

Naar zee!

À la plage!

To the Beach!

NAAR ZEE!

Belgische kustaffiches
1886 – 1965

Collectie
Roland
Florizoone

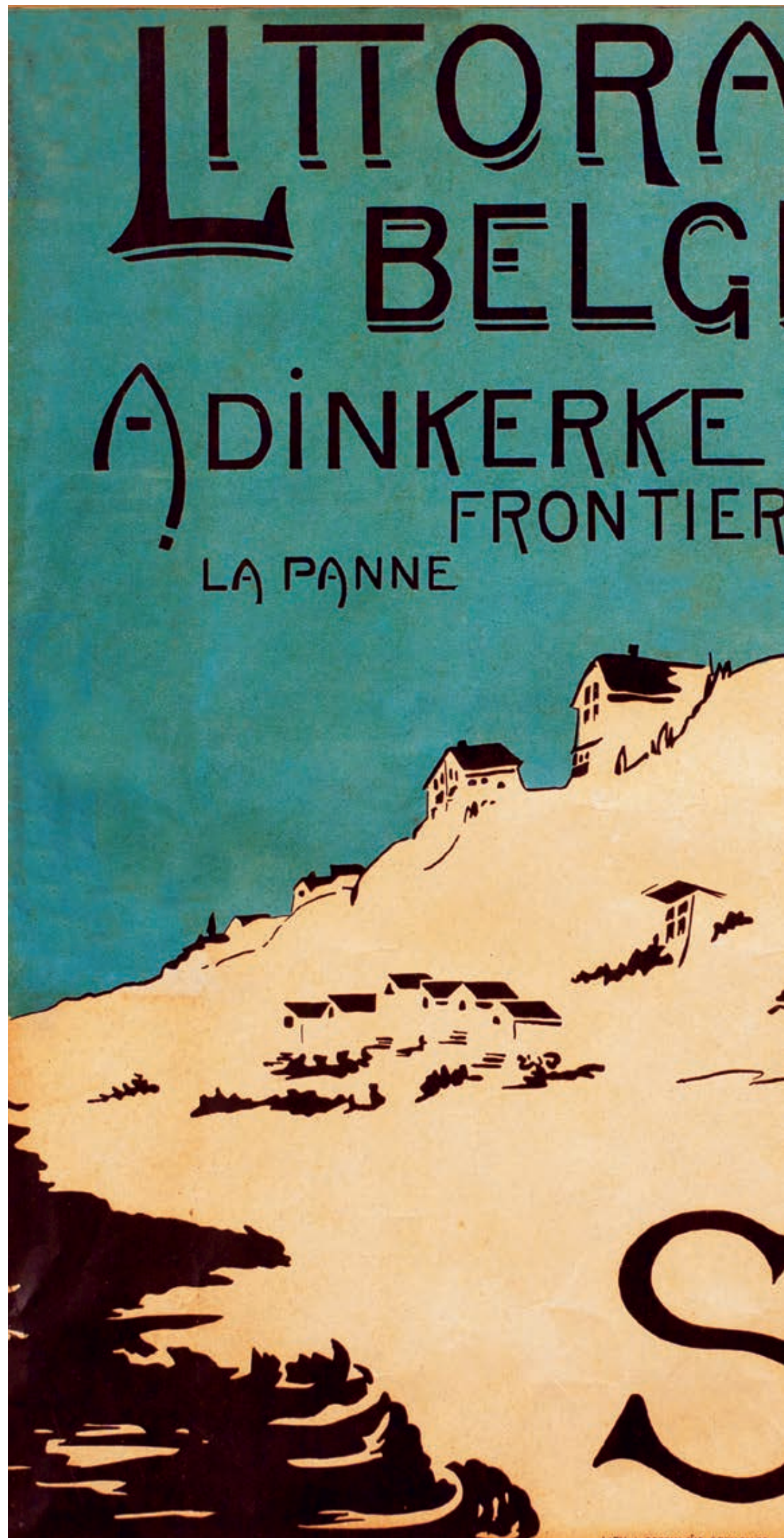
Tekst: Karl Scheerlinck

À LA PLAGE!

Affiches de
la Côte belge

TO THE BEACH!

Belgian
Seaside Posters



AL
E
E



Plage desbald

Alfred Kneif
Bruxelles

NL

Iedereen naar zee!

Het kusttoerisme is zo oud als dit landje aan de Noordzee zelf. Sinds 'het betaald verlof' en de democratisering van het reizen behoort een verblijf aan zee tot het collectieve geheugen van vele Belgen. Iedereen heeft wel fijne herinneringen aan een trip naar of een vakantie ergens tussen Knokke en De Panne. Zoals we de mooiste souvenirs bestendigen in bevallige foto's, stellen ook beeldaffiches onze memorie scherp. Sterker nog, hun ideaaltypische weergave kleurt onze gedachten gunstiger dan de realiteit zelf dat kan. Reclame laat de pleziertijd vroeger starten en langduriger uitdijen. Een verzameldrang naar Belgische kustaffiches mag dan ook niet verbazen.

Jaagden in eigen tijd collectioneurs op stukken wegens hun esthetiek of de signatuur van een bekende kunstenaar, dan wijzigden de beweegredenen in het laatste kwart van vorige eeuw. Samen met Roland Florizoone, van wie we hier de privécollectie presenteren, waren velen fan van de eigen woon- of favoriete badplaats. Via die geografische insteek ontdekte men een variatie aan stijlen, namen en voorstellingen. Dat voedde de honger naar meer, ook buiten de gemeentegrenzen.

Selectiecriteria verschillen onderling. Toch valt het op dat velen inzetten op een zo ruim mogelijke afbakening. Speelt de al bij al beperkte gebiedsomschrijving hierin mee? Frankrijk bijvoorbeeld telt meer dan één kust...

'De Belgische kustaffiches' van dit boek dekken verschillende ladingen. Er zijn allereerst de zuiver toeristische promotiebiljetten voor deze of gene locatie met haar vaste infrastructuur. In 2003 beperkte een tentoonstelling (en bijbehorende publicatie) zich tot deze focus: *Afficheskunst aan zee. Een eeuw Belgische kustaffiches 1887-1970*. Maar de badplaatsen vergastten bezoekers en bewoners eveneens op tijdelijke attracties. Ook de promotiebiljetten voor die culturele of sportieve evenementen nam Roland Florizoone op in zijn eerste boek over het onderwerp, dat in 1992 verscheen: *Affiches van de Belgische kust 1890-1950*.

Wie in dit land het woord 'zee' uitspreekt, hoort gelijk de lokroep van de andere kant, Engeland. Een echte kustafficheverzamelaar deinst niet terug voor een uitbreiding naar de veerverbindingen vanuit Oostende of Zeebrugge. Zo ook Florizoone niet, die er in zijn publicatie van 1992 naast de tweede ook deze derde categorie bij nam. Dat resulteerde toen in 104 affiches uit eigen bezit. Vandaag staan er 201 stuks op de teller. Terwijl *Afficheskunst aan zee* de volledigheid voor de zuiver toeristische affiches nastreefde, mikt de huidige uitgave voor geen enkel van de subgenres op volledigheid. Door de veelheid aan verzamelmotieven kan dat ook niet.

FR

Tous à la mer !

Le tourisme à la Côte belge est aussi ancien que ce petit pays du littoral lui-même. Depuis l'existence des « congés payés » et la démocratisation des voyages, les vacances à la mer du Nord font partie de la mémoire collective de nombreux Belges. Qui n'a gardé en mémoire de bons souvenirs d'une excursion ou d'un séjour quelque part entre Knokke et La Panne ? Si nous conservons nos plus beaux souvenirs sur de jolies photos, les affiches nous permettent aussi de garder des images en mémoire. La représentation idéale qu'elles renvoient marque même nos souvenirs davantage encore que la réalité elle-même. Grâce aux publicités, le plaisir démarre plus tôt et se prolonge plus longtemps. Rien d'étonnant dès lors à ce que certains collectionnent les affiches de la Côte belge.

Si, à l'époque, les collectionneurs recherchaient des pièces pour leur esthétique ou la signature d'un artiste connu, les motivations ont évolué au dernier quart du siècle dernier. À l'instar de Roland Florizoone, dont nous présentons ici la collection privée, certains sont de véritables fans de leur lieu de résidence ou de leur station balnéaire. En se laissant ainsi guider par la géographie dans le monde des affiches de la Côte belge, on découvre toute une variété de styles, de noms et de représentations. Ces découvertes donnent envie d'aller voir plus loin, y compris au-delà des frontières communales.

Les critères de sélection diffèrent d'un collectionneur à l'autre. Il est toutefois frappant de constater que nombre d'entre eux veillent à englober une zone géographique la plus large possible. Doit-on ce phénomène au fait que la Côte belge soit déjà un territoire limité ? La France, par exemple, compte plusieurs régions côtières...

« Les affiches de la Côte belge » de ce livre sont de différents types. Tout d'abord, les affiches de promotion touristique pure, qui valorisent tel ou tel lieu et ses infrastructures permanentes. En 2003, une exposition (associée à une publication) a été consacrée à ce thème : *Afficheskunst aan zee. Een eeuw Belgische kustaffiches 1887-1970* [L'art de l'affiche au bord de la mer. Un siècle d'affiches de la Côte belge 1887-1970]. Mais les stations balnéaires accueillent également visiteurs et résidents avec des attractions éphémères. Roland Florizoone a repris les affiches de promotion de ces événements culturels et sportifs dans le premier ouvrage qu'il a publié sur le sujet, paru en 1992 : *Affiches de la Côte belge 1890-1950*.

Quiconque dans ce pays prononce le mot « mer » entend immédiatement l'appel de l'autre rive, l'Angleterre. Un vrai collectionneur d'affiches côtières ne craint pas d'étendre sa collection aux liaisons par ferry depuis Ostende ou Zeebrugge. Florizoone n'y fait pas exception : il a ajouté cette

EN

Everyone to the beach!

Coastal tourism is as old as this little country on the North Sea itself. Since the introduction of 'paid leave' and the democratisation of travel, spending time by the sea has been part of the collective memory of many Belgians. Everyone has fond recollections of a trip or a holiday to somewhere between Knokke and De Panne. Just as we keep the most beautiful souvenirs alive in charming photos, pictorial posters also keep our memories sharp. Indeed, their idealised and quintessential images will colour our thoughts more favourably than reality ever could. Advertising makes that pleasurable time start earlier and last longer. A passion for collecting Belgian seaside posters should therefore come as no surprise.

If, in their day, collectors hunted for pieces because of their aesthetics or the signature of a well-known artist, these motives changed in the final quarter of the last century. Like Roland Florizoone, whose private collection we present here, many collectors are fans of their hometown or favourite seaside resort. A variety of styles, names and depictions is often discovered through this geographical approach. It whets the appetite for more, and also for works relating to places beyond municipal boundaries. Selection criteria will differ. Nevertheless, it is striking how many collectors aim for the broadest possible range. Does the fairly limited size of the country play a role in this? France, for example, has more than one coastline...

The 'Belgian seaside posters' in this book fall into various categories. In the first instance, there are the purely promotional tourist adverts for one or other location with its fixed infrastructure. In 2003, an exhibition (and associated publication) limited itself to this topic: *Afficheskunst aan zee. Een eeuw Belgische kustaffiches 1887-1970* [Poster art by the sea. A century of Belgian seaside posters 1887-1970]. But the seaside resorts also treated visitors and residents to temporary attractions. Roland Florizoone included the promotional posters for these cultural or sporting events in his first book on the subject, which appeared in 1992: *Affiches van de Belgische kust 1890-1950* [Posters from the Belgian coast 1890-1950]. Whoever utters the word 'sea' in this country immediately hears the lure from the other side – England. A true seaside poster collector does not shy away from branching out to the ferry connections from Ostend or Zeebrugge. Neither did Florizoone, who, in his 1992 publication, included this third category alongside the second. At that time, this amounted to 104 posters from his personal collection. Today, there are 201. While *Afficheskunst aan zee* strived for completeness for the purely

Terug naar de pioniersdagen

De constructie van een spoorwegnet en trambaan of de vestiging van een koninklijke residentie droegen bij tot het succes van mondaine én modeste badplaatsen. Ook voor de reclame was een belangrijke rol weggelegd. Aanvankelijk waren de aanplakbiljetten sober van snit: typografische druksels met een dienstregeling van de treinen. Vanaf de late jaren 1880 creëerden veelkleurige lithografische beeldaffiches een betoverend effect.

Oostende en Blankenberge plaatsten eerst hun orders bij gespecialiseerde drukkersbedrijven in Parijs (pp. 137, 166-167, 173, 254-255), maar al gauw leverde het kruim van de drukkerijen en tekenaars uit Luik, Brussel, Antwerpen, Gent, Doornik en Brugge de promotieprenten. Het thermale toerisme werd overwegend uitgebouwd door kapitaalkrachtige ondernemers uit het binnenland, die eerstelijnscontacten onderhielden met de lithobedrijven en avant-gardekunstenaars die het affiche in België hoog aanzien verleend hadden. Zo ontstonden bij De Rycker & Mendel, Goossens, Mertens en Bénard pareltjes van art-nouveauontwerpen, getekend Cassiers (pp. 68-69, 162-163), Meunier (pp. 76-77), Gaudy (pp. 112-113), Duyck en Crespin (pp. 52-53, 74, 86, 102-103, 216). Soms verkoos men een verdienstelijke schilder of architect uit de eigen omgeving zonder specifieke publiciteitservaring.

De wisselende iconografie weerspiegelt zowel de veranderende zeden en gewoonten van de bezoeker als de economische belangen van de gastheer. In dit boek switchen we tussen het entertainment voor

troisième catégorie dans sa publication de 1992. À l'époque, 104 affiches étaient en sa possession. Aujourd'hui, le compteur en affiche 201. Alors que *Affichkunst aan zee* pouvait prétendre à l'exhaustivité pour les affiches purement touristiques, le présent ouvrage ne vise à l'intégralité pour aucun des sous-genres. Impossible en effet d'être complet, tant les thèmes sont multiples.

Retour à l'époque des pionniers

La construction d'un réseau de chemins de fer et de trams, ou l'installation d'une résidence royale contribuèrent au succès des stations balnéaires, tant mondaines que modestes. La publicité joua également un rôle important. Les premières affiches sont sobres, mentionnant simplement les horaires de train. À partir de la fin des années 1880, elles commencent à charmer davantage grâce à des lithographies très colorées.

Au début, Ostende et Blankenberge commandaient leurs affiches chez des imprimeurs spécialisés à Paris (pp. 137, 166-167, 173, 254-255), mais elles en confièrent bientôt la réalisation aux meilleurs imprimeurs et illustrateurs de Liège, Bruxelles, Anvers, Gand, Tournai et Bruges. Le tourisme thermal se développa principalement sous l'impulsion de riches entrepreneurs de l'intérieur du pays, qui entretenaient des contacts privilégiés avec les lithographes et les artistes d'avant-garde qui avaient propulsé l'affiche, en Belgique, à une place prestigieuse. De magnifiques projets Art nouveau sont ainsi nés chez De Rycker & Mendel, Goossens, Mertens et Bénard, signés Cassiers (pp. 68-69, 162-163), Meunier (pp. 76-

touristic posters, the current publication does not aim for this in any of the subgenres. It is impossible due to the myriad themes.

Back to the pioneer days

The construction of a railway network and tramway or the establishment of a royal residence contributed to the success of both fashionable and more modest seaside resorts. Advertising also played an important role. Initially, posters were sober in style: typographic prints with train timetables. Starting in the late 1880s, however, multicoloured lithographic posters with images had a mesmerising effect.

Ostend and Blankenberge placed their first orders with specialised printing companies in Paris (pp. 137, 166-167, 173, 254-255), but the cream of printers and illustrators from Liège, Brussels, Antwerp, Ghent, Tournai and Bruges were soon supplying promotional advertisements. Thermal tourism was largely developed by wealthy entrepreneurs inland, who maintained first-line contacts with the lithograph companies and avant-garde artists who had contributed to the poster's high standing in Belgium. Hence the gems of Art Nouveau design by Cassiers (pp. 68-69, 162-163), Meunier (pp. 76-77), Gaudy (pp. 112-113), Duyck and Crespin (pp. 52-53, 74, 86, 102-103, 216). Occasionally, a deserving painter or architect from their own local area but without specific publicity experience, was chosen.

The changing iconography reflects both the evolving mores and customs of the visitor and the economic interests of the host. In this book, we alternate between the



Henri Cassiers, school illustration, *De kust en de Duinen*, 60 x 100 cm, (1907)



Keith Haring, poster *Casino Knokke 87*, 70 x 50 cm, 1987

zee levendig (p. 205) en De Panne pakte uit met schilders van het IJzerfront of de Westkust (p. 200). Behalve het Meli Park in Adinkerke (pp. 192, 193) waren weinig attracties afgestemd op het jonge volkje.

Vaste waarden vormden het carnaval in Oostende en de garnaalfeesten in Oostduinkerke: evenementen geënt op lokale tradities die met hun specifieke promotieaffiches mikten op een veel breder publiek, ook buiten de gemeentegrenzen (pp. 211, 212-213, 214, 220-221, 222, 223, 234, 235, 236, 237).

Terwijl de publiciteit voor activiteiten met een bovenregionaal bereik doorgaans uitbesteed werd aan gerenommeerde drukkerijen en/of tekenaars uit het binnenland, richtte men zich voor de lokale evenementen tot West-Vlaamse firma's en grafici.

Men bereikt het best de kust met den spoorweg!

Bepalend voor de doorbraak van de kustplaatsen was hun ontsluiting via de trein en, stukje bij beetje, de tram. Zo gaf in De Haan de ontwikkeling van de buurtspoorweg de aanzet voor de omvorming van landelijk gehucht tot toeristisch oord. Spoorwegmaatschappijen waren zelf ook gebaat bij een grote belangstelling voor de vakantiebestemmingen. Een onmiskenbaar voordeel daarbij vormden het net van afficheerplaatsen in de eigen Belgische stations en de ruilmogelijkheden met buitenlandse maatschappijen.

De weergave van netkaarten of de vermelding van vervoersorganisaties leidde tot de verkeerde duiding van deze affiches als 'spoorwegplakkaten'. Die wijdverspreide misvatting duikt ook op in themapublicaties. Op enkele specifieke uitzonderingen na (zie verder) trad het gemeentebestuur of een lokale nv op als initiatiefnemer en financier van de promobiljetten. Grote spelers als Oostende en Blankenberge bedisselden gunstige (lees: gratis) aanplakvoorwaarden. Onderdeel van de deal vormde de weergave van de dienstregelingen. Van de vroegste affiches hadden die met de bevoorrechte partner Chemin de Fer du Nord de grootste oplage, maar er waren ook exemplaren met vertrekstaten uit andere stations voor bijvoorbeeld Compagnie des Chemins de Fer de la Flandre Occidentale, Grand Central Belge of London Chatham and Dover (pp. 254-255). Doordat die tevens in theaters en tijdingenzalen terechtkwamen, verwierven de spoorwegmaatschappijen ook via die weg extra bekendheid.

'Echte' spoorwegaffiches (begrijp: uitgegeven door de vervoersmaatschappij zelf) bestonden ook. Vanaf de twintigste eeuw brachten ze de gehele kustregio onder de aandacht (pp. 27, 28, 33, 58, 130). Begin jaren dertig moest reclame voor kustgemeenten op de perrons de opdruk 'Belgische spoorwegen' krijgen (vanaf 1926 waren ook al de standaardformaten 100 x 62 of 105 x 75 cm voorzien). Daardoor tref je zowel exemplaren mét als zonder die extra tekst aan (pp. 54 en 115).

Vanaf 1938 ontwikkelde de interne toerismeafdeling van de NMBS zelf campagnes om de vlotte bereikbaarheid van de kust te promoten. Onder het motto 'Men bereikt het best... met den spoorweg' tekende

et flore marines remplacent les motifs floraux, p. 242). Une figure antique (pp. 232-233, 242) ou contemporaine (p. 241) sert de point central.

Outre les affiches annonçant le programme d'un casino, sortent également de presse des créations uniques pour des événements ponctuels. Elles donnent à voir le thème de l'événement lui-même, comme l'affiche des Florales à Ostende (pp. 228, 229). Knocke s'impose comme la capitale côtière du cinéma, de la poésie et de l'art contemporain (pp. 36, 197, 199, 203, 245), Zeebrugge se fait la gardienne de la mémoire des combats en mer (p. 205) et La Panne accueille les peintres du Front de l'Yser ou de la Côte ouest (p. 202). Hormis le parc Meli à Adinkerke (pp. 192, 193), peu d'attractions s'adressent aux jeunes.

Le carnaval d'Ostende et la Fête de la crevette à Oostduinkerke sont des valeurs sûres : des événements basés sur des traditions locales qui, avec leurs affiches promotionnelles spécifiques, ciblent un public beaucoup plus large, y compris au-delà des frontières de la station (pp. 211, 212-213, 214, 220-221, 222, 223, 234, 235, 236, 237).

Alors que la publicité pour les activités de portée suprarégionale est généralement confiée à des imprimeries et/ou des illustrateurs renommés de l'intérieur du pays, on s'adresse, pour les événements locaux, à des entreprises et des graphistes de Flandre occidentale.

On atteint le mieux le littoral en chemin de fer !

L'accessibilité par le train et, peu à peu, par le tram, contribua fortement au succès des villes côtières. Au Coq, par exemple, c'est le développement du chemin de fer local qui donna l'impulsion nécessaire pour transformer ce hameau rural en station touristique. Les compagnies ferroviaires elles-mêmes profitèrent de l'engouement pour les destinations de vacances : le réseau d'affichage dans les gares belges et les possibilités d'échanges avec des entreprises étrangères constituaient pour elles un avantage indéniable.

Le fait que les affiches présentent des cartes du réseau ou mentionnent les sociétés de transport a souvent conduit à une interprétation erronée : beaucoup ont cru qu'il s'agissait d'« affiches ferroviaires ». Cette méprise, largement répandue, se retrouve également dans certaines publications. Or, à quelques exceptions près (voir plus loin), c'était l'administration communale ou une entreprise locale qui initiait et finançait la réalisation des affiches promotionnelles. Mais certains acteurs importants, comme Ostende et Blankenberge, ont négocié des conditions d'affichage favorables (c'est-à-dire gratuites). En contrepartie, les stations devaient mentionner les horaires de train sur leurs affiches. Parmi les premières, celles liées au Chemin de Fer du Nord furent les plus diffusées, mais certaines mentionnaient tout de même les horaires au départ d'autres gares, par exemple pour la Compagnie des Chemins de Fer de la Flandre Occidentale, le Grand Central Belge ou le *London Chatham and Dover* (pp. 254-255). Comme ces affiches étaient également placardées dans des théâtres et des salles des dépêches, elles permettaient aux compagnies ferroviaires d'accroître leur notoriété. Ont également existé de « vraies » affiches ferroviaires (c'est-à-dire éditées par les compagnies ferroviaires elles-mêmes). À partir du

audience, including people from beyond the municipal boundary. These had dedicated promotional posters (pp. 211, 212-213, 214, 220-221, 222, 223, 234, 235, 236, 237).

While the publicity for activities with a supra-regional reach was usually outsourced to renowned printers and/or draughtsmen inland, local events were typically directed to West Flemish firms and graphic artists.

The best way to reach the coast is by railway!

Decisive for the breakthrough of the coastal towns was their accessibility by train and, gradually, by tram. In De Haan, for example, the development of the local railway was the catalyst for its transformation from a rural hamlet to a tourist resort. Railway companies directly benefited from the burgeoning interest in holiday destinations. The network of advertising hoardings in Belgium's own stations, and exchange possibilities with foreign companies, were an undeniable advantage.

The reproduction of network maps or the mention of transport organisations led to these posters being misinterpreted as 'railway placards'. This widespread misconception also appears in thematic publications. With a few specific exceptions (see below), the municipal council or a local limited-liability company acted as initiator and financier of the promotional material. Major players such as Ostend and Blankenberge arranged favourable (i.e. free) conditions for the display of adverts. The inclusion of timetables was part of the deal. Of the earliest posters, those with the privileged partner Chemin de Fer du Nord had the largest circulation, but copies with timetables from other companies also exist – for example, Compagnie des Chemins de Fer de la Flandre Occidentale, Grand Central Belge or London Chatham and Dover (pp. 254-255). Since the posters also ended up in theatres and newsrooms, the railway companies gained extra publicity.

'Genuine' railway posters (i.e. issued by the transport company itself) were also produced. Starting in the twentieth century, these shone a spotlight on the entire coastal region (pp. 27, 28, 33, 58, 130). In the early 1930s, advertising for coastal municipalities on the platforms had to be printed with the words *Belgische spoorwegen* [Belgian railways] (from 1926 the standard formats of 100 x 62 or 105 x 75 cm were also introduced). You will consequently find copies of posters both with and without the additional text (pp. 54 and 115).

From 1938, the in-house tourism department of the NMBS [Belgian state railways] developed its own campaigns to promote easy access to the coast. Using the slogan '*Men bereikt het best... met den spoorweg*' ['People reach the best... with the railway'], Herman Verbaere, for example, drew up various proposals for the coast, one of which is a design masterpiece (p. 252).

Overseas

The Ostend-Dover story dates back to the age of steam and steel. From 1846, purchased or newly built steamers served on the Channel crossing. The earliest pictorial advertisements, narrative and informative



MID DELKERKE

BELGIQUE
près d'Ostende



La plage en vogue!

SON AÉROPORT · SON KURSAAL · SES JEUX D'ENFANTS · BAINS GRATUITS · PAS DE TAXES DE SÉJOUR

Édité par l'Agence EXPRESS, Gand.

Représenté en Belgique par le Syndicat d'Initiative Officiel.



CHEMINS DE FER ET PAQUEBOTS DE L'ÉTAT BELGE

20 Jos Michiels (1924)



LA PANNE

AFFICHE DÉPOSÉE

Litho. F. DE SMET Rue des Wallons, 14-16 Anvers

CHEMINS DE FER ET PAQUEBOTS DE L'ÉTAT BELGE



XV^A
Belga Esperanto-Kongreso

22 - 23 - 24 MAJO 1926

LA PANNE

Litho. F. DE SMET Rue des Wallons, 14-16, Anvers

(BELGIQUE) OSTEB

à 5 heures de PARIS



LA REINE

ENDE (BELGIQUE)



ILLUSTRATION
PHOTO-
Le Bon

DES PLAGES

BELGISCHE ZEEKUST - CÔTE BELGE



BEZOEKT - VISITEZ

HEYST- DUINBERGEN

BELGISCHE STAATSSPOORWEGEN

OOSTENDE

BELGIË



KONINGIN DER BADSTEDEN

ATELIERS D'IMPRESSIONS D'ART, O. DE RYCKER, BRUXELLES-FOREST.

LE LITTORAL BELGE

CHEMINS DE FER DE L'ÉTAT.



POUR PROSPECTUS GRATUITS, S'ADRESSER: Bureau des Renseignements
Station Bruxelles Nord.

AFFICHES D'ART O. DE RYCKER & MENDEL, BRUXELLES.

LES PLAGES BELGES

MIDDELKERKE
WENDUYNE
LE COQ
DUINBERGEN
HEYST
WESTENDE PLAGE
OOSTDUINKERKE
NIEUPOORT-BAINS
BLANKENBERGHE
OSTENDE

OSTENDE
OOSTDUINKERKE
WESTENDE-PLAGE
NIEUPOORT-BAINS
OOSTDUINKERKE
HEYST
ZEEBRUGGE
BLANKENBERGHE
WENDUYNE
COQ SUR MER
OSTENDE
MIDDELKERKE
DUINBERGEN

EXEMPTÉE DU TIMBRE - Ne peut être exposée que dans les Gares des Chemins de Fer du NORD de L'EST. du P.L.M. du MIDI. de L'ÉTAT. de L'OUEST. et d'ORLÉANS
 Paris 1^{er} Juillet 1906

M. LIBOUTON
 Représentant Officiel des
CHEMINS DE FER DE L'ÉTAT BELGE S'ADRESSER :
 RUE LE PELETIER, 42, PARIS
 Bureau des Renseignements
 Station Bruxelles-Nord

AFF. D'ART. O. DE RYCKER & MENDEL, BRUXELLES

GRATIS LIVRETS ILLUSTRÉS ENVOYÉS SUR DEMANDE ADRESSÉE à M. LIBOUTON, REPRÉSENTANT DES CHEMINS DE FER BELGES, 42, RUE LE PELETIER, PARIS

LES PLAGES BELGES



AFFICHES D'ART O. DE RYCKER & MENDEL, BRUXELLES

CHEMINS DE FER DE L'ÉTAT BELGE S'ADRESSER : Bureau des Renseignements
Station Bruxelles Nord.

VOYAGES EN BELGIQUE — Prospectus et renseignements gratuits. — REDUCTION AUX SOCIÉTÉS
S'adresser à M. LIBOUTON, Représentant Commercial des Chemins de fer Belges, 368, Rue SAINT-HONORÉ, PARIS



CHEMINS DE FER
DE L'ÉTAT BELGE

LE

ZOUTE KNOCKE ^{S.}/_{M.}

BELGIQUE · BELGIUM · BELGIË

BELGIAN WATERING PLACES



LE ZOUTE-KNOCKE
 HEYST-DUINBERGEN
 ZEEBRUGGE BRUGES
 BLANKENBERGHE
 WENDUYNE
 LE COQ BREEDENE
OSTENDE
 MIDDELKERKE-RAVERSYDE
 NIEUPOORT (BAINS)
 GROENENDIJK - OOSTDUINKERKE
 ADINKERKE - LA PANNE

Corbella

LA LITHOGRAPHIE ARTISTIQUE, BRUGES.

PLAGES BELGES

Belgische Badsteden



Le Zoute Knocke · Duinbergen · Heyst · Zeebrugge · **BRUGES**
BLANKENBERGHE · Wenduynne · **OOSTENDE**
Le Coq · Breedene · Middelkerke · Raverzijde · Nieuport (Bains) · Groenendijck
Oostduinkerke · Adinkerke · La Panne

P. GOBLET

© Jean M. Vieux



Adresses d'ART C. L. SEPS-CATON, Bruxelles
Société Nationale de Propagande et de Climatographie
217 Rue Royale, Bruxelles

WESTENDE

(BELGIQUE)

LA PLACE DE L'ÉLITE



**WESTENDE
PALACE**

**LAC
AUX
DAMES**

**G.^d HOTEL
BELLE VUE**

© 1937 BELGIQUE

BOCCIONI - LAC AUX DAMES - BELGIQUE - 1937

KNOKKE-ZOUTE

BELGIE



DE TUIN DER NOORDZEE

uw

VACANTIEOORD



WESTENDE PLAGE (BELGIË)

BEZOEKT DE LAC AUX DAMES
HET AANGENAAMSTE
OPENLUCHTZWEMBAD

OSTENDE



REINE DES PLAGES

Der Weg nach England



OSTENDE * DOVER

SCHNELL - BILLIG - BEQUEM

MIESSEN





pp. 4-5 Alfred Knein, affiche *Plage St.-Idesbald*, 42 × 50 cm, (1906).

Geen ander kustaffiche suggereert zo sterk de ligging van villa's tegen de waterlijn. Het opschrift vestigt de aandacht op de locatie van dit relatief onbekende stukje België: pal aan de Franse grens, naast De Panne en Adinkerke.



p. 16 Roger Berckmans ps. Rogio, affiche *Middelkerke*, 100 × 62 cm, (1938).

In het interbellum staat het genieten centraal: gelukzalige baadsters, het casino, en dit allemaal in een warme zomergloed.



p. 17 O. Geerling, affiche *Ostende Reine des Plages*, 111 × 72 cm, (1905).

De kokette dames hebben zich opgetut voor het hoogtepunt van de dag: de promenade op de zeedijk, parade van de nieuwe aristocratie. Wat verderop troont het casino-kursaal als epicentrum van splendeur en vertier.



p. 18 Herman Verbaere, affiche *Middelkerke La plage en vogue*, 100 × 62 cm, (ca. 1948).

Deze populaire 'pin-up van Middelkerke' komt zo uit een Amerikaans magazine gewandeld.



p. 19 Guillaume Van Iseghem, affiche *Blankenberge*, 100 × 62 cm, 1947.

De oorlog is voorbij. De Belgische tricolore krijgt nu (zie p. 161) een andere dimensie. Opnieuw werkt de zoon van de casino-directeur met een beeldbepalende kromme: de banderol van 1940 is een abstracte tekstboog geworden, mogelijk met een knipoog naar 'blanke berg'.



p. 20 Jos Michielssen, affiche *La Panne*, 98,5 × 65 cm, (1924).

Een pittoresk duinenpanorama, kringelende rook vanuit Villa Eddy en een enthousiast wenkende vrouw. Om de cottagevilla beter tot haar recht te laten komen, keerde Michielssen ze om, nu met de achtergevel richting zee. Er kwam fundraising aan te pas om een affichewedstrijd en de lithodruk van dit winnende ontwerp te bekostigen, maar aan het eind kon de kleurrijke promotieprint op veel bijval rekenen.

pp. 4-5 Alfred Knein, affiche *Plage St.-Idesbald*, 42 × 50 cm, (1906).

Aucune autre affiche côtière ne suggère aussi fortement l'implantation des villas en bord de mer. La légende attire l'attention sur l'emplacement de ce coin relativement peu connu de Belgique : juste à la frontière française, à côté de La Panne et d'Adinkerke.

p. 16 Roger Berckmans ps. Rogio, affiche *Middelkerke*, 100 × 62 cm, (1938).

Dans l'entre-deux-guerres, le plaisir occupe une place centrale : des baigneurs bienheureux, le casino, le tout dans la chaleur ardente de l'été.

p. 17 O. Geerling, affiche *Ostende Reine des Plages*, 111 × 72 cm, (1905).

Les dames coquettes se sont habillées pour le moment fort de la journée : la promenade sur la digue, le défilé de la nouvelle aristocratie. Un peu plus loin trône le casino-kursaal, tel l'épicentre de la splendeur et du divertissement.

p. 18 Herman Verbaere, affiche *Middelkerke La plage en vogue*, 100 × 62 cm, (ca. 1948).

Cette populaire « pin-up de Middelkerke » semble tout droit sortie d'un magazine américain.

p. 19 Guillaume Van Iseghem, affiche *Blankenberge*, 100 × 62 cm, 1947.

La guerre est finie. Le drapeau tricolore belge acquiert une autre dimension (voir p. 161). Le fils du directeur du casino utilise à nouveau une courbe emblématique : la banderole de 1940 s'est transformée en arc de texte abstrait, clin d'œil probable à la « *blanke berg* », la montagne blanche.

p. 20 Jos Michielssen, affiche *La Panne*, 98,5 × 65 cm, (1924).

Un charmant panorama de dunes, les volutes de fumée sortant de la Villa Eddy et une femme qui agite la main avec enthousiasme. Pour que la villa-cottage soit davantage mise en valeur, Michielssen l'a retournée, la façade arrière à présent orientée vers la mer. Une collecte de fonds a permis de financer un concours d'affiches et l'impression en lithographie de l'affiche gagnante mais, au final, c'est l'imprimé promotionnel coloré qui a été largement plébiscité.

pp. 4-5 Alfred Knein, poster *Plage St.-Idesbald*, 42 × 50 cm, (1906).

No other seaside poster so strongly evokes the location of villas on the seafront. The caption draws attention to this relatively unknown part of Belgium, right on the French border, next to De Panne and Adinkerke.

p. 16 Roger Berckmans pseud. Rogio, poster *Middelkerke*, 100 × 62 cm, (1938).

The interwar period is all about pleasure: blissful bathing, the casino, and all in a warm summer glow.

p. 17 O. Geerling, poster *Ostende Reine des Plages*, 111 × 72 cm, (1905).

Coquettish ladies dressed up for the highlight of the day: the promenade on the seafront, the parade of the new aristocracy. A little further on, the casino sits as the epicentre of splendour and entertainment.

p. 18 Herman Verbaere, poster *Middelkerke La plage en vogue*, 100 × 62 cm, (c. 1948).

This popular Middelkerke pin-up walked straight out of an American magazine.

p. 19 Guillaume Van Iseghem, poster *Blankenberge*, 100 × 62 cm, 1947.

The war is over. The Belgian tricolour is given another dimension (see p. 161). Once again, the casino director's son works with an iconic curve, the 1940 banner has become an abstract circular text, possibly with a nod to a 'white hill' (blanke berg).

p. 20 Jos Michielssen, poster *La Panne*, 98.5 × 65 cm, (1924).

A picturesque dune panorama, smoke billowing from the Villa Eddy and an enthusiastically beckoning woman. To showcase the cottage better, Michielssen reversed it, now with the rear façade facing the sea. It took fundraising to pay for a poster competition and the lithograph of this winning design but, in the end, the colourful promotional print met with widespread acclaim.



p. 21 Hergebruik van het affiche op p. 20 om het Belgische esperantocongres aan te kondigen. Dat vond plaats in De Panne: een initiatief van de latere burgemeester Leon Demailly.



pp. 22-23 Lebon, affiche *Ostende La reine des plages*, 100 × 138 cm, (1912).

De reacties op dit tot in Nice verspreide affiche waren verdeeld. Door de harde, onverbloemde fotografische weergave charmeerde de scène veel minder dan de bevallige, geïdealiseerde tekeningen, hoe gekunsteld de uitdagende poses van de dames ook waren.



p. 24 Samuel Colville Bailie, affiche *Bezoekt-Visitez Heyst-Duinbergen*, 100 × 62 cm, (1925-1926).

Een vrouw, de benen bloot, lacht ons toe. Meeuwen op het badlaken en een schelpvormige wolk zetten luchtige accenten. Bemerkt ook de pier van Zeebrugge: een witte curve tegen een staalblauw wateroppervlak. Die artificiële kromming van de vloedlijn, een overdreven allusie op de baai van Heist, oogt à la Méditerranée.



p. 25 Samuel Colville Bailie, affiche *Oostende België. Koningin der badsteden*, 102,5 × 61,5 cm, (1922).

Voluit verleiding: een aantrekkelijke jonge vrouw in frivool badpak kijkt even uitnodigend als uitdagend. De nieuwe zonnebadmode én dit affiche leidden tot geschokte reacties bij het publiek. Zo weigerde de Hoge Raad van Toerisme het zeven jaar later in de Belgische stations aan te plakken wegens 'immoreel'.



p. 26 Anoniem, affiche *Le Littoral Belge. Chemins de Fer de l'État*, 105 × 75 cm, (1904).

Handig bekeken van de Belgische Staatspoorwegen! Kustgemeenten of nv's die mee financierden, kregen een plaatje en plaatsje op de netkaart toegewezen. Andere werden doodgezwegen. En doordat vele vakantiegangers voor hun rit aangewezen waren op de trein, rinkelde de kassa tweemaal.



p. 27 Anoniem, affiche *Les plages belges. Chemins de fer de l'État Belge*, 105 × 75 cm, (1905).

Tussen 1904 en 1910 verschenen minstens vijf varianten van dit affiche. Hier verwelkomt een ander baadstertje ons; ook Duinbergen (met het Station Hotel) en Westende zijn van de partij. Hoewel art nouveau zijn houdbaarheidsdatum bijna overschreden had, bleef de schelp rechtsonder fraaie, binnen golfslaglijnen gevatte kustgezichten genereren.

p. 21 L'affiche de la p. 20 a été réutilisée pour annoncer le congrès belge d'espéranto, qui s'est tenu à La Panne : une initiative de l'ancien bourgmestre Leon Demailly.

p. 22-23 Lebon, affiche *Ostende La reine des plages*, 100 × 138 cm, (1912).

Les réactions à cette affiche, diffusée jusqu'à Nice, furent mitigées. Le rendu photographique, austère et peu flatteur, rend la scène beaucoup moins charmante que les dessins gracieux et idéalisés, même si les poses difficiles que prennent les dames sont particulièrement artificielles.

p. 24 Samuel Colville Bailie, affiche *Bezoekt-Visitez Heyst-Duinbergen*, 100 × 62 cm, (1925-1926).

Une femme, jambes nues, est tout sourire. Les mouettes sur la serviette de bain et le nuage en forme de coquillage apportent des accents aériens. On notera aussi la jetée de Zeebrugge : une courbe blanche qui se détache sur la surface bleu acier de l'eau. Cette courbure artificielle de la ligne de marée, allusion exagérée à la baie de Heist, évoque la Méditerranée.

p. 25 Samuel Colville Bailie, affiche *Oostende België. Koningin der badsteden*, 102,5 × 61,5 cm, (1922).

La séduction totale : une jeune femme attirante en maillot de bain frivole jette un regard qui invite autant qu'il provoque. La nouvelle mode des bains de soleil ainsi que cette affiche ont choqué le public. Ainsi, sept ans plus tard, le Conseil Supérieur du Tourisme a refusé de l'apposer dans les gares belges, la qualifiant d'« immorale ».

p. 26 Anonyme, affiche *Le Littoral Belge. Chemins de Fer de l'État*, 105 × 75 cm, (1904).

Un aperçu pratique des Chemins de Fer belges ! Les communes du littoral ou les sociétés anonymes cofinancées se sont vu attribuer une photo et un emplacement sur la carte du réseau. D'autres en revanche ont été réduites au silence. Et, comme de nombreux vacanciers dépendaient du train pour se déplacer, c'était double recette.

p. 27 Anonyme, affiche *Les plages belges. Chemins de fer de l'État Belge*, 105 × 75 cm, (1905).

Au moins cinq variantes de cette affiche sont sorties entre 1904 et 1910. On voit ici une autre baigneuse ; Duinbergen (avec l'Hôtel de la Gare) et Westende sont également de la partie. Même si l'Art nouveau avait pratiquement dépassé sa date de péremption, le coquillage en bas à droite a continué à tracer de belles lignes ondulées enveloppant les vues côtières.

p. 21 Reuse of poster p. 20 to announce the Belgian Esperanto congress. This took place in De Panne: at the initiative of the future mayor Leon Demailly.

pp. 22-23 Lebon, poster *Ostende La reine des plages*, 100 × 138 cm, (1912).

The reactions to this poster, which had been distributed as far as Nice, were divided. The harsh, unvarnished photographic rendering made the scene much less charming than the graceful, idealised drawings, however contrived the ladies' provocative poses were.

p. 24 Samuel Colville Bailie, poster *Bezoekt-Visitez Heyst-Duinbergen*, 100 × 62 cm, (1925-1926).

A woman with bare legs smiles at us. Images of seagulls on her towel and a shell-shaped cloud set the breezy tone. Notice also the Zeebrugge pier: a white curve against the steel-blue water. This artificial curve of the tide line, an exaggerated allusion to the bay at Heist, brings the Mediterranean to mind.

p. 25 Samuel Colville Bailie, poster *Oostende België. Koningin der badsteden*, 102.5 × 61.5 cm, (1922).

Full-on seduction: an attractive young woman in a frivolous swimming costume looks as inviting as defiant. The new sunbathing fashion and this poster left the public in a state of shock. Seven years later, for example, the Conseil Supérieur du Tourisme refused to put it up in Belgian railway stations because it was 'immoral'.

p. 26 Anonymous, poster *Le Littoral Belge. Chemins de Fer de l'État*, 105 × 75 cm, (1904).

Cleverly designed by Belgian State Railways! Coastal municipalities or co-financing companies were assigned a picture and place on the network map. Others were ignored; and because many holidaymakers had to rely on trains for their journeys, the cash tills would ring twice.

p. 27 Anonymous, poster *Les plages belges. Chemins de fer de l'État Belge*, 105 × 75 cm, (1905).

At least five versions of this poster appeared between 1904 and 1910. Here, another bathing beauty welcomes us; Duinbergen (with the Station Hotel) and Westende are also featured. Although Art Nouveau had almost exceeded its sell-by date, the shell in the bottom right continues to produce its beautiful coastal views framed by wave-like lines.



p. 28 Anonim, affiche *Les Plages Belges*. *Chemins de Fer de l'État Belge*, 105 × 75 cm, (1906).

Eenzelfde sympathiek typetje, maar nu in blauwe badplunje, blijft in de weer om elf kustplaatsen tegelijk, in één dynamische beweging aan te prijzen: haar lichaam en wijzende armen mooi parallel met de diagonale as van de kustlijn.



p. 29 (Gustave Flasschoen), affiche *Le Zoute Knocke s./m.*, 103 × 62 cm, (1910).

De klasse van Knokke. Met deze dame voor het golfclubhuis mikte de Compagnie Immobilière Le Zoute kort na haar oprichting op een standingvol publiek. Dat pas gebouwde en hooggelegen duinhuis, herdoopt tot Monkey House, verscheen nog niet in zijn definitieve vorm op Flasschoens pastelontwerp van juni 1909.



p. 30 Tito Corbella, affiche *Belgian Watering Places*, 100 × 60 cm, (1924).

Voor verzamelaars mooi meegenomen: na het verkennende voetwerk van de chronologisch vorige affiches (pp. 130, 131) kiest een baadster nu het ruime – en verrassend blauwe – sop.



p. 31 Tito Corbella, affiche *Playas Belgas*, 100 × 60 cm, (1924).

Tot in de uithoeken van Europa werd de Belgische kust gepromoot. En zo waren verschillende taalversies nodig. Een Spaans exemplaar mag beslist niet in de collectie ontbreken (naast een Duitstalig en een Italiaans stuk natuurlijk!)



p. 32 Tito Corbella, affiche *Plages Belges*. *Belgische Badplaatsen*, 100 × 60 cm, (1924).

Eveneens een meevaller voor liefhebbers van Belgische geschiedenis: zowel in 1924 als in 1925 verschenen telkens 10.500 exemplaren van Corbella's ontwerp. Daartoe behoorden behalve Franse affiches (voor de Franse markt) ook tweetalige uitgaven (voor het binnenland), maar geen enkele exclusief Nederlandstalige editie...



p. 33 Ph. Goblet, affiche *Plages Belges*. *Belgische Badsteden*, 100 × 63 cm, (1925).

Geen toerist die zich de aanplakbiljetten van 1920-1924 nog herinnert (pp. 30-32, 105, 130), maar voor de opdrachtgever én drukkerij La Lithographie Artistique klopt het plaatje. De baadster is weer aan land: Goblet, de reclame-tekenaar van warenhuis Innovation, gaat voluit voor deze witgoedshow-aan-zee.

p. 28 Anonyme, affiche *Les Plages Belges*. *Chemins de Fer de l'État Belge*, 105 × 75 cm, (1906).

Un même personnage féminin, à présent vêtu d'un maillot de bain bleu, s'emploie à faire l'éloge de onze villes côtières, d'un seul mouvement dynamique : son corps et ses bras sont parfaitement parallèles à l'axe diagonal du littoral.

p. 29 (Gustave Flasschoen), affiche *Le Zoute Knocke s./m.*, 103 × 62 cm, (1910).

L'élégance de Knocke. Avec cette dame devant le clubhouse, la Compagnie Immobilière Le Zoute visait, peu de temps après sa création, une clientèle de standing. Cette maison récemment construite en hauteur dans les dunes, rebaptisée Monkey House, n'apparaissait pas encore sous sa forme définitive sur le projet de pastel de Flasschoen de juin 1909.

p. 30 Tito Corbella, affiche *Belgian Watering Places*, 100 × 60 cm, (1924).

Les collectionneurs seront ravis : après quelques pas d'exploration timides sur les deux affiches chronologiquement précédentes (pp. 130, 131), la baigneuse choisit la pleine mer – d'une étonnante couleur bleue.

p. 31 Tito Corbella, affiche *Playas Belgas*, 100 × 60 cm, (1924).

On faisait la promotion de la Côte belge jusqu'aux confins de l'Europe. D'où la nécessité d'avoir des versions en plusieurs langues. Pas question de priver sa collection d'un exemplaire en espagnol (en plus d'un exemplaire en allemand et en italien, bien sûr) !

p. 32 Tito Corbella, affiche *Plages Belges*. *Belgische Badplaatsen*, 100 × 60 cm, (1924).

Autre pépite pour les amoureux de l'histoire belge : 10 500 exemplaires du projet de Corbella ont été édités en 1924 et en 1925. En faisaient partie, outre les affiches françaises (pour le marché français), des éditions bilingues (pour le marché national), mais aucune édition exclusivement en néerlandais...

p. 33 Ph. Goblet, affiche *Plages Belges*. *Belgische Badsteden*, 100 × 63 cm, (1925).

Aucun touriste ne se souvient des affichettes de 1920-1924 (pp. 30-32, 105, 130) mais, pour le commanditaire et l'imprimeur La Lithographie Artistique, ce fut une réussite. La baigneuse est de retour sur la terre ferme : Goblet, le publicitaire des grands magasins Innovation, mise entièrement sur ce show du linge blanc en bord de mer.

p. 28 Anonymous, poster *Les Plages Belges*. *Chemins de Fer de l'État Belge*, 105 × 75 cm, (1906).

The same affable character, but now in a blue bathing suit, is kept busy by touting 11 coastal towns in one fell swoop: her body and pointing arms beautifully parallel the coastline's diagonal axis.

p. 29 (Gustave Flasschoen), poster *Le Zoute Knocke s./m.*, 103 × 62 cm, (1910).

The elegance of Knokke. With this lady in front of the golf clubhouse, the Compagnie Immobilière Le Zoute aimed for a classy audience shortly after its foundation. That newly built and elevated dune house, re-named Monkey House, had not yet appeared in its final form on Flasschoen's pastel design of June 1909.

p. 30 Tito Corbella, poster *Belgian Watering Places*, 100 × 60 cm, (1924).

A bonus for collectors: after the exploratory groundwork of the previous two posters in terms of chronology (pp. 130, 131), a bathing beauty now opts for the wide, and surprisingly blue, waters.

p. 31 Tito Corbella, poster *Playas Belgas*, 100 × 60 cm, (1924).

The Belgian coast was promoted to the far corners of Europe, so several language versions were needed. The collection should certainly not be missing a Spanish version (as well as German and Italian ones of course)!

p. 32 Tito Corbella, poster *Plages Belges*. *Belgische Badplaatsen*, 100 × 60 cm, (1924).

Another bonanza for lovers of Belgian history: in 1924 and 1925, 10,500 copies of Corbella's design were published each year. These included French-language posters (for the French market) as well as bilingual editions (for the domestic market), but not a single exclusively Dutch-language edition...

p. 33 Ph. Goblet, poster *Plages Belges*. *Belgische Badsteden*, 100 × 63 cm, (1925).

No tourist will remember the 1920-1924 posters (pp. 30-32, 105, 130), but for the client and printer the scene is perfect. The bathing beauty is back on the beach: Goblet, the advertising artist for the *Innovation* department store, goes all out for this white linen show at the seaside.



p. 34 Manuel, affiche *Westende*.
La plage de l'élite, 100 × 62 cm, (1937).

Allereerste promotionele affiche voor Westende van het gemeentebestuur zelf. Een Spaanse tekenaar die de burgeroorlog in zijn land ontvluchtte, tekende voor het Noordzeevreemde blauw.



p. 35 Edgard Lemaire, affiche *België: de kust*, 100 × 62 cm, 1933.

Breedvoetig in het zand en breedvoerig beschermd tegen de zon. Met deze stylisering en eliminatie van wat er niet toe doet, zijn we in de art deco en de stijlvolle jaren dertig beland.



p. 36 H.P., niet-uitgevoerd afficheontwerp
Festival du littoral belge, 86 × 64 cm, 1948.

Het Knokse casino gold als het walhalla van kunst en muziek aan de kust. Zo passeerden in een week tijd vier dansensembles, drie symfonische orkesten én een koor de revue. Als zeemeermin geraak je voor minder in extase. Dit is een van de vijfhonderd inzendingen voor de ontwerpwedstrijd waaraan behalve Belgen ook Nederlanders, Fransen, Britten, Luxemburgers en Zwitsers deelnamen.



p. 37 H. Gernay, niet-uitgevoerd afficheontwerp
Ostende, 78 × 54 cm, (ca. 1950).

De Tweede Wereldoorlog had zwaar ingehakt op de stedelijke infrastructuur. Met moderne bouwconstructies hoopte men de toeristen terug te winnen. Tegelijk dacht Gernay met een klassieke sirene het publiek te paaien. Of waren de wulpse vormen van deze zeemeermin goedkoop voedsel voor het dagjesvolk, dat gaandeweg de elite van weleer verving?



p. 38 Géo Vermeire, affiche *Le lac aux dames Westende*, 100 × 62 cm, (1935).

Net als Middelkerke werd Westende totaal verwoest tijdens de Eerste Wereldoorlog. De nv was er motor van de heropleving en investeerde in twee belangrijke hotels. De opening van het openluchtbad Lac aux Dames vervolledigde het plaatje van sportieve, mondaine badplaats. Bemerkt de stempel van Publifer: goed bevonden voor aanplakking in de stations.



p. 39 Anonim, affiche *Le Lac aux Dames (Westende) avec la grande formation Eddie De Latte*, 59 × 42 cm, (ca. 1948).

Na de beproevingen van de Tweede Wereldoorlog kon een bladzijde omgeslagen worden. Aan de 'damesplas' waren ook mannen welkom. Of staat het blauwe wolkje voor een droombeeld? Door de papierschaarste drukte men dit affiche op de achterzijde van een gerecupereerde stafkaart.

p. 34 Manuel, affiche *Westende*.
La plage de l'élite, 100 × 62 cm, (1937).

La toute première affiche publicitaire pour Westende réalisée par l'administration communale elle-même. C'est un artiste espagnol ayant fui la guerre civile de son pays qui a dessiné la mer du Nord dans un bleu irréaliste.

p. 35 Edgard Lemaire, affiche *België: de kust*, 100 × 62 cm, 1933.

Les pieds dans le sable et bien protégée du soleil. Avec cette stylisation et la suppression des éléments peu importants, nous sommes entrés dans l'Art déco et les élégantes années 1930.

p. 36 H.P., projet d'affiche non exécutée
Festival du littoral belge, 86 × 64 cm, 1948.

Le casino de Knokke était considéré comme le temple de l'art et de la musique sur la Côte. En une semaine se produisaient par exemple quatre ensembles de danse, trois orchestres symphoniques et un chœur. Une sirène se serait pâmée pour moins que ça. Il s'agit ici de l'une des 500 candidatures au concours de conception auquel participèrent, outre des Belges, des Néerlandais, des Français, des Britanniques, des Luxembourgeois et des Suisses.

p. 37 H. Gernay, projet d'affiche non exécutée
Ostende, 78 × 54 cm, (ca. 1950).

La Seconde Guerre mondiale a lourdement impacté les infrastructures urbaines. On espérait donc reconquérir les touristes avec des constructions aux structures modernes. Gernay, lui, pensait amadouer le public avec une sirène classique. Ou les formes voluptueuses de cette belle étaient-elles le pain quotidien du menu peuple, qui remplaça peu à peu l'élite d'antan ?

p. 38 Géo Vermeire, affiche *Le lac aux dames Westende*, 100 × 62 cm, (1935).

Tout comme Middelkerke, Westende fut totalement détruite pendant la Première Guerre mondiale. La SA a été le moteur du renouveau ; elle a investi dans deux hôtels majeurs. L'ouverture de la piscine en plein air Lac aux Dames est venue compléter le tableau d'une station balnéaire sportive et mondaine. On notera le cachet de Publifer : une ingénieuse trouvaille pour l'affichage dans les gares.

p. 39 Anonyme, affiche *Le Lac aux Dames (Westende) avec la grande formation Eddie De Latte*, 59 × 42 cm, (ca. 1948).

Après les épreuves de la Seconde Guerre mondiale, il était temps de tourner la page. Dans le « bassin des dames », les hommes étaient également les bienvenus. Ou bien le nuage bleu est-il simplement un rêve ? En raison de la pénurie de papier, cette affiche a été imprimée au verso d'une ancienne carte d'état-major.

p. 34 Manuel, poster *Westende*.
La plage de l'élite, 100 × 62 cm, (1937).

The very first promotional poster from the town council itself. A Spanish artist who fled the civil war in his country drew the North Sea in an unrealistic blue.

p. 35 Edgard Lemaire, poster *België: de kust*, 100 × 62 cm, 1933.

Firmly on sand and amply protected from the sun. With this stylisation and elimination of the superfluous, we have arrived in Art Deco and the stylish 1930s.

p. 36 H.P., unused poster design
Festival du littoral belge, 86 × 64 cm, 1948.

The Knokke casino was considered the mecca of art and music on the coast. In one week, four dance troupes, three symphony orchestras and a choir performed there. A mermaid could not be more ecstatic. This is one of the 500 entries to the design competition in which not only Belgian but also Dutch, French, British, Luxembourg and Swiss designers took part.

p. 37 H. Gernay, unused poster design
Ostende, 78 × 54 cm, (c. 1950).

World War II had hit the urban infrastructure hard. With modern building structures, it was hoped to win back tourists. Meanwhile, Gernay believed a classic siren would appeal to the public. Or were this mermaid's voluptuous shapes cheap fare for the day trippers, who gradually replaced yesteryear's elite?

p. 38 Géo Vermeire, poster *Le lac aux dames Westende*, 100 × 62 cm, (1935).

Just like Middelkerke, Westende was completely destroyed during World War I. The limited company was an important driving force behind its revival, investing in two major hotels. The opening of the outdoor swimming pool Le Lac aux Dames completed the picture of a sporty, fashionable seaside resort. Note Publifer's stamp: approved for posting in stations.

p. 39 Anonymous, poster *Le Lac aux Dames (Westende) avec la grande formation Eddie De Latte*, 59 × 42 cm, (c. 1948).

After the tribulations of World War II, a new page could be turned. Men were also welcome at the 'ladies' lake'. Or does the blue cloud represent a dream? Due to the paper shortage, this poster was printed on the back of a reclaimed staff sheet.



p. 40 Gaston Bogaert, affiche *Nieuport*, 98 × 60 cm, 1951.

De VVV van Nieuwpoort wilde een ontwerp in de stijl van het geslaagde affiche van André Brocorens (p. 277). Bogaert, die enkele jaren later onder het pseudoniem Cappouillard veel publiciteit voor de NMBS zou tekenen, slaagde in die opzet.



p. 41 Raymond Art, affiche *Knokke-Zoute. De tuin der Noordzee. Uw vacantieoord [sic]*, 55 × 36,5 cm, (1948).

Een vrouw kijkt weg van ons, de blik gericht op strand en branding. Niet de zonneklopster staat hier centraal, maar haar relatie met de zuivere en weidse omgeving.



p. 42 Géo Vermeire, affiche *Westende Plage. (België) Bezoekt de lac aux dames*, 100 × 62 cm, (1935).

In Westende spraken ze in 1935 nog een aardig woordje Frans, leert ons het opschrift van deze Nederlandstalige tegenhanger van p. 38. De typografie sluit naadloos aan bij de moderne bouwstijl van de toen vooruitstrevende toeristische infrastructuur.



p. 43 Anonim, affiche *Ostende Reine des Plages*, 100 × 62 cm, (1913).

Lange tijd trad op de Belgische kustaffiches een bekoorlijke vrouw op als bemiddelaarster in de publicitaire boodschap. Pas in 1913 werd ze de attractie op zich: hier verschijnt het baadstertje – jawel, met de benen bloot – als centrale blikvanger.



p. 44 René Miessen, affiche *Der Weg nach England. Ostende-Dover. Schnell-Billig-Bequem*, 100,5 × 61 cm, (1950).

Van een andere orde: de even schilder Kunstige als poëtische lokroep van de Noordzee versus de drievoudig zakelijke baseline met betrekking tot die "weg naar Engeland".



p. 45 Roger Berckmans ps. Rogio, affiche *Oostende*, 100 × 62 cm, (1938).

In het architecturale decor ontmoeten belle époque en moderniteit elkaar. Aan de vooravond van de Tweede Wereldoorlog vervingen de eerste flatgebouwen de eclatante villa's van weleer. Met verstrengelde O's ontstond een politiek correct want maatschappelijk aanvaardbaar 'tweetalig' affiche (zie ook p. 129). Het pittige baadstertje (met een wel erg lange linkerarm) en de oranjetinten zijn een schot in de roos.

p. 40 Gaston Bogaert, affiche *Nieuport*, 98 × 60 cm, 1951.

L'Office du tourisme de Nieuport souhaitait un dessin dans le style de l'affiche à succès d'André Brocorens (p. 277). Bogaert, qui, quelques années plus tard, fera énormément de publicité pour la SNCB sous le pseudonyme de Cappouillard, parvint à relever le défi.

p. 41 Raymond Art, affiche *Knokke-Zoute. De tuin der Noordzee. Uw vacantieoord [sic]*, 55 × 36,5 cm, (1948).

Une femme qui détourne le regard et fixe la plage et le déferlement des vagues. Ce n'est pas la figure féminine qui prend le soleil qui est ici au centre de l'attention, mais sa relation avec le splendide environnement naturel.

p. 42 Géo Vermeire, affiche *Westende Plage. (België) Bezoekt de lac aux dames*, 100 × 62 cm, (1935).

À Westende, on parlait encore largement le français en 1935, comme nous l'apprend la légende de cette version néerlandophone de l'affiche de la p. 38. La typographie correspond parfaitement au style architectural moderne de l'infrastructure touristique qui était alors en plein essor.

p. 43 Anonyme, affiche *Ostende Reine des Plages*, 100 × 62 cm, (1913).

Pendant longtemps, on a vu, sur les affiches de la Côte belge, une charmante jeune femme jouer un rôle de médiatrice du message publicitaire. Ce n'est qu'en 1913 qu'elle devient une attraction à part entière : c'est alors que l'on voit apparaître la baigneuse – aux jambes nues – comme point d'attrait majeur.

p. 44 René Miessen, affiche *Der Weg nach England. Ostende-Dover. Schnell-Billig-Bequem*, 100,5 × 61 cm, (1950).

D'un autre ordre : l'appel aussi pictural que poétique de la mer du Nord opposé au triple slogan factuel de cette « route vers l'Angleterre ».

p. 45 Roger Berckmans ps. Rogio, affiche *Oostende*, 100 × 62 cm, (1938).

Dans ce décor architectural se rencontrent la Belle époque et la modernité. À la veille de la Seconde Guerre mondiale, les premiers immeubles d'appartements remplacent les éclatantes villas d'antan. Avec ses « O » entrelacés, voilà une affiche « bilingue » politiquement correcte car socialement acceptable (voir aussi p. 129). L'énergique baigneuse (dont le bras gauche est plutôt long) et les teintes orangées feront son succès.

p. 40 Gaston Bogaert, poster *Nieuport*, 98 × 60 cm, 1951.

Nieuwpoort's tourist office wanted a design in the style of André Brocorens' successful poster (p. 277). Bogaert, who would draw much publicity for the NMBS a few years later under the pseudonym Capouillard, delivered.

p. 41 Raymond Art, poster *Knokke-Zoute. De tuin der Noordzee. Uw vacantieoord [sic]*, 55 × 36.5 cm, (1948).

A woman is looking away from us, her eyes focused on beach and surf. The emphasis here is not on the sunbather, but on her relationship with her pristine and expansive surroundings.

p. 42 Géo Vermeire, poster *Westende Plage. (België) Bezoekt de lac aux dames*, 100 × 62 cm, (1935).

In Westende they still spoke a fair bit of French in 1935, as the caption of this Dutch-language counterpart to p. 38 tells us. The typography fits in seamlessly with the modern architectural style of the then progressive tourist infrastructure.

p. 43 Anonymous, poster *Ostende Reine des Plages*, 100 × 62 cm, (1913).

For a long time, an alluring woman had acted as the medium for the advertising messages on Belgian coastal posters. It was only in 1913 that she became an attraction in her own right: here the little bathing beauty – yes, with bare legs – appears as the main eye-catcher.

p. 44 René Miessen, poster *Der Weg nach England. Ostende-Dover. Schnell-Billig-Bequem*, 100.5 × 61 cm, (1950).

Of a different order: the equally pictorial and poetic lure of the North Sea versus the three-part strapline involving that 'road to England'.

p. 45 Roger Berckmans pseud. Rogio, poster *Oostende*, 100 × 62 cm, (1938).

In the architectural decor, Belle Époque and modernity meet. On the eve of World War II, the first blocks of flats had replaced the spectacular villas of yore. Intertwined O's created a politically correct and hence socially acceptable 'bilingual' poster (see also p. 129). The sassy little bather (with a very long left arm) and the orange tones hit the mark.



Nou

V

CH

E. Duyck
Adolphe Crespin

S'adresser: VILLA des ANCREs à la Pann

LA PANNE

PLAGE EST

ouvelle Avenue vers la Mer

ILLA DES ANGRES

PENSION de FAMILLE

ALET des ISLANDAIS

Café Restaurant

TERRAINS à VENDRE

à la MER et dans les DUNES

ou RUE d'ECOSSE, 17, à Bruxelles.

Collection: Roland Florizoone

Photography: Séverine Lacante

Image editing: Séverine Lacante,
Pascal Vandenabeele

Text: Karl Scheerlinck

Translation: Catherine Bourguignon,
Helen Simpson, Lyrco bv

Copy-editing: Jan Haeverans (Dutch),
Françoise Osteaux (French), Derek Scoins (English)

Project manager: Hadewych Van den Bossche

Art director: Natacha Hofman

Graphic design: Tim Bisschop

Printing: die Keure, Bruges, Belgium

Binding: Brepols, Turnhout, Belgium

Publisher: Gautier Platteau

© represented collection:

Roland Florizoone, De Panne, Belgium
roland.florizoone@telenet.be

Gaston Bogaert © Sabam – België 2023: 40
Georges Frederic © Sabam – België 2023: 196
Keith Haring © Sabam – België 2023: 11
René Magritte © succession René Magritte –
Sabam – België: 201
Léo Marfurt © Sabam – België 2023: 279
Raoul Servais © Sabam – België 2023: 223

Belgian art historian **Karl Scheerlinck** has curated some twenty retrospectives as an expert on Belgian poster art. He is the author of over thirty publications: monographs on Belgium's historic graphic designers and scientific works about thematic poster design on such diverse topics as Antwerp, spirits, theatre, film and tourism. He also writes about Antwerp architecture and is a passionate art teacher.

Cover: Roger Berckmans
Backcover: Frans Laboulais

Naar zee!

ISBN 978 94 6466 649 6
D/2023/11922/33
NUR 653/656/466

To the Beach!

ISBN 978 94 6466 652 6
D/2023/11922/36
NUR 653/656/466

© Hannibal Books, 2023
www.hannibalbooks.be



HANNIBAL
BOOKS

All rights reserved. No part of this publication may be reproduced or transmitted in any form or by any means, electronic or mechanical, including photocopy, recording or any other information storage and retrieval system, without prior permission in writing from the publisher or from Roland Florizoone.

Every effort has been made to trace copyright holders for all texts, photographs and reproductions. If, however, you feel that you have inadvertently been overlooked, please contact the publisher.