

# PUBLICITE des ANNEES 30

## FRANCE TOURISME

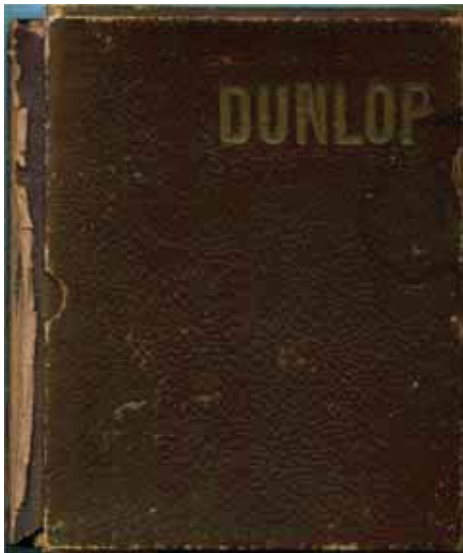
Entre 1927 et 1932 le Service Géographique de l'Armée réalise en collaboration avec EPOC des séries de cartes routières publicitaires, qui sont diffusées gratuitement aux automobilistes. Le financement de ces cartes repose essentiellement sur les publicités dont le dos est couvert, il existe plusieurs variantes de ces cartes, suivant les années, de nombreuses marques sont représentées sur ces publicités : Shell, Cointreau, Hispano Suiza, Cigarettes Turq, Dunlop, ...), les dessins de ces publicités sont typiques des années 30, Elles sont superbes, réalisées par les artistes de l'époque. Ces publicités nous font revivre une époque révolue, mais dont l'ambiance, nous fait encore rêver.

Ces cartes correspondaient à des régions touristiques comme :

**En 1928 :**  
la Côte d'Azur,  
les Châteaux de la Loire,  
la Normandie,  
les Pyrénées et la côte Basque,  
la Route des Alpes.

**En 1929 :**  
la Corse, l'Alsace, Les Champs de Bataille,  
La Bretagne,  
l'Auvergne.

**Par la suite :**  
Bougogne,  
Paris Nord,...



## LE BOITIER

Les cartes étaient parfois réunies dans un boîtier, comme le boîtier Dunlop ci-dessus. C'est un boîtier cartonné qui contenait plusieurs cartes.



## EPOC

EPOC est une société spécialisée dans l'affichage et l'édition publicitaire; Elle réalise notamment l'affichage dans les Gares sur Paris et le Réseau féré du Nord, ainsi que sur le réseau des transports parisiens de la T.C.R.P. (autobus et tramways). Elle trouve de nouveaux débouchés publicitaires en travaillant avec le Service Géographique de l'Armée. Celui-ci cherchant par cette démarche à faire mieux connaître ces cartes à moindre coût.



## MODIFICATION DES CARTES

Ces cartes étaient extrapolées des cartes officielles du Service Géographique de l'Armée au 1/200000e, mais pour les rendre utilisables par les automobilistes, des modifications ont été apportées : numérotation des routes, kilométrage entre les villes, les courbes de niveau ont aussi été

atténuées et l'estompage du relief a été amélioré. Les cartes étaient offertes gratuitement et distribuées par le Touring Club de France et les associations touristiques et probablement aussi par les annonceurs principaux comme Dunlop et Shell.

Chaque carte était publiée entre 20000 et 30000 exemplaires.





## PUBLICITE POUR HERMES

Le grand luxe est mis en avant, les années 20 ont été des périodes fastes pour la haute bourgeoisie industrielle, qui trouvait dans ces marques de grand luxe les emblèmes de sa réussite. L'automobile en étant l'aspect le plus visible. Les années 30 seront beaucoup plus difficiles, les suites du craque boursier de 1929 et les revendications de 1936, viendront limiter ces richesses et pour finir une guerre.



## OMEGA SIX

Une des marques de voiture de prestige des années 20 qui ne survivra pas.



## MOTO-NAPHTA

Moto-Naphta est un terme, qui était déjà employé avant 1897, par la société Steline.





## ARCHITECTURE DES STATIONS

L'architecture des stations service a ses modes et certaines périodes comme les années 30 et 60 ont été prolifiques en modèles originaux. Cette station avec son bidon d'huile géant est très sympathique, c'est une des multiples idées des marques d'essence pour attirer la clientèle et se distinguer des autres, à un moment où la concurrence est rude, sur un marché très prometteur et en forte progression. Si dans vos archives vous retrouvez des photos de stations originales, de ces monuments disparus de la route, faites nous en profiter, nous les publie-



## LES BIDONS DE 5 LITRES

L'essence depuis les tous débuts de l'automobile à été distribuée dans des bidons de 5 litres en tôle, comme sur le dessin du haut à droite, les premières pompes sont à main avec le plus souvent des jauges en verre pour à la fois mesurer les quantités distribuées, mais aussi pour en apprécier la pureté, ce sont les américains qui sont le plus en avance dans ce domaine avec des fabricants comme Tokheim qui est toujours actuellement en activité.



## TABAC

Marque disparue la régie turque nous évoque aussi l'exotisme, c'est la période de toutes ces grandes expéditions automobiles qui traversent les déserts sur tous les continents.

Le texte en bas ne nous est plus compréhensible, jeu de mots, lieu de rencontre?

## SHELL UN LEADER

Shell est une des marques leader, elle fait beaucoup de publicité à cette période pour maintenir sa place, à la suite de cette présence sur les cartes S.G.A., la marque participera activement au lancement d'une nouvelle marque de cartes, qui débute en 1930, la marque Foldex et son fameux système original de pliage.



## HOTCHKISS

Dans cette grande fresque l'artiste nous fait rêver d'exotisme avec cette ambiance d'Afrique du nord, et le nom dans le sillage de l'automobile, nous transmet une impression de vitesse et de puissance.

## CHAQUE ANNEES DE NOUVELLES PUBLICITES

Plusieurs séries de publicités ont été réalisées sur ces cartes, chaque année des séries différentes. Celles qui sont présentées ici sont extraites de ces différentes versions. Les illustrateurs de ces publicités n'ont pas tous laissé leur nom, voici quelques unes de leurs signatures : A. Malusson qui travaillait pour la société EPOC, P. V. pour les illustrations Shell et un certain G. B.

P. P.