



1



2

- 1 Entwurf für Werbeplakat, De plus en plus Turmac Superfiltre, 1955, Gestaltung: Josef Müller-Brockmann, Fotografie: Serge Libiszewski, Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann). Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK
- 2 Filmnegativ (Entwurf für Werbeplakat), Turmac, 1955, Fotografie: Atelier Müller-Brockmann, Zürich, CH / Serge Libiszewski, Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann). Abbildung: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

Bien que l'effet nocif de la cigarette soit connu depuis plus de 50 ans, l'interdiction de publicité pour le tabac dans l'espace public reste lacunaire en Suisse. Lorsqu'en 1955 Josef Müller-Brockmann (1914-1996) fait monter sa bannière publicitaire pour les cigarettes Turmac dans la gare de Zurich, il ignore encore tout de cette nocivité. Peu après, toutefois, il lit des articles sur la question et en tire immédiatement les conséquences morales.

À la fin des années 1950, une publicité Turmac de l'atelier Müller-Brockmann surplombe les têtes de voie à la gare de Zurich. Des jeunes hommes et femmes, cigarettes à la main, adressent un sourire heureux aux passants. La bannière conjugue un mode de vie moderne et une communication graphique idoine : des photos en noir et blanc de fumeurs en gros plan et diverses dimensions, accompagnées d'un slogan publicitaire en plusieurs langues en caractères sans empattement de couleur rouge, sont montées sur un bandeau qui ressemble à une pellicule de film américain – seulement interrompue par le logotype Turmac en arabe. Longtemps

réservé aux hommes, fumer commence à être toléré pour le sexe féminin à partir de la campagne Lucky Strike à New York (1929), dans laquelle dix femmes de la bonne société allument une cigarette qui « fait mincir ». Il faut un peu plus de temps aux femmes suisses pour oser fumer en public. On ignore pendant longtemps les effets nocifs du tabac. Lorsque Josef Müller-Brockmann apprend à la fin des années 1950 ses conséquences fatales, il renonce à accepter d'autres mandats de Turmac. Il dresse une liste de produits dont il ne souhaite pas (ou plus) faire la publicité pour des raisons morales. En font partie le tabac, l'alcool, les jouets et jeux à caractère guerrier, les armes, la spéculation immobilière et la politique partisane. À ses yeux, le graphiste a une responsabilité sociale. Il doit informer et non séduire, une position qui l'amène à renoncer à la publicité purement commerciale. (Barbara Junod)

Dokumentarfotografie, Turmac, 1955
Fotografie: Atelier Müller-Brockmann, Zürich, CH / Serge Libiszewski
Auftrag: Turmac Turkish-Macedonian Tobacco Co., Zürich, CH
Material/Technik: Papierabzug, s/w-Fotografie
14.5 x 39.3 cm
Donation: Shizuko Yoshikawa (Archiv Josef Müller-Brockmann)

Eigentum: Museum für Gestaltung Zürich / ZHdK

<https://www.eguide.ch/fr/objekt/werbepaneeel-bahnhof-zuerich-turmac/>