

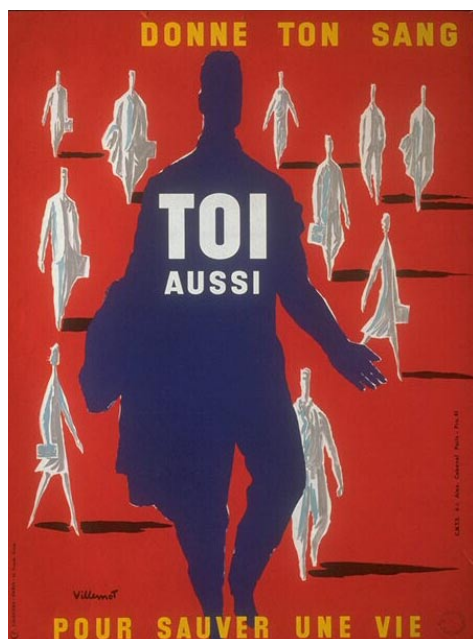
## EXPOSITION

## PUBLICITÉ

février 2010

mai 2010

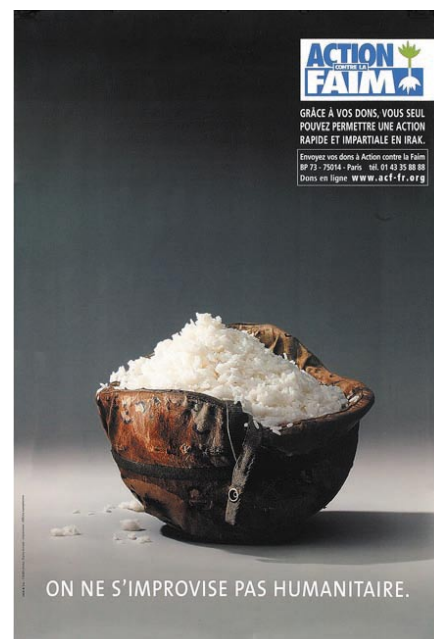
# LA PUBLICITÉ AU SECOURS DES GRANDES CAUSES



Bernard Villemot, affiche, 1955



Raymond Savignac, affiche, 1982



DDB & Co (agence) et Arnold Blaise (photographe),  
affiche, 2003

## DEVENEZ PARTENAIRE DES ARTS DÉCORATIFS POUR CETTE EXPOSITION

### LES AVANTAGES

#### COMMUNICATION

Vous pouvez bénéficier de visibilité :

- > en externe, auprès du grand public et des médias : campagnes d'affichage, campagnes presse ;
- > en interne, auprès de vos salariés et collaborateurs.

#### RELATIONS PUBLIQUES

Vous pouvez organiser dans les espaces des

ARTS DÉCORATIFS :

- > réceptions ;
- > visites privées ;
- > conférences ou projections de films ;
- > ateliers de pratique artistique.

#### ACCÈS PRIVILÉGIÉS

Vous recevez

- > des invitations pour le vernissage ;
- > des laissez-passer journée.

#### CULTURE

Vous pouvez participer à la vie des musées

- > Arts décoratifs
- > Design
- > Mode
- > Publicité

### BUDGET GLOBAL

100 000 €

### L'EXPOSITION

#### Bénéficiez d'un avantage fiscal très incitatif

En France (loi du 1<sup>er</sup> août 2003)

Votre entreprise bénéficie :

- > d'une déduction fiscale à hauteur de 60% du montant de son don dans la limite d'un plafond de 0,5% du chiffre d'affaire ;
- > de contreparties directes à hauteur de 25% du montant de son don.

Par exemple :

Montant du don	100 000 €
Déduction possible	60 000 €
Contreparties	25 000 €
Coût réel	15 000 €

Aux Etats-Unis

Vous bénéficiez de déductions en passant par notre association américaine à but non lucratif, The Friends of the Musées des Arts décoratifs.

L'affiche comme le film publicitaire sont, à l'origine, conçus pour vendre des produits de grande consommation. Destinés à toucher un très large public ils sont aussi utilisés depuis quelques années pour défendre des causes d'intérêt général. La question se pose : peut-on vendre ces grandes causes comme on vend de la lessive ?

Pendant longtemps, ces outils de communication institutionnelle ont été confiés à des artistes ou graphistes comme Raymond Savignac (1907-2002) et Bernard Villemot (1911-1989) pour les plus anciens, mais surtout Grapus (1970-1990) ou les Graphistes Associés (1990-2000), collectifs de graphistes français. Aujourd'hui, pour rendre leur message percutant, les associations, fondations, ou organismes à but non lucratifs font appel aux grandes agences publicitaires à l'instar de DDB, Euro RSCG ou encore TBWA.

L'exposition des ARTS DÉCORATIFS proposera une rétrospective des créations graphiques et publicitaires au service des « grandes causes » depuis les années 1950. Elle s'articulera autour de six thèmes : les droits de l'homme, l'humanitaire, la santé, l'écologie, l'exclusion et l'aide sociale, l'éducation et le civisme. Un débat d'actualité.

Contact : Hélène de Feydeau - Responsable Mécénat

tel : 0033 (0)1 44 55 58 07 - [helene.de.feydeau@lesartsdecoratifs.fr](mailto:helene.de.feydeau@lesartsdecoratifs.fr)