

1895

1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze

Revue de l'association française de recherche sur
l'histoire du cinéma

59 | 2009

Marius O'Galop / Robert Lortac. Deux pionniers du
cinéma d'animation français

La publicité par le dessin animé

Marius O'Galop



Édition électronique

URL : <http://1895.revues.org/3934>

DOI : 10.4000/1895.3934

ISBN : 978-2-8218-0984-0

ISSN : 1960-6176

Éditeur

Association française de recherche sur
l'histoire du cinéma (AFRHC)

Édition imprimée

Date de publication : 1 décembre 2009

Pagination : 244-247

ISBN : 978-2-913758-60-5

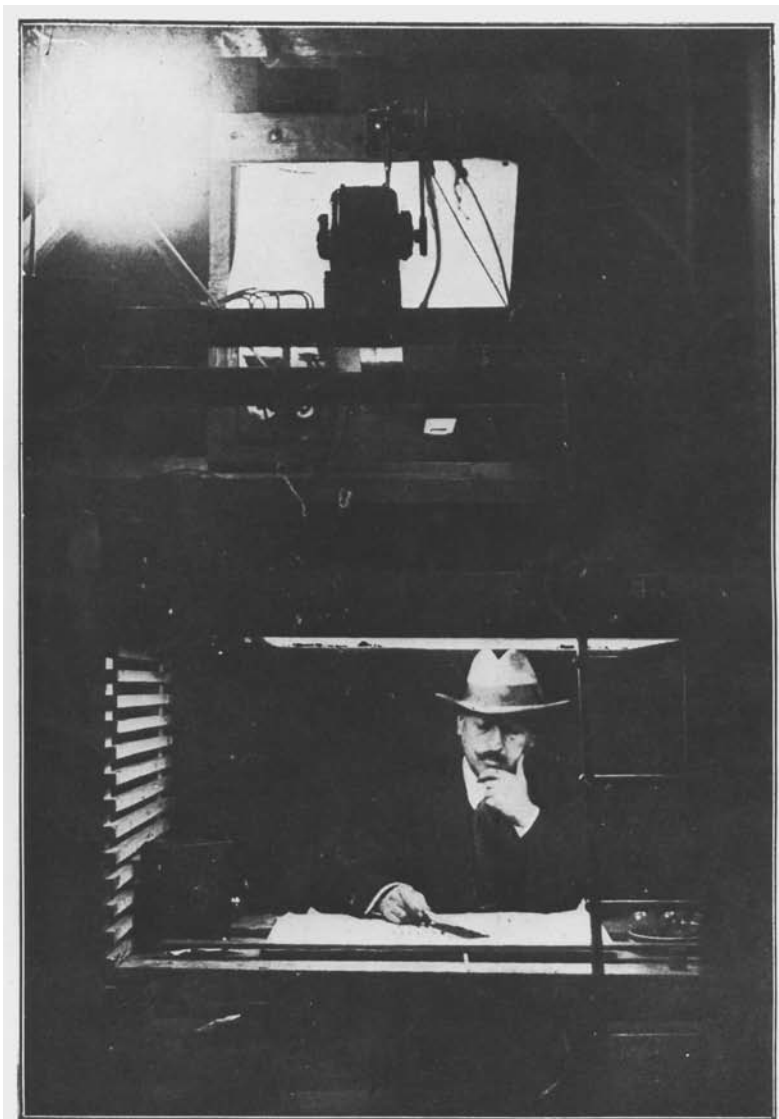
ISSN : 0769-0959

Référence électronique

Marius O'Galop, « La publicité par le dessin animé », *1895. Mille huit cent quatre-vingt-quinze* [En ligne],
59 | 2009, mis en ligne le 01 octobre 2012, consulté le 30 septembre 2016. URL :
<http://1895.revues.org/3934> ; DOI : 10.4000/1895.3934

Ce document est un fac-similé de l'édition imprimée.

© AFRHC



Un certain nombre de nos lecteurs nous ont demandé comment s'effectue la prise de vue des dessins animés. Pour répondre à leur curiosité, nous reproduisons ci-dessus l'appareil Pathé avec, au premier plan, le dessinateur O'Galop.

Marius O'Galop, *Cinémagazine*, n°3, février 1921.

La publicité par le dessin animé¹

par Marius O'Galop

Innombrables sont les formes sous lesquelles se manifeste la publicité : le dessin animé en est certainement la plus moderne et l'une des plus effectives. Mais sa technique est une chose toute spéciale.

Si bizarre que cela puisse paraître de prime abord, elle n'a rien de commun avec celle de la publicité murale?... Projetez la reproduction de la meilleure affiche, elle ne fera aucun effet. La raison en est bien simple : ce qui fait la grande visibilité d'une affiche, c'est surtout sa couleur ; or, vous la supprimez ; par contre, la séduction du cinéma, c'est – eût dit La Palice – le mouvement – et l'affiche est résolument immobile. La couleur faisant défaut, il ne reste qu'une ressource : le mouvement, les dessins... animés.

Et voilà comment – et sans même tant de phrases – est venue au monde la publicité par les dessins animés.

Il y a plusieurs façons de procéder.

Voyons la plus simple et supposons qu'il

s'agisse d'un dentifrice. Elle consistera évidemment à faire affirmer par l'écran que le dentifrice Bross Adam est le meilleur : j'entends de projeter un texte – mobile autant que possible – puisqu'il est entendu que pour être effectif il doit bouger.

Donc, les lettres viendront une à une se ranger à l'alignement : ou bien, surgissant en désordre, elles sembleront hésiter, puis se reconnaître et, enfin, se fixer peu à peu à leur place et on lira alors :

POUR LES SOINS DE LA BOUCHE RIEN NE VAUT LE DENTIFRICE BROSS ADAM

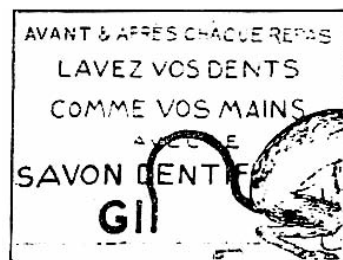
Procédé bien sommaire, en vérité – et combien banal !

Vous suscitez évidemment plus d'intérêt si vous évoquez d'abord, par exemple, un singe qui croque une pomme – ou ses puces – et ensuite se brosse sérieusement les dents. Vous désirez lui faire porter à la connaissance du public le conseil suivant :

¹ *Cinémagazine* n° 35, septembre 1921.

LA PUBLICITÉ

par le dessin animé



1895 /
n° 59
décembre
2009

246

Marius O'Galop, dessins illustrant son article «La Publicité par le dessin animé», *Cinémagazine*, n°35, septembre.

AVANT ET APRÈS CHAQUE REPAS LAVEZ VOS DENTS
COMME VOS MAINS

Rien de plus simple: il écrira la première partie avec la main et la seconde avec le pied, cela va de soi.

Mais il faut qu'il ajoute:

Avec le savon dentifrice Gibbs.

Avec quoi écrira-t-il?... avec la main?... voyons il a sa queue! Il en trempe le bout dans l'encrier, écrit au mur, puis – toujours avec sa queue – envoie un gracieux baiser au public.

Corsons un peu l'histoire.

Supposons que vous ayez à chanter les louanges d'un dentiste.

Vous pouvez développer comme suit: Monsieur Crocodile a mal aux dents, il souffre atrocement. Il essaie de tout: rien n'y fait. Enfin il se décide à s'adresser au grand dentiste A Poigne. Confortablement installé dans le fauteuil opératoire, dûment insensibilisé, sa dent malade lui est enlevée en un clin d'œil sans la moindre douleur – à tel point qu'emballé séance tenante, il se les fait arracher toutes.

Et quand une vaste pancarte proclame que

A. Poigne, chirurgien dentiste breveté, médaillé, etc., arrache les dents sans douleur, croyez-vous que le public trouve qu'il va un peu fort ?

Pas du tout. Une affiche dans la rue avec un tel dessin paraîtrait outrée. En dessin animé?... nullement.

Le public rit, s'intéresse à l'histoire et croyez bien qu'il lui en restera quelque chose et que, le moment venu, il se rappellera le dentiste A. Poigne. Mais, continuons: de plus en plus fort !

Un Anglais – carrick à carreaux, casquette d'explorateur, voile vert, petite valise – l'anglais classique, quoi, tel qu'on le rencontre tous les jours... Aux Folies Bouibouis de Pézenas – se promène tranquillement en Afrique. Comme il constate à son chronomètre qu'il est Beefteak moins cinq, il s'arrête, s'assied, tire sa brosse à dents et son savon dentifrice – et, d'abord se brosse les dents, puis se lave les mains. Et alors, de sa minuscule valise, il sort: couvert, serviette, nappe, vaste pudding, gin, bière, etc., etc.

De la coulisse aussi sort... un lion, lequel – preuve que l'attention se porte toujours sur les objets animés – ne s'intéresse qu'au seul Anglais. Celui-ci, qui ne se fait pas d'illusions, lui conseille toutefois: *avant et après chaque repas, lavez vos dents*, – et lui brosse les dents *avant*. Après quoi, le lion l'engloutit.

L'Anglais sort la main pour lui rebrosser les dents *après* et rentre – puis, après réflexion, ressort la tête pour recommander :

Car c'est ainsi que doit finir tout bon film réclame. Le public populaire le sait: il s'y attend mais il y trouve toujours du plaisir, il pronostique: ça c'est le chocolat Chose – non, c'est les pastilles Truc – et si l'histoire est amusante, ma foi, il s'amuse, sans rancune. Car il faut dire que ce spectacle est un supplément gratuit, puisqu'il passe pendant les entr'actes: ça vaut mieux que d'aller au buffet. Au surplus, il n'est pas pris en traître: un chasseur nègre annonce d'abord la Publicité Untel, puis après, vient remercier le public salue et sort – et Sa Majesté le Public savoure volontiers ce supplément gratuit, sinon obligatoire – songeant peut-être combien ce vieux Buffon lui avait caché une grande partie des mœurs des animaux.

C'est ainsi qu'il apprendra, à sa grande surprise – ce qui est pourtant la vérité toute nue – que les lapins jouent à saute mouton au clair de la lune, les rhinocéros au bilboquet avec leur corne et les noix de coco, les écureuils aux montagnes russes sur le dos des chameaux, les éléphants eux-mêmes, les graves éléphants... Pourtant... il a de la méfiance le public, je vous le dis... Dame est-ce qu'on sait jamais, avec cette réclame ?