

Histoire de la publicité

En 1995, la publicité est définie dans le petit Robert par "Ensemble des moyens de communication destinés à faire connaître un bien, un produit ou un service, et d'inciter le public à l'acquérir, par un moyen de communication de masse". Mais la définition donnée par le Dictionnaire de l'Académie française en 1879 diffère : "Annonces dans les journaux, les affiches ou les prospectus".

Que s'est-il passé pour que la définition de la publicité ait subi un tel changement en à peine plus de 100 ans ?

Préhistoire de la publicité (Antiquité-1850)

On trouve, dès l'Antiquité, des publicités sous forme de fresques vantant les mérites d'un homme politique ou des annonces de combats de gladiateurs. Une affiche découverte à St-Hyacinthe et datant de l'an 1000 avant J.C. est couramment considérée comme l'une des premières publicité produite en série; elle offrait une pièce d'or à qui capturerait un esclave en fuite^[1].

Au Moyen-Âge, les ordonnances royales et annonces commerçantes sont diffusées auprès du peuple par des crieurs publics, représentant ainsi la publicité de l'époque^[2].

Avec l'apparition de l'imprimerie au XV ème siècle, la page imprimée devient accessible au grand public. On constate l'apparition du flier (petite page imprimée, généralement distribuée à la main dans la rue), et des affiches tapissent dès lors les murs des villes.

En 1539, François I^{er} décrète que les ordonnances seront rédigées à la main en français et accrochées au mur, à la vue de tous après avoir été dites par un crieur.

En 1660, La *London Gazette* publie dans sa revue une publicité pour du dentifrice. Il s'agit vraisemblablement de la première publicité imprimée dans un périodique^[3].

La Révolution française voit la naissance du marketing politique, des affiches et des pamphlets sont typographiés ou imprimés pour faire s'étendre rapidement les textes révolutionnaires.

Le 16 juin 1836, Émile de Girardin fait insérer pour la première fois dans son journal, *la Presse*, des annonces commerciales, ce qui lui permet d'en abaisser le prix.



Lécythe attique portant l'inscription : « achète-moi et tu feras une bonne affaire », vers 500 av. J.-C., musée du Louvre.

L'affiche (1850-1920)

La guerre de 1870 engendre de grosses mutations économiques, la production est alors grandissante. La publicité soutient cette production.

L'extension des réseaux de chemins de fer et l'apparition des grands magasins entraînent une intensification des échanges et un élargissement des marchés. La publicité devient alors de plus en plus nécessaire.

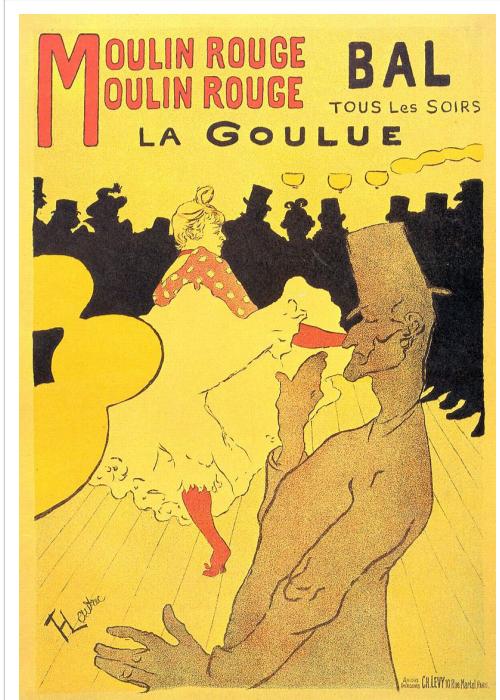
Le fort exode rural de l'époque permet une augmentation du niveau de vie des citadins et donc une augmentation de la production. On voit apparaître les catalogues de vente par correspondance ainsi que les foires-expositions à la campagne.

La libéralisation de la presse permet ensuite d'augmenter le nombre de publicités dans les journaux. En 1896, plus de 37% des recettes du *Figaro* sont dues à la publicité.

De 1880 à 1900, on assiste à un phénomène appelé *affichomanie*, c'est-à-dire que les affiches sont de plus en plus collectionnées, ce qui en améliore la qualité. Toulouse-Lautrec et Leonetto Cappiello y contribuent grandement en simplifiant, chacun à leur manière, les formes et les couleurs afin de rendre les affiches plus attrayantes.

Une affiche coûte en 1900 environ 12 francs 60, alors qu'en comparaison un quotidien ne coûte que 50 centimes.

On voit ensuite s'étendre les logos de marques aux emballages, puis vers 1920 aux produits dérivés (boîtes d'allumettes, cendriers, etc.)



Moulin rouge - La Goulue, 1891, 191 x 117 cm,
lithographie à 4 couleurs

La voix de Madeline Montet (1920-1950)

En 1922 apparaît la radio, les premiers spots publicitaires seront eux diffusés dès 1928.

En 1923, *Citroën* propose l'achat à crédit avec sa campagne publicitaire, favorisant ainsi les citoyens de la classe moyenne à l'achat.

Dans les années 1930, la publicité américaine, plus technique, entre en scène s'opposant à la publicité française plus artistique comme celle d'un Cassandre. On voit ainsi naître des cours de publicité en école de commerce, puis le métier de publicitaire. La publicité se veut alors technique, presque scientifique.

En 1936, l'apparition des congés payés grâce au Front Populaire permet à la publicité de se tourner vers les vacances et loisirs, en particulier dans le domaine des sports d'hiver.

L'Exposition universelle de 1937 est la première à proposer un pavillon de la publicité. Cela montre, par une transformation des valeurs et l'apparition du marketing.

Après la Seconde Guerre mondiale, les étalages (vitrines et aménagement intérieur) sont mis en valeur. Quatre types se dégagent :

- L'étalage de présentation, qui présente les articles du magasin
- L'étalage d'attraction, qui tente d'attirer l'œil des passants
- L'étalage de prestige, qui donne un aperçu du standing du magasin
- L'étalage de notoriété, qui ne vend presque qu'un nom de marque

Les années glorieuses de la publicité (1950-1970)

Le Plan Marshall permet l'expansion des idéaux américains, avec comme principal symbole la pin-up.

Durant les Trente Glorieuses, la publicité renforce l'idée que les loisirs sont hautement importants dans une vie.

En 1955, les sciences humaines (psychologie, sociologie,...) apparaissent dans le domaine de la publicité.

En 1960 ce sont les débuts de la publicité à la télévision, et en 1968 toutes les marques sont autorisées à la publicité télévisuelle, sauf la lingerie, les carburants, les disques, ou encore la margarine, « dans le respect des intérêts fondamentaux de l'économie nationale ».

Evolution actuelle de la publicité (1970-demain)

Dans les années 1970, la publicité devient un véritable phénomène culturel, les média analysent les images et les campagnes publicitaires. Ils transforment publicité en évènement, avec par exemple l'émission télévisée *Culture Pub*.

Dès les années 1980, la photographie prend une place importante dans la publicité par affiche. Elle peut être documentaire (présentation d'un outil et de ses caractéristiques), artistique (principalement pour les publicités de parfumerie), ou au service de l'idée (principalement humoristiques). L'un des évènements les plus marquants de l'époque a été la campagne des affiches Myriam, présentant une femme qui se dénude un peu plus chaque jour.

Dans les années 1990 apparaît le concept de packaging qui met en valeur un produit grâce à son emballage. En même temps, la publicité devient de plus en plus ciblée sur une partie de la population (âge, origine ethnique, ...), et des magasins spécialisés un "style de vie" apparaissent (*Nature & découvertes*, *Fnac Junior*, *Pimkie*, *zarah* ...). De plus en plus souvent, la publicité s'associe avec une émission ou un évènement, il s'agit alors de sponsoring. Parfois même les marques s'affichent politiquement ou socialement (*Benetton* dans son combat anti-racisme). Il s'agit de mécénat.

On voit également ressurgir dans les années 90 un mouvement anti-pub, avec comme exemple le plus courant le groupe Casseurs de Pub. Ce mouvement anti-pub dénonce l'impact normatif de la publicité sur les enfants, la privatisation des espaces publics au profit des marques, le gaspillage publicitaire, ...

A l'aube du troisième millénaire apparaît une nouvelle forme de publicité, le shockvertising, basé sur l'aspect choquant des images et/ou sons de la publicité, comme par exemple la campagne de Sécurité Routière.

Voir aussi

- Publicité
- Publicité québécoise
- Affiche
- Cassandre, le créateur de l'affiche publicitaire « *Dubo*, *Dubon*, *Dubonnet* ».

Références

[1] in Danesi, Marcel, *Persuasive signs, the Semiotics of Advertising*, Berlin, Walter deGruyter, 2002, p.4

[2] in C. Boudreau, *Les crieurs publics à la fin du Moyen Âge. Enjeux d'une recherche*, *Information et société en Occident à la fin du Moyen Âge*, Paris, Publications de la Sorbonne, 2004, pp. 203-217

[3] in G. Dyer, *Advertising as Communication*, London, Routledge, 1982, pp.16-17

Sources et contributeurs de l'article

Histoire de la publicité *Source:* <http://fr.wikipedia.org/w/index.php?oldid=45936867> *Contributeurs:* 307sw136, Alchemica, Alvaro, Anamorphose, Asabengurtza, August1, Barbichette, BeatrixBelibaste, Boeb'sis, Bourrichon, Coyau, Diligent, EDUCA33E, Emirix, Guérin Nicolas, Hannah banana, IAlex, Inisheer, Jastrow, Jef-Infojef, Julien06200, Kilom691, Leag, MicroCitron, Mr H., Pj44300, Pymouss, Rhizome, Rigolithe, Rune Obash, Sebleouf, Villefranche, ZeMeilleur, ~Pyb, 62 modifications anonymes

Source des images, licences et contributeurs

Image:Advertising lekythos Louvre F358.jpg *Source:* http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Fichier:Advertising_lekythos_Louvre_F358.jpg *Licence:* Public Domain *Contributeurs:* User:Jastrow

Image:Henri de Toulouse-Lautrec 049.jpg *Source:* http://fr.wikipedia.org/w/index.php?title=Fichier:Henri_de_Toulouse-Lautrec_049.jpg *Licence:* Public Domain *Contributeurs:* -

Licence

Creative Commons Attribution-Share Alike 3.0 Unported
<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/>