

C'EST QUOI L'IDÉE ?

Publicité, création et société de consommation



“ Directeur de création ?
Même Dieu n’oserait
s’appeler ainsi...” Ph. M.

Inspirant, utopiste et anticonformiste, Philippe Michel a réinventé la publicité. Depuis la provocatrice campagne « Myriam » de 1981 (« le 4 septembre, j’enlève le bas »), ses créations se sont solidement installées dans l’esprit du public. Les fous d’Eram, les chipies de Kookai, le « buvez, éliminez » de Vittel, le « merci qui ? » de Mamie Nova, l’agit-prop de Leclerc, les volcans de Volvic... c’est lui !

Décédé prématurément en 1993, Philippe Michel a laissé le milieu publicitaire comme assommé, désespéré, orphelin. Dans cet ouvrage, sur lequel il travaillait au moment de sa disparition, ce provocateur grinçant, plus intello qu’idéologue, partage avec jubilation ses idées sur l’énergie créative, les facéties de la mémoire, le désir qui fane, le message qui s’imprime... Des réflexions corrosives, lumineuses, percutantes... en un mot : vivantes.

Ancien compagnon de route des situationnistes et fondateur de l’agence CLM/BDDO, Philippe Michel (1940-1993) appartient au très petit cercle des génies de la publicité. Collaboratrice devenue sa complice pour rédiger ce livre, Anne Thévenet-Abitbol est aujourd’hui chargée des nouveaux concepts pour un grand groupe alimentaire.



2005-V 983286-0
978-2-84186-271-9
15 €

JMLavat - © Photos D.R.

MICHALON

C'EST QUOI L'IDÉE ?

PHILIPPE MICHEL

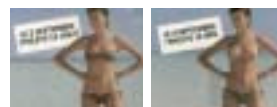
PHILIPPE MICHEL C'EST QUOI L'IDÉE ?

Publicité, création et société de consommation

PRÉSENTÉ PAR

ANNE THÉVENET-ABITBOL

PRÉFACE DE FRÉDÉRIC BEIGBEDER



“ Les idées naissent d’une minuscule collision, d’un frottement entre des fragments de concepts qui n’avaient pas l’habitude de se fréquenter et c’est ainsi que des concepts auparavant froids se mettent à dégager de la chaleur et que des objets obscurs jusque-là commencent à émettre de la lumière. Petite chaleur, petite lumière qui menace de s’éteindre ” si l’on n’y prend garde. ”



MICHALON