

Quand les mots dans l'art et la publicité donnent à réfléchir...

ARTISTES :

Ben (Benjamin Vautier, dit) (1935 -), *Il faut se méfier des mots*, 1993, affichage publicitaire sur un mur de la ville de Belleville, 4 x 3 m, Paris, France.



Boris Achour (1966-), *Les femmes riches sont belles*, 1996.

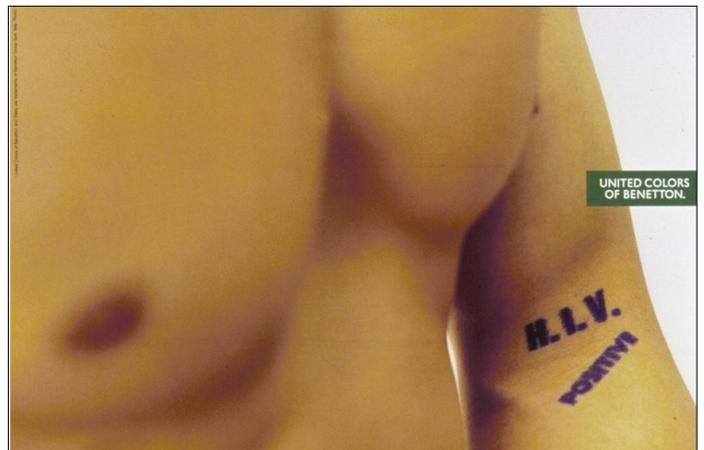


PUBLICISTE :

UNITED COLORS
OF BENETTON.

Oliviero Toscani (1942-), *Campagne publicitaire pour la marque Benetton*, 1993. Cette publicité est notamment visible dans le métro parisien en format 4 x 3 mètres.

Olivero Toscani décide en 1990 de créer des publicités pour la marque Benetton en ne faisant plus apparaître le produit vendu. Le publicitaire met en avant des messages qui définiront l'état d'esprit libre de la marque. En 1993, la nouvelle campagne de pub présente en gros plans des parties de corps tatouées du sigle anglais définissant la séropositivité « H.I.V. positive ». Pour la première fois, les mots font leur apparition sur les campagnes de Benetton. L'encre violette rappelle les tampons des services vétérinaires apposés sur la viande prête à être commercialisée, ainsi que l'utilisation qu'en a fait le régime nazi à des fins d'humiliation et de ségrégation. Toscani dénonce l'humiliation et l'exclusion des malades. La campagne fait scandale et la marque fait parler d'elle.



Engagement ou marketing ?

Une ambiguïté apparaît dans les discours de Luciano Benetton à propos de la vente de ses produits. Il soutient que « *la pub n'est pas faite pour vendre plus. Il s'agit de pub institutionnelle réalisée pour communiquer les valeurs de l'entreprise* ».

Pourtant, cet homme a depuis son plus jeune âge l'ambition d'être riche et malgré tous ses discours, l'industriel ne peut nier que ses campagnes publicitaires lui rapportent beaucoup d'argent. Grâce à Oliviero Toscani qui met le produit au service des grands problèmes de l'humanité, Benetton s'est enrichi.

Toutefois, il est vrai que le publicitaire a fait évoluer les mentalités dans les années 1980 et 1990. Il a présenté sur des panneaux 4 x 3 m des images qu'il semblait impossible de montrer à l'époque. Il a provoqué des débats sur des sujets tabous comme le sida, le racisme ou l'homophobie.

5 / Travail écrit de réflexion.

→ **Nomme des relations entre ton propre projet et une de ces œuvres (tu peux parler de points communs mais aussi de différences avec ton projet de création.)**

→ **Explique de manière argumentée quelle œuvre ou quelle publicité te surprend le plus et te donne à réfléchir.**

Se repérer dans les domaines liés aux arts plastiques, être sensible aux questions de l'art

Proposer et soutenir l'analyse et l'interprétation d'une œuvre.

Prendre part au débat suscité par le fait artistique.

□ **Domaine 1.1 / Les langages pour penser et communiquer / Comprendre, s'exprimer en utilisant la langue française à l'oral et à l'écrit**