

Plakat, Bell, 1939
Erscheinungsland: Schweiz
Gestaltung: Herbert Leupin
Auftrag: Bell AG, Basel, CH
Material / Technik: Lithografie
127 x 90 cm
Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK



Fondée à Bâle en 1869 et aujourd'hui un groupe international, la boucherie Bell engage très tôt des affichistes de renom pour sa publicité. En 1939, Herbert Leupin (1916-1999) mise sur l'envie de viande de la génération de la guerre et dispose délicatement des tranches de charcuterie et de lard sur une planche en bois.

Le cornichon offre un accent coloré en contraste avec la palette de roses et de rouges de la nature morte d'Herbert Leupin. L'affichiste, qui travaille pendant des décennies en solo dans son atelier, est un modèle pour beaucoup de graphistes et publicitaires. Il a le génie de capter l'air du temps dans des affiches publicitaires populaires. L'affiche Bell, exécutée avec la fidélité photographique des produits propre à la Nouvelle objectivité, est l'un de ses premiers succès. La singularité de Leupin est de marier grand savoir-faire artisanal et pensée publicitaire. Ses noms et personnalités de marque ainsi que ses slogans accrocheurs font tous appel au registre des émotions. Pour l'affiche Bell, Leupin renonce à tout texte et se contente de pyrograver sur la planche le logotype créé par Paul O. Althaus l'année précédente (1938). La planche fait par la suite

l'objet d'une forte demande de la clientèle et Bell se met à produire cet article de merchandising, qui se fonde naturellement sur l'affiche de Leupin vantant le saucisson Bell en 1948. (Bettina Richter)

<https://www.eguide.ch/fr/objekt/bell/>