovis (Claude Viseur -) [2006]
30 x 90 cm

Affiches appartenant au Musée de la Ville d'eaux, présentes à l'exposition, mais non reproduites dans ce catalogue (soumises aux - trop - coûteux droits d'auteur)

- Jean d'Ylen - *Spa-Monopole / L'eau qui pétille* - 1923
- Charles Lemmel - *Chemins de fer de l'Etat Belge / Belgique / Spa / Son Casino / Ses fêtes* - 1928
- Léo Marfurt - *Elixir de Spa / Schaltin, Pierry et Cie à Spa / Fournisseurs de la Cour* - 1937
- Jacques Richez - *Spa Orangina* - [vers 1955]
- Serge Creuz - *Théâtre pour enfants / Spa / Août / 1970 - 1970*
- Dupa (Luc Dupanloup) - *1 & 2 septembre / Trophées de Francorchamps* - [1979]
- *Spa de corps / et d'esprit / Spa : La pureté* - [1991]

Bibliographie

Affiches sportives en Belgique 1890-1940, catalogue édité par le Crédit Communal, 1981.

Baeck (Mario), Plus (Jan de), *La plaque émaillée belge*, Weyrich édition, 2002.

200 affiches de la Belle Epoque. Les murs s'affichent au musée d'Ixelles, catalogue, Alice Editions, 2005.

Dictionnaire biographique des Arts plastiques en Belgique, Arto, 2002.

Duchesne (Jean-Patrick), *L'affiche en Belgique*, Labor, 1989.

Gallo (Max), *L'affiche, miroir de l'Histoire. Miroir de la vie*, Laffont, 1973.

Goijen (Jacques), *Dictionnaire des peintres de l'Ecole liégeoise du paysage (1880-1950)*, Ecole liégeoise du paysage éditions, 2009.

Histoire d'eaux. Stations thermales et balnéaires en Belgique, catalogue édité par la C.G.E.R., 1987.

L'affiche en Wallonie. A travers les collections du Musée de la Vie Wallonne, 1980, catalogue édité par la Communauté française de Belgique.

Lannois (Robert de), *Dictionnaire des artistes spadois de 1850 à nos jours*, Brocannique, 2001.

L'art de l'affiche en Belgique 1900-1980, catalogue édité par la C.G.E.R., 1980.

Mercier (Jacques), Scheerlinck (Karl), *Made in Belgium. Un siècle d'affiches belges*, La Renaissance du Livre, 2003.

Neirinckx (Pieter), *Affiches sur le rail. Les affiches ferroviaires en Belgique 1833-1985*, Editions Racine, 2006.

Piron (Paul), *Dictionnaire des artistes plasticiens de Belgique des XIX^e et XX^e siècles*, 2 vol., Ed. Art in Belgium, 2003.

Saveurs et Plaisirs. Trésors restaurés de la collection d'affiches de la Bibliothèque royale de Belgique, catalogue édité par la Bibliothèque royale de Belgique, 2005.

Scheerlinck (Karl), *Marfurt, (affiches) voor jevever en likeur*, catalogue édité par le Nationaal Jenevermuseum Hasselt, 2002.

Spa s'affiche. Publicité de la Ville d'eaux avant 1914, tiré à part de la revue « Histoire et Archéologie spadoises », Musées de la Ville d'eaux, 2004.