



PUBLICIS GROUPE

TASCHEN

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

A History of Advertising
Stéphane Pincas and Marc Loiseau



Paris, le 8 septembre 2008

**PUBLICIS GROUPE ET TASCHEN ANNONCENT LA SORTIE DU LIVRE
« UNE HISTOIRE DE LA PUBLICITE »
PAR STEPHANE PINCAS ET MARC LOISEAU**

Publicis Groupe et TASCHEN annoncent aujourd'hui la parution du livre « Une Histoire de la Publicité » par les auteurs Stéphane Pincas et Marc Loiseau dont la longue carrière s'est déroulée pour l'essentiel chez Publicis.

Voici un ouvrage qui, pour la première fois, offre un panorama complet de la publicité. Complet du point de vue historique d'abord puisque la période couverte commence en 1842 et s'achève de nos jours. Complet aussi en termes géographiques car on y trouve non seulement des campagnes américaines, anglaises ou françaises mais également celles des nouveaux acteurs économiques comme le Brésil, l'Inde ou la Chine. Complet enfin par la variété des marques et des institutions qui sont représentées.

Au fil des pages, se déroulent de magnifiques sagas de grandes marques (Dim, Coca-Cola, Nescafé) dont certaines ont su s'adapter à de nouvelles attentes et de nouvelles technologies pour durer. A côté d'elles, les grandes causes citoyennes viennent prendre place, depuis quelques années, comme des acteurs majeurs de la communication en lui donnant une dimension nouvelle.

Divisé en chapitres chronologiques, cet ouvrage présente de nombreuses campagnes légendaires d'hier et d'aujourd'hui. On y voit les travaux réalisés pour la publicité par les grands photographes, depuis Steichen jusqu'à Richard Avedon, Sebastião Salgado, Paolo Roversi ou encore Jeanloup Sieff. Apparaissent aussi les noms de grands réalisateurs comme Guy Ritchie, Wong Kar-wai, Tony Scott, John Woo, Jean-Jacques Annaud et bien d'autres. On y voit même les contributions exceptionnelles que des artistes comme Picasso ou Magritte ont données à la publicité.

« Voici donc une invitation à découvrir et revoir quelques unes des belles publicités qui ont traversé plus d'un siècle et dont certaines résonnent encore fort dans nos mémoires. Nous avons préféré retenir avec simplicité et modestie une histoire « familiale », celle de Publicis Groupe et des grands réseaux qui le composent » commentent Stéphane Pincas et Marc Loiseau.

À propos des auteurs : Stéphane Pincas et Marc Loiseau ont tous deux une expérience de plusieurs dizaines d'années dans la publicité. Ils ont travaillé à Paris respectivement comme directeur de création et directeur des études. Au cours de leur longue carrière qui s'est déroulée pour l'essentiel chez Publicis, le quatrième groupe mondial de communication, ils ont contribué à la construction de très grandes marques nationales et internationales. Cet ouvrage reflète à la fois leur connaissance approfondie de la communication et leur approche très personnelle de ce métier.



Utilisation de visuels pour la presse : des images sont disponibles en 300 dpi sur le site www.taschen.com : rubrique press, puis rubrique press downloads. Une fois rempli le formulaire, vous disposerez d'un accès permanent et individuel à l'ensemble des images libres de droits de notre catalogue. Seul leur usage dans le cadre de la stricte promotion du livre est autorisé, et toute utilisation de plus de trois images doit être négociée avec TASCHEM.

Scandalous!

Songain, the great French poster artist of the post-war period, said that a successful poster must be 'a visual scandal'.



In 1952, Publicis, who had the task of promoting Maggi's soups, made their usual Edward Bernaysian choice of a poster. Songain, who had been fascinated since 1911 and the 'fifties with the '50s, in 1952 designed in the modern poster tradition defined by Jean Tardieu. The visual expression of Songain's brief 'soups and soups' (promotional in some respect of Charles Chaplin) combined with the strength and simplicity of his red and black lines and pure colors which 'use the work of Magritte and surrealist abstraction. This style plus the visual expression of the soup contained the 'visual scandal' which proved under the perfect circumstances to the consumer what he perceived: soup, as always, thick and so on. After an initial draft which was never taken up, the poster known as 'The red bull' was created in 1952 in 1, 2 and 3. Charles made an excellent choice: the word 'soups' (Songain's trademark) 'to make a great country, also used for cats, birds, mice and... (Songain)'. These deliberate parallels became part of the French culture, especially.

122 A History of Advertising



Songain was to be seen the theme of an 'animal' but to see the Maggi's children and their... In 1952, the red bull was with a human shaped like a chicken (2). In 1953, the French economy was recovering, inflation was out of control and the 'Gaulois' appeared a thirty years old with... A calculated plan was immediately prepared including measures intended to create rising meat prices. The poster which Jean Tardieu created for Publicis in the spirit of Songain, Songain's decision to breathe the line is the price of meat and to avoid such form the 'fourth quarter' of the poster which were his signature (3). An attempt was made to send his inspiration as clear as possible in his own words. The phrase 'suivez le bœuf' (follow your eye) and the bull's quickly entered common parlance in France and was still in use years later.



Modern Times 123

A propos de Publicis Groupe

Publicis Groupe (Euronext Paris : FR0000130577) est le 4^{ème} groupe mondial de communication, le deuxième groupe mondial en conseil et achat media, ainsi que le leader mondial en communication digitale et dans la santé. Le Groupe est présent dans 104 pays sur les 5 continents et compte environ 44 000 collaborateurs.

L'offre de services en communication du Groupe, auprès de clients locaux aussi bien qu'internationaux, comprend la publicité, à travers trois réseaux publicitaires mondiaux fonctionnant de manière autonome, Leo Burnett, Publicis et Saatchi & Saatchi, ainsi que deux réseaux multi-hubs : Fallon et Bartle Bogle Hegarty (filiale à 49 %) ; le conseil et l'achat d'espace media, à travers deux réseaux mondiaux : Starcom MediaVest Group et ZenithOptimedia; une expertise dans la communication numérique et interactive grâce notamment au réseau Digitas ; les marketing services et la communication spécialisée, comme la communication santé, la communication corporate et financière, les relations publiques, le marketing relationnel et direct, la communication événementielle et sportive, ainsi que la communication ethnique.

Site internet : www.publicisgroupe.com

* * *

CONTACTS PRESSE :

Publicis Groupe

Peggy Nahmany tél : 01 44 43 72 83

Kasha Kruse tél : 01 44 43 79 98

peggy.nahmany@publicisgroupe.com

kasha.kruse@publicisgroupe.com

TASCHEM

Lou Mollgaard tél : 01 40 51 73 08

l.mollgaard@taschen.com