

Plakat, Sinalco, 1970
Erscheinungsland: Schweiz
Gestaltung: Advico-Delpire AG / Peter Emch
Auftrag: Trank AG, Zürich, CH
Material / Technik: Siebdruck
127 x 90 cm
Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK



Dans leurs œuvres, les artistes pop art documentent l'exercice d'équilibriste entre fascination et critique à l'égard de la culture de consommation de l'après-guerre. Ils puisent leur inspiration dans le quotidien et la publicité. Et inversement : dans les années 1970, le pop art fait peu à peu son entrée dans l'affiche publicitaire.

Une bouche rouge et sensuelle d'où sort une paille surplombe le logotype Sinalco, qui semble animé et dont le « i » est remplacé par une bouteille Sinalco. Cette trouvaille publicitaire permet au jeune graphiste Peter Emch (né en 1945) d'entrer dans l'histoire de l'affiche, avant de se consacrer entièrement à l'art quelques années plus tard. La boisson culte Sinalco est

à l'apogée de sa popularité pendant les années où Emch est directeur artistique chez Advico-Delpire. Les affiches de l'agence font écho au légendaire langage visuel proche de la BD de Roy Lichtenstein (1923-1997). La composition vive de rouge et jaune et les points de trame sont des emprunts directs au peintre américain, qui imite dans ses tableaux le procédé d'impression industrielle de produits commerciaux. La trame joue simultanément avec la marque de fabrique de Sinalco, le point rouge typique, introduit dès 1937. Emch réussit ainsi une affiche qui rompt avec l'esthétique publicitaire usuelle et dont l'érotisme manifeste capte l'air du temps. (Bettina Richter)

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