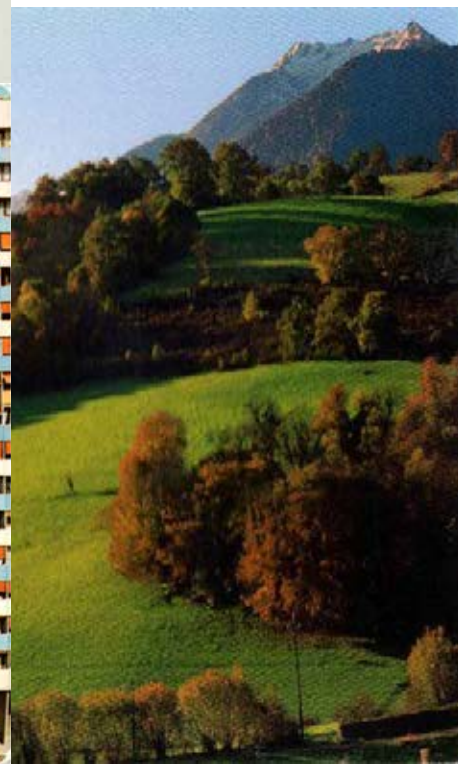




GROS BISOUS DE...



GROS
BISOU
DE...

GROS BISOUIS D

DE...

« Si on regarde les tourniquets de cartes postales aujourd'hui, de Royan, on voit très très peu les grands bâtiments, les grands phares, [...] on ne voit pas le front de mer. Donc la ville de Royan, aujourd'hui, se reconnaît dans des dauphins et dans des chatons, et puis aussi des petits chiots ; le petit chiot est quand même un élément très important à Royan, faut croire que Royan est habité par des chiots. »

Propos de David Liaudet, extrait de *Gros bisous de Royan : Histoire de la reconstruction d'une ville !*, reportage mis en ligne le 15 janvier 2014 par le Ministère des Territoires et des Collectivités, réalisé à l'occasion de l'exposition Photographies de la reconstruction – 1950/1961.

On les a tous un peu oubliées, les cartes postales.

On y pense généralement en vacances, à l'étranger ou non, pour un envoi immédiat ou pour l'écrire dans le bus le temps d'arriver. On a pris nos propres photos mais la carte postale, c'est quand même autre chose, c'est un emblème des vacances et des voyages ; et en voyage, pas le temps de faire développer des photographies personnelles. D'ailleurs, certains ne prennent même pas la peine de la poster cette carte, ils nous la donnent en mains propres et disent qu'en l'envoyant « elle serait arrivée après notre retour alors... »

On les utilise le plus souvent quand on est loin de chez soi, quand on a un nouvel environnement ou un paysage à faire partager, ou simplement pour dire « je suis ici ». Devant un marchand ambulant, un tabac / presse ou une librairie, en passant, on s'arrête et on se dit « ah oui ! Les cartes ». C'est l'occasion, parce qu'aujourd'hui on envoie des photographies numériques, en temps réel à nos proches, par message, email ou on les publie sur les réseaux sociaux. Mais pour une obscure raison, on envoie encore des cartes postales.

Obscure raison ? Pas tant que cela quand on y réfléchit. On n'envoie pas de cartes postales gratuitement. Sans en avoir l'air, cela représente tout un investissement : il faut y penser, la choisir parmi des dizaines d'autres, savoir quoi écrire au dos, chercher l'adresse du destinataire pour l'inscrire, acheter un timbre et passer le reste de son temps à l'affût de la première boîte postale venue. Tous ces efforts nous font souvent oublier, voire ignorer, qu'il y a moins de quarante ans, ce moyen de communication était le plus populaire de tous car très efficace et très peu coûteux. Avant l'avènement du numérique et la circulation massive d'images, avant la presse elle-même et les livres illustrés, la carte postale était le support de prédilection pour partager des photographies, des illustrations, bref des morceaux du monde.

Aujourd'hui, on envoie une carte postale pour l'intention qu'elle représente. Les grands-parents sont toujours contents de voir qu'on pense à eux même loin et entouré de nouveaux paysages, les amis sont heureux de savoir qu'ils n'ont pas eu la chance de partir avec nous, et n'importe quel proche est ravi de trouver autre chose dans sa boîte aux lettres que des enveloppes blanches ou marrons kraft. Un beau paysage au milieu du quotidien fait toujours voyager, surtout matérialisé sur papier.

D'ordinaire, cette jolie intention finit accrochée quelque part chez nous ou dans une boîte dédiée. On découvre cette carte postale en souriant, on l'affiche sur le frigo et on lorgne dessus tous les matins en préparant le petit déjeuner. On s'y voit. On s'imagine dans cette photographie, devant cette montagne majestueuse, on se voit sur la plage de sable fin, on pique-nique dans cette vallée tranquille, on marche dans la gaieté de cette rue de capitale ou de village... Pour peu que l'auteur ait fait une description séduisante, on pourrait le rêver éveillé.

Grâce à la carte postale, on voyage à notre tour, comme si ce rectangle de carton pouvait partager un morceau de l'endroit qu'il représente. La carte postale nous laisse regarder à travers elle et nous écoutons volontiers ce qu'elle nous dit de l'ailleurs.

Pour beaucoup, cet ailleurs fait toute la particularité des cartes postales. Sans son image, elle ne serait qu'une lettre ou un « billet » tout à fait ordinaire. Son intérêt est lié au visuel qu'elle transporte. Cette capacité à nous rattacher à un lieu où nous ne sommes jamais allés, nous faire voir un moment que nous n'avons pas personnellement expérimenté ou nous raconter un paysage que nous n'avons pas connu, c'est cela qui en fait un objet unique et précieux. Pour David Liaudet, par exemple, « c'est une source historique et iconographique »¹. Pour Christian Malaurie, elle représente les « entrées d'une véritable encyclopédie populaire du monde par l'image »². Pour d'autres tel que John Hinde, la carte postale est « un témoignage visuel du « plaisir », de la jouissance, de l'« exotique » »³. Communication, objet social, iconographie, archive, photographie, histoire, géographie, témoin, topographie, etc. Les mots pour la définir changent, ses formes esthétiques et graphiques aussi ont évolué, mais le terme de « carte postale » a toujours été utilisé. Ses nombreux usages et implications en ont fait une sorte de couteau suisse de la société. Cette polyvalence est reconnue autant qu'elle est méconnue.

Il est vrai qu'en regardant son histoire, on se rend compte que dès la fin du XIX^e siècle, et tout au long du siècle suivant, la carte postale a permis par cette particularité visuelle de mettre en boîte l'évolution de notre territoire. Elle a accompagné et surtout matérialisé les paysages changeants au grès de son auteur, de ses expériences, du tourisme de masse, de l'époque, des modes de vie, des périodes de guerre, de la mondialisation, des « monuments symboles », etc. Elle est devenue un moyen idéal de garder une trace de ce qui a été et d'observer les changements dans le paysage.

Nous allons nous intéresser ici à cette évolution du paysage à travers la carte postale. Constaté qu'à travers elle, sans bouger de chez soi, on peut voir les paysages de toute la France, et toujours par elle, on peut voir ces mêmes paysages évoluer avec le temps. Les faiseurs de cartes postales ont permis de collecter le plus vaste témoignage paysager de l'Histoire en immortalisant par différents points de vues de nombreux lieux dans de multiples régions et en toutes saisons.

➤ Propos extraits du documentaire *Gros bisous de Royan : Histoire de la reconstruction d'une ville !*

➤ Extrait de l'ouvrage *L'ordinaire des images : puissances et pouvoirs de l'image de peu* par Christian Malaurie.

➤ Extrait de « The John Hinde Archive », traduit de l'anglais, de Image Source.

LA NAISSANCE DE LA « PHOTOGRAPHIE TIMBRÉE »⁴

LE MONOPOLE DES POSTES

En 1865, l'Association allemande des postes parle pour la première fois d'un « feuillet cartonné de correspondance devant circuler à découvert »⁴. Il serait pré-imprimé des deux côtés : au recto, un timbre et un espace pour l'adresse de destination et un verso réservé au message de l'expéditeur. Ce n'est alors qu'une proposition, on ne parle pas encore d'une image ou d'une illustration, ni même d'avoir l'adresse et le message du même côté. En réalité, ce nouveau « support universel » est avant tout imaginé pour la communication interne des bureaux de postes.

Il faudra attendre 1872 pour que la carte postale soit officiellement créée en France et que ses deux premiers modèles fassent leur entrée dans les bureaux de poste. On s'en sert pour prévoir un rendez-vous, faire appeler quelqu'un ou passer des informations entre bureaux de postes. Et qui dit professionnel, dit sobre, les seuls éléments graphiques qu'on peut trouver en ornement sont des frises de 4 mm d'épaisseur. Elles forment un cadre autour de l'adresse du destinataire. Plus de 38 modèles de carte postale seront émis, tous avec des motifs de frises différents. Le succès est immense, on compte près de 7 millions de cartes postales vendues dès la première semaine.

À partir de leur mise en circulation, leurs utilisations et leurs mises en page vont être rythmées par des écrits officiels et des décisions formelles. Les fameux gabarits des premières cartes postales mesurent 120x78 mm. Contrairement à la pratique plus largement répandue à l'international, le timbre n'est pas pré-imprimé sur la carte postale, un emplacement en haut à droite est réservé pour le coller. L'Administration française des postes utilisera d'abord différentes couleurs de papier pour différencier

[img. 1, 2, 3 & 4]

✦ Terme de Clément Chéroux & Ute Eskildsen pour le catalogue de l'exposition « La Photographie timbrée : l'inventivité visuelle de la carte postale photographique », présentée au Jeu de Paume Sully du 4 mars au 8 juin 2008.

✧ Extrait de « L'histoire de la carte postale » par Roland Racine.

leurs tarifs, puis un seul papier, et de nouveau des papiers de différentes teintes (blanc et chamois). Finalement, en 1878, le format international du 140 x 90 mm est décrété, c'est l'occasion pour la France de remanier la mise en page des cartes postales une fois pour toutes.

On émet désormais des entiers postaux où tous les éléments sont finalement pré-imprimés : le timbre et les traits horizontaux dédiés à l'adresse du destinataire. On retire les mentions administratives, les explications de tarifs pour les timbres et les frises encadrant le tout. Le verso est toujours laissé entièrement blanc pour le message de l'expéditeur. Pour clarifier et mettre en avant ces changements, l'Administration des postes imprime un même gabarit de carte sur deux papiers de couleurs différentes : rose-violet et bleu.

[img. 5, 6 & 7]

La nouvelle forme clarifiée de la carte et ses tarifs abordables font exploser son utilisation. Entre 1873 et 1884, le trafic passe de 16 millions à 30 millions cartes postales vendues. À cette époque, le support publicitaire privilégié est l'affiche, mais ces grands formats étaient fixés à un endroit et ne pouvaient plus en bouger alors que la carte postale pouvait voyager aux quatre coins du territoire. On se rend vite compte que la carte postale est un formidable outil de communication, dans le sens où il permettait de transporter, montrer et informer d'un seul coup d'œil. Ce pouvoir de communication pure se fait vite remarquer, notamment par les entreprises et les commerçants.

Jusque-là entièrement dédié au message manuscrit de l'auteur, le verso des cartes postales est réinvesti. Les commerçants reprennent les cartes pré-imprimées

des bureaux de poste et les marquent pour en faire une sorte de carte de visite postale. Souvent typographique, ces cartes artisanalement personnalisées servent pour des correspondances privées, mais aussi pour envoyer les comptes rendus de commandes ou écrire les factures aux clients. Jusqu'à l'arrêté ministériel 1875, autorisant l'industrie privée à fabriquer et à mettre en vente ses propres cartes postales, les commerçants repiquent une à une les cartes achetées en bureaux de poste.

[img. 8, 9, 10, 11 & 12]

L'ESSOR DE LA CARTE POSTALE

Cet arrêté ministériel de 1875 dé-privatise la carte postale. Depuis son apparition, elle est restée dans le domaine administratif postal. C'est l'occasion pour les commerciaux de fabriquer leurs propres planches de cartes postales mais aussi, et surtout, c'est une occasion en or pour les imprimeurs et éditeurs indépendants. « Il y avait à l'époque trois façons principales de communiquer. Le télégramme, très cher. La lettre, réservée à une élite intellectuelle. Et la carte postale, bien plus accessible, qui permettait une sorte de « décomplexion » de l'écriture. » explique Nicolas Hossard ⁶. Les messages sur cartes postales peuvent être brefs et directs, sans perdre de leur formalité, une sorte de télégramme manuscrit peu coûteux. Le support parfait pour les correspondances internes des sociétés. On commande alors à grande échelle des cartes à poster personnalisées. Elles deviennent une valeur ajoutée pour les sociétés qui veulent se faire connaître ou asseoir leur notoriété.

En dehors de cela, peu de particuliers utilisent cette forme de correspondance. Les messages privés, jusque-là

❧ Propos recueillis par Céline Rastello dans l'article
« La carte postale devient un peu militante
malgré elle ».

sous enveloppe, ne sont plus protégés des yeux étrangers ce qui donne à la carte des allures de lettre publique. Dans une utilisation plus populaire, on connaît déjà les cartes illustrées sans correspondance, ou plus précisément sans intention postale. Elles se rapprochent beaucoup des images d'Épinal⁷ et sont très appréciées surtout dans les couches populaires de la société auxquelles les images sont plus communicatives que les mots.

[img.13 & 14]

L'ajout d'une illustration va définitivement la démocratiser. En 1883, un nouveau décret autorise l'impression d'illustration sur le support. Jusque-là, même en passant dans le domaine public, la sphère professionnelle s'était appropriée la carte postale, la gardant courte et sobre. Après les décisions de pré-imprimer des timbres et de supprimer les frises décoratives, l'écriture de l'expéditeur et/ou une typographie « fantaisie » restaient ses seules illustrations. Alors quand les cartes postales illustrées font leur apparition, la population entière va s'y intéresser. La nouvelle expansion de la carte postale se fait avec les cartes *Libonis*. Lancées en 1889, lors de l'Exposition Universelle de Paris, leur ambition est de faire voyager les monuments, symboles du rayonnement de la France, pour que même ceux qui n'ont pas fait le déplacement puissent les voir. Le dessinateur Léon-Charles Libonis réalise pour l'occasion la première série de cartes touristiques illustrées, avec une déclinaison de cinq cartes.

[img. 15 & 16]

[img.17 & 18]

Côté illustration, ses représentations sont inédites. Jusque-là, les cartes commémoratives⁸ utilisent des blasons, des branches d'oliviers, des portraits de personnalités en cause, des montages d'allégories soigneusement agencées

↪ Image d'Épinal – Apparue, comme leur nom l'indique, dans la ville d'Épinal (France), vers le XV^e siècle, c'est une carte exclusivement illustrée et sans correspondance. Née pour faciliter l'information et l'éducation, elles ont évolué comme dessins immortalisant des situations vécues, des batailles ou des actes héroïques de l'Histoire française, mais aussi des situations fictives en illustrant des fables et des contes, des expressions de la langue française, les écrits religieux ou même des devinettes. Elles représentent souvent des dessins aux messages naïfs et aux couleurs vives.

entre elles. Les cartes *Libonis*, elles, montrent la toute neuve Tour Eiffel, seule, promue en symbole de l'exposition et de la France. L'illustrateur décide d'aller plus loin en déclinant différentes vues et échelles du monument sur les cinq versions de cartes. Cette formation de paysage encore méconnue dans l'illustration de carte en fait un objet illustré original.

Ensuite, côté mise en page, c'est grâce à cette réduction du dessin que la carte postale va laisser voir tout son potentiel de support de communication visuel et manuscrit. La gravure n'occupe qu'un tiers du recto, ce qui laisse deux tiers libres au message de l'auteur. La carte postale gagne alors sa place entre la carte postale professionnelle trop concise, la carte illustrée qui n'a pas d'intention postale et la lettre sans illustration faite pour s'exprimer longuement. La série de cartes *Libonis* connaît un immense succès, elles sont les premières à avoir un si grand tirage avec plus de 300 000 exemplaires imprimés.

Grâce à la carte postale, on envoie maintenant, plus que des mots, une illustration de ce qu'on a vu à ceux qui n'étaient pas là. Car aucun texte, aussi long et bien écrit soit-il, ne peut dépeindre aussi précisément un endroit qu'une image. Le support postal prend alors une autre dimension : ce n'est plus la narration d'un événement qu'on envoie mais une part de ce qu'on a expérimenté.

Après l'exposition Universelle, la carte postale s'impose et devient incontournable, l'illustration qui l'accompagne n'y est pas pour rien. Cette complémentarité texte / image fait l'unanimité dans toutes les couches sociales. Les lieux et monuments sont tout de suite privilégiés comme représentants de l'endroit d'où on poste la carte.

- ∞ Carte commémorative – Au début des cartes illustrées, c'est la grande mode des cartes commémoratives. Elles sont imprimées comme attestation, témoin d'un événement particulier : une rencontre de chefs d'États, un événement national, une inauguration de bâtiment important, etc.

On retravaille la manière de raconter les paysages et les bâtiments, il faut de nouveaux points de vue qui représentent fidèlement l'environnement aux absents.

L'ÂGE D'OR

Son utilisation est généralisée à la Belle Époque, moment où la photographie fait une percée sur les versos des cartes postales. Depuis son apparition en 1829, la photographie a changé la manière de regarder et de montrer le monde qui nous entoure. Autant photographes qu'observateurs, toutes les couches sociales se passionnent pour ce pouvoir de reproduction « impartial » et « fidèle » de l'existant. Depuis les années 1880, les progrès des techniques de reproduction permettent de tirer plusieurs exemplaires d'un même négatif. La carte illustrée devient alors naturellement support de photographie. Les pionniers de la photographie sur cartes postales vont alors en reproduire des dizaines de milliers par jour. Les éditeurs, qui se comptent maintenant par milliers, se revendiquent distributeurs ; pour leurs visuels, ils font appel à des photographes. Ces images photographiques de carte postale se popularisent sous le nom de *vue*.

La mission de ces photographes est de ramener des clichés, le plus souvent pris dans les villes importantes, on prend des passants devant les bâtiments remarquables ou dans les paysages urbains, les rues vivantes, des habitants faisant des activités typiques, etc. Leurs sujets veulent montrer la constitution des villes et ceux qui la font vivre. Ils sillonnent la France pour rapporter des clichés inédits. Ces chasseurs d'images façonnent les vues qui

prennent des allures de composition d'un paysage sur toile. Les représentations de paysage alors connus sont réalisées par les peintres. Les auteurs d'image photographiques se servent du modèle pictural, alors jugé comme « grand art », familier à la population, pour mettre en scène des lieux méconnus. Leur but est de faire découvrir ces espaces, de les donner à voir à ceux qui ne les connaissent pas.

[img. 19, 20 & 21]

Parallèlement à ces photographes dits professionnels, il y a des photographes indépendants. Dès les années 1870, apparaissent les associations d'amateurs de photographie. De nombreux particuliers achètent l'équipement nécessaire pour s'essayer à ce nouveau passe-temps. Certains proposent leurs visuels à des éditeurs et d'autres préfèrent les garder pour fabriquer leurs propres cartes postales. L'idée prend très vite de l'ampleur dans les cercles associatifs : développer ses propres cartes postales sur un support artisanal, acheté ou en écrivant directement au dos des clichés, sur le papier photographique. La marque Kodak ira jusqu'à mettre en vente, en 1902, un papier aux sels d'argent qui permet aux usagers de développer leurs propres négatifs sur le verso d'une carte postale déjà pré-imprimée.

Les « amateurs » produisent des visuels plus privés et inédits : activités quotidiennes, paysages locaux, actions soudaines et même ce que le ^{xx}e siècle appellera « la photo de famille ». Tout évènement, personne ou paysage auparavant jugé anodin ou trop personnel peut être maintenant capturé et mis sur carte postale pour être envoyé. Cette représentation inédite du monde était révolutionnaire.

[img. 22, 23 & 24]

Ces photographies timbrées, faites par les « photographes du privé », visent davantage à rendre compte d'action ou d'une personne, sans intention paysagère particulière. Elles tendent à nous faire parvenir une part d'un moment, complétée par les mots manuscrits. Pourtant ces clichés, en immortalisant leur sujet principal, capturent des fragments de territoire. Ces morceaux de lieux, de bâtiments, de vues même demeurant au second plan servent de repère. L'image devient un marqueur de territoire, souvent, des endroits plus discrets et méconnus que les grands axes montrés par les distributeurs. Grâce à eux, nous pouvons recomposer une perception des territoires méconnus, à la façon d'un puzzle.

[img. 25 & 26]

Entre les vues de bâtiments citadins et les captures de lieux/actions particulières va apparaître une nouvelle catégorie de photographes-reporters. Ces paparazzi de la Belle Époque déambulent dans tous les coins de leur région et traquent l'« actualité » locale, qui en ce temps-là se traduisait en faits uniques et surprenants. « La carte postale avait une fonction de quasi journal illustré, très locale et événementielle » précise Nicolas Hossard⁹. La presse ne publie alors que peu, voire pas de cliché. Ce nouveau média postal se retrouve rapporteur, véritable chroniqueur de l'histoire locale, il montre des visuels pris dans l'espace commun, tout en restant unique. Les acheteurs apprécient ce type de visuels. Ils évoquent le lieu où ils sont, par des morceaux du paysage au second plan, et permettent de faire voir un sujet souvent inédit, moins personnel que ces propres photographies, souvent

⁹ Propos recueillis par Céline Rastello dans l'article « La carte postale devient un peu militante malgré elle. »

familiales, et moins impersonnel que des constructions urbaines. Ce nouveau genre propose un entre-deux basé sur ce qui arrive uniquement à cet endroit précis.

Lors du passage au xx^e siècle, la carte postale a gagné son statut de moyen de communication populaire par excellence. En 1910, on compte près de 100 millions de cartes vendues dans le pays et près de 800 millions de cartes vendues en 1914. Les expérimentations dans la représentation des villes et territoires restent un sujet privilégié. Avec la multiplication de photographes, les manières de percevoir le paysage sont nombreuses et les acheteurs aiment ce genre de visuels qu'ils envoient ou qu'ils gardent en souvenir. « Il ne s'agissait pas seulement de donner des nouvelles, mais aussi de témoigner de ses voyages, d'ériger le souvenir en trophée. » affirme Henri Guette¹⁰. La carte postale devient alors un support de conservation. Elle veut être un emblème que l'on garde pour soi et pour la montrer aux personnes qui n'ont pas eu la chance de recevoir une carte postée.

¹⁰ Extrait de « La carte postale ou l'art suprême du cliché » par Henry Guette.

CHANGEMENT DANS LE PAYSAGE

DE NOUVEAUX HORIZONS

Toutes les catégories de photographes profitent de l'évolution technique de reproduction des visuels. L'ajout de l'image a tout changé et l'ère industrielle qui avance voit d'énormes progrès dans la reproduction et la colorisation des photographies. Au début des années 1890, coloriser les images de cartes postales était rare car il fallait le faire carte par carte, au pinceau ou au pochoir mais toujours manuellement. Ces procédés étaient longs et minutieux, forcément plus coûteux. Mais plus tard grâce aux plaques de couleur, teinter les photographies en grande quantité se révèle bien plus simple et moins cher.

L'impression par les éditeurs et la composition des clichés par les auteurs d'images sont perpétuellement en expérimentation, pourtant la forme de la carte postale reste la même. Le recto est toujours réservé à l'adresse du destinataire et le verso se partage entre le cliché et le message de l'expéditeur. Cette addition texte/photographie commence à soulever quelques problèmes. Rédiger plus que quelques lignes peut se révéler difficile quand la photographie est trop grande et/ou trop centrée, parfois l'écrivain (ou « écrivain ») doit contorsionner son écriture pour parvenir à faire loger son texte sur le carton postal. Les distributeurs ont différentes manières de gérer ce rapport écrit/image.

Il y a la méthode de l'Administration des postes françaises qui a compris qu'elle doit évoluer pour rivaliser avec les grands distributeurs et autres vendeurs locaux. Elle décide d'abord d'utiliser un papier mat d'apparence satiné de meilleure qualité et, surtout, elle décide de diviser le recto de ses cartes en deux. Dorénavant, on aura sur un seul côté la correspondance à gauche et l'adresse à droite,

[img. 27 & 28]

tandis que l'autre face sera entièrement consacré à l'illustration. Plus besoin de rétrécir l'image, de la diviser ou de sacrifier des lignes manuscrites. Cette « mise en carte-postale » sera reprise par tous les distributeurs.

[img. 29, 30, 31, 32 & 33]

Il y a aussi ceux qui ont compris que l'image est en adéquation avec le message de l'auteur. Ils jouent sur les proportions du visuel en créant ce qu'on appellera les « cartes nuages ». Comme l'avait fait les cartes *Libonis*, on réduit le visuel en haut à gauche de la carte ce qui laisse de la place au texte. Pour plus d'élégance, on décide d'estomper les bords des photographies pour ne pas avoir de pavé photo visuellement trop lourd. Les clichés semblent alors flotter dans l'espace blanc, d'où leur surnom de « carte nuage »

[img. 34, 35 & 36]

À l'époque c'est une prouesse technique de réduire autant un cliché. Pour cela, on réutilise le procédé de Dominique Piazza. En 1891, il fait une petite révolution dans la mise en page des cartes postales avec les cartes « multivues ». Il sortit en France les premières séries de cartes photographiques montrant plusieurs vues sur une même face. Ces cartes inaugurent une vision de paysages multiples. Stationné au second plan, le paysage devient un composant visuel important, voire primordial. On voit de plus en plus souvent des cartes où le sujet est le bâtiment, non les passants. Les photographes mettent en scène des bâtiments remarquables, endroits importants et lieux d'affluence qui montrent l'agitation de la ville.

Avec les progrès techniques et le succès des cartes nuages, ce procédé de réduction va être repris par de nombreux imprimeurs et éditeurs. Chacun va vouloir personnaliser ces mises en page pour faire la différence. C'est la mode

des montages photographiques, on voit les faces et les piles des cartes se peupler d'éléments photographiques qui forment un paysage imaginaire. Les faiseurs de cartes postales vont découper des ingrédients dans d'autres photographies, les sortir de leur contexte et les poser dans une nouvelle composition de leur création. On réalise un tableau photographique d'un côté et on utilise le même procédé de « dé-contextualisation » photo pour mettre en avant l'adresse du destinataire. On l'encadre, on l'entoure, on l'adapte aux composants jusqu'à la faire devenir oblique, comme un rayon de lumière au milieu des visuels.

Entre 1890 et 1900, une série de cartes connaît un grand succès. En réalité, ce n'est pas une série, sortie par un seul créateur et chez le même éditeur. Elles sont anonymes, et publiées par de multiples éditeurs, mais elles ont les mêmes codes graphiques très reconnaissables : un fond noir ne laissant lisible qu'un nom de ville en défausse. Chaque nom se rapproche d'un lettrage, composé pour l'occasion avec une police de caractère choisie. Ce n'est pas une seule photographie qui prend tout le recto de la carte que l'on recouvre d'un pochoir noir. Chaque lettre est composée de multiples réductions de visuels de la ville concernée. Plus besoin de légende, le lettrage permet à lui seul de voir la totalité des vues de la ville miniaturisée. Trente deux cartes de différentes villes sont alors créées, on les surnomme les « cartes postales en grosses lettres ».

[img. 37]

L'image de carte postale devient une fenêtre ouverte sur le monde. Un monde inconnu avec des bâtiments que l'on imaginait pas et des paysages que l'on ne pensait pas voir

un jour. Le pouvoir de communication, sous les yeux du destinataire, se transforme en pouvoir de faire exister. On envoie la carte postale du café du coin, du boulevard où on a marché ou de l'hôtel où on est descendu qui signifie au destinataire : « J'ai vu ça, c'est ici ». En l'envoyant, on offre alors la possibilité au receveur de se dire « ce décor m'a l'air agréable, pourquoi ne pas y aller ? Je sais où c'est ». On lie entre les lignes et les images les prémisses de l'industrie des vacances et du tourisme.

MIROIR DE SON ÉPOQUE

La fin de l'âge d'or de la carte postale arrive avec la Première Guerre mondiale. Pendant la période difficile qui a vu se succéder la Grande Guerre, l'entre-deux guerres et la Seconde Guerre mondiale, les acheteurs prennent douloureusement conscience que l'imagerie des cartes postales est la représentation fidèle du territoire. Lorsque le paysage réel change ses photographies suivent. La France de la Belle Époque s'est modifiée avec les conflits. Le territoire français tout entier est maintenant constellé de monuments aux morts, d'habitants affaiblis, de trous d'obus et de restes de bâtiments détruits. La carte postale photographique du territoire s'éclipse silencieusement entre les cartes postales illustrées des dessinateurs et autres photo-montages faits dans les studios des photographes.

[img. 38, 39 & 40]

Il ne faut pas croire que la production de cartes postales paysagères s'est arrêtée. Les photographes ne boycottent pas le sujet, ils essaient de l'aborder différemment. Avec les années de guerre, les expéditeurs veulent envoyer de la tranquillité et de l'optimisme. Les bâtiments et autres

rues de grandes villes ne sont plus vraiment en état de faire rêver les destinataires alors on se rabat sur des coins urbains que la guerre a épargné : les magasins ou brasseries qui accueillent du monde, les bords de l'eau où on se balade toujours, des enfants qui jouent dans une rue, etc. Mais surtout, on va se tourner vers les sujets de campagnes.

Jusque-là locales, les vues de campagnes et de villages vont se multiplier. Souvent moins touchés par les ravages des conflits, les vues paisibles des marchés, places principales, champs ou chemins de terre commencent à trouver leur valeur. Auparavant, elles étaient prises par des voyageurs et photographes locaux, généralement développées dans une imprimerie de la région pour se retrouver dans les magasins des petits vendeurs du coin.

On s'oriente vers les lieux jugés auparavant insignifiants ou trop peu impressionnants pour figurer en première page des cartes postales. Les photographes veulent mettre en avant les charmes rustiques et serein : la tranquillité des places de villages avec leur marchands ambulants, les collines verdoyantes surplombées d'un ciel bleu, les champs ensoleillés cultivés par quelques fermiers, etc. Les cartes postales deviennent alors support de sujets moins « nobles » que les expérimentations de paysages qu'on avait l'habitude de voir, à la façon de l'art pictural. Pendant longtemps « n'attiraient l'oeil que le joli décor ou la vue spectaculaire, le jardinet ou le gouffre, le vallon sage et la mer déchaînée » explique Bruce Bégout¹¹. La représentation des paysages se balançait entre le pittoresque et le sublime.

[img. 41, 42, 43, 44 & 45]

¹¹ Extrait de *Paysages Français Une aventure photographique 1884 - 2017*, Raphaële Bertho et Héloïse Conésá

Même après le renouveau des villes, les sujets de campagne ne seront plus délaissés. Avec l'exode rural, les photographes comprennent que ces vues du pays parlent aux ruraux déracinés qui peuvent voir ce que deviennent leur ville natale. C'est l'époque des vues « pittoresques » où les sujets n'ont plus besoin d'être orientés vers une tranquillité ensoleillée. Les lieux sont non remarquables mais d'une grande valeur sentimentale pour les observateurs : l'église du village, les habitants en costumes locaux, les maisons ou rues reconnaissables des initiés, les collines et autres châteaux avoisinants, etc.

Avec les années 1950 vient le temps des grandes reconstructions. La Seconde Guerre mondiale change profondément la manière de voir et de pratiquer le territoire. Une grande partie du pays est dévastée et les dirigeants y voient une opportunité de ré-aménagement urbain pour s'adapter à l'essor de l'automobile, à l'utilisation grandissante des transports en commun et à la nouvelle démographie. Le pays organise une opération de reconstruction massive qui redessine le paysage urbain. Et, en bon miroir de son environnement, l'imagerie des cartes postales va suivre le mouvement.

L'industrie des vacances et du tourisme émerge et prend de l'importance. Grâce aux congés payés, toutes les classes sociales peuvent partir découvrir des décors inconnus, sans manquer d'envoyer des cartes postales aux proches qui ne les ont pas suivis. On voit apparaître un nouveau regard sur le monde qui va s'imposer comme modèle de représentation du territoire contemporain. Que ce soit par la carte postale, des guides de voyage,

des reportages imprimés ou des récits découvertes, c'est la naissance d'une nouvelle bibliothèque d'images plus attractives visuellement et ré-utilisant l'idée du bien-être traduit en image.

NAISSANCE DE L'« ESTHÉTIQUE DE CARTE POSTALE »

La carte postale devient le support primordial de cette imagerie moderne. On développe alors le concept des vues panoramiques et on démocratise les sujets représentés. La photographie de carte postale s'émancipe de plus en plus de l'art photographique et de l'art pictural. Plus besoin qu'un paysage soit édifiant pour retenir l'attention des acheteurs. Les photographes s'intéressent dorénavant aux endroits communs qui parleront personnellement aux expéditeurs. Ils montrent les vues particulières, les horizons qui ne vieillissent pas, mais aussi les décors urbains reconstruits, les boutiques bordant les nouveaux boulevards ou les lieux rassembleurs. L'acheteur peut alors montrer exactement ce qu'il a vu, visité et où il a marché.

La transformation de la vie quotidienne en paysage oblige le visuel à se réinventer pour avoir un nouveau rapport à la réalité. Les expéditeurs ne veulent plus voir de réalité pure et dure, ils veulent l'embellir. Les nouveaux codes esthétiques de la carte postale servent à dévier le cliché original pour lui donner de nouveaux attraits, ce que Jean-François Chevrier appelle le « masque du paysage de charme »¹¹. Comme une sorte de valeur ajoutée, les éditeurs créent une différence entre le territoire existant, connu des habitants, et le territoire montré dans la carte postale. Ces codes esthétiques sont si récurrents que l'on en vient à parler

[img. 46, 47, 48, 49 & 50]

« d'image de carte postale » ou d'« esthétique de carte postale ». Pour cela, les éditeurs ajoutent des effets sur les photographies pour sublimer la nature ou le monument qu'elles montrent. On veut élaborer des « réalités » où l'herbe est plus verte, le ciel plus bleu, les maisons plus blanches et les gens plus heureux que jamais. Le but de telles images est de dépeindre un idéal de vie optimiste, paisible et moderne. Chaque image met en scène des lieux nouveaux, soigneusement cadrés, du point de vue d'un touriste, d'un passant ou des points de vue innovants qui nous font voir des paysages de façon inédite. Le tout en couleurs saturées qui permettent d'intensifier l'ambiance joyeuse et prospère du visuel. Ces codes stylistiques semblent faits pour souligner la réussite du nouveau paysage urbain. Nicolas Hossard parle même de « disneylandisation du monde »¹².

[img. 51 & 52]

La carte postale est toujours une fenêtre ouverte sur le monde. Les paysages d'horizons, de plaines et autres montagnes continuent à être travaillés mais, avec les transformations urbaines, on donne la priorité à de nouveaux sujets. On s'attaque à la représentation des usines, des banlieues, des piscines, des toutes nouvelles autoroutes et autres infrastructures témoins de l'avancée du pays. Au milieu des discours sur la modernité, les grands ensembles s'imposent comme emblème d'une renaissance nationale. Les immenses bâtiments, presque des microcosmes dans les villes, représentent la modernité, le confort et la stabilité pour les milliers de familles et ouvriers débarqués des campagnes.

Les vues des cartes mettent en avant un mode de vie standardisée, dessiné par dessus le réel. On retrouve cette

12

Extrait de *La carte postale photographique comme médiation territoriale* par Christian Malaurie

idée dans le travail de Matthieu Pernot nommé *Le Grand Ensemble*, cette oeuvre de 2007 contient trois séries de photographies, carte postales et leurs agrandissements. Dans l'une d'elle, « Le Meilleur des mondes », le photographe met en avant des visuels de cartes postales, agrandis ou non, représentant de grands ensembles de toute la France et la façon dont ils étaient perçus entre les années 1950 et 1980.

[img. 53, 54 & 55]

On remarque que tout est mis en scène pour souligner l'immensité de ces nouveaux quartiers et les ériger en succès de la modernité. On prend la vue en plan large le plus souvent ou vue panoramique pour montrer la taille démesurée des bâtiments. On voit aussi qu'il y a beaucoup de hors champ d'immeubles comme pour suggérer au regardeur qu'ils s'étirent à l'infini. On met en avant l'ingénieux agencement des bâtiments, leurs immenses façades percées de dizaines de grandes fenêtres et la proximité de la ville, les routes sont larges et goudronnées, les parkings sont impeccables, les espaces verts sillonnent la zone, etc. Toujours en couleurs saturées, désuètes, presque burlesques, tirées des codes esthétiques des cartes postales. Le plus souvent prises en noir et blanc, elles sont colorisées à l'impression, parfois grossièrement. On veut nous faire voir les grands ensembles comme espoir et modèle à suivre, le modèle du nouveau mode de vie à la française.

Et même si, à la fin des grands récits sur la modernité, les grands ensembles sont blâmés par la population, ils sont une part importante de l'histoire de la carte postale. Le support se devait d'illustrer la modernité, la vitalité et la croissance des « villes nouvelles ». Ce que soutient Renaud Epstein : « Le recto de ces cartes, c'est la France fière d'elle-même, qui se contemple. Les grands ensembles sont l'incarnation dans

[img. 56, 57, 58 & 59]

2 Extrait de l'article de Mathieu Dejean, « Chaque jour, il poste une vieille carte postale de ZUP pour « maintenir leur visibilité » ».

le paysage urbain du grand mouvement de modernisation qu'a connu la France des Trente Glorieuses »¹³.

Avec cette vague d'« image de carte postale » vantant la modernisation, on change le rapport de la présence humaine. Assez vite, pour mieux rentabiliser les prises de vues, les éditeurs décident d'exclure les sujets d'actualité : transports, événements, même les passants dont le style vestimentaire est trop indicateur d'une temporalité. Il veulent créer des visuels dont les lieux existent seuls, sans contexte, hors du temps. Ils créent des images qui figent le moment et élève son sujet au rang de l'intemporel.

Au fil des époques, on a assisté à une inversion de la présence humaine dans les cartes postales. Auparavant, l'individu était l'excuse pour prendre une photographie, il était la raison d'immortaliser un moment qui se passait dans un endroit particulier. Mais ces énormes constructions modernes se suffisent à elles-mêmes, elles ont une taille démesurée pour l'époque et l'odeur du jamais vu. Les sujets des photographies de cartes postales se concentrent de plus en plus sur les constructions, la présence humaine devient presque anecdotique. Toujours dans *Le Grand Ensemble*, une série nommée « Les témoins » montre des agrandissements à l'extrême d'acteurs de cartes postales. Matthieu Pernot a retrouvé les rares passants, pris presque malgré le photographe, et met en avant cet aspect humain qui apporte de la vie.

[img. 60]

Dans cette idée de pointer du doigt la faille de cette stratégie d'intemporalité, « documentation céline duval » a livré en 2015 la série *Vu !* Dans cet ensemble de photographies amateurs, cartes postales et autres publicités, des gens semblent jouer un rôle de figurants

[img. 61]

dans le paysage. Ils sont là mais détournent le visage, regardent ailleurs, ils sont si figés et passifs qu'ils disparaissent dans la photographie. Le procédé de l'artiste est de montrer des clichés dans lesquels une ou plusieurs personnes regardent droit dans l'objectif. Le lien entre sujet et observateur ne peut alors plus être ignoré, l'action retrouve de sa réalité. La personne réussie alors à se détacher, elle et son environnement, de la fixité de l'image.

Les codes esthétiques des cartes postales veulent produire une imagerie populaire qui devient une sorte de réalisme enchanté. La population s'est habituée à voir ces paysages filtrés de carte postale. Pendant cette longue période et pour une grande partie des utilisateurs, cette façon de voir était la seule fenêtre ouverte sur le monde. Elle est donc devenue la seule image du territoire connue par les individus. Alors quand la réalité brute fait son apparition dans la photographie, ça ne plait pas à tout le monde.

NOUVELLE CULTURE DU TERRITOIRE

LA DÉSILLUSION DES MISSIONS PHOTOGRAPHIQUES

Jusqu'à la fin des années 1970, les français sont pris dans la vague moderne du développement industriel et social. La plupart des gens ne voit la France qu'à travers les constructions industrielles, les paysages tranquille de la vieille France des campagnes ou les images codifiées des nouvelles villes et leurs divertissements. Mais à la fin des grands récits modernes, les idées et images du territoire se fissurent pour laisser voir la mise en danger des localités désertées par leur jeunesse et la montée des problèmes environnementaux. La population se dit qu'elle ne connaît plus vraiment son territoire. Après une grande période encline à embellir les visuels, on se tourne vers une nouvelle photographie plus descriptive.

Paul Kelly nous a donné un exemple flagrant de ce décalage avec son édition *Return to Sender Revisiting John Hinde's Ireland* sorti en 2019. John Hinde est une figure emblématique de la photographie couleur et éditeur de carte postale le plus prolifique de l'histoire. Il a photographié de nombreux visuels de carte postale, notamment une série sur l'Irlande. Étendue sur les années 1950, 1960 et 1970, ses paysages répondent aux critères de l'esthétique particulier des cartes postales au bon vivre trop expressif. L'auteur de l'ouvrage est allé sur les pas du photographe renommé pour re-capturer de nos jours ces mêmes vues si bien mises en scène dans les cartes postales. Le paysage s'est changé avec le temps, avec le tourisme et l'essor industriel d'après-guerre. Et ce sont ces deux visages d'un même paysage qu'il juxtapose pour mettre en avant le changement dans le paysage et la perception qu'on en donne.

[img. 62, 63, 64, 65 & 66]

Le médium photographique et les cartes postales sont étroitement liés, mais la photographie s'émancipe de plus en plus. La carte postale lui a servi de tremplin vers une communication optimale, le visuel est devenu l'intérêt premier du support postal. Les captures étaient faites pour exister au dos d'une carte postale. La dimension iconotexte était implicite quand les auteurs d'images prenaient leurs photos. Au fur et à mesure, les clichés vont être capturés pour fonctionner seuls, sans support pré-défini.

En France, la valeur des photographies a longtemps été mesurée en fonction de l'art pictural, jugé comme « grand art ». Pour condenser les propos de Clément Chéroux, le nu, le portrait et le paysage de la peinture deviennent le « corps », le « visage » et le « territoire » de la photographie¹⁴. Le médium a été vulgarisé par les médias, sa reconnaissance artistique n'arrive que vers la fin des années 1970. Les photographes cherchent à montrer autre chose que ce qu'il se fait sur les cartes postales. Leurs changements dans les mises en scènes modifient la perception de la population sur le paysage.

La vision du territoire que nous renvoie les cartes postales est publiquement remis en question dans les années 1980. On lance alors une commande publique d'un nouveau genre : une mission photographique. La Délégation à l'Aménagement du territoire et à l'Action régionale veut mettre en boîte les évolutions contemporaines du territoire que l'imagerie de masse a éclipsée. Elle souhaite mener une expérimentation photographique du paysage dont le but est rien moins que de « recréer une culture du paysage »¹⁵ en France. Pour cela,

¹⁴ Extrait de l'ouvrage *Vernaculaires : Essais d'histoire de la photographie* par Clément Chéroux, 2013

¹⁵ Extrait de missionphotodatar.cget.gouv.fr

on fait appel à des photographes. C'est la fin des « auteurs d'images »¹⁵, le gouvernement leur reconnaît un statut d'artiste créant des œuvres. Le médium devient alors plus qu'un outil de vision, c'est un art du sensible.

Les deux missions photographiques majeures, la Mission photographique de la Datar (1984-1989) et l'Observatoire photographique du paysage, se sont succédées pour remplir cette tâche. Leur résultat ont été égrainé dans quelques publications nationales et internationales, telles que des revues, des journaux, spécialisés ou non, et dans une poignée d'expositions. Toutes deux ont eu un accueil très partagé.

D'un côté, la réception critique et artistique est bonne, comme l'exclame Michel Guerrin, dans le journal *Le Monde* en 1986 : « Miracle ! On a retrouvé des paysages en France ! »¹⁶ La première édition du projet de la mission DATAR est nommée explicitement *Paysages, photographies, travaux en cours*, 1984-1985. Elle rassemble une partie des clichés et reçoit le prix Nadar en 1986, qui récompense les livres de photographies. Certains accueillent volontiers ces nouveaux points de vues fascinants sur la France moderne qui renouvellent le genre et l'utilisation du médium. Mais d'un autre côté, c'est l'incompréhension. L'opinion publique voit le résultat de ce projet national comme un constat d'échec. On attendaient beaucoup de cette mission : une vision globale de la reconstruction de la France, de sa modernité aussi, celle qu'on a vu dans les cartes postales. Mais on ne retrouve que des paysages défigurés, des immeubles à pertes de vue et des villages français vieillissants.

[img. 67, 68, 69, 70, 71 & 72]

16 Extrait d'« Injonction paysagère », *Territoire des images* par Raphaël Bertho

« Ainsi vivons-nous, entre ciels, plages et parpaings » écrit Marie-Paule Nougaret, dans le journal *Libération* en 1990¹⁶. On interprète ces photos comme une critique du territoire, plus qu'un compte rendu, beaucoup y voit une vision délibérée de la déchéance des paysages français.

Dès le départ de la mission photographique, les participants affirment vouloir se détacher des stéréotypes et des codes pré-établis. L'industrie d'imagerie touristique, communiquée en grande majorité par les cartes postales, a largement contribué à la construction identitaire du territoire. Les photographes veulent bousculer cette identité populaire à laquelle la population s'est attachée. La question de l'identité territoriale passe par la notion du paysage. Les participants veulent poser un regard neuf sur ce qui les entoure. Ils vont alors réinventer leur façon de travailler avec un nouveau rapport à l'espace et au temps.

NOUVEAUX CODES DE CARTE POSTALE

Ces visuels ne suffisent pas à renouveler la perception de la population sur le territoire. L'« esthétique de la carte postale » reste la référence, celle que chacun connaît et auquel il se rattache. Il y a tout de même une remise en question, comme l'écrit Cécile Luras¹⁶ : « Ces images en décalage avec les photographies promotionnelles et touristiques valorisantes permettent d'ouvrir les yeux sur la réalité quotidienne ». Même si elle ne l'accepte pas encore, la population comprend que son territoire n'a rien d'un paysage de carte postale. Ces codes esthétiques sont alors interprétés comme un voile sur la réalité. Sans les pelouses

vertes des banlieues bien entretenues, sans les vagues bleues s'échouant sur les plages de sable doré et sans les façades d'immeubles trouées de dizaines de fenêtres colorées, le tout montré d'un point de vue bien choisi, la France semble perdre tout son charme. Une distance s'instaure entre le territoire vécu et sa représentation photographique en carte postale, ce que Raphaël Bertho appelle « paysage-vitrine »¹⁷.

D'un commun accord, les imprimeurs, éditeurs, photographes et même les acheteurs décident qu'il faut que les images de carte postale évoluent. Il faut réconcilier cette nouvelle réalité avec les visuels enchanteurs pour créer un entre-deux qui rassurera l'expéditeur sans lui « mentir » sur le territoire. La relation entre la photographie et les visuels de carte postale se renverse. La photographie reprend sa lancée en proposant des clichés aux sujets et points de vue inédits, indépendant d'un support. Les clichés des cartes vont être influencés par l'art photographique. Une nouvelle réalité va faire son entrée dans les images de carte à poster.

Les sujets des visuels de cartes ne changent pas du tout au tout, ils se font plus totalisants. Finie la glorification des bâtiments urbains, la tranquillité paysagère des villages français et les photographies spectaculaires calquées sur les tableaux des maîtres. Dorénavant on privilégie l'ordinaire, le « tous les jours », ce qui nous entoure au quotidien, et pourquoi pas ce qui nous entoure aussi en vacances. Les moyens de communications ont bien évolué eux aussi, les supports postaux ne sont plus l'unique moyen de se donner des nouvelles. L'utilisation de la carte à poster commence à se concentrer sur les périodes où la population a plus de temps pour les écrire et, encore une fois, où un visuel est de rigueur pour décrire au mieux ce qu'on vit.

[img. 73, 74 & 75]

[img. 76, 77 & 78]

Pour les sujets de photographies, il y en a qui préconisent un retour en arrière. En s'appuyant sur la nouvelle reconnaissance du médium photographique, les visuels prennent des airs de « photographie artistique de carte postale ». On revient aux sujets de villages qui ont relancés le support dans les années 1940. On retourne vers les lieux de mémoire, plus authentique et familier, qui redéfinisse l'identité du village. On ré-affirme une culture populaire qui a survécu à tous les aléas et on les ré-invente en folklores.

On revendique les origines nationales et régionales qui font l'identité des petits villages, pour ça on met en avant les costumes traditionnels, les langues locales, la gastronomie et le paysage qui s'est finalement fait une place parmi ces éléments incontournables. On remet au goût du jour les vues pittoresques avec ces châteaux, ces auberges, ces petits chemins, ces églises et autres endroits particuliers, mais on met aussi en avant ceux qui y vivent. On pousse presque trop l'identité des campagnes qui effacent l'individuel de leurs villages pour former l'image de la région toute entière.

D'autres préfèrent rester sur les lieux urbains, et touristiques de préférence. Les villes ont compris que leur identité se forgeait par cette vision extérieure, elles mettent donc en avant leurs rues, leurs vues particulières et autres monuments ou endroits qu'on ne trouve que chez elles. Elles veulent se servir de la carte postale pour souligner leur cadre de vie, forcément plus singulier qu'ailleurs. On revient à la fonction de communication/publicité des débuts de la carte postale. Les fameux « j'ai vu ça, c'est ici » et « ce décor m'a l'air agréable, pourquoi ne pas y aller ? Je sais où c'est »

qui ont fait leur succès à la Belle Époque. Sauf que cette fois, on communique sur la ville en utilisant seulement ses constructions et non plus la vie qui s'y déroule.

[img. 79, 80, 81 & 82]

La pratique qui a évacué silencieusement les individus des visuels revient en force. Sans présence humaine ou autres indicateurs de mouvement, les images continuent leur chemin vers l'intemporel. En véritable carte de visite des villes, les images de carte postale deviennent des représentations touristiques immortelles qui rendent peu à peu le territoire uniforme. On abandonne l'expérience du paysage pour mettre en lumière une recherche particulière : une vue consensuelle, qui plaise au plus grand nombre et qui marque l'identification du lieu. Car dorénavant c'est l'identification qui prévaut, l'identité du territoire semble s'éloigner doucement pendant que les visuels cherchent à dépeindre l'environnement. C'est une ambiance de vie que l'on cherche à promouvoir et pour faire cela on va utiliser la carte postale comme une sorte d'inventaire visuel des endroits qu'on peut y trouver.

On s'écarte définitivement des mises en scène de l'art photographique et de ces nobles ambitions pour aller vers un paysage invisible. Dans le concept de vue totalisante, les paysages pris d'un lieu précis se font plus rares, on se rend compte qu'il n'est pas nécessaire de montrer la topographie exacte des lieux, on tente plutôt d'évoquer la ville à travers des éléments particuliers. Les éditeurs vont alors reprendre les idées qui ont fait la réputation de la carte postale comme les cartes multivues et les photo-montages, en laissant peu à peu les codes esthétiques de la carte postale tomber dans l'oubli. On veut représenter un environnement sans le donner à voir, on va par exemple montrer sur un tiers

[img. 83, 84, 85 & 86]

de la carte la photographie d'une vague se brisant sur la plage avec, à ses pieds sortant du cadre, une paire de tongs ou une étoile de mer, dont l'échelle de grandeur n'est pas la même ; ou alors on prend une photographie de montagne, en pleine page, sur laquelle on ajoute dans un coin une marmotte sortie de sa tanière et, de l'autre, des randonneurs en pleine découverte. On agence des éléments entre eux pour recréer un « paysage » représentant la ville et son cadre de vie. Entre les cartes postales des villes qui perdent de leur singularité et les campagnes qui ré-affirment leurs valeurs et leurs traditions pour se faire une place dans l'identité du territoire, le paysage des cartes postales ne sert plus vraiment à faire partager un endroit géographique. Elles sont le véhicule de l'image touristique de la France. En perdant la saveur de son visuel et avec l'avènement des différents moyens de communication contemporains, la carte postale perd de sa valeur. Au fil des décennies, son statut privilégié s'estompe et la fait devenir un objet éditorial de communication et de circulation captivant à détourner ou à personnaliser.

RENOUVELLEMENT DE LA CARTE POSTALE

La carte postale est dépassée ? Il n'y a plus qu'à la réinventer. Les années de gloire qu'a vécu le support ont stimulé de nombreux amateurs et artistes. L'objet éditorial et ces codes deviennent des supports et outils pour renouveler la perception du paysage de carte postale, ou même manipuler le paysage. La carte postale, seule à faire circuler les images du monde tel qu'il était, peut alors se transformer en support

de communication d'un paysage, réel ou non. Les passionnés n'ont pas manqué cette possibilité de re-questionner et de ré-inventer le territoire.

Déjà, les amateurs de photographie nés pendant la Belle Époque étaient les premiers à jouer sur le style des cartes paysagères en redéfinissant les sujets qui méritaient de l'attention, et en faisant des albums. Et si on y regarde de plus près, il y a toujours eu une branche de faiseurs de carte postale prêts à dévier du chemin suivi par les grands éditeurs. Encore plus ces dernières années où, perdant de sa valeur postale, elle est devenue un objet ouvert au détournement. De nombreux artistes et/ou passionnés tentent de ré-injecter le support de la carte postale dans leur travaux pour leur donner une nouvelle visibilité et une nouvelle fonction.

On peut nommer le photographe et collectionneur de cartes postales Martin Parr. Il a publié différents livres avec ses images collectionnées, la série des *Boring Postcards*, sortie sous forme d'édition, a connu un grand succès. Il y regroupe, à échelle 1, des cartes britanniques réalisées entre les années 1950 et 1970. Elles représentent les mêmes sujets favorisés en France en ce temps là : des autoroutes, des halls, des usines, des lieux modernes et nouveaux, peuplés d'anonymes. Les cartes se suivent sans classement affirmé et déroulent une certaine histoire de la photographie, de la carte postale et de leur rapport topographique.

L'artiste les a publiés avec ce seul titre de *Boring Postcards*, aucune date ni légende (sauf celles présentes par les cartes), aucun texte n'explique ses motivations de réunir ces supports postaux dans un objet imprimé. On ne sait pas s'il décide de

[img. 87]

démontrer, de re-questionner ou de prendre l'observateur à parti sur ce qu'est une « carte ennuyeuse ». Ce travail n'a peut-être pas de motivation explicite mais il donne à voir dans une édition de cartes postales jusque-là oubliées. Martin Parr l'écrit lui-même dans *Le livre de la photographie*, « Regardez ceci. Tel est le but suprême de la carte postale [...] ».

[img. 88]

Dans ce sens, Renaud Epstein joue aussi sur la visibilité des cartes. Il les dé-matérilise pour les mettre sur internet, il a créé en 2014 la série *Un jour, une ZUP, une carte postale*. Il partage chaque jour sur Twitter une nouvelle ancienne carte postale de ZUP (« zone à urbaniser par priorité »), les fameux grands ensembles évoqués plus haut et qui font aujourd'hui polémique. Ce procédé permet de leur donner une seconde visibilité, bien plus large que la précédente, et permet à la population de revoir ces endroits, aujourd'hui changés ou détruits. Le sociologue compte sur la valeur des souvenirs de chacun pour ré-activer l'importance du paysage et la fonction de communication des cartes postales. Epstein déclare lui-même : « En les reportant sur les réseaux sociaux, je les remets en circulation, et ça génère un nouveau flux de discussion »¹⁷. On revient au devoir principal de la carte postale : l'échange entre un expéditeur et un receveur ; et on revient au rôle premier du visuel paysager : faire partager un lieu.

[img. 89]

Entre les ré-utilisations sur internet et sur papier, certains préfèrent les détourner sous forme d'installation. Avec *Dorica Castra*, Matthieu Pernot a créé une carte géographique imaginaire de la France des années 1950 et 1960. À partir de près de 350 cartes postales, fournies par l'entreprise LAPIE (fonds de plus de 300 000 phototypes de vues aériennes), il a assemblé sur un espace de plusieurs

17 Extrait de l'article « Chaque jour, il poste une vieille carte postale de ZUP pour « maintenir leur visibilité » » par Mathieu Dejean.

18 Propos de Matthieu Pernot, extraits de « Présentation de l'exposition « En avion au-dessus de ... » »

mètres carrés ce qu'il appelle des « continuités visuelles »¹⁸. De ces centaines de cartes postales aux sujets très différents tels que des sites industriels, du littoral, des villes nouvelles, des points de vue sur les paysages, des rivières, des fleuves, de vieilles églises, etc. Toutes ces topographies se complètent pour n'en former plus qu'une seule, unifiée. En construisant cette carte, il crée un territoire à la fois réel et inconnu. Par ce rassemblement, il efface les clichés identitaires liés à une partie du pays bien précise pour reconstruire un espace d'une multiplicité de captures. Il ré-active la visibilité des paysages de cartes postales mais aussi il fait prendre corps à la capacité d'imagination du territoire de l'observateur. Ceux qui ne voyaient le monde qu'à travers les rectangles paysagers devaient eux aussi construire une sorte de puzzle imaginaire du pays.

Il y a ceux qui donnent une nouvelle place à la carte postale en manipulant l'objet éditorial et le cliché qui le caractérise, . D'autres préfèrent se servir des codes et caractéristiques esthétiques des cartes à poster pour les moderniser.

C'est ce qu'à fait Antoine Séguin, à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine (JEP) de 2015, qui avaient pour thème « Le patrimoine du xxi^e siècle ». En collaboration avec le département du Gers, il a réalisé une série de cartes postales en utilisant ses propres photographies de bâtiments remarquables et vues plus discrètes. Certaines parties des images sont laissées en noir et blanc pour faire écho à l'Histoire des visuels de cartes postales et aussi pour faire ressortir un aspect authentique. D'autres parties sont recolorisées numériquement et font écho à la colorisation des cartes postales anciennes, en

[img. 90]

touches moins grossières. Les sujets et points vue rappellent beaucoup celui des « images de carte postale » qui veut mettre en avant les constructions modernes avec une touche contemporaine. Chaque visuel a son traitement couleur qui dynamise l'immobilité des lieux et donne parfois des allures de photomontage au paysage tant leur adéquation produit un effet surréaliste.

[img. 91]

Le collectif Plonk et Replonk a fait de la carte postale leur sujet principal. Leur spécialité est de détourner les cartes postales de la Belle époque pour leur donner des airs de réalité absurde et loufoque. Il joue sur le réalisme des photographies authentiques et le surréalisme qu'il y insuffle. Par les thèmes ou les éléments, il les transforme en témoins d'un monde de l'ordre du merveilleux. Il abuse du crédit que la population donne aux visuels de carte postale comme étant un témoin objectif, preuve irréfutable de la réalité. Il jongle entre l'univers véridique des cartes postales, les mots et les éléments visuels ajoutés ou déjà présents pour les détourner. Il utilise la recolorisation mais dans un souci de fidélité qui veut donner du crédit à son sujet imaginaire. Il réinvente les actions et les lieux d'action pour tenter de percer la barrière entre réel et imaginaire des visuels de cartes postales.

On peut utiliser les colorations, les thèmes et les points de vues des visuels paysagers de cartes postales, mais on peut aussi ré-inventer le paysage. Le dispositif de Julie Stephen Chheng utilise un procédé plus participatif et une touche de numérique pour créer nos propres paysages en carte postale. On revient à la mode des passionnés de la Belle Époque qui préféraient fabriquer leur propre carte postale.

Avec *Les aventures du petit train postal*, on peut assembler nous même nos paysages, les envoyer par la poste et même leur donner vie grâce à une application mobile. Dans la boîte du petit train, on trouve 25 formes découpées en 5 couleurs différentes, 5 attaches parisiennes et 5 enveloppes. On compose notre paysage en combinant les formes pré-découpées qu'on fixe avec une attache. Il ne nous reste plus qu'à écrire notre message au dos, on colle un timbre et elle est prête à l'envoi. Pour passer du papier au numérique, on télécharge une application smartphone gratuite qui, selon la combinaison de forme créée, animera le petit train postal pour qu'il se déplace dans le paysage. Si le plus grand intérêt de la carte postale est l'intention et l'échange qu'elle occasionne alors cette version de carte est aussi fidèle que n'importe quelle autre, bien que celle-ci soit faite maison.

[img. 92]

On pourrait dresser une liste impressionnante de travaux qui reprennent les codes esthétiques, les thèmes, les formats et autres attributs de la carte postale, sans jamais réussir à lui mettre un point final. Que ce soit en tant que support postal, de communication ou matériau d'un nouveau projet, la carte postale est une source d'inspiration et de réinvention quasi inépuisable.

Quand on pense que cet objet postal était censé rester réservé aux bureaux de postes, on peut s'étonner du chemin qu'il a parcouru jusqu'à nous. En se ré-appropriant les cartes postales, les entreprises et commerçants ont redéfini son utilisation et ont permis d'officialiser leur détournement. Elle aurait pu rester cet objet de communication professionnelle à jamais si l'imagerie n'avait pas été ajoutée au verso. C'était une communication de nouvel ordre, capable de faire partager plus que des impressions, des visualisations d'un endroit. Ce lien entre le territoire, l'expéditeur et le destinataire ne disparaîtra jamais, quelque soit l'époque ou les circonstances. L'illustration et la description de l'auteur sont deux choses devenues inséparables, seule la carte postale leur donne un rapport aussi fusionnel, qui fera sa spécificité pendant toutes ces décennies.

Avec l'arrivée de la photographie, la carte postale se transforme. Elle n'est plus seulement le compte rendu qui permet aux absents de visualiser une situation ou un endroit jusque-là inconnu. Elle devient une preuve, une trace de ce qui a été, qu'elle représente une action ou une topographie. Mais surtout elle devient un objet photographique à conserver, un souvenir tangible que l'on peut envoyer par la poste au quatre coins du monde.

À la fois témoin du passé et vue du présent, rapport du réel et espoir d'un monde amélioré, perçu à travers les yeux d'un photographe et ceux de regardeurs, c'est un support ambivalent par nature. Les paysages y ont connu une évolution impressionnante, autant dans la réalité que dans les cadres des cartes postales. Ce support postal n'est finalement qu'un rapporteur du monde, une captation de la modification du paysage et un point de vue pouvant être perçu de multiples façons.

Par des photographies faites maison ou achetée avec soin, les expéditeurs ont cette envie de faire partager une part de leur environnement avec leur destinataire. Les cartes postales ne servent pas uniquement de capteur, distributeur ou conservateur de paysage, ce sont des images du monde, dans le sens où elles permettent d'imager l'Histoire du territoire. Leur cadre de 140 x 90 mm pointe du doigt des lieux immobiles pour les faire voyager.

Par les différentes modes de représentations, la carte postale a un passif esthétique qui permet, encore (voire surtout) aujourd'hui, des ré-interprétations inédites. Ses codes graphiques sont ancrés dans tous les domaines qui touchent à l'image. Ils nous imposent individuellement ou non, inconsciemment ou non, un ressenti nostalgique, artistique, réaliste, ... qui nous rappelle le « style carte postale ».

Encore aujourd'hui, de nouvelles formes de rapport du paysage et de nouvelles formes de cartes postales sont expérimentées. Comme auparavant, peut-être même plus qu'avant, le médium photographique et le support postale semble prendre des routes de plus en plus éloignées. La photographie exploite d'autres façons de se faire voir et la carte postale s'essaie à de nouvelles applications qui montrent de ses innombrables fonctions.



img. 1 Recto des premiers modèles de carte postale française, tarif de 15 centimes, 1874, Collection Bernard Gineste



img. 2 Recto des premiers modèles de carte postale française, tarif de 10 centimes, 1874, Collection Bernard Gineste





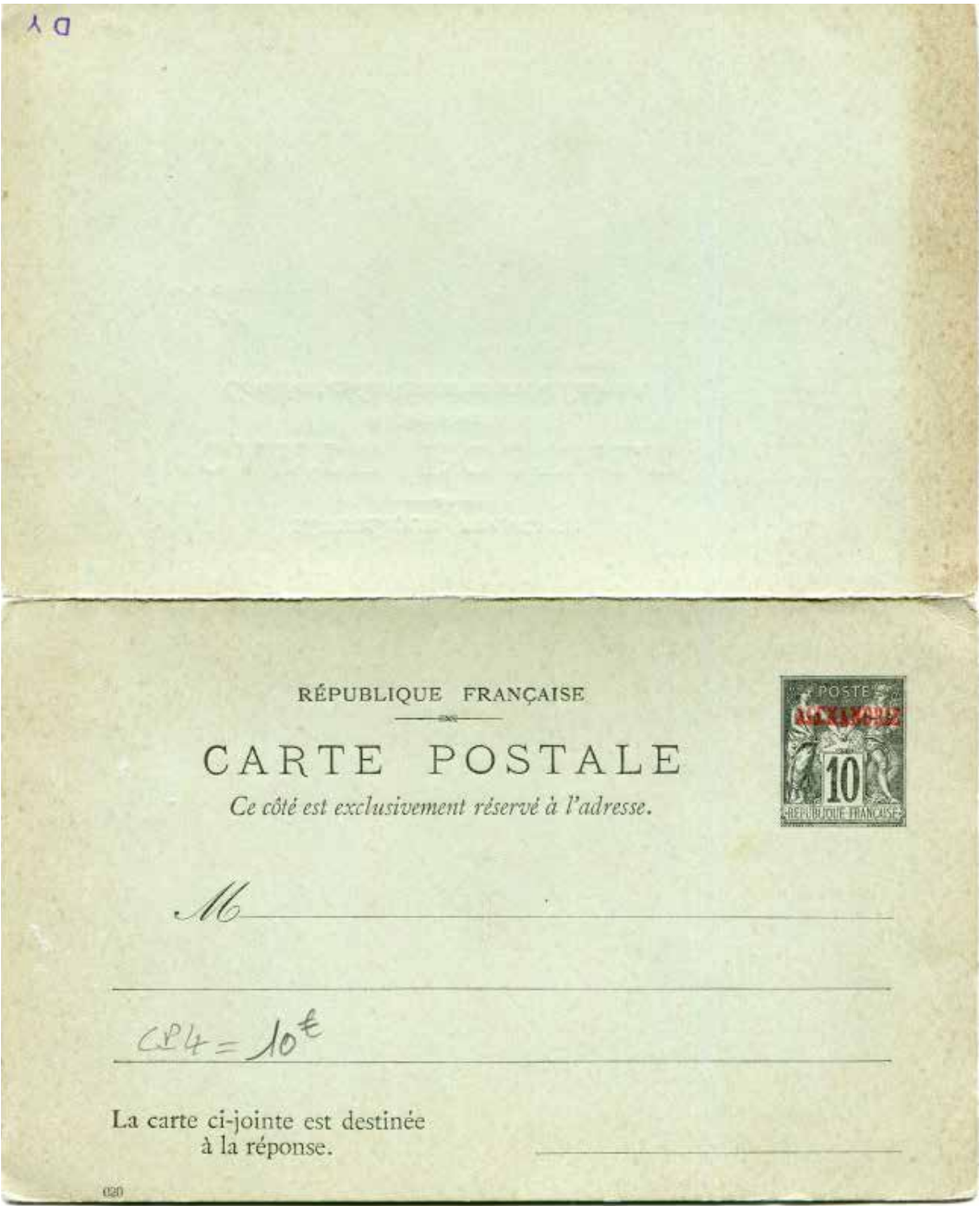
img. 3 Recto des premiers modèles de carte postale française, tarif de 15 centimes, 1877, Collection Bernard Gineste



img. 4 Recto du modèle unique de carte postale française, tarif de 15 centimes, 1878



img. 5 Entiers postaux de type Sage de 10c et 15c, modèle unique qui ont chacun leur papier et leur encre pour les différencier



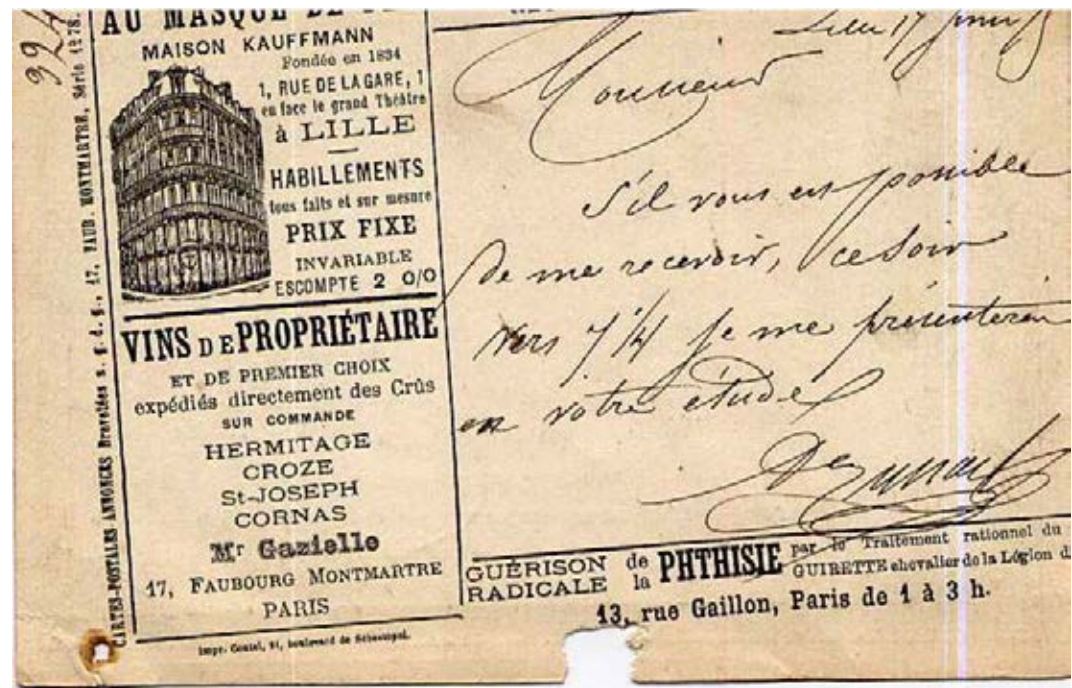
img. 6 Variante des entiers postaux, les «cartes-réponses» permettent de joindre à une seconde carte postale (déjà payée), destinée à l'écriture d'une réponse par le receveur. Il suffit de les détacher l'une de l'autre



img. 7 Variante des entiers postaux, grâce à son système de découpage, la « carte-lettre » permet d'agrandir son espace de correspondance



img. 8 Exemple de carte détournée par un commerçant pour devenir une lettre/carton à usage professionnelle, 1889



img. 9 Exemple de carte détournée par un système de publicité, 1875



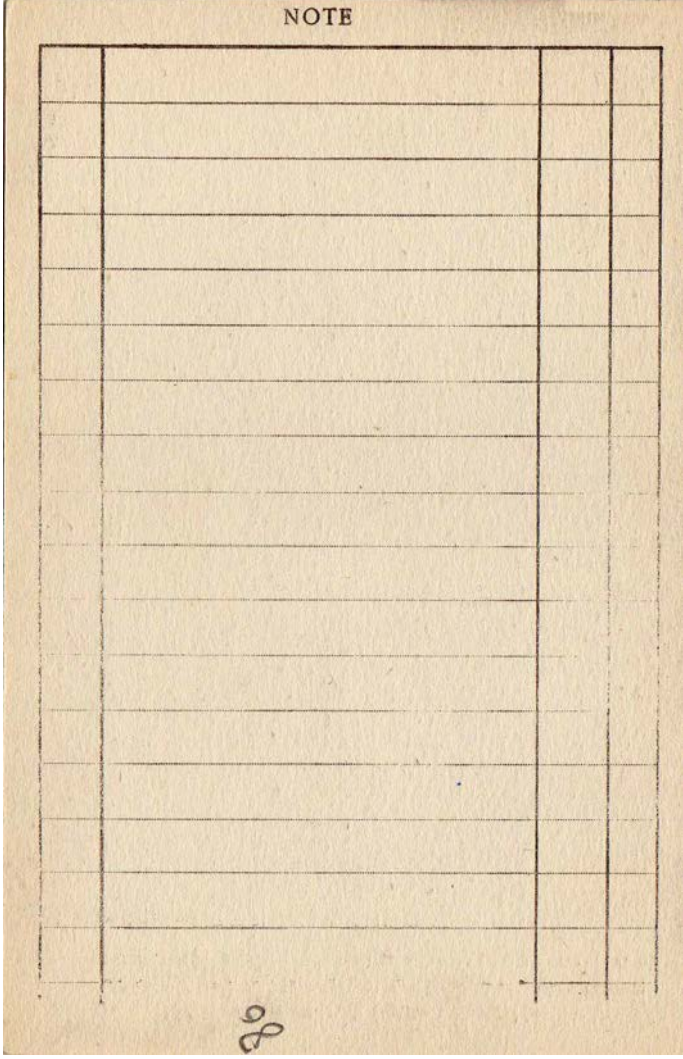
img. 10 Exemple de carte détournée par un système de publicité, 1887



img. 13 Illustration d'une série sur les Guerres Napoléoniennes, « Napoléon à Montereau », issus de collections de l'imagerie d'Épinal, caractéristique du « style d'Épinal »



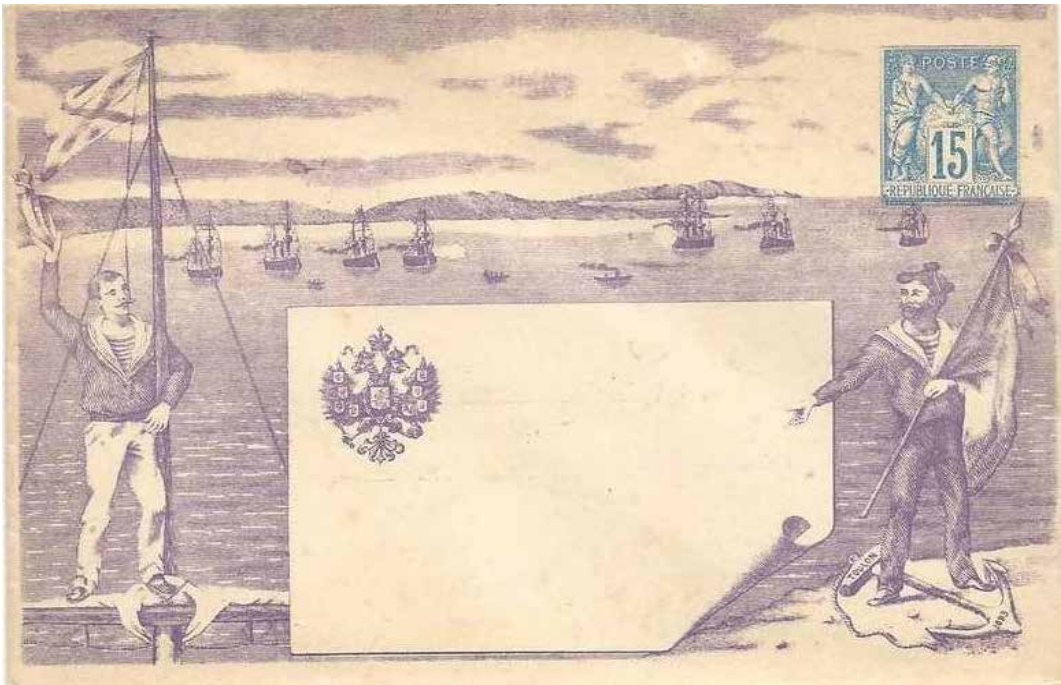
img. 14 Illustration d'une série sur les Fables de La Fontaine, « Le Corbeau et le Renard », issus de collections de l'imagerie d'Épinal, caractéristique du « style d'Épinal »



img. 11 Exemple de cartes détournées par un hôtelier pour devenir une note d'hôtel auprès des clients, 1892



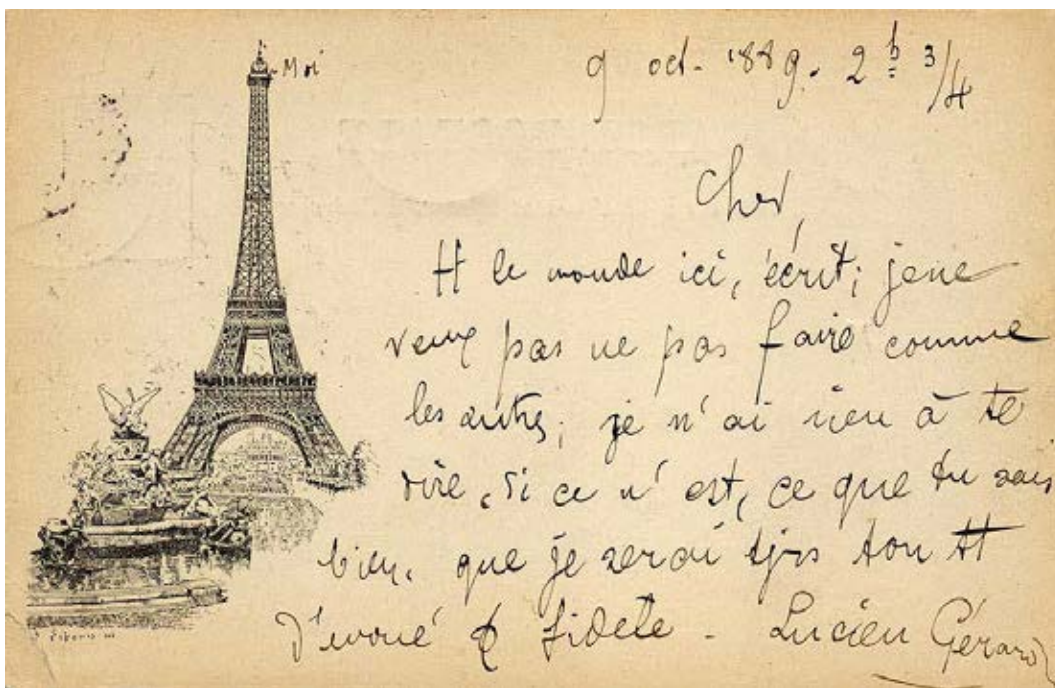
img. 12 Exemple de cartes détournées par un hôtelier pour devenir un support de publicité, 1904



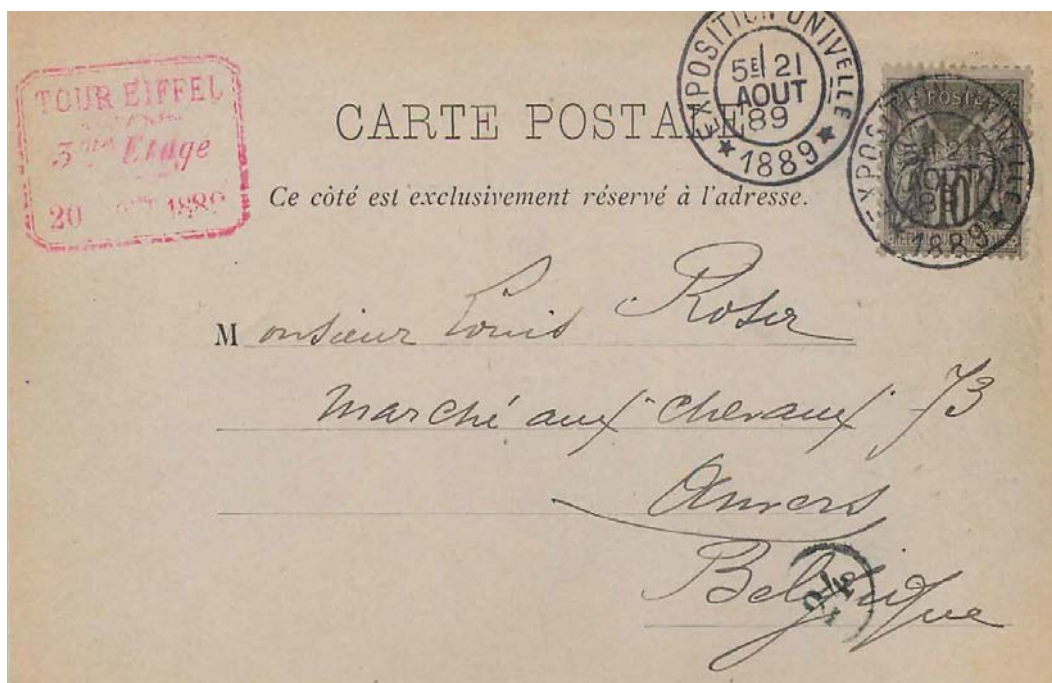
img. 15 Exemple de cartes illustrées de la ville de Toulon, caractéristiques de l'apparition de l'illustration sur les rectos des cartes postales, 1883



img. 16 Exemple de cartes illustrées, caractéristiques des cartes commémoratives et de l'apparition de l'illustration sur les rectos des cartes postales, entre 1883 et 1886



img. 17 Recto et verso d'une des cinq déclinaisons de carte postale dites Libonis, 1889



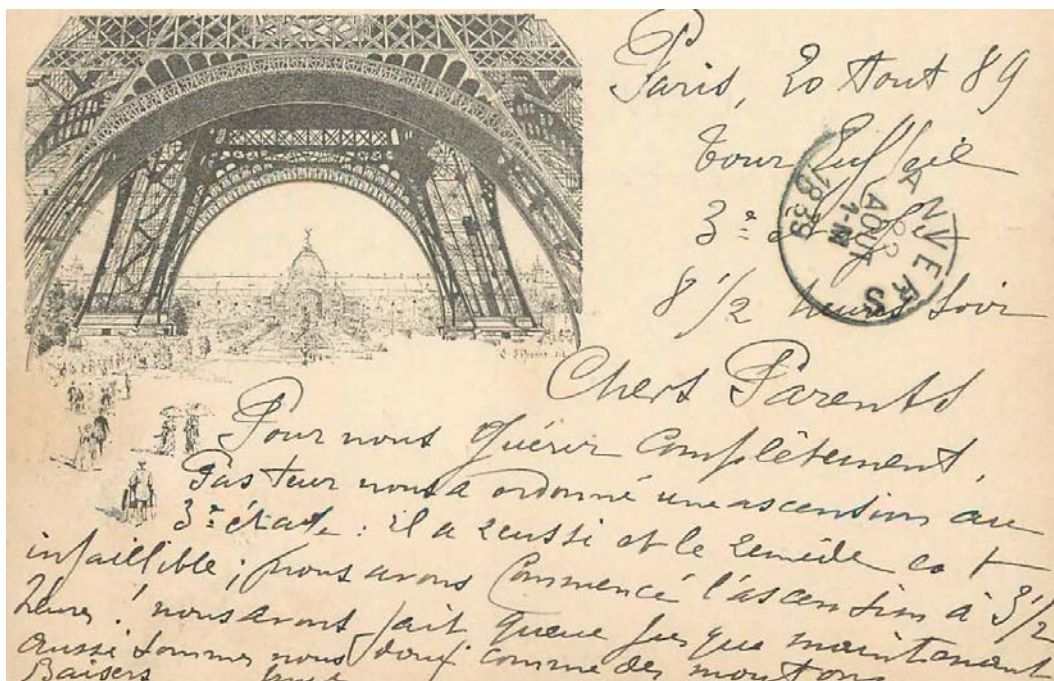
img. 17 Recto et verso d'une des cinq déclinaisons de carte postale dites Libonis, 1889



img. 19 Carte postale paysagère de Saint-Claude, lancée dans le cadre d'une série en 1990, édition Phototypie A. Bergeret et Cie (Nancy)



img. 21 Carte postale paysagère de Nice, lancée dans le cadre d'une série en 1887, édition Giletta (Nice)



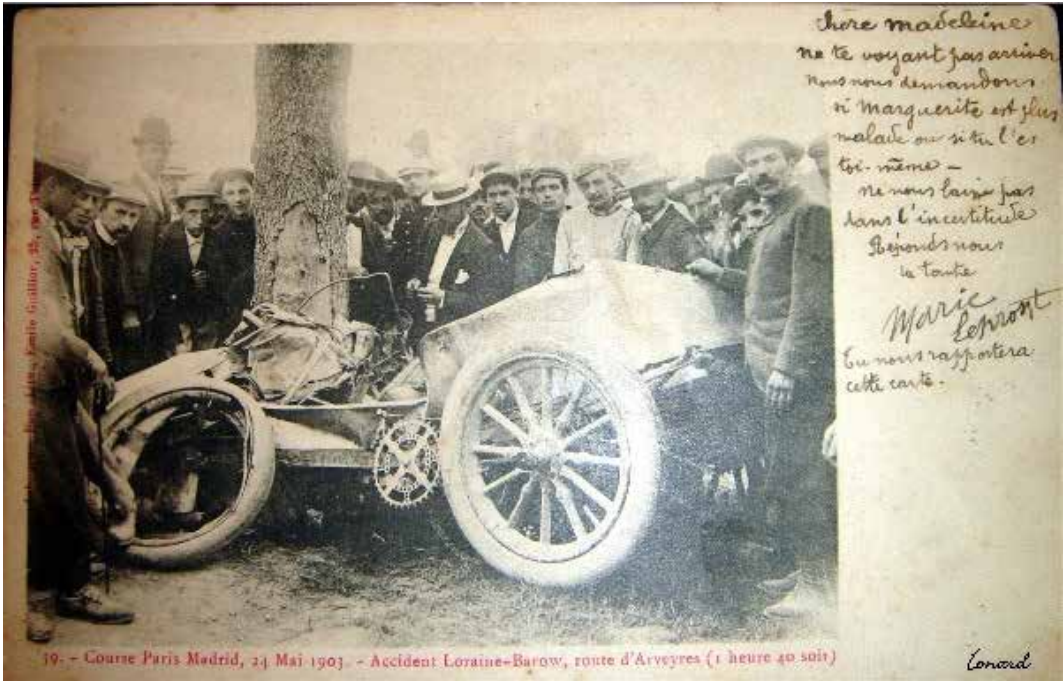
img. 18 Verso d'une des cinq déclinaisons de carte postale dite Libonis, 1889



img. 20 Carte postale paysagère de la Meurthe et Moselle, lancée dans le cadre d'une série en 1898, édition Phototypie A. Bergeret et Cie (Nancy)



img. 23 Photo-carte postale « L'heure du thé en Famille Rimey », Champigny sur Marne, 1894



img. 25 Accident de voiture sur la Course Paris-Madrid de 1903, édition Concord (Paris), Collection de Line Pauler



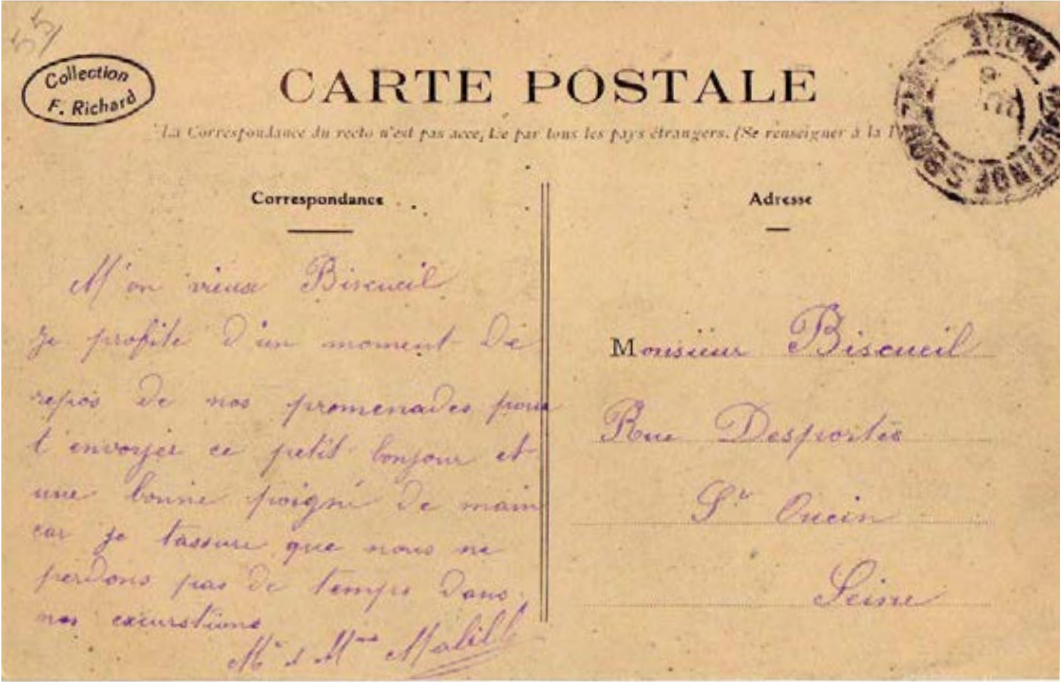
img. 22 Carte postale personnalisée en « carte-postale de visite », Meyssac (Corrèze), 1906



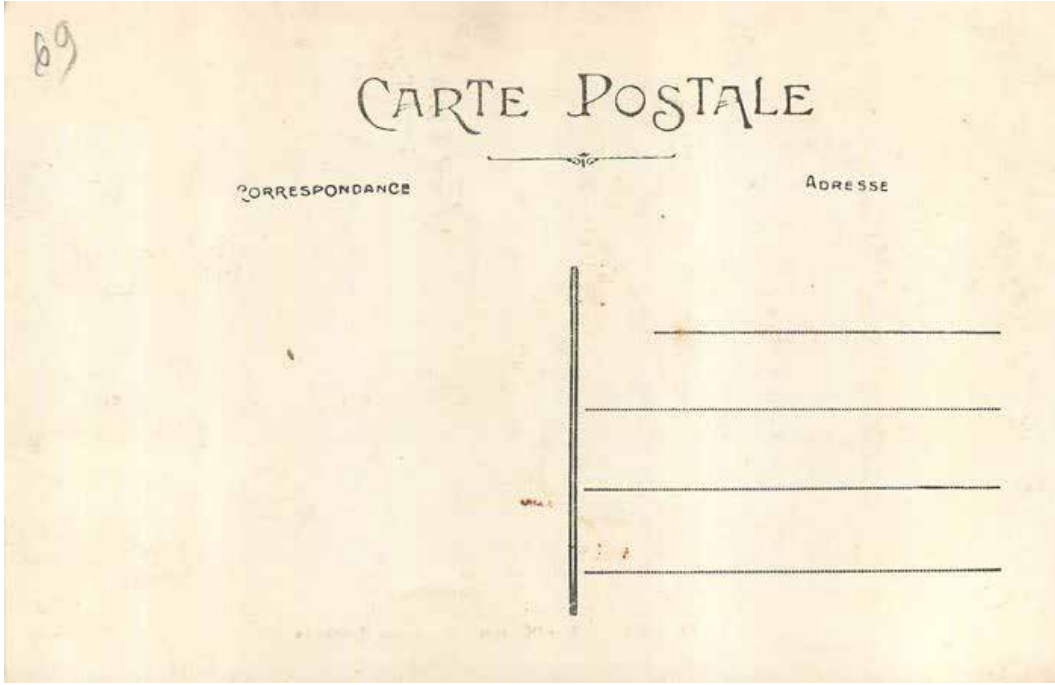
img. 24 Photo-carte postale du marché de la Place Saint Pierre, Clermont-Ferrand, 1900



img. 26 Carte postale paysagère de la 3^e série, carte-spécimen de la Collection Marine, série lancée en 1899, édition Phototypie A. Bergeret et Cie (Nancy) qui s'y proclame « Les Maîtres de la Carte Postale. »



img. 28 Les petits éditeurs régionaux suivent finalement cette mise en page divisée, Indre, 1904



img. 27 Édition Belle Jardinière (Paris) change les versos de ses cartes postales à la fin des années 1890.



img. 29 Cartes postales paysagères, dites « cartes nuages »; entre 1896 et 1904, édition Neudéfin Photographie (Paris) lance une immense série visant à rendre visible les grandes villes de France. D'autres éditeurs ont alors une démarche similaire, l'Éditeur Phototypie A. Bergeret et Cie (Nancy) se concentre sur une série qui vise les villes du grand Est



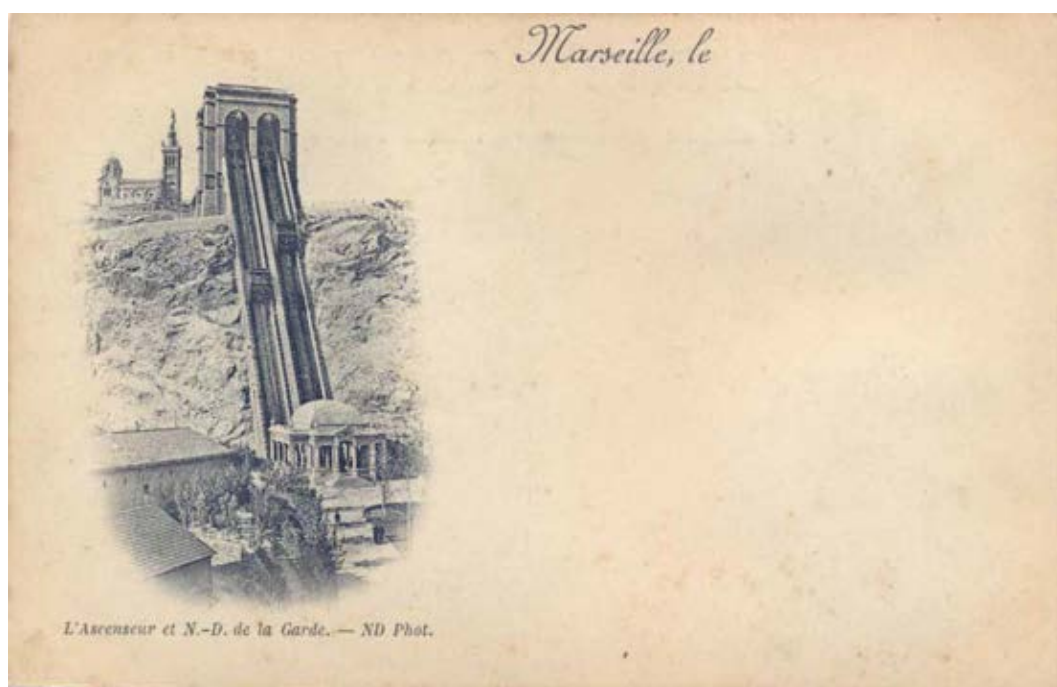
img. 31 Cartes postales paysagères, dites « cartes nuages », 1897, édition Neurdein Photographie (Paris)



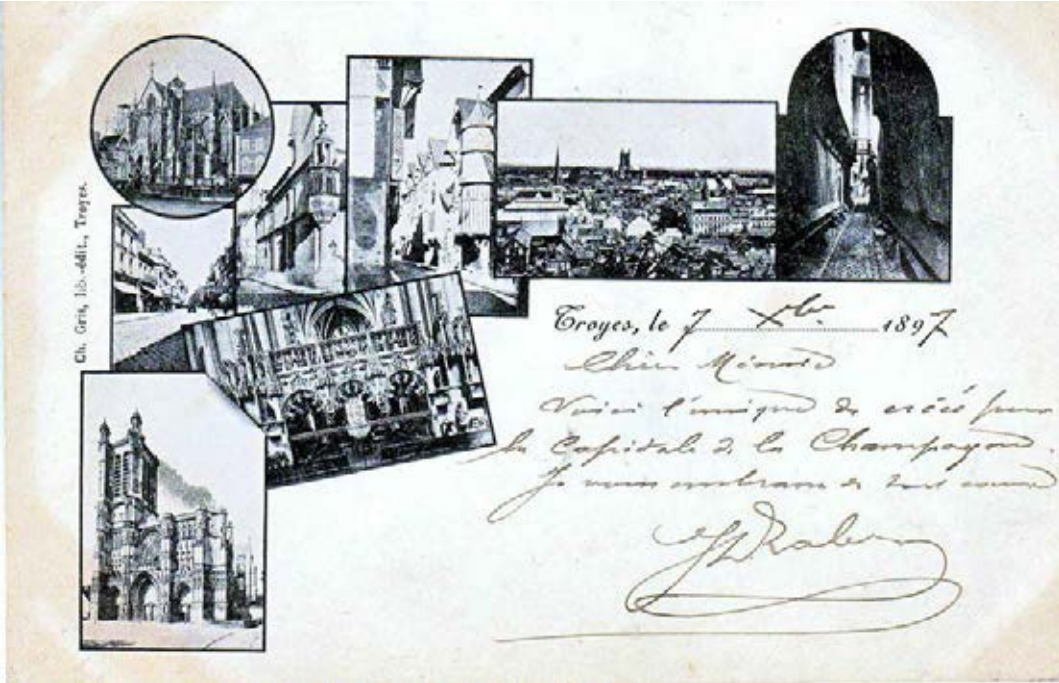
img. 33 Cartes postales paysagères, dites « cartes nuages », entre 1896 et 1904, édition Neurdein Photographie (Paris)



img. 30 Cartes postales paysagères, dites « cartes nuages », entre 1896 et 1904, édition Neudérin Photographie (Paris)



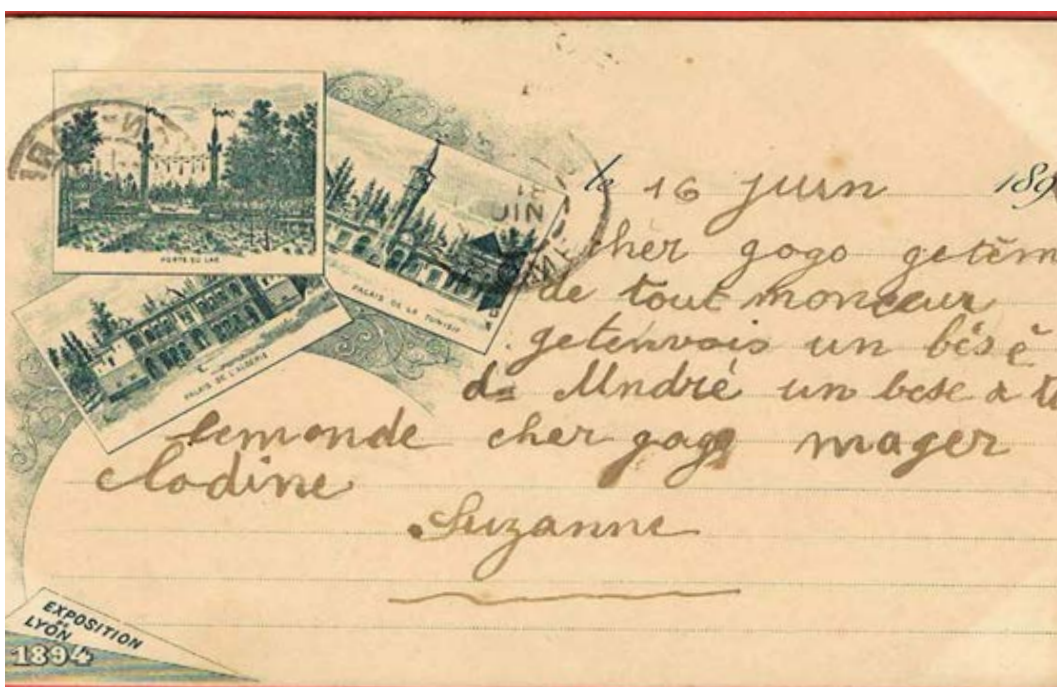
img. 32 Cartes postales paysagères, dites « cartes nuages », entre 1896 et 1904, édition Neudérin Photographie (Paris)



img. 34 Carte postale paysagère, dite « multivue » de Troyes, 1897, édition Ch. Gris (Troyes)



img. 35 Carte postale paysagère, dite « multivue », lancée dans le cadre de la série «Souvenirs de Marseille », 1892, Édition Dominique Piazza (Marseille)



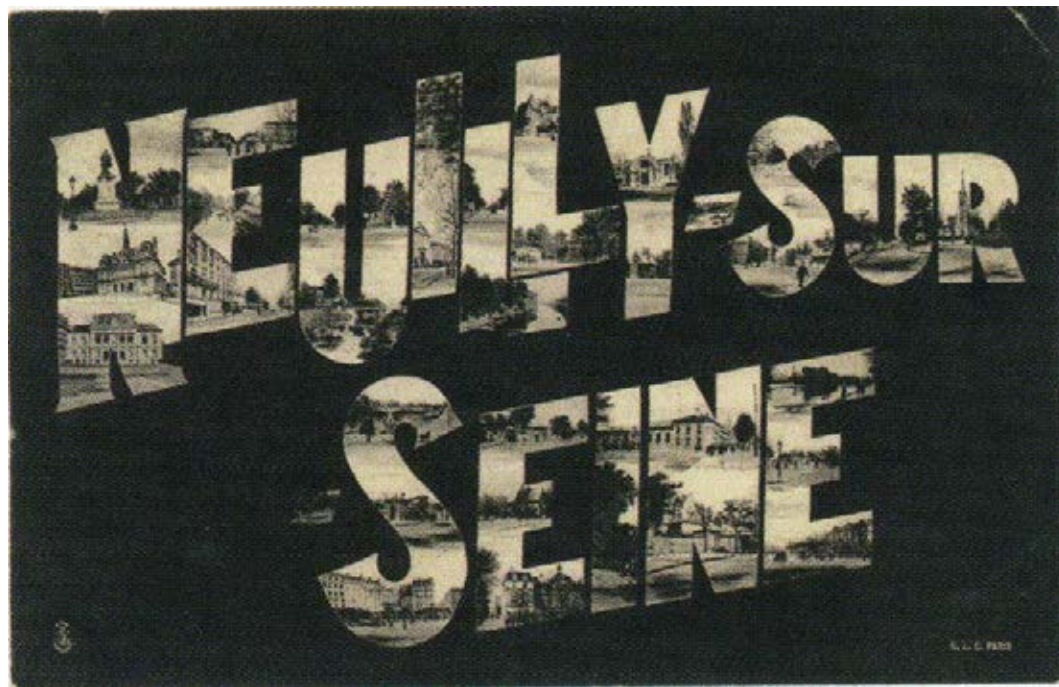
img. 36 Recto des cartes postales « multivues » imprimées à l'occasion de l'exposition Universelle de Lyon, 1894



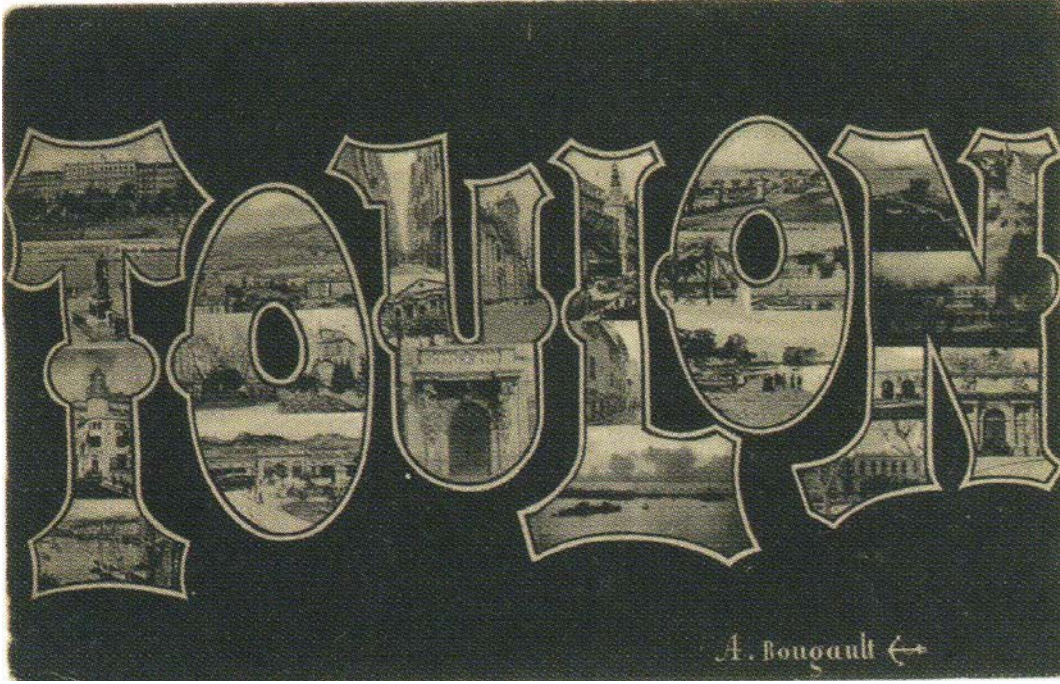
img. 36 Recto des cartes postales « multivues » imprimées à l'occasion de l'exposition Universelle de Lyon, édition B.Arnaud (Lyon - Paris), 1894



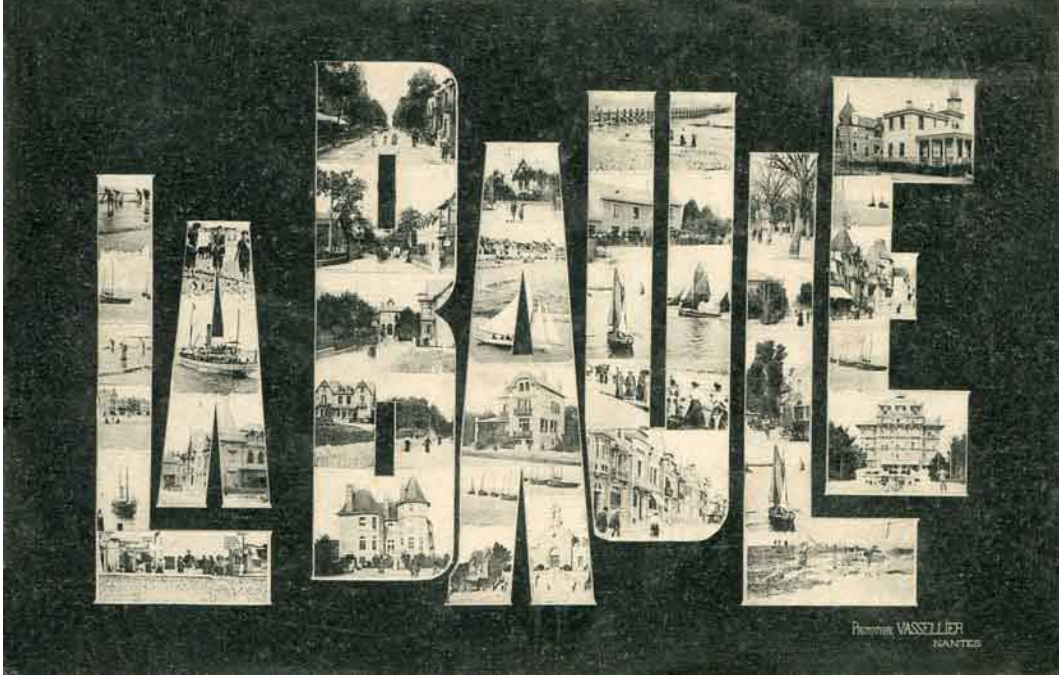
img. 37 Exemples de versos de « cartes postales en grosses lettres », édition E. Mary-Rousselière (Rennes)



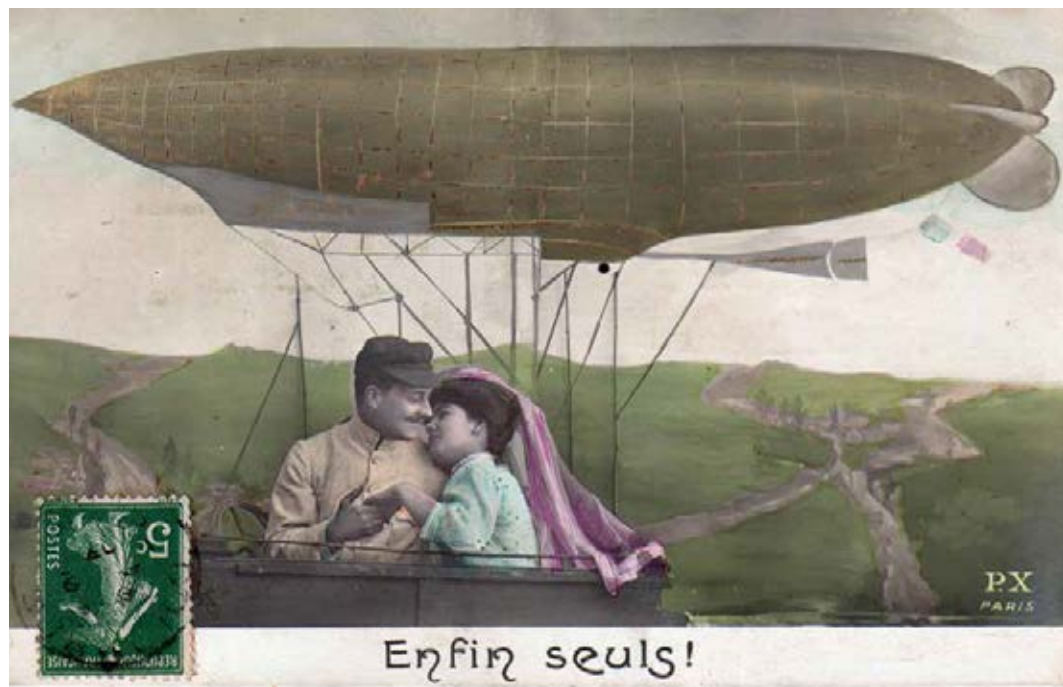
img. 37 Exemples de versos de « cartes postales en grosses lettres », édition SEC Paris (Paris)



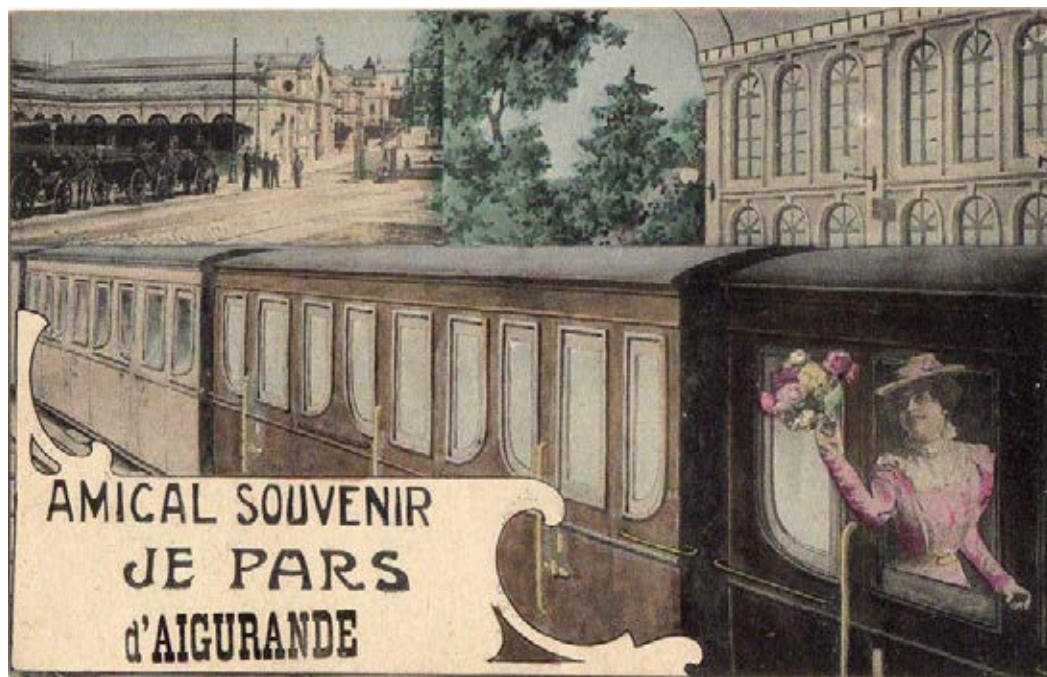
img. 37 Exemple de versos de « cartes postales en grosses lettres »,
édition A. Bougault (Toulon)



img. 37 Exemple de versos de « cartes postales en grosses lettres »,
édition Phototypie Vassellier (Nantes)



img. 38 Photo-montage sur carte postale, édition P.X (Paris), 1908



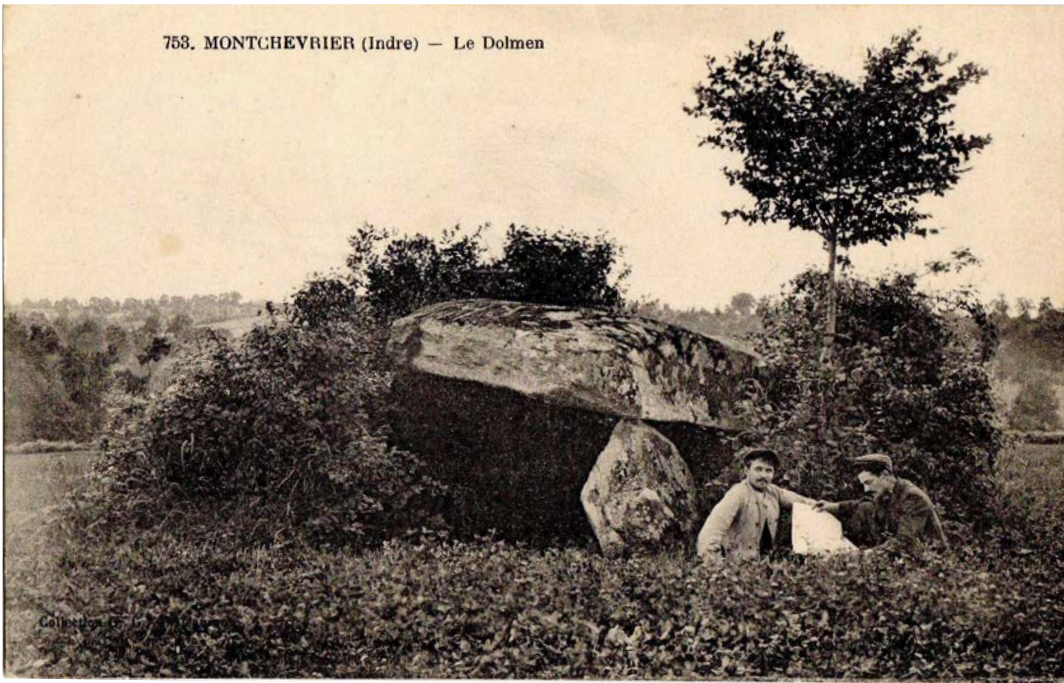
img. 40 Photo-montage sur carte postale, édition F. Laclau Aîné (Toulouse), 1912



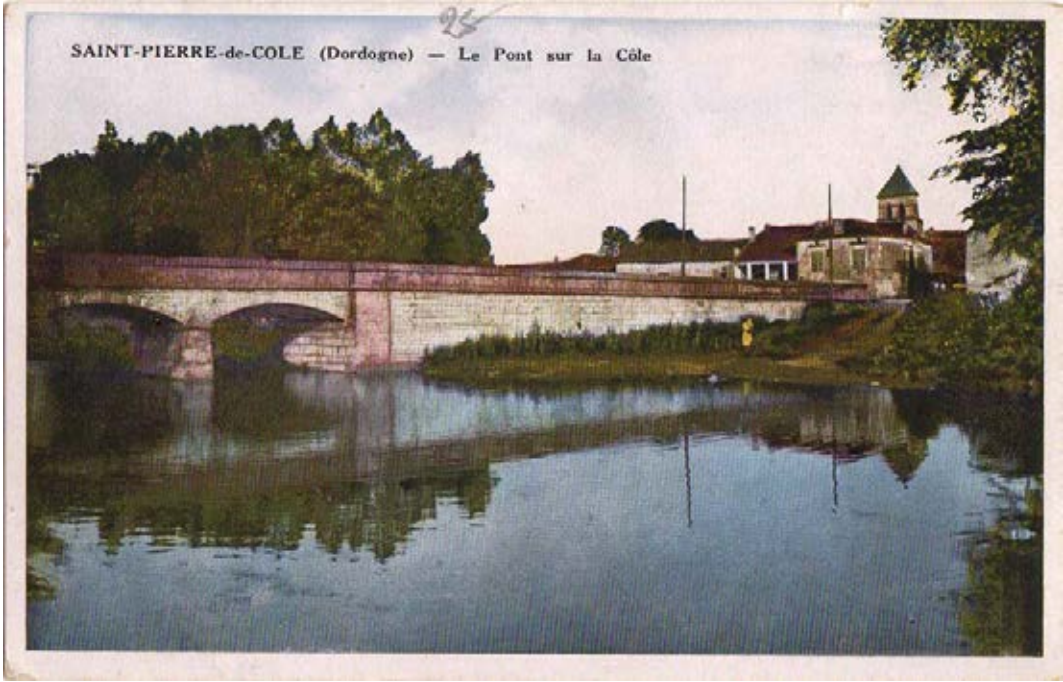
img. 39 Photo-montage sur carte postale, édition inconnu, 1913



img. 41 Carte postale de la ville de Bron (Rhône), édition S. F. (Lyon), 1919



img. 42 Cartes postales de la ville d'Aigurande (Indre), édition G. G et Fils (Châteauroux), 1929



img. 44 Carte postale de la ville de Saint-Pierre-de-Côle (Dordogne), Collection Lacour, Fabrication de Franç. Combier (Mâcon), 1934



img. 43 Cartes postales de la ville de Cannes (Alpes-Maritimes), édition inconnue, 1926



img. 45 Cartes postales de la ville de Cannes (Alpes-Maritimes), édition inconnue, 1938



img. 47 Carte postale de Royan (Charente-Maritime), édition Tito (Bordeaux), 1957



img. 49 Carte postale de Cannes (Alpes-Maritimes), édition inconnue, années 1960



img. 46 Carte postale d'Arcachon (Gironde), édition Iris (Bordeaux), 1954



img. 48 Carte postale de Royan (Charente-Maritime), édition Yvon (Paris), 1956



img. 50 Carte postale de la Promenade des Anglais (Nice), édition Yvon (Paris), 1964



img. 54 Carte postale de Haut-du-Lièvre (Nancy), édition Lapie (Paris), 1948



img. 51 Carte postale du quartier des Rives du Cher à Tours (Indre-et-Loire), édition Cim (Mâcon), 1965



img. 53 Série « Le meilleur des mondes », *Le Grand Ensemble*, Matthieu Pernot, 2006



img. 54 Série « Le meilleur des mondes », *Le Grand Ensemble*, Matthieu Pernot, 2006



img. 56 Carte postale de La Grande-Motte (Hérault), éditions de France (Marseille), 1984



img. 55 Série « Le meilleur des mondes », *Le Grand Ensemble*, Matthieu Pernot, 2006



img. 57 Carte postale des « Serpentina » de la cité des Courtilières à Pantin (Seine-Saint-Denis), édition *Lynna* (Paris), 1958



img. 58 Carte postale du quartier résidentiel « les Minguettes » de Vénissieux (Lyon), édition Gm (Mâcon), 1973



img. 59 Carte postale de la cité Gaston Roulaud, dite « Salengro », de Drancy (Seine-Saint-Denis), édition Alfr (Paris), 1966



img. 60 Série « Les témoins », *Le Grand Ensemble*, Matthieu Pernot, 2006



img. 60 Série « Les témoins », *Le Grand Ensemble*, Matthieu Pernot, 2006



img. 60 Série « Les témoins », *Le Grand Ensemble*, Matthieu Pernot, 2006



img. 61 Série *Vu*, documentation céline duval, 2015



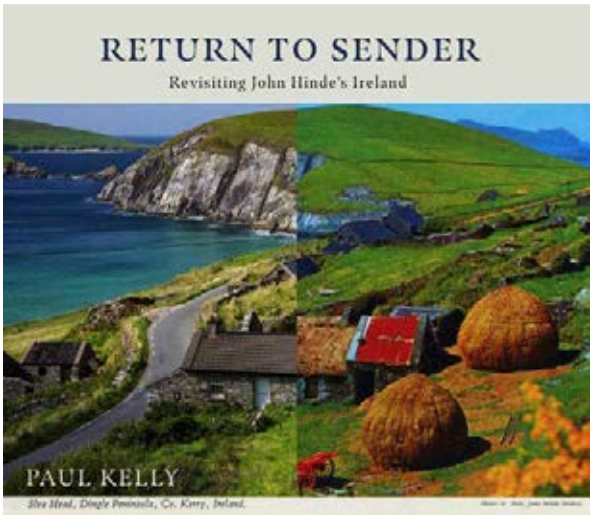
img. 61 Série *Vu*, documentation céline duval, 2015



img. 61 Série Vu/, documentation céline duval, 2015



img. 61 Série Vu/, documentation céline duval, 2015



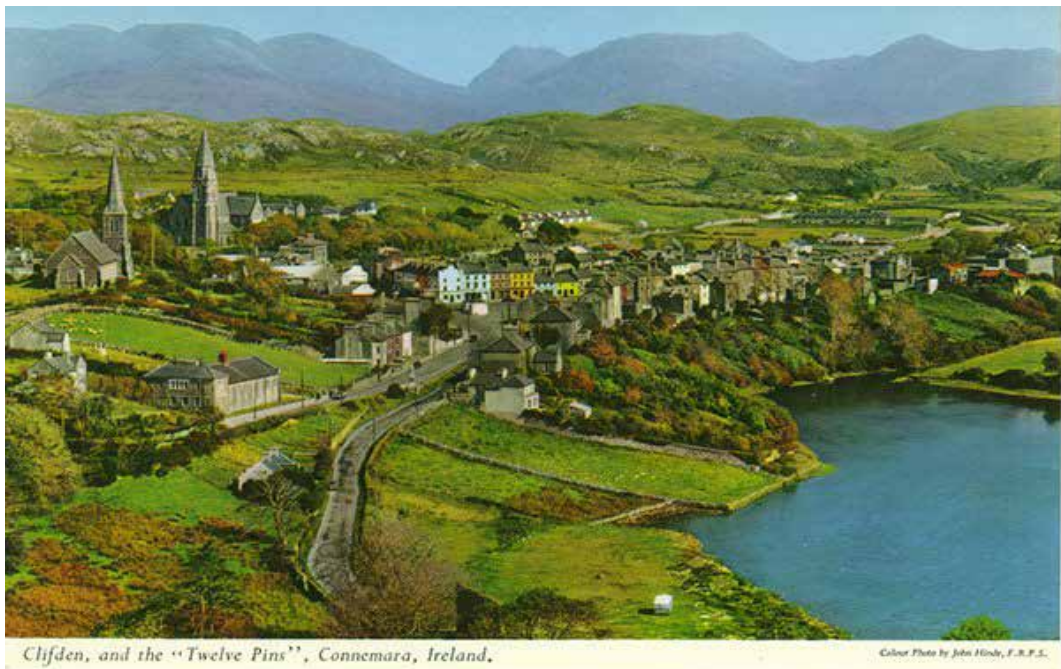
img. 62 Paul Kelly, *Return to Sender Revisiting John Hinde's*, édition Gill Books, 224 pages, 2019



img. 63 Carte postale de *Grafton Street, Dublin (Ireland)* par John Hinde réalisée dans les années 1960



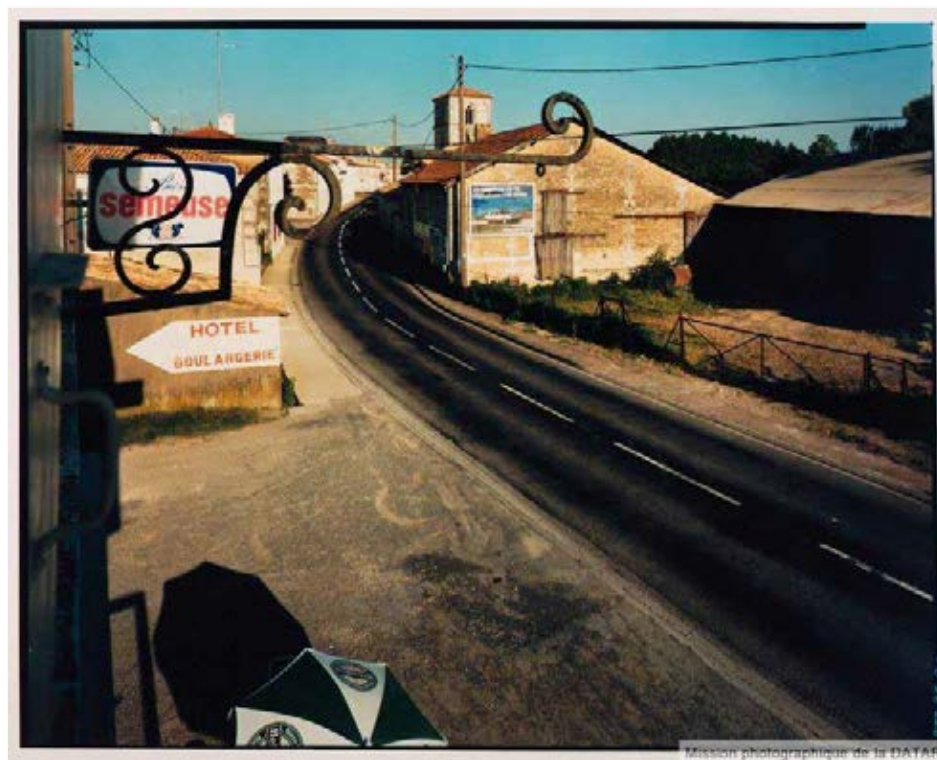
img. 64 Paul Kelly, *Return to Sender Revisiting John Hinde's*, photographie de Grafton Street, Dublin (Ireland), années 2010



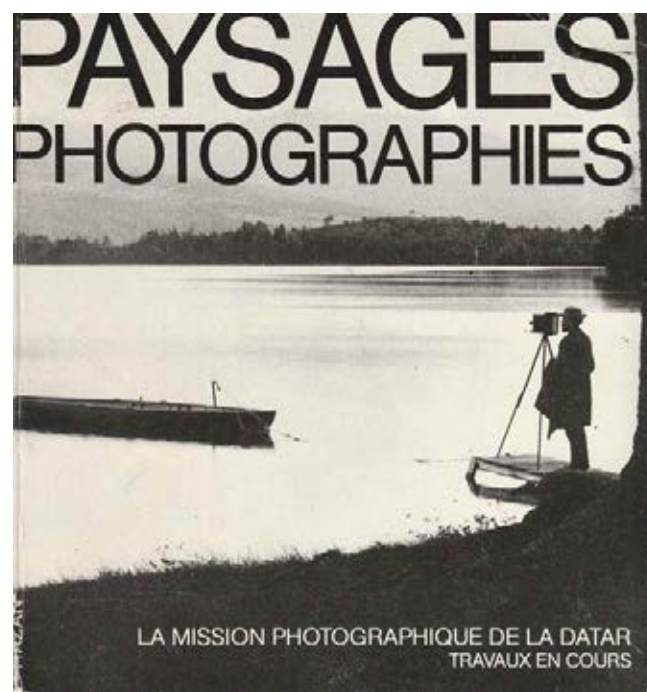
img. 65 Carte postale de Clifden, and the « Twelve Pins », Connemara (Ireland)
par John Hindle réalisée dans les années 1960



img. 66 Paul Kelly, Return to Sender Revisiting John Hindle's, photographie de Clifden,
Connemara (Ireland), années 2010



img. 69 Richard Pare, Série « Dans le sud ouest » Mission photographique de la Datar



img. 67 Paysages, photographies, travaux en cours, 1984-1985, Mission photographique de la Datar, Paris, Editions Hazan, 1985, 517 pages



img. 68 Robert Doisneau, série *Les banlieux aujourd'hui*, les banlieux et les villes, mission photographique de la Datar



img. 70 Albert Giordan, Série « Espaces commerciaux Midi », Mission photographique de la Datar.



img. 71 Sophie Ristelhueber, série *Villes & zones côtières Sud Est*, mission photographique de la Datar



img. 72 Alain Ceccaroli, série *Paysages de la route, des Alpes aux Pyrénées*, mission photographique de la Datar



img. 73 Carte postale de la Seine et le Tour Eiffel de la série « Paris en carte postale », édition Guy (Paris), années 1980



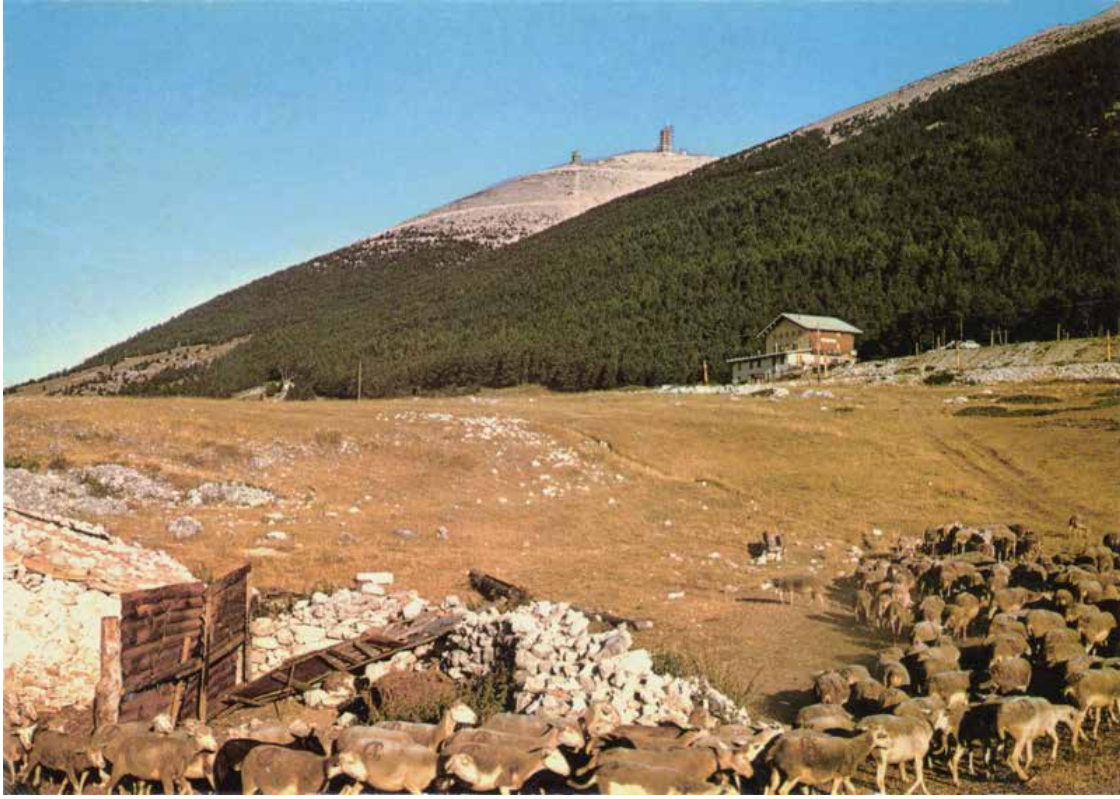
img. 74 Carte postale de l'Entrée du fort de Villeneuve-Saint-Georges (Val-de-Marne), édition Guy (Paris), 1980



img. 75 Carte postale du Louvre et du Jardin des Tuileries de la série « Paris et carte postale », édition *Lyna* (Paris), années 1980



img. 77 Carte postale d'une montagne des Alpes, édition *F. Francou* (Briançon), années 1970



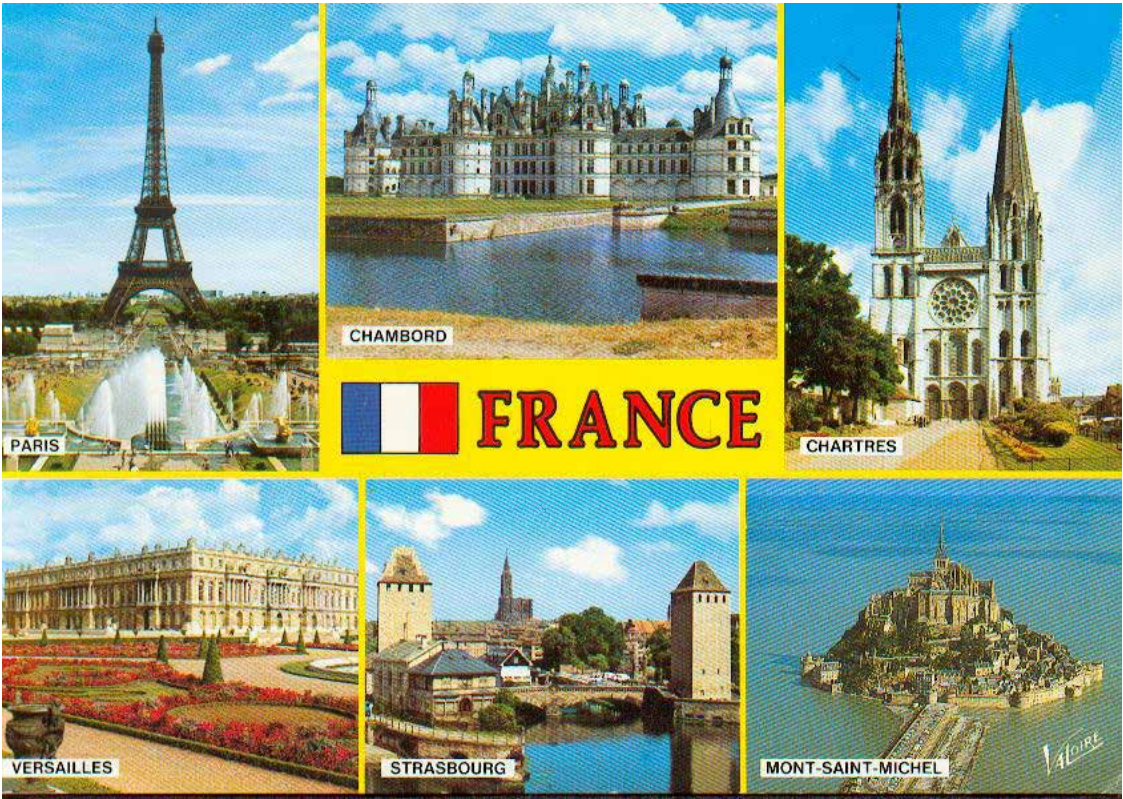
img. 78 Carte postale d'une bergerie sur un massif du Mont Ventoux, édition SL (Lyon), années 1980



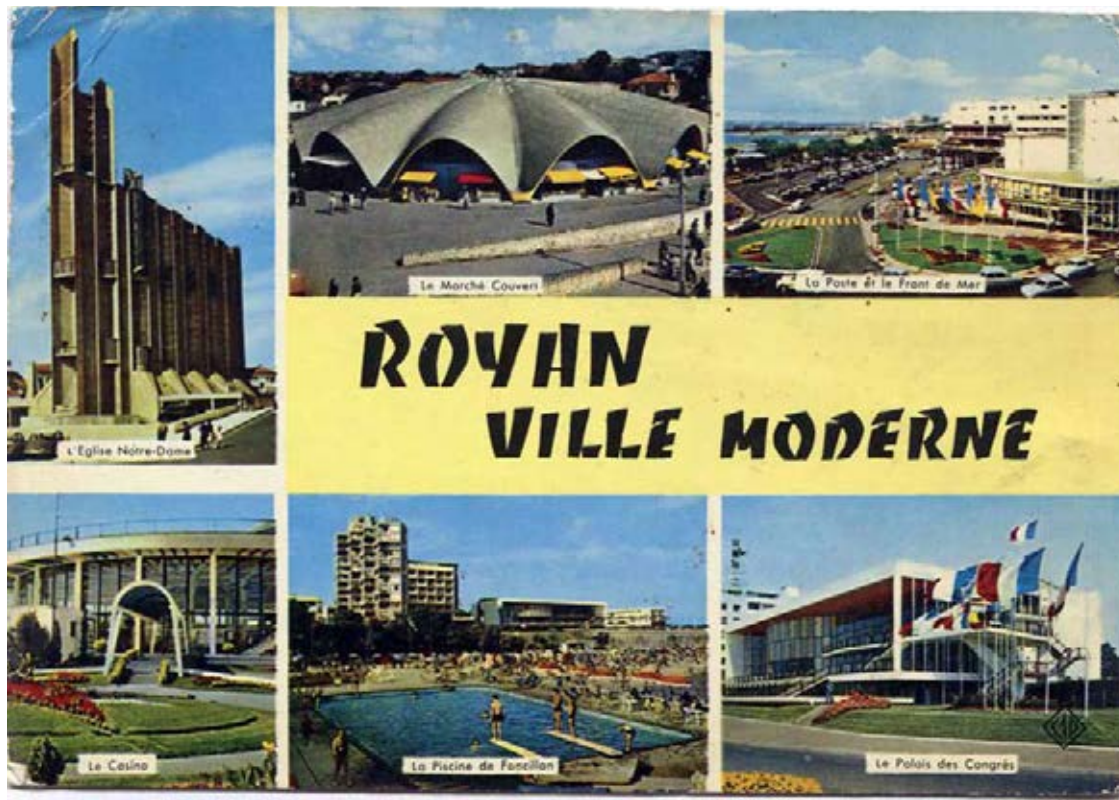
img. 76 Carte postale de la Carraponne et ses vignes Saint-Clément-sur-Guye (Saône-et-Loire), édition SL (Lyon), années 1970



img. 79 Carte postale du quartier des Merisiers à Trappes (Yvelines), édition Cina (Paris), années 1970



img. 81 Carte postale qui veut représenter la France aux pays étrangers, édition Valoire (Loir-et-Cher), années 1980



img. 80 Carte postale de Royan (Charente-Maritime), éditon Billaud (Royan), années 1960



img. 81 Carte postale de la ville de Vitry (Val-de-Marne), éditon Delaire (Val-de-Marne), années 1980



img. 84 Carte postale de la Provence, édition inconnue, 2007



img. 86 Carte postale de vues des Alpes (Savoie), édition Covini (Chambéry), 2014



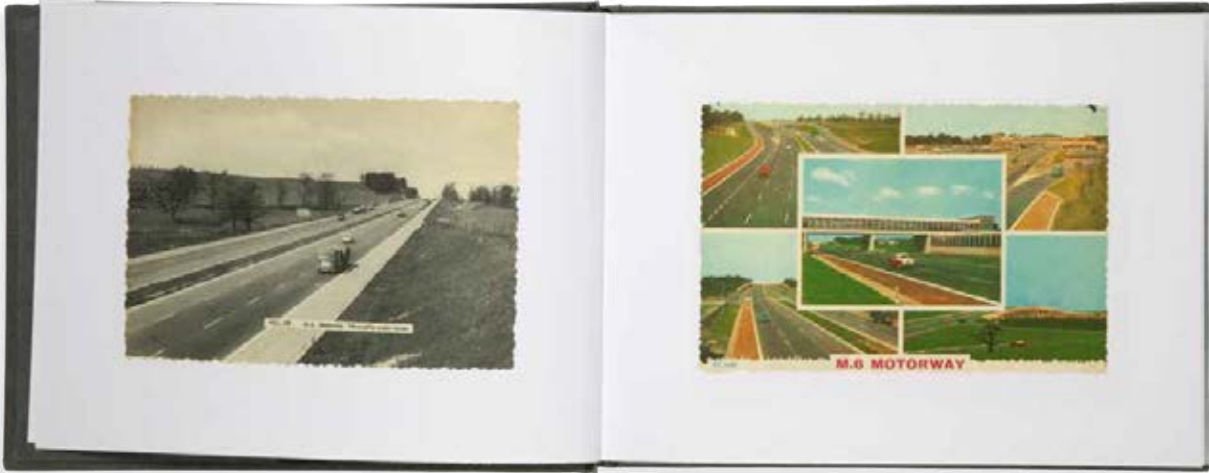
img. 83 Carte postale de Brem sur Mer (Vendée), édition Permalien (Niort), 2011



img. 85 Carte postale de pour la Côte atlantique, édition inconnue, 2016



img. 87 Martin Parr, *Boring Postcards*, édition Phaidon, 1999



img. 87 Martin Parr, *Boring Postcards*, édition Phaidon, 1999



img. 87 Martin Parr, *Boring Postcards*, édition Phaidon, 1999



img. 88 Carte postale tweetée par Renaud Epstein, 2019



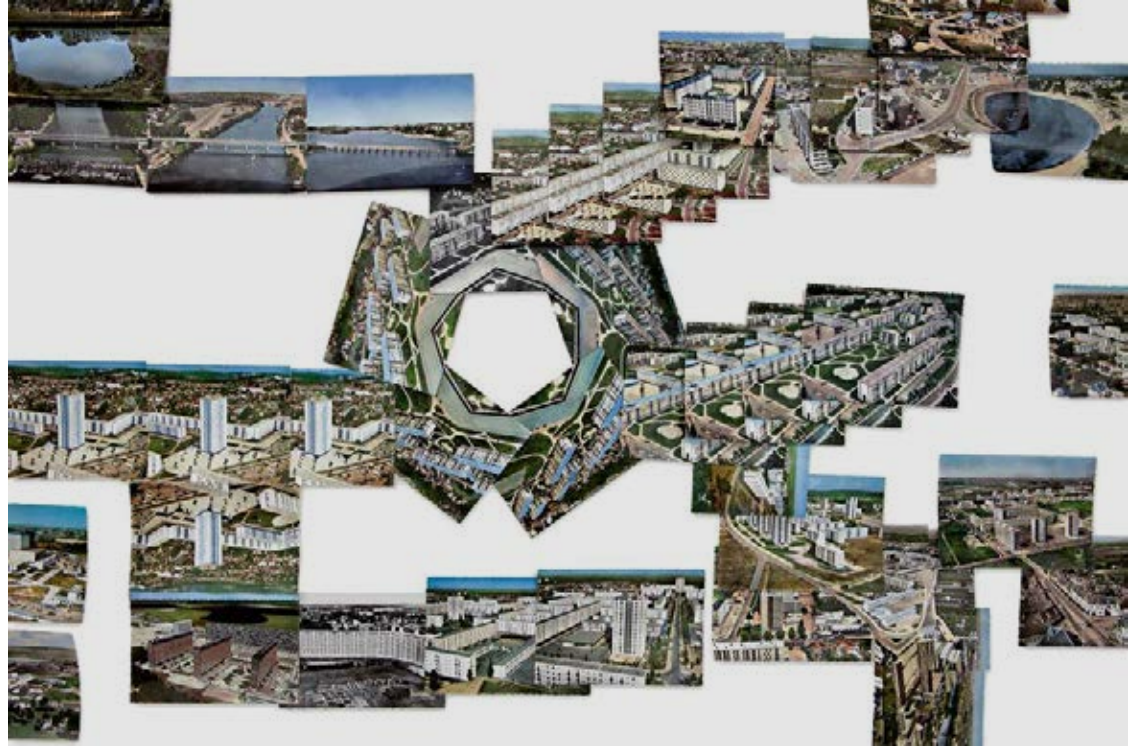
img. 88 Carte postale tweetée par Renaud Epstein, 2020



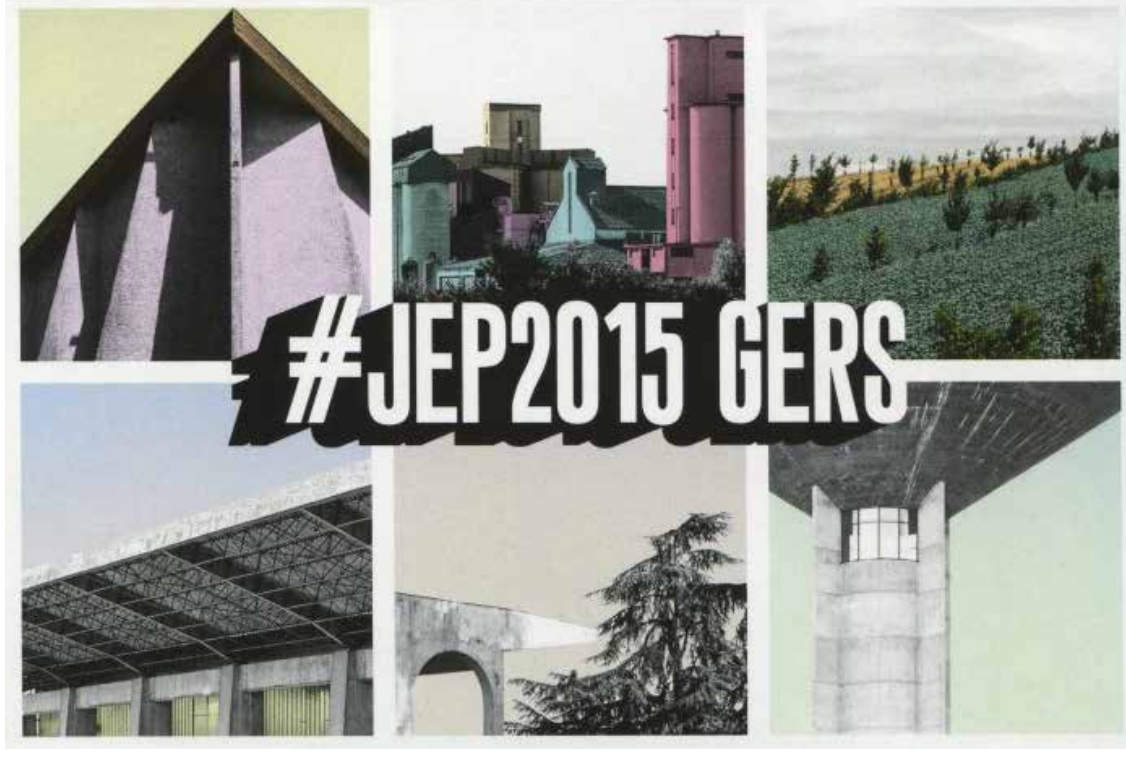
img. 88 Cartes postales tweetées par Renaud Epstein, 2020



img. 89 Portion de *Dorica Castra*, Matthieu Pernot, 2017



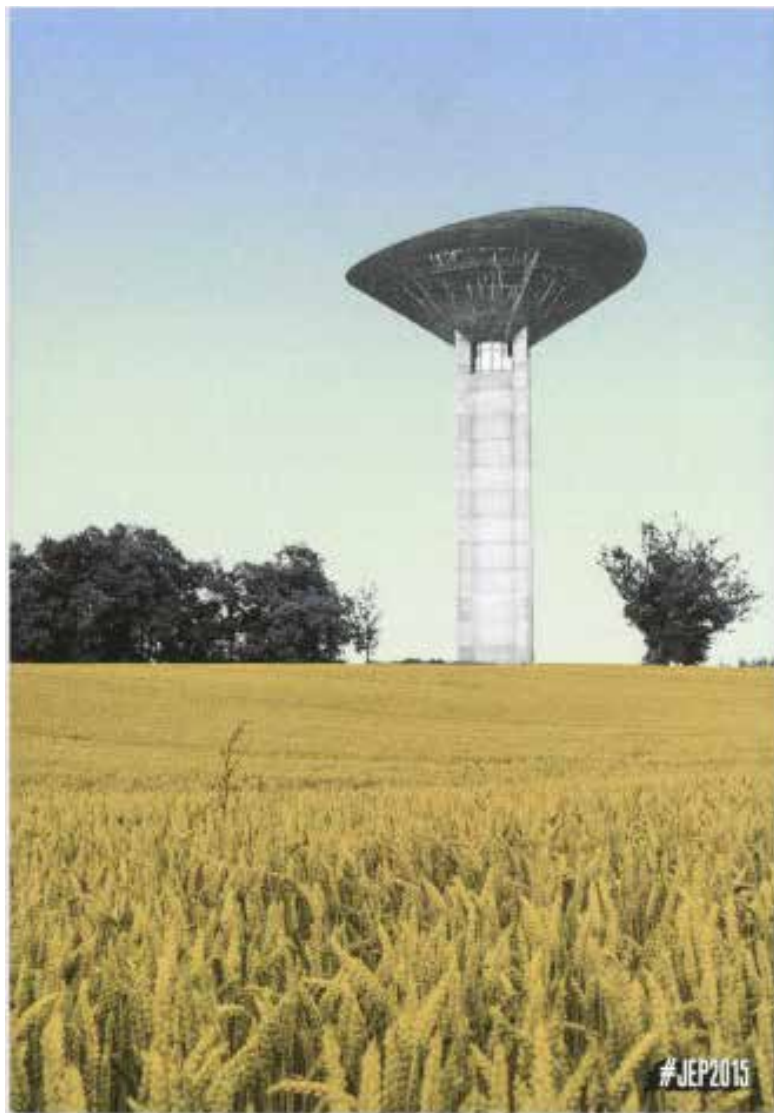
img. 89 Portion de *Dorica Castra*, Matthieu Pernot, 2017



img. 90 Cartes postales d'Antoine Séguin pour le département du Gers à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine, 2015



img. 90 Cartes postales d'Antoine Séguin pour le département du Gers à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine, 2015



img. 90 Cartes postales d'Antoine Séguin pour le département du Gers à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine, 2015



img. 90 Cartes postales d'Antoine Séguin pour le département du Gers à l'occasion des Journées Européennes du Patrimoine, 2015



img. 91 Exemple de carte postale de Plonk et Replonk, années 2000 et années 2010



img. 91 Exemple de carte postale de Plonk et Replonk, années 2000 et années 2010



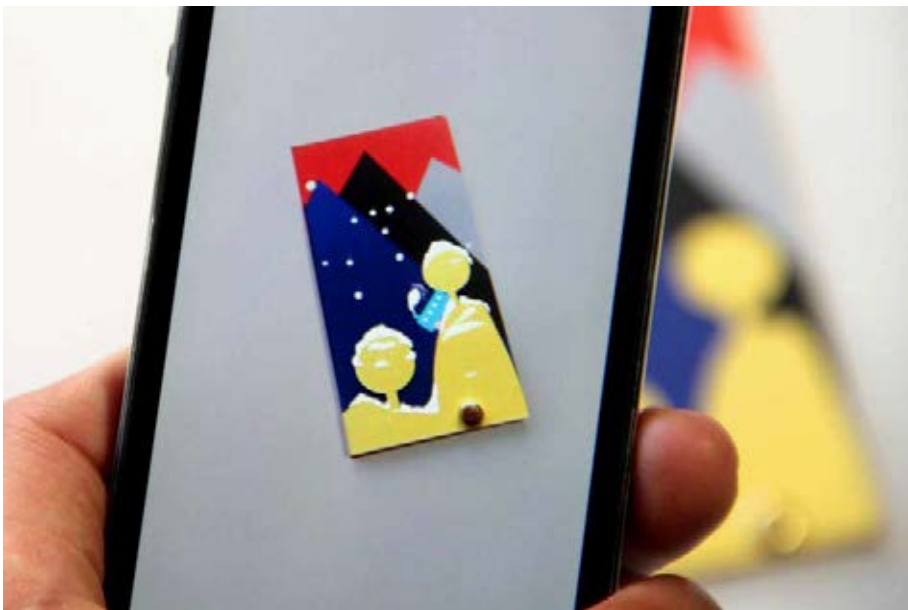
img. 91 Exemple de carte postale de Plonk et Replonk, 2013.



img. 91 Exemple de carte postale de Plonk et Replonk, 2020



img. 92. *Les aventures du petit train postal*, Julie Stephen Chheng, 2015



img. 92. *Les aventures du petit train postal*, Julie Stephen Chheng, 2015



img. 92. *Les aventures du petit train postal*, Julie Stephen Chheng, 2015

4	Avant-propos
6	Introduction
10	Naissance de la « photographie timbrée »
22	Changement dans le paysage
36	Nouvelle culture du territoire
52	Conclusion
54	Images
108	Sommaire
110	Bibliographie

13	Le monopole des postes
15	L'essor de la carte postale
18	L'âge d'or
25	De nouveaux horizons
28	Miroir de son époque
31	Naissance de l'« esthétique de carte postale »
39	La désillusion des missions photographiques
42	Nouveaux codes de carte postale
46	Renouvellement de la carte postale

BIBLIOGRAPHIE

- Angelica Ruffier, *Des cartes postales, .txt 1*, Ésad Grenoble-Valence (Sébastien Biniek, Matthieu Meyer, Morgan Prudhomme, Adrien Vasquez), Éditions B42, 115 pages, 2013
- Clément Chéroux, *Vernaculaires : Essais d'histoire de la photographie*, éditions Le Point du jour, 144 pages, 2013
- Guillaume Monsaingeon, *Villissima ! Des artistes et des villes*, Éditions Parenthèses, 190 pages, 2015
- Gisèle Freund, *Photographie et société*, Éditions du Seuil, Collection Points, Série Histoire, 216 pages, 1974
- Christian Malaurie, *L'ordinaire des images : puissances et pouvoirs de l'image de peu*, Paris, L'Harmattan, « Nouvelles études anthropologiques », 2015
- Albert Thinlot, Série d'article du n°72 à 78 dans le bulletin *Le cartophile*, Cercle Français des Collectionneurs de Cartes Postales (CFCCP)
- Gilles Mora, *Walker Evans en 15 questions*, Éditions Hazan, Collection L'art en question, 96 pages, 2017
- Raphaële Bertho et Héloïse Conésá, *Paysages Français Une aventure photographique 1884 - 2017*, Éditions BnF, 292 pages, 2017
- Christian Malaurie, *La carte postale photographique comme médiation territoriale*, L'exemple d'Arcachon. In: Communication et langages, n°130, 4e trimestre 2001. Dossier : Fonction éditoriale et Internet, pp. 70-85.

SITOGRAFIE

- youtube.com/watch?v=vscG7Vvzt3Y
- perseus.fr/doc/xxs_0294-1759_1984_num_2_1_1791_t1_0133_0000_4
- rencontres-arles.com/fr/expositions/view/779/cartes-postales
- focales.univ-st-etienne.fr/index.php?id=2022
- lesinrocks.com/2019/07/19/actualite/societe/chaque-jour-il-poste-une-vieille-carte-postale-de-zup-et-cest-fascinant/
- youtube.com/watch?v=tmyz5kdDm34
- nouvelobs.com/societe/20150723.OBS3060/la-carte-postale-devient-un-peu-militante-malgre-elle.html
- territoiredesimages.wordpress.com/2011/11/03/linjonction-paysagere/
- beauxarts.com/expos/la-carte-postale-ou-lart-supreme-du-cliche/
- imagesource.com/instagram-john-hinde-exhibition-photographers-gallery/
- apr-philatelie.pagesperso-orange.fr/Pages/Articles/Expo%20Histoire%20CP.pdf
- museedelacartepostale.fr/origines-carte-postale/
- canal-u.tv/video/citeres/daniele_meaux_des_uvres_enquetes.49341
- etapes.com/les-aventures-du-petit-train-postal-des-cartes-postales-qui-s-animent/

CONFÉRENCE

L'illusion tranquille
François Deladerrière
ÉSAD Pyrénées
17 décembre 2019

REMERCIEMENTS

Je remercie mes professeurs référents, Alexandra Aïn et Charles Gautier, pour m'avoir conseillée et aidée dans ma réflexion.

Je remercie également Perrine Saint Martin, David Coste et Natacha Détré de m'avoir aidée dans mes recherches pour cet écrit.

Bien le
Bonjour De



8

TOUR EIFFEL
5me Etage
20 Mars 1889

CARTE POSTALE



Ce côté est exclusivement réservé à l'adresse.

Monsieur le
Marchand

Pour mes vœux de bonne année, j'ai voulu
 mettre en circulation des cartes postales et
 deux lots — vous serez enchantés, j'en
 suis sûr — de cette marque d'ordre de mes part-
 tributions pas à ma paresse! nous
 verrons les mang très-cordialement à
 Paris.

Louis Guérin

Stasbourg 12 mai 1893

N° 23212 - Biarritz (cliché : J. Thouand)

Ce côté est exclusivement réservé à l'adresse

M

a utiliser seulement dans le régime intérieur (FRANCE, ALGÉRIE et TUNISIE)

Adresse du Destinataire

M

N° 26508 - Pyrénées-Béarn 10