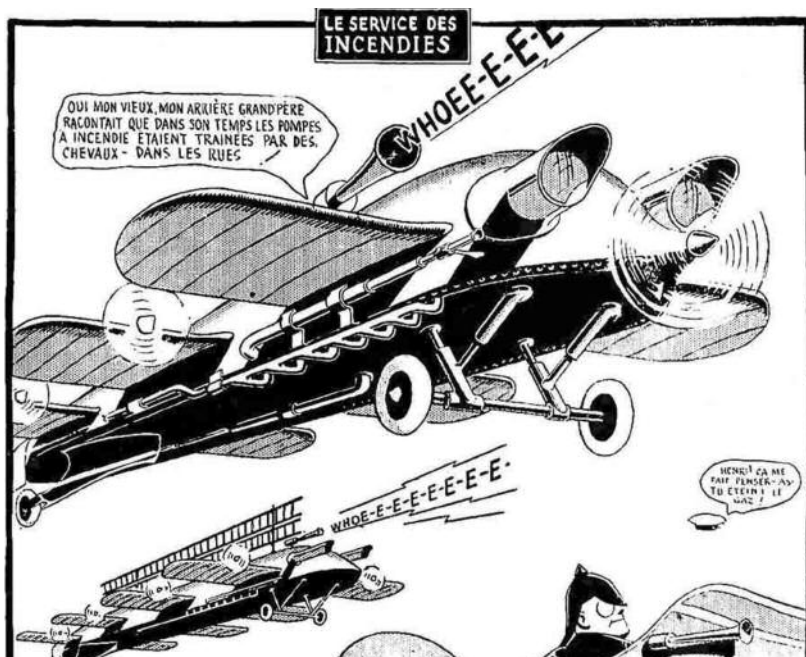


# Les affiches futuristes de George Louis Cumine



Par Guy Gaudreau<sup>1</sup>

Le 1<sup>er</sup> février 1930, la brasserie Frontenac de Montréal<sup>2</sup> lançait dans les journaux francophones et anglophones du Québec une campagne publicitaire intitulée « Dans cent ans d'ici », « One hundred years from now ». La conception de ces trente affiches futuristes est confiée à l'illustrateur George Louis Cumine.

1. Guy Gaudreau est professeur émérite de l'Université Laurentienne de Sudbury.
2. L'entreprise avait été absorbée en 1926 par un regroupement de brasseurs appelé la National Breweries Co. qui avait pour leader la brasserie Dow et principal concurrent la brasserie Molson.

Si les publicitaires font régulièrement appel au passé dans l'élaboration de leur publicité, comme dans ce slogan « La bière que votre arrière-grand-père buvait »<sup>3</sup>, rares sont celles qui se projettent dans l'avenir<sup>4</sup>. Or ce n'est pas la première fois que la brasserie Frontenac sort des sentiers battus en matière de marketing. Elle avait été une des premières à commanditer une émission de radio dès 1923, soit un an à peine après l'ouverture du poste CKAC de Montréal. Lors de sa précédente campagne publicitaire, elle avait également innové en confiant sa publicité au caricaturiste Ernest Le Messurier qui avait présenté à sa manière une « revue d'actualité » fort originale.

Les affiches publicitaires de Cumine, qui ont vraisemblablement été commandées en décembre 1929 ou en janvier 1930, constituent un témoin privilégié des aspirations de la société québécoise et canadienne alors que nous sommes dans un tournant de l'histoire canadienne et que la crise commence à provoquer ses effets dévastateurs sur les plans économique, social et politique. On rêve encore à un monde meilleur grisé par les années folles qui ont inspiré certains contours des affiches avec son urbanisation galopante et ses progrès technologiques. Les thèmes abordés par Cumine sont nombreux et mériteraient une reproduction de l'ensemble de la série. Nous nous limiterons à son traitement futuriste du monde du travail.

## **Vue d'ensemble**

Quand on examine l'ensemble des sujets traités dans cette série, on est d'abord frappé par l'omniprésence des scènes aériennes et du thème du voyage : en direction de la lune, de l'Europe qu'on peut rejoindre

---

3. Ce slogan publicitaire de la brasserie Molson, lancé en 1927, sera repris dans les années 1930.

4. Selon l'examen des publicités publiées dans deux hebdomadaires maskoutains entre 1920 et 1970 (*Le Courrier de Saint-Hyacinthe* et *Le Clairon*), il y aurait eu fort peu de campagnes publicitaires futuristes au Québec au cours de cette période; la seule autre connue serait celle de la compagnie Seagram intitulée « Les hommes qui pensent à demain » et diffusée en 1944.

également par voie sous-marine et de Mars que Wells a si bien popularisé avec sa *Guerre des mondes* en 1898. On y trouve aussi des évocations futuristes d'événements annuels: Pâques, le déménagement du 1<sup>er</sup> mai, la Saint-Jean-Baptiste et bien sûr, la Fête du travail. La société de 2030 offre beaucoup de temps libre de sorte que les loisirs abondent comme le golf, les parcs d'amusement, les excursions en dirigeables – c'est à l'été 1930 que le R-100 traverse l'Atlantique pour venir à Montréal – et les pique-niques.

Ces affiches, en version originale anglaise ou en traduction ont été publiées presque une fois par semaine pendant huit mois. Elles paraissent en général simultanément un peu partout au Québec. Leurs titres sont on ne peut plus évocateurs.

- |   |  |
|---|--|
| 1 <i>Delivering the Olde Brew</i>                   | 15 <i>A Picnic on Mars</i>             |
| 2 <i>The Traffic Policemen</i>                      | 16 <i>Living High</i>                  |
| 3 <i>A Hearty Meal in the Year 2030</i>             | 17 <i>Amusement Park</i>               |
| 4 <i>The Fire Department</i>                        | 18 <i>The Political Meeting</i>        |
| 5 <i>The Hot Dog Stand on the road to Mars</i>      | 19 <i>The St-Jean-Baptiste Parade</i>  |
| 6 <i>The Scenic Under Water Route to Europe</i>     | 20 <i>Lost</i>                         |
| 7 <i>The Weather-Control Station</i>                | 21 <i>At the Summer Cottage</i>        |
| 8 <i>The Under-Sea Antique Shop</i>                 | 22 <i>The Moonlight Excursion</i>      |
| 9 <i>Dropping off at London</i>                     | 23 <i>The Tramp</i>                    |
| 10 <i>The Robot Maid Gets a Screw Loose</i>         | 24 <i>The Castaway</i>                 |
| 11 <i>Fresh Easter Eggs from the Mechanical Hen</i> | 25 <i>A Trip the Moon</i>              |
| 12 <i>The Game of Air Golf</i>                      | 26 <i>The Road Hog</i>                 |
| 13 <i>Moving Day</i>                                | 27 <i>Labor Day</i>                    |
| 14 <i>The Boys go on a Fishing Trip to Mars</i>     | 28 <i>The Inventor</i>                 |
|   | 29 <i>A Visitor from Another World</i> |
|   | 30 <i>The Book Agent</i>               |
|   | 31 <i>Street Music</i>                 |

## Le travail en 2030

### À la maison de campagne

Dans *À la maison de campagne*, la capacité d'anticipation de Cumine s'exprime avec éclat. Le principal protagoniste, en train de se baigner, discute néanmoins d'un contrat et de ses actions en bourse avec son courtier. Il dispose de moyens de communication audiovisuels à distance dont une télévision interactive<sup>5</sup>. On assiste en quelque sorte à une scène de télétravail, au grand dam de l'épouse. Le domestique aimerait bien profiter de la baisse du cours des actions de sorte que rien dans la scène



5. Rappelons que la première transmission publique de télévision a eu lieu en 1926 et que Cumine a amorcé des études d'ingénieur.

ne laisse voir le traumatisme attribué au crash boursier de 1929. On ne semble pas encore en crise en juin 1930.

## La servante automate se détraque

L'affiche *La servante-automate se détraque* met en scène un automate qui rappelle le robot du film *Metropolis* de Fritz Lang paru en 1927. La famille l'utilise pour servir de la bière et effectuer diverses tâches domestiques, comme cela a commencé timidement à se produire aujourd'hui. La machine a besoin d'ajustements techniques d'où cet appel à l'agence

LA SERVANTE-AUTOMATE SE DÉTRAQUE

SI JE POUVAIS SEULEMENT RESSERRER CETTE VIS, JE CROIS QUE TOUT S'ARRANGERAIT

ALLO! EST-CE BIEN L'AGENCE MODERNE DES AUTOMATES? VOICI CE QU'IL Y'A — NOTRE SERVANTE EST COMPLÈTEMENT DÉTRAQUÉE! OUI, ELLE EST COMME ENRAGÉE — CASSE TOUT, VAISSELLE, VERRES — ET MÊME UNE PLEINE CHASSE DE FRONTENAC!

JE VAIS TOUJOURS SAUVER CELLES-CI DU DÉSASTRE! C'EST CLAIR QU'ELLE NE SAIT PAS APPRÉCIER UNE BONNE CHOSE!

CIEL! MAI QUI PENSAIS QU'ELLE SERAIT UTILE DANS LA MAISON!

ET VOILÀ! ELLE EST MAINTENANT REMISE D'APLOMB DEPUIS QUE JE LUI AI RESSERRÉ CETTE VIS. NATURELLEMENT, NOUS SERONS HEUREUX DE PAYER LES DOMMAGES — SURTOUT DE REMPLACER LA FRONTENAC!

**Frontenac**  
Olde Brew  
Ale

des automates. Tous les personnages sont chauves, choix qu'a fait Cumine pour tous les personnages de la série. C'est sa façon de montrer le développement considérable des cerveaux humains libérés des tâches et du travail physique.

## La Fête du travail

Dans cette affiche, publiée à la veille de la fête du Travail de 1930, Cumine aborde de front la question du travail par l'utilisation des dialogues. Parlant d'une grande fabrique, un des protagonistes affirme : « On y emploie 5 000 cerveaux et toutes sortes de machines qui font le travail. » Un autre lance : « Je suis le seul à faire un travail manuel ici. C'est moi qui pousse sur le bouton. » La mécanisation aurait ainsi permis à l'homme de s'affranchir des tâches physiques au profit de tâches intellectuelles et

--- ET JE LUI DIS :  
"COMMENT, MOI FAIRE  
ÇA AVEC MES MAINS ?  
ET LES MACHINES  
QU'EST-CE QUE TU  
EN FAIS ? ON EST  
PLUS EN 1830 TU SAIS !"

OUI, C'EST UNE  
GRANDE FABRIQUE  
ON Y EMPLOIE  
5000 CERVEAUX  
ET TOUTES SORTES  
DE MACHINES  
POUR FAIRE LE  
TRAVAIL.

JE SOIS LE SEUL À  
FAIRE UN TRAVAIL  
MANUEL ICI - C'EST  
MOI QUI PRESSE  
LE BOUTON QUI  
MET TOUT EN  
MARCHÉ

PENSE DONC - COMME IL DOIT  
AIMER SA FRONTENAC !

LES BOSSÉS QUE  
TU LUI VOIS SUR  
LES BRAS  
S'APPELLENT  
DES MUSCLES.

EST-CE QU'ON A TOUT  
APPORTÉ ? VOYONS -  
FRONTENAC, LA FEMME  
LES ENFANTS, LE  
LUNCH, LES LIÈGES -  
ET LA  
FRONTENAC  
ÇA VA ?

DANS CE TEMPS-LÀ  
LES HOMMES  
TRAVAILLAIENT  
AUJOURD'HUI QUE  
LE CERVEAU FAIT  
TOUT ON NE PEUT PLUS  
BATTER UNE MOULE.

DANS  
100  
ANS D'ICI  
*La Fête  
du Travail*

FRONTENAC  
PIQUE-TOURNE

Après avoir bien travaillé !  
il n'y a rien comme une bouteille de-

**Frontenac** Olde Brew Ale

PENDANT  
MES  
VACANCES  
JE M'EN VAIS  
FAIRE UN  
PEU DE MARTEAU. APRÈS,  
JE PRENDRAI UNE  
BOUTEILLE  
DE

AVIS  
NOUS ENVOYÉS  
DOIVENT NE TRAVAILLER  
AUCUN LEVÉ L'UN  
LES MACHINES DOIVENT  
FAIRE UN  
LE RESTE

des loisirs. L'humanité a même oublié ce dont avaient l'air les muscles d'un homme qui travaillait au pic et à la pelle! Quel beau rêve!

Progressivement toutefois, la vision optimiste de Cumine fait place à des perspectives plus sombres. Est-ce que ce sont les pertes d'emplois – le taux de chômage au Québec passe de 7,7% à 14% entre 1929 et 1930 et atteint 26% en 1932 – et la misère qui s'ensuit qui l'amènent à dessiner, vers la fin de la série, deux affiches nettement plus sombres dont les figures centrales sont en situation de charité.

### Le chemineau et le musicien ambulant

La première affiche met en scène un chemineau sans travail, archétype de la crise des années 1930; la deuxième, un musicien ambulant. Le



dessinateur a laissé libre cours à son imagination, car ces personnages ne représentent pas la clientèle cible du brasseur. La misère et la déveine se devinent par des ballons rapiécés, des barbes mal rasées et des équipements de fortune. Leur situation fait contraste avec le bien-être des habitants des gratte-ciel. *Le musicien ambulante* est la trente et unième affiche de la série et met fin à cette campagne publicitaire signée Cumine.

**DANS 100 ANS D'ICI**

*Le Musicien Ambulant*

SI J'AIME CHOPIN, NON, J'AIMERAIS MIEUX UNE CHOPINE DE FRONTENAC.

O SOLE MIO!

CHÉRI, CETTE MUSIQUE ME DONNE LA MORTALGIE! ALLONS DONC VOIR MAMAN.

HEÛ! L'AMI - CHANTEZ-NOUS DONC UNE BONNE VIEILLE CHANSON D'AUTREFOIS, COMME "OUI, NOUS N'AVONS PLUS DE BANANES".

BONG BONG BONG

CA AU MOINS C'EST AGREABLE - UN PEU DE MUSIQUE CLASSIQUE ET UNE BONNE BOUTEILLE DE FRONTENAC!

**La Frontenac met une note agréable en toute occasion.**

**Frontenac** Olde Brew Ale

CUMINE

31



## **Que reste-t-il des rêves de Cumine**

Les dessins de Cumine révèlent que La Grande dépression n'est pas encore installée au début de l'année 1930 au moment de leur diffusion. L'illustrateur s'inspire encore de l'idée de progrès enfantée par les années 1920 d'où sans doute cette vision optimiste du futur très présente dans les premiers mois de la campagne. Par analogie, on pourrait dire que dans les années 1960, on était également convaincu que de profonds changements allaient survenir et que la société évoluerait rapidement. Un même optimisme anime Cumine quand il commence ses dessins quelque part au début des années 1930. Puis, les beaux rêves s'effondrent et Cumine pressent, dès l'été 1930, les drames sociaux que provoquera la gangrène du chômage.

Si la crise des années 1930 a autant marqué l'imaginaire c'est que, comme le montrent les dessins de Cumine, les années folles animées d'une foi inébranlable dans le progrès technologique avaient fait naître de grandes espérances. La réalité de la crise a provoqué un profond désenchantement. Le choc a été brutal et mémorable. Les 31 affiches créées par Cumine pour la série *Dans cent ans d'ici* témoignent de ce moment charnière.

### ***Une invitation***

*Pour mieux apprécier le travail de George Cumine, je vous invite à consulter mon site à [guygaudreau.com/plan\\_publications.html](http://guygaudreau.com/plan_publications.html). Toutes les affiches en anglais et en français y ont été mises en ligne. La version française a été nettoyée avec soin pour assurer une meilleure mise en valeur. Je remercie la compagnie Molson d'avoir autorisé leur reproduction.*