

Exposé de Jacques Séguéla - septembre 2008

Invité par la clinique Élysée Montaigne au lancement de son concept Paris, Capitale Mondiale de la Beauté, le publicitaire Jacques Séguéla livre sa vision d'une société en pleine mutation qui digère peu à peu la prolifération des images pour les transcender en une valeur démocratique. Explications.



Jacques Séguéla - © Havas

La première mutation □ une société de l'image

Nous sommes en train de vivre un tsunami sociétal, je crois que les français ne s'en rendent pas bien compte.

Nous sommes en train de changer totalement de façon de vivre, de façon d'être, de façon de penser, de façon de dépenser, et vous êtes parmi les artisans de ce monde du futur qui s'invente.

Parce que la société qui, hier, était une société de mots au 19^{ème}, au 20^{ème} siècles, est devenue une société d'image, et dès l'instant où elle est une société d'image et où en plus les images se répandent sur tous les écrans, pas simplement les écrans de télévision mais aussi les écrans d'ordinateurs, les écrans de mobiles, chacun est assujéti à sa morphologie.

Qui dit médiatique dit morphologie, qui dit image dit besoin de plaire, qui dit image dit supériorité de plaire, qui dit image dit création d'émotion, création de désir.

La deuxième mutation □ une démocratie de personnes
La troisième mutation □ une société de l'égoïsme
Vieillir jeune □ l'art du savoir-vieillir
Paris, capitale mondiale de la beauté
L'être humain libéré
Questions & réponses

□

La deuxième mutation □ une démocratie de personnes

La deuxième mutation, c'est que nous passons d'une société de masse à une société de personnes, et plus nous irons, plus nous irons vers ce besoin d'identité individuelle. Or une identité individuelle ça se crée, ça s'aime, ça se protège. Si on ne s'aime pas, on ne peut pas réussir dans la vie.

Et votre métier à vous est un peu un métier de faiseur de miracle. C'est justement en corrigeant une disgrâce, vraie ou fausse, peu importe, de redonner du moral aux gens.

Je me souviens d'avoir fait un slogan publicitaire pour un coiffeur, c'était «□recoiffez-vous le moral□ Et bien vous c'est la même chose, cela va beaucoup plus loin que le recoiffage, vous redessinez le moral des gens.

Je crois aussi que nous entrons dans une sorte de démocratie humaine, parce que finalement l'identité de chacun c'est ce qu'on appelle la démocratie. C'est le droit de chacun à s'exprimer, à être, à paraître au mieux de ce qu'il est.

La troisième mutation □ une société de l'égoïsme

La troisième mutation est que nous passons d'une société de l'effort, pénible au 18^{ème} siècle, lourde au 19^{ème} siècle, encore très angoissante au 20^{ème} siècle, à une société de l'égoïsme.

Alors c'est à la fois une société du et moi, et moi, et émoi.

Parce que nous sommes dans une société de passion, de compassion, de réaction, et que seule l'émotion fait avancer la communication.

Regardez les téléfilms on en a jusque là. Regardez les films quels qu'ils soient □ si les « Ch'tis » ont autant marché, c'est parce qu'ils ont créé une émotion. Il n'y a rien d'autre dans ce film.

Cela veut dire que la Beauté est devenue un signe extérieur de richesse

Hier c'était les automobiles, et bien c'est quand même mieux qu'un rouleau de plastique. On a quand même fait un progrès fou. Cela montre bien d'ailleurs que les objets qui hier étaient les objets auxquels on se raccrochait, justement pour paraître, sont dépassés aujourd'hui par le plus bel objet qui soit, qui est nous-même, et il n'y a pas de honte à avoir cela.

Viellir jeune □ l'art du savoir-vieillir

J'ai lu une étude américaine extraordinaire, qui était faite sur plusieurs milliers d'individus, avec toute la science qui mène à ces choses-là, et qui a prouvé que la beauté augmentait les salaires de 10%. C'est extraordinaire, ils ont pris des gens, je ne sais pas comment ils les ont classés. Ils se sont aperçus que les plus beaux en moyenne gagnaient 10% de plus □ normal, quand je reçois une jolie créatrice qui vient me voir, je suis plus enclin à l'embaucher qu'un laideron.

Bien sûr le talent joue son rôle, mais nous sommes quand même tous qu'on le veuille ou pas séduits par la beauté.

Et puis, nous devenons une société de vieux. Toutes les 50 secondes, un français a plus de 50 ans. Vous vous rendez compte □!!

J'étais en Chine il y a quelques semaines, mon patron chinois m'a dit □ « Est-ce que tu sais que la population des moins de 30 ans en Chine est égale à la population tous âges confondus de la Russie, plus l'Amérique, plus l'Australie □ »

Et au retour je me suis arrêté en Inde pour visiter nos agences et mon patron indien m'a dit □ « Mais tu rigoles ; chez nous, la population des moins de 30 ans est le double de celle de la Chine, car chez nous on peut faire plusieurs enfants alors que eux sont limités à un, maximum deux ».

Face à cela nous avons une population de vieux, de plus en plus envieux, envieux de quoi □ D'être jeune, j'en sais quelque chose puisque j'en suis l'illustration.

Donc nous avons l'obsession de vieillir jeune.

Les jeunes commencent à avoir cette obsession dès l'âge de 20 ans. Vous savez que la préoccupation de la retraite commence à 21 ans □

C'est à se taper la tête contre les murs □ Vous voyez que vous avez de l'avenir devant vous. À 21 ans on commence déjà à penser à sa retraite, et on commence déjà à penser à sa retraite physique et donc on commence déjà à vouloir gommer les imperfections qui sont là, avant qu'il ne soit trop tard, avant même que votre même ne puisse s'en apercevoir, et surtout pour vous mettre le plus vite possible dans ce qui sera un nouvel art de vivre qui est le savoir vieillir.

Le savoir vieillir fera partie de l'art de vivre

Paris, capitale mondiale de la beauté



Je suis heureux de participer à ce lancement même si c'est ambitieux, de Paris Capitale de la Beauté, car ce sont les seules choses qui nous restent en France. Il nous reste les idées, la beauté, le luxe, l'art de vivre, c'est là-dessus que l'on doit se battre. Pour tout le reste, nous sommes un petit pays qui de toute façon se fera toujours dévorer par les grands. Mais nous, nous sommes l'image emblématique de la beauté mondiale. Et c'est cela que vous défendez avec votre projet.

Et puis je crois surtout que nous sommes, que vous êtes, en train de tuer un tabou, et cela c'est le plus important.

La complémentarité des produits cosmétiques

Dr Bernard Cornette de Saint-Cyr ☐ Vous avez tout compris, c'est extraordinaire !!!

Problèmes des produits cosmétiques ☐ eux ont droit à la publicité. Concurrence déloyale ☐

Dr Jean-Claude Hagège ☐ Je crois que nous ne devons pas avoir du tout peur de la concurrence et de la publicité des produits de beauté. je crois que comme a dit un jour Y. Pitanguy, «☐la demande de beauté est une☐». Peut-être même que commencer par des crèmes qui n'ont pas d'action n'est pas grave. Cela décrispe les gens, les ouvre à la chirurgie esthétique. Ce n'est pas une concurrence mais une complémentarité dans le temps.

Jacques Séguéla ☐ Tout ce que vous avez dit est très vrai. Cela habitue la femme à prendre soin de sa beauté, et cette publicité pour les produits cosmétiques contribue à la libérer.

Mais maintenant c'est à vous de prendre le relais, c'est à votre tour.

☐

//