

## La publicité détourne l'art

Depuis que la reproduction photographique est devenue facile et bon marché, beaucoup de concepteurs ont utilisé le détournement des œuvres d'art pour leurs campagnes publicitaires.



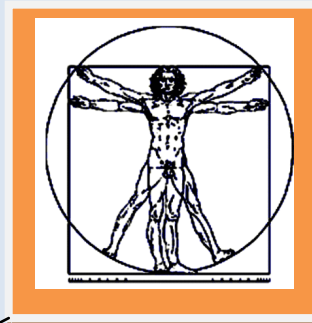
1 - Mannequin de dessinateur



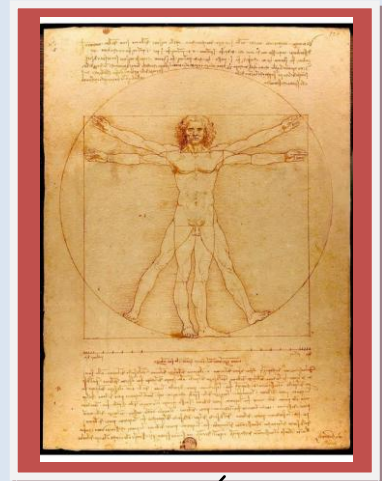
2 - Publicité pour les produits O'Cedar

Ce petit mannequin, utilisé autrefois par les artistes pour faire leurs croquis préparatoires, est devenu l'emblème de la marque des produits ménagers « O'Cedar ». Au point que l'objet lui-même qui se vend encore dans les magasins de fournitures pour artistes, n'est plus appelé que le bonhomme O'Cedar.

L'entreprise de travail Manpower utilisa ce dessin pour son logo pendant de nombreuses années. L'impression de puissance et d'équilibre que Léonard de Vinci sut donner à cette œuvre dans ses recherches artistiques, mathématiques et philosophiques fut définitivement associée à l'image de l'entreprise.



2 - Logo de l'entreprise Manpower



1 - L'Homme de Vitruve, Léonard de Vinci,  
vers 1490 / 34,3x24,5cm  
Plume, encre et crayon sur papier,  
Venise, Galleria dell'Academia



2 - Campagne publicitaire pour une marque de vêtements (Marithé et François Girbaud)



1 - La Cène, Léonard de Vinci,

Si les artistes ne sont plus là pour défendre leurs œuvres, certaines publicités font pourtant polémique. Cette campagne publicitaire pour une marque de prêt-à-porter a été interdite à la suite d'une plainte des Evêques de France pour injure envers une religion déterminée en 2005. Mais un nouveau jugement l'a autorisée en 2006.