

Echos Publicitaires

(Ecrit spécialement pour "La Cle d'Or".)

La plus grand nombre de journaux. C'est aux Etats-Unis que se publient le plus grand nombre de journaux. Il y en aurait plus de 30.000. Il paraîtrait que la France vient au second rang avec 10.000 journaux.

Ce n'est pas un mauvais rang si l'on se rappelle que les E.-Unis sont près de trois fois plus peuplés que la France.

On vient de publier que la France compte encore 300.000 illettrés. Cela nous paraît douteux. Sans ce déchet le nombre de journaux publiés serait peut-être plus élevé, ou, pour le moins, ceux qui paraissent devraient élever leur tirage.

Cependant, il convient de considérer la proportion: combien de journaux comparativement au nombre d'habitants. Une telle comparaison place la Suisse au premier rang, car elle compte 270 journaux pour chaque million d'habitants.

Les Etats-Unis sur la même base, n'en comprennent que 250 et la Grande-Bretagne 98.

La publicité nerf du journalisme. Aujourd'hui, en raison du prix de la main-d'œuvre, des transports et surtout du prix du papier, un journal ne peut pas vivre sans publicité. C'est la publicité qui paie l'information.

Pour se rendre compte de la progression de la publicité dans les journaux, il est intéressant de comparer la Presse anglaise d'aujourd'hui à celle du début et du milieu du siècle dernier.

Le *Scotsman* qui, en 1817, avait inséré 300 annonces, en inséra 200.000 en 1867.

Le *Daily Telegraph* publiait, dès 1861, 5.000 colonnes d'annonces, en 1900, plus de 16.000 colonnes. Aujourd'hui, il dépasse de beaucoup ce chiffre, donnant huit pages d'annonces par numéro.

Le *Times*, en 1861, avait 105 colonnes d'annonces dans un seul numéro. En 1888 et en 1902 il publia 80 numéros ayant chacun 24 pages avec 80 colonnes d'annonces.

Le *Daily Mirror* touchait pour sa publicité, en 1903, 300 livres par semaine. En 1924, le même journal touchait 280 livres par page.

En Angleterre, les journaux ont autant de pages de publicité que d'informations.

Réclame d'autrefois. Le docteur Cabanès reproduit dans sa "Chronique médicale" du 1er janvier, une lettre adressée "Au Rédacteur", et qui parut dans le "Moniteur" du 17 mars 1791. C'est une curiosité sur l'art publicitaire de cette époque qu'il est amusant et instructif à la fois de relire.

"J'aime le chocolat, Monsieur, comme les anciens héros des romans aiment leurs maîtresses, malgré leurs rigueurs. Le chocolat m'a fait plus d'une fois éprouver les siennes; j'ai essuyé des indigestions, des nausées, des coliques. C'en était, je pense, bien assez pour amener une rupture entre le chocolat et moi; mais je ne romps avec mes amis qu'après un bien mûr examen. J'en fis un, et je reconnus que j'étais le jouet d'un ami faux, d'un chocolat factice, qu'une manipulation trop compliquée et des mélanges hétérogènes avaient rendu très malsain. Une tasse de ce mauvais chocolat peut amener des accidents graves, et, loin de rétablir les forces digestives de l'estomac, c'est lui-même qui contribue le plus à les détruire.

"Que faire en pareil cas? Ce que j'ai fait; j'ai cherché le bon chocolat, comme Diogène cherchait un homme sans défaut, recherche très inutile et très folle de sa part, très sage de la mienne. Elle m'a réussi, grâce à mon médecin, qui m'a indiqué M. Duthu, fabricant de chocolat dans cette ville, rue Saint-Denis, 272, vis-à-vis Sante Opportune. "J'ai trouvé chez lui, en effet, un chocolat délicieux et salubre..."

Le Coca Cola Le Coca-Cola a été mis sur le marché en 1886. Récemment, la compagnie a changé de mains. Le prix de vente a été de vingt millions de piastres. Le *Wall Street Journal*, en parlant de cette transaction, disait que ça été \$20,000,000 d'achalandage qui a été vendu.

Les premiers vingt-cinq gallons de sirop Coca-Cola furent vendus \$25.00 et le produit de cette vente fut entièrement consacré à la publicité.

C'est la publicité, mais une publicité bien dirigée, qui a placé ce produit devant le public.

Leçons ou Paradoxes de Henry Ford

EXEMPLE OU REUSSITE ISOLEE ?

M. HENRY FORD est l'un des personnages les plus connus du globe. Ce n'est pas seulement parce que les automobiles, hautes sur roues, résistantes à tous les chemins, même aux mauvaises pistes, vont partout vulgariser sa marque. C'est encore parce que cet industriel qui, au début de sa carrière, a manié l'outil du mécanicien, ne craint pas de prendre aujourd'hui la plume pour expliquer les raisons de sa fortune. Un premier ouvrage: *Ma vie et mon oeuvre*, fut lui-même un grand succès de librairie. En

voici un autre où les vues intéressantes abondent (1): L'auteur s'y montre encore le prodigieux organisateur que l'on sait, soucieux tout à la fois de l'ensemble et du moindre détail. Mais il énonce aussi, chemin faisant, nombre de recettes sociales. Nous laisserons de côté les précisions techniques sur les usines, les mines, les transports qui forment la gigantesque entreprise. Et nous ne nous occuperons que de la méthode offerte. Cette méthode a-t-elle chance d'ouvrir des voies nouvelles? L'homme, qui la propose à l'imitation de tous, sera-t-il un précurseur ou s'avancera-t-il sur une route où il ne sera guère suivi? Demain profitera-t-il de cette expérience d'aujourd'hui? Telle est la question qui domine l'exposé de cette réussite.

1. Henry Ford avec la collaboration de Samuel Growther, *Aujourd'hui et Demain*, traduit de l'anglais par L.-P. Alaux, Paris, Payot, 1926. Prix: 20 francs.