



**Advertising from
the Mad Men Era**

Jim Heimann, Steven Heller

Taschen – 720 pages

24 x 33,6 cm – Allemand,
anglais, français – 39,99 €

Composé de deux volumes importants, l'ouvrage *Mid-Century Ads: Advertising from the Mad Men Era* raconte en images l'histoire du développement de la publicité aux États-Unis dans les années 1950 et 1960. Depuis l'ouverture de l'agence Doyle Dane Bernach (DDB), un vent de fraîcheur souffle sur la publicité, porté par la vigueur de l'économie et du modèle capitaliste. Alors que les choix en matière d'images sont encore dominés par l'illustration dans les années 1950, on assiste, la décennie suivante, au triomphe de la photographie. Aujourd'hui, plusieurs de ces publicités et les directeurs artistiques qui les ont créées sont toujours des références de la création publicitaire. Aussi serait-on au regret de constater qu'aucun de leurs noms n'est mentionné en légende. Si le plaisir de l'œil fait ici la part belle à l'image très grand format, l'information et les explications restent minimales. Un très beau recueil tout de même. **CB**