

la description du projet paru dans la publication du cca sur l'élaboration du projet du musée et des jardins,<sup>5</sup> mais il aurait été intéressant d'aborder des facettes plus méconnues de ce projet. Il est permis de penser que la maladie ayant emporté Charney trop rapidement, Martin n'a pas pu le questionner afin d'inclure dans ce livre le bilan que l'architecte dresse lui-même de son œuvre, réalisée sur une période de quarante-six années. Souhaitons que cet ouvrage de Louis Martin puisse être traduit bientôt en français afin de rendre ses enseignements sur l'architecture québécoise accessibles à la communauté francophone. Communauté qu'il a éveillée dans le processus de réappropriation de sa culture d'édification et pour laquelle il a toujours œuvré. Soulignons aussi que Louis Martin a su réunir les écrits principaux de Charney afin que chaque lecteur puisse, lui-même, se faire une idée de la trajectoire intellectuelle atypique et tout à fait originale de cet architecte et penseur. ¶

—François Racine,  
Université du Québec à Montréal

1. Notons la publication en 1998 d'un livre sur l'ensemble de l'œuvre de Melvin Charney à l'occasion d'une exposition tenue en France: J.-F. Chevrier, Melvin Charney: *Parcours de la réinvention/About reinvention*, Caen, FRAC Basse-Normandie, 1998.

2. Cette installation a été réalisée dans le cadre d'une exposition d'art contemporain intitulée Corridart. Le caractère provocateur de cette installation, soulignant l'aspect destructeur des politiques d'urbanisme du maire de Montréal de l'époque, a entraîné sa démolition par les autorités municipales. Elle a été choisie pour illustrer la page couverture du livre recencé ici.

3. Voir: M. Charney et coll., *Ville, métaphore, projet: architecture urbaine à Montréal 1980-1990*, Montréal, éditions du Méridien, Montréal, 1992.

4. M. Charney et coll., *Le faubourg Saint-Laurent: d'un savoir urbain à une vision éclairée du développement du faubourg*, Montréal, Service de l'habitation et du développement urbain de la ville de Montréal, 1990.

5. L. Richards, *Le Centre Canadien d'Architecture: architecture et paysage*, Montréal et Cambridge, MA, cca/MIT Press, 1989.

Marc H. Choko, Michèle Lefebvre et Danielle Léger  
*Destination Québec: Une histoire illustrée du tourisme*  
Montréal, Éditions de l'Homme, 2013  
256 p. ISBN 978-2-7619-3499-2



Le livre *Destination Québec: Une histoire illustrée du tourisme* est le fruit d'une collaboration entre Marc H. Choko, professeur émérite à l'École de design de l'UQAM, Danielle Léger, historienne de l'art, bibliothécaire responsable des collections patrimoniales de programme de spectacles et d'affiches de Bibliothèque et Archives nationales du Québec (BANQ), et Michèle Lefebvre, historienne, bibliothécaire et agente de recherche à la BANQ. Le projet a permis du même coup la création d'une exposition regroupant plus de quarante œuvres (affiches, brochures et films) issues des collections de la BANQ et du Musée de la civilisation du Québec, qui met en lumière les transformations de l'industrie du tourisme depuis ses débuts au XIX<sup>e</sup> siècle.<sup>1</sup> Les projets de livre et d'exposition font suite à la conférence *Voyager au Québec, d'hier à aujourd'hui. Le tourisme dans les collections de BANQ* présentée par Léger et Lefebvre en 2010. Choko et Léger sont les co-commissaires de l'exposition, alors qu'ils ont collaboré avec Lefebvre pour la création de la publication. Le livre n'est cependant pas le catalogue de l'exposition du même

nom. En effet, les auteurs l'identifient simplement comme un «livre largement illustré» (9) et ne mentionnent pas l'exposition dans le corps du texte. Présenté comme un «beau livre» par la BANQ et *Portail Québec*,<sup>2</sup> l'ouvrage est destiné au grand public. Une telle désignation tend à distinguer le livre des publications universitaires et rend plus ambigu le rôle qu'il peut jouer dans l'étude du design. Soulignons qu'il est difficile de distinguer les recherches réalisées par chacun des auteurs, puisque les chapitres ne sont pas signés. Malgré tout, le travail de conservation et de diffusion des 350 documents iconographiques choisis pour faire partie du livre et les quarante objets de l'exposition sont sans conteste un apport considérable à la discipline du design graphique.

Choko contribue depuis plusieurs années à la recherche et à la diffusion des objets de design industriel et graphique québécois. Son nom est associé à de nombreuses publications qui sont autant de bases solides à la discipline émergente qu'est l'histoire du design. Il publie notamment *L'affiche au Québec des origines à nos jours* en 2001 et co-publie *Le design au Québec* en 2003 et *Québec en design* en 2007. Ces ouvrages ont tous en commun la volonté de faire reconnaître une histoire du design québécois comme le «terreau d'une semence qui demande encore à germer» dont parlaient Bourassa et Choko il y a huit ans déjà.<sup>3</sup> L'ouvrage présenté ici s'inscrit tout à fait dans cette tendance, et c'est pour cette raison que c'est principalement sous cet aspect que cette recension sera orientée.

*Destination Québec* rappelle par ailleurs *Lino*, un ouvrage de Choko sur l'affiche, qui problématise certains enjeux féconds de l'esthétique des créations de design.<sup>4</sup> Co-écrit avec Lino, un artiste québécois contemporain œuvrant depuis une vingtaine d'années dans le domaine de l'affiche, *LINO* porte sur la pratique de ce dernier, qui se présente à la fois comme artiste, illustrateur, affichiste et graphiste, marquant ainsi l'amalgame

possible entre les différents statuts des images. Choko adopte une approche historique qui vise à contextualiser les productions graphiques du créateur. Dès l'introduction de Lino, Choko énonce sa perception de l'affiche commerciale, qui peut s'appliquer d'une manière similaire à l'histoire du tourisme expliquée dans *Destination Québec*:

Souvent, lors d'échanges avec des graphistes ou des interlocuteurs intéressés par l'affiche, j'ai défendu le point de vue qu'il n'y avait aucune raison pour qu'une affiche dite commerciale soit moins esthétique qu'une affiche pour un événement culturel. Pour moi, toute affiche, toute publicité est commerciale, puisqu'il s'agit de vendre ce qui est présenté.<sup>5</sup>

Il va même plus loin: «Ce livre tient donc, au-delà du plaisir que je peux trouver à faire connaître les créations de Lino, du manifeste: oui, il est encore possible de produire de bonnes publicités, efficaces et belles». Or, qu'arrive-t-il lorsqu'on s'attarde justement à une production commercialement assumée? Peut-on s'intéresser d'une manière esthétique à des produits qui ont été manifestement créés d'abord et avant tout en tant que publicités, qui tentent à concilier l'«efficacité» et la «beauté»?

Ce questionnement peut permettre de mieux comprendre le rôle de *Destination Québec*. Si le propos principal de ce livre n'est pas tant de s'intéresser au graphisme des publicités pour le tourisme au Québec, mais de relater l'histoire du tourisme, sans vraiment questionner les images, il constitue néanmoins une base solide pour quiconque voudrait éventuellement s'atteler à cette tâche.

Dès l'avant-propos, les auteurs font état de leur intention quant à ce projet à vocation documentaire: «Nous avons choisi de mettre les œuvres graphiques, longtemps négligées, au cœur de notre démarche, misant sur le fait qu'elles racontent visuellement une partie de l'histoire» (10). Ils soulignent les limites et les ambitions de leur entreprise:

«Bien que la lecture que nous en faisons ici soit sans doute partielle, nous croyons qu'elle reste assez fidèle à la réalité» (10). Ils expliquent ensuite l'objectif de leur démarche: «Nous souhaitons que la qualité et la richesse de ces œuvres publicitaires montrent à ceux qui n'en sont pas encore convaincus l'importance de recueillir, de préserver et de faire connaître ce volet de notre patrimoine culturel» (10). Dès 1986, Choko soulignait déjà la difficulté de susciter l'intérêt des chercheurs envers le design graphique:

Au Québec, l'art commercial et le graphisme publicitaire ont très longtemps été considérés comme un art secondaire, un art mineur peu digne d'intérêt. Pour un artiste, et souvent plus encore pour ceux qui le jugent, les critiques et les historiens d'art, faire du graphisme publicitaire, c'était s'adonner à de basses besognes [...].<sup>7</sup>

Si cette pratique n'était pas complètement étrangère aux recherches universitaires,<sup>8</sup> ce n'est que plus tard que sa pertinence dans le champ artistique a été plus largement reconnue. Pourtant, le grand public semble encore résister à voir des liens entre ces créations commerciales et les œuvres d'art plus «nobles», comme les peintures ou les sculptures. Le travail d'archivage réalisé par Choko, Lefebvre et Léger est donc assurément utile. Toutefois, on semble toujours être à l'étape de la découverte de ces objets beaucoup plus que dans une optique de réflexion sur chacun d'entre eux.

Pour pallier la méconnaissance de l'histoire du tourisme, mais aussi de l'existence même d'un graphisme spécifiquement québécois, l'accent du livre est mis sur ce qui est «raconté visuellement», ciblant l'iconographie touristique comme prétexte publicitaire. Dans un article au titre révélateur, «Une autre révolution tranquille?», Laurent Laplante résume efficacement cette méthodologie utilisée par Choko, Lefebvre et Léger, soulignant la pertinence du «bilan multidisciplinaire de l'activité touristique depuis son berceau». Il écrit:

Dans *Destination Québec, Une histoire illustrée du tourisme*, il est en effet question de strates sociales, de modes, de culture, de mythes utilisés ou créés, d'époque et de création. De bout en bout, le décor demeure le Québec, mais le cours du temps modifie constamment et parfois brusquement les demandes des publics et les choix de l'industrie et des artistes. Textes et illustrations font voir d'où procède le tourisme québécois et quelles influences lui ont dictées ses orientations.<sup>9</sup>

L'objectif visé par l'amalgame de textes et d'illustrations semble en effet exemplifié avec la dernière phrase du livre, qui propose une ouverture à la réflexion face à ces influences: «Hiver comme été, le Québec se peuple de visiteurs rêvant de nouveauté et de découvertes. Mais n'est-ce pas la raison d'être du tourisme: vendre du rêve?» (230). Ce rêve qui est vendu aux lecteurs n'est-il pas le Québec lui-même et ces «orientations» qui perdurent dans l'imaginaire collectif? Le titre *Destination Québec* s'apparente à une mise en abyme dans laquelle l'accent semble mis de prime abord sur le voyage, le regard de l'«étranger», mais qui invite paradoxalement à réfléchir sur soi, sur ces «mythes utilisés ou créés» par la société. Cette proposition interroge du même coup la spécificité du Québec comme «décor» et, inversement, les objets de notre propre culture matérielle qui font vivre cet imaginaire.

Dans cette optique, comment expliquer que les affiches commerciales résistent à l'analyse esthétique lorsqu'elles s'adressent au grand public, alors qu'elles sont assurément pertinentes pour les chercheurs? Le travail analytique de Choko sur la production de Lino est la preuve qu'il serait possible de réaliser des micro-analyses pertinentes et variées. En comparaison, le livre *Destination Québec* constitue bel et bien une histoire illustrée du tourisme. Comme en témoigne la quatrième de couverture, il s'agit «d'un texte passionnant relatant l'histoire du tourisme au Québec». Le récit est en effet instructif et documenté. Toutefois, un travail approfondi

sur une histoire du «tourisme illustré» constituerait une ouverture vers l'étude spécifique de l'iconographie et des stratégies visuelles des affiches, et potentiellement des autres objets quotidiens et commerciaux, sous une perspective artistique et esthétique.

L'ouvrage de Choko, Lefebvre et Léger constitue une référence certaine pour comprendre les faits historiques expliquant les thématiques visibles dans les productions graphiques, tels l'apparition des nouveaux moyens de transport, les sports d'hiver ou des événements marquants comme les Jeux Olympiques de 1976. De même, puisque les affiches commerciales présentent souvent une tendance au stéréotype, les titres des huit chapitres proposent des thèmes typiques représentant le Québec dans l'imaginaire collectif. Cela semble s'expliquer par une approche historique adaptée aux lecteurs de tous les milieux qui souhaitent comprendre notre passé: «L'origine et le développement du tourisme au Québec, peu connus du grand public, procurent déjà d'heureuses surprises à qui se glisse dans la vie des touristes d'autrefois» (10). *Portail Québec* parle même de l'exposition comme d'une diffusion «d'affiches touristiques vintage», soulignant un regard nostalgique sur des pratiques qui s'inscrivent dans des contextes bien différents.

Suivant cette même idée, les six premiers chapitres du livre (qui est organisé de façon thématique et non chronologique) influencent la lecture potentielle des images. Les titres «À toute vapeur!», «Le goût de l'eau et de la nature», «Dormir et manger, ailleurs», «L'or blanc», «Nouveaux horizons» et «Plaisirs urbains», sont justement *illustrés* par les documents graphiques, moins comme monuments que comme documents. Les images, souvent imprimées avec du texte anglophone inclus dans les affiches, servent d'exemples pour expliquer le contenu touristique destiné à des publics étrangers. Un regard rapide sur ces images montre des esthétiques très variées et assurément pertinentes

à déconstruire et à analyser. On y voit notamment le traditionnel *Château Frontenac* (James Crockhart 1950), des paysages typiques de lac et de villégiature avec *Resorts in Quebec* (anonyme, vers 1925) et l'affiche *Expo 67, Le spectacle du siècle* (Marsil, Caron, Barkers & associés [William Wright], 1966?). Cette dernière image et plusieurs autres sur le thème d'Expo 67 continuent d'être grandement diffusées encore aujourd'hui, parce qu'elles témoignent d'un événement marquant. Les auteurs utilisent des mots révélateurs et parlent de «formidable tremplin de développement touristique» et d'«explosion du design moderne» (162).

Même si certaines publicités comme celles mentionnées sont relativement connues du grand public, plusieurs semblent avoir été oubliées par l'histoire. L'abondance de documents publicitaires anonymes explique peut-être ce désintérêt, mais interroge du même coup le réflexe des historiens d'art à préférer les œuvres signées. À ce sujet, *Portail Québec* fait une mention révélatrice qui explique la présence d'artistes québécois dans l'exposition:

Au Québec comme partout en Amérique du Nord, les affiches touristiques sont placardées dans les gares, dans les agences de voyages ou dans la rue, et utilisées lors d'expositions commerciales ou d'opérations promotionnelles.

Ces affiches portent très souvent la signature de créateurs québécois, dont Ernest Senécal et le prolifique Roger Couillard. On fait la promotion des carnivals, des manifestations culturelles, des hauts lieux de villégiature, des contrées sauvages, du ski, de la chasse et de la pêche. Une remarquable production graphique salue le potentiel touristique de l'hiver québécois.<sup>10</sup> Or, même si «ces affiches portent très souvent la signature de créateurs québécois», une majorité de publicités dans le livre reste anonyme. On note malgré tout la présence de noms connus, tel que Thomas Hall, Maurice Gagnon ou Tom Purvis, pour ne nommer que ceux-là.

Le septième chapitre du livre, «Publiciser le Québec», est le premier à traiter de «fabriques d'images» (178), de «prolifiques créateurs» (192) et de «formes et styles» (202) dans les sous-sections. Comme le précisent les auteurs, les affiches ont une iconographie qui est propre au contexte québécois, une production qui se distingue parce qu'elle apparaît isolée des influences artistiques extérieures:

L'influence des grands courants graphiques internationaux est longtemps demeurée limitée dans la création publicitaire québécoise. Quelques volutes empruntées à l'Art nouveau sur une brochure de la fin du XIX<sup>e</sup> siècle, quelques lignes esquissées à la manière Art déco sur deux ou trois autres constituent les rares traits pouvant s'inscrire dans le sillage des mouvements qui ont marqué les productions graphiques européennes de l'époque. Et on ne trouvera aucune trace de création aux accents dadaïstes ou constructivistes comme on peut en voir en France, en Italie ou en Russie au début du XX<sup>e</sup> siècle. Les publicités graphiques destinées à la promotion du tourisme au Québec, même celles créées par des artistes étrangers, demeurent d'un style plutôt conventionnel (202).

Plus près de nous, l'apport d'une vision «hors des courants graphiques à la mode»,<sup>11</sup> proposée par l'artiste Lino dans le livre de Choko, indique que les affiches québécoises peuvent aussi être singulières et riches de sens. À cela nous ajoutons que les œuvres commerciales présentées dans *Destination Québec* n'en sont pas exclues.

Dans le huitième et dernier chapitre, «Rêver le Québec», on indique que le tourisme est intimement lié à la gestion des finances de l'État: «Ce regard touristique stéréotypé est récupéré puis exacerbé par les grands acteurs du tourisme au Québec, qu'ils soient privés ou publics, pour qui cette image attractive peut se transformer en argent sonnante et trébuchant» (218). De la même façon, l'ouvrage vise une diffusion pour le grand public et participe peut-être involontai-

rement à diffuser ces images stéréotypées dans la province.

En somme, le livre *Destination Québec* contribue à ce «terreau» d'études assurément fertile, mais l'ambition de produire un ouvrage général et une exposition grand public tend à amoindrir la portée des images, de leur intérêt et des discours qui en émergent. Sans que cela incombe aux auteurs, on remarque que les affiches ont la réputation d'être presque banales, parce qu'elles s'autonomisent par rapport aux autres types de production artistique. La méconnaissance ou le refus des «grands courants graphiques internationaux» peut aussi être un avantage singulier à analyser par les historiens d'art. Souvent, les objets de design sont relégués au second plan, suggérant que leur accessibilité presque triviale mettait en échec leur potentiel esthétique et, conséquemment, leur place dans la discipline artistique. Il apparaît évi-

dent que les objets du quotidien sont eux aussi des témoins actifs de notre patrimoine oublié. De manière générale, le livre contribue à développer une culture générale du design pour tous, ce qui constitue un apport considérable. Il fournit des preuves tangibles et variées de l'importance des images commerciales dans l'histoire visuelle et matérielle propre au Québec, ce qui va bien au-delà des seules visées touristiques.

—Marie-Christine Pitre,  
Université du Québec à Montréal

1. L'exposition a été présentée une première fois au Musée de la Civilisation à Québec du 21 mai au 18 août 2013. Elle a ensuite été présentée à la salle Gilles-Hocquart de BANQ Vieux-Montréal du 22 septembre 2014 au 4 janvier 2015 dans le cadre du projet Territoires (BANQ 2014a, en ligne).

2. «Destination Québec—Une histoire illustrée du tourisme: une exposition d'affiches touristiques vintage à BANQ Vieux-Montréal», *Portail Québec*, <http://www.fil-information.gouv.qc.ca/Pages/Article.aspx?idArticle=2209222708>.

3. Bernard Arcand et coll., *Québec en design, 75 ans de créations issues de la collection du Musée national des beaux-arts du Québec*, Québec et Montréal, 2007, p. 7.

4. Marc H. Choko et Lino, *Lino*, Montréal, 2011. L'ouvrage accompagne une exposition organisée au Centre de design de l'UQAM en 2011.

5. Ibid.

6. Ibid.

7. Marc H. Choko, propos écrits en 1986, publiés en 2001 dans *L'affiche au Québec, des origines à nos jours*, Montréal, Éditions de l'Homme, p. 11).

8. Pensons aux travaux de Philippe Dubé, notamment sur les publicités et affiches entourant la promotion de la région de Charlevoix (1986).

9. Laurent Laplante, «Une autre révolution tranquille?», *Nuit blanche*, n° 133, 2014, p. 30–32, [https://secure.messageries-adp.com/editeurs/medias/2/2/articles/art\\_8197.pdf](https://secure.messageries-adp.com/editeurs/medias/2/2/articles/art_8197.pdf), p. 30–31.

10. *Portail Québec*, op. cit.

11. Lino, cité dans Choko, *Lino*, op. cit., p. 8.



CONCORDIA  
UNIVERSITY

MASTER  
OF DESIGN

UNIVERSITÉ  
CONCORDIA

MAÎTRISE  
EN DESIGN

Begins Début: 09.2016  
Application deadline Date limite: 15.01.2016

[concordia.ca/mdes](http://concordia.ca/mdes)

Built environment Environnement bâti / Visual communication  
Communication visuelle / Interactive design Design interactif /  
Design studies Études en design

