



**Havas**  
**maison fondée en 1835**  
**Jacques Séguéla**



180 ans ! Rythmés de coups d'éclat et de coups de Jarnac, l'aventure d'Havas est véritablement hors du commun : à la source de l'épopée de la diffusion de l'information et de la publicité, elle épouse chaque avancée technologique et se love dans les méandres de l'histoire politique et économique de son temps.

Le concept d'agence d'information internationale, la fonction de correspondant de guerre, l'association pernicieuse de la vente d'informations aux journaux à la gestion de leur publicité : Charles Havas (1783-1858) a tout inventé en matière de communication au point de régner sans partage sur l'ensemble de la presse française.

Information et manne publicitaire... tant de pouvoirs créent un empire décrié, souvent à juste titre. « Le public peut croire qu'il existe plusieurs journaux, mais il n'y a en définitif, qu'un seul journal... celui de Mr Havas. », écrit Balzac en 1840.

1940 : l'histoire d'Havas croise la grande histoire. Dès août, plusieurs de ses collaborateurs sont à Londres aux côtés du Général de Gaulle. Objectif : organiser une structure d'information libre. Sur la BBC, ce sont eux qui animeront l'émission mythique « Les Français parlent aux Français » et inventeront le slogan publicitaire le plus percutant de l'époque : « Radio Paris ment, Radio Paris ment, Radio Paris est allemand ».

Et la saga continue : l'essor de l'agence – nationalisée en 1945, privatisée en 1987 – accompagne le passage de la réclame à la publicité. Après avoir contribué aux heures de gloire de l'affiche, au développement de la pub radiophonique et cinématographique, elle participe aux premiers pas de la publicité télévisée, puis à l'avènement de l'ère de la communication sur fond de mondialisation des marchés et de révolution de l'Internet. L'internationalisation d'Havas se déploie alors sur les 5 continents.

Jacques Séguéla brosse les portraits des bâtisseurs de l'entreprise, explore son histoire et les créations publicitaires d'une galaxie regroupant aujourd'hui plusieurs centaines d'agences. Rien qu'en France, avant la fusion avec RSCG (1991), on en dénombre plus de soixante dont Havas Conseil, Ecom, Alice, Bélier... Rassemblée ici pour la première fois, la production de ces nombreuses enseignes, ranime tout un pan de notre histoire publicitaire : des slogans qui font partie du patrimoine – *Moulinex libère la femme, Fraîcheur de vivre Hollywood chewing-gum, Orangina, secouez-moi, Saint-Yorre, mon foie connais pas* – des héros gravés dans les mémoires – la Mère Denis, Don Patillo, le Père Ducros – et des campagnes mythiques pour Elf, Club Med, Citroën, Darty, Evian, Air France...

Acteur des derniers chapitres en date de l'épopée, Jacques Séguéla introduit le lecteur dans les arcanes de la création de Canal Plus par André Rousselet (Pdg d'Havas de 1982 à 1986). Il l'invite aux tractations présidant aux stratégies de développement, aux face-à-face des conseils d'administration, aux délibérations des assemblées générales d'actionnaires, « ces jeux du cirque

des sociétés cotées en bourse ». Tendre, critique ou tranchante, la verve du fils de pub trouve les mots justes pour conter le panache de certains, la lâcheté des uns ou la mégalomanie des autres, les jours de gloire et les heures noires : la destinée épique d'une maison fondée en 1835 dans le trois pièces d'un modeste hôtel parisien... désormais l'un des premiers groupes mondiaux de communication.

---

## **NOUVEAUTÉ**

**En librairie le 25 novembre 2015**

Format : 23,5 x 31 cm

Nbr de pages : 350 en couleur

500 illustrations

Prix public : 29,50 euros

### **Contacts presse :**

**Marie-Laure Walckenaer - 06 64 10 61 70 - walckenaerml@gmail.com**