

LE MAGAZINE DE

L'OPTIMUM GUIDE

SUCCESS STORY

ARRIÈRE -PETITS FILS DE PUB

Non Jacques Séguéla n'est pas le père de la publicité. Maurice Lévy et Michel Bongrand non plus. Pas plus que Léo Burnett, Bill Bernbach, Charles Saatchi ou David Ogilvy. C'est un certain Volney B. Palmer qui, à Philadelphie (Pennsylvanie) en 1842, fut le premier *advertising agent* de l'histoire. Et son fossoyeur n'est pas né, si l'on en croit l'émiettement des mouvements antipub. Trop de pub tue la pub ? Pas si sûr.

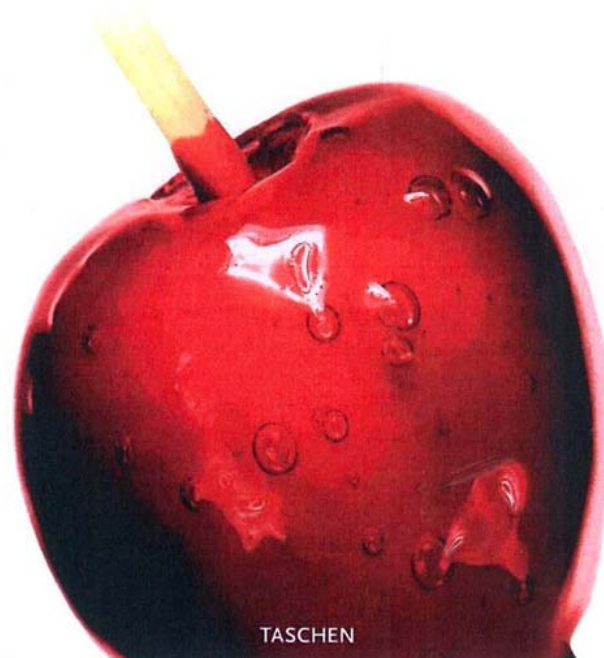
De la nuit des temps publicitaires à l'ère de l'influence virtuelle et des réseaux sociaux, c'est à une promenade historique et chronologique qu'invite cet album grand format consacré à la réclame sous toutes ses formes. Des affiches de Savignac, jugées en leur temps « scandaleuses », aux premières illustrations de l'*american way of life* pour Coca-Cola, de Picasso à Magritte, autant d'icônes pubardes passées dans l'imaginaire populaire. Un concentré de créativité qui prouve bien que la publicité n'est pas qu'une industrie ni un commerce, même si elle contribue à construire des grandes marques mondiales. Ce livre comme un hommage à la réclame traditionnelle, en train de disparaître au profit de la toile. Parce qu'elle le valait bien. — A. M.

Une histoire de la publicité, de Stéphane Pincas et Marc Loiseau, Taschen, 336 p., 29,99 €.

ART	P. 34
DESIGN	P. 36
COLLECTION	P. 48
MUSIQUE	P. 42
CINÉMA	P. 44
SÉRIES TÉLÉ	P. 46
LIVRES	P. 48
ESSAIS	P. 56
MULTIMÉDIA	P. 58

Une histoire de la publicité

Stéphane Pincas et Marc Loiseau



TASCHEN