

Art, créations, cultures	Art, espace, temps	Arts, états et pouvoir
Arts, mythes et religions	Arts, techniques, expressions	Arts, rupture, continuité

Oliviero Toscani (1942 - actuel)



**De l'Antiquité
Au IX^e siècle.**

Du IX^es. à la fin du XVII^e siècle.

XVIII^e et XIX^e siècle.

Le XX^e siècle et notre époque

**Publicité United colors of Benetton
1986**

Arts de l'espace	Arts du langage	Arts du quotidien
Arts du son	Arts du spectacle vivant	Arts du visuel

Brève biographie de l'auteur :

Oliviero Toscani est née à Milan (Italie) en 1942. Il devient photographe en suivant les pas de son père qui était photographe de presse. Après avoir son diplôme de photographe à l'université d'art de Zurich, il s'oriente vers la photographie de mode et travaillera pour les plus grands magazines (Vogue, Elle, Harper's Bazaar, Ernst). En 1982-83, il fait la première campagne pour la société de vêtement Benetton. Par la suite, il sera nommé directeur artistique du groupe Benetton. Il travaillera pour le groupe Benetton jusqu'en 2000 date de son licenciement suite à une campagne publicitaire ayant créée une grosse polémique aux USA.

Après les années Benetton Oliviero Toscani continua à faire des campagnes de pub controversées.

Contexte (historique, social, artistique ... :

Les années 80 sont les années du paraître et du fluo. La situation économique est plutôt correcte (mais si certains parlaient déjà de crise) et les individus misent beaucoup sur le paraître pour réussir. Le look des années 80 est très remarquable avec des couleurs flashy et des épaulettes larges. La société mise sur les divertissements pour faire oublier que l'avenir est incertain. C'est dans ce contexte que la marque Benetton, se développe avec des gammes de vêtements pour jeune qui sont colorés et fruités.

Les années 80 sont aussi marquées par les luttes anti-apartheid, en particulier en Afrique du Sud, mais aussi lors de grands soulèvements dans les rues de Los Angeles.

Analyse de l'œuvre

Cette œuvre marque une rupture dans la communication de la marque. C'est la première fois que le logo de la marque disparaît pour le filigrane « United Color of Benetton ». On constate aussi que, sur cette photo, les vêtements sont peu présents, il n'y a que des pantalons de présentés. C'est une transition entre la publicité qui montre le produit et la publicité, plus proche de l'œuvre d'art qui évoque le produit sans jamais le montrer. Cette astuce marketing de l'évocation du produit, va faire naître une complicité entre la marque et le consommateur, rendant la marque désirable et proche. La marque n'est plus seulement un produit, c'est un concept, une philosophie de vie.

Oliviero Toscani, pose aussi dans cette œuvre les ébauches de ce que sera son travail dans les années futures. La publicité va servir de vecteur pour poser des questions et faire réagir les gens. Les publicités suivantes feront toutes polémiques. Ces publicités ne représenteront plus les vêtements mais feront tellement parler de la marque que ce style publicitaire perdure toujours (bien que Toscani ait été viré en 2000).

Dans l'œuvre présentée ici, on constate, que pour mettre en valeur la coloration des vêtements le photographe utilise des modèles de diverses origines ethniques. Les photographies évoquent la joie, la jeunesse et renvoient au groupe et à la couleur. Pas de paysage, simplement des fonds blancs pour mettre plus en avant la ligne graphique et les vêtements portés par les mannequins. Les vêtements sont colorés, comme l'est la peau de ceux qui les portent, c'est pourquoi les modèles choisies sont de toutes races. Cette affiche représente des jeunes gens de différentes ethnies tous libres, égaux et heureux d'être là.

Discrètement Oliviero Toscani pose les bases de la réflexion sur les droits de l'Homme. En fait la publicité est déjà le soutien à la lutte contre l'apartheid. Nous sommes en 1986, Nelson Mandela est toujours emprisonné, mais le gouvernement Sud Africain commence à lâcher du terrain face à la révolte du peuple noir. Dans l'affiche nous retrouvons la pensée des philosophes des lumières lorsqu'ils écrivaient la déclaration universelle des droits de l'Homme : 1/ Les hommes naissent libres et égaux en droit. On retrouve aussi une volonté de soutien à Mandela, lorsqu'il disait, au sujet des élections, : « Un homme, Une voix ».

Par la suite les œuvres de Toscani seront encore plus provocatrices, forçant à faire réfléchir le public qui les observe.

Œuvres liées :

Art du visuel, Art du quotidien.

L'affiche rouge

Les temps moderne de Chaplin.