Indice

IX *La pubblicità, espressione culturale*. Prefazione di Bruno Bertelli
XIII *Dagli acronimi delle multinazionali al più defilato dei freelance…* Prefazione di Till Neuburg

3 **Introduzione**

11 **Capitolo 1 Le origini della pubblicità**
11 1.1 I cinque periodi della pubblicità
12 1.2 Consumi e società
16 1.3 Dal Cinquecento al Settecento
19 1.4 L'Ottocento
28 1.5 La nascita delle agenzie e dei pubblicitari
31 1.6 La nascita dei marchi
37 *Le campagne più importanti del decennio*
39 1.7 Pubblicitari
1.7.1 John Emory Powers 1837-1919 (copywriter), p. 39; 1.7.2 James Walter Thompson 1847-1928 (executive), p. 41

47 **Capitolo 2 Vent'anni che hanno cambiato la pubblicità**
47 2.1 Contesto storico
51 2.2 Consumi e società
68 2.3 Media, agenzie, pubblicità
75 *Le campagne più importanti del decennio*
86 2.4 Pubblicitari
2.4.1 Claude C. Hopkins 1866-1932 (copywriter), p. 86; 2.4.2 Albert Lasker 1880-1952 (executive), p. 90; 2.4.3 John E. Kennedy 1864-1928 (copywriter), p. 94; 2.4.4 Earnest Elmo Calkins 1868-1964 (copywriter), p. 97; 2.4.5 James Webb Young 1886-1973 (copywriter), p. 101

105 **Capitolo 3 Gli anni Venti: consumo e progresso**
105 3.1 Contesto storico
113 3.2 Consumi e società
126 3.3 Media, agenzie, pubblicità
133 *Le campagne più importanti del decennio*
145 3.4 Pubblicitari
3.4.1 Bruce Barton 1886-1967 (copywriter), p. 145; 3.4.2 Raymond Rubicam 1892-1978 (copywriter), p. 154; 3.4.3 Stanley Burnet Resor 1879-1962 (executive), p. 160; 3.4.4 Helen Landsdowne Resor 1886-1964 (copywriter), p. 161; 3.4.5 John Caples 1900-1990 (copywriter), p. 163
166 *1920-1930: Il decennio in breve*

167 **Capitolo 4 Gli anni Trenta: radio, crisi e propaganda**
167 4.1 Contesto storico
178 4.2 Consumi e società
189 4.3 Media, agenzie, pubblicità
198 *Le campagne più importanti del decennio*
208 4.4 Pubblicitari
4.4.1 Harrison McCann 1880-1962 (executive), p. 208; 4.4.2 Leo Burnett 1891-1971 (copywriter), p. 212
218 *1930-1940: Il decennio in breve*

219 **Capitolo 5 Gli anni Quaranta: tra pubblicità di guerra e ricostruzione**
219 5.1 Contesto storico
228 5.2 Consumi e società
238 5.3 Media, agenzie, pubblicità
242 *Le campagne più importanti del decennio*
257 5.4 Pubblicitari
5.4.1 Theodore Lewis «Ted» Bates 1901-1972 (executive), p. 257; 5.4.2 Rosser Reeves 1910-1984 (copywriter), p. 259
266 *1940-1950: Il decennio in breve*

267 **Capitolo 6 Gli anni Cinquanta: la rivoluzione televisiva**
267 6.1 Contesto storico
272 6.2 Consumi e società
285 6.3 Media, agenzie, pubblicità
292 *Le campagne più importanti del decennio*
318 6.4 Pubblicitari
6.4.1 David Ogilvy 1911-1999 (copywriter), p. 318; 6.4.2 Bill Bernbach 1911-1982 (copywriter), p. 328; 6.4.3 Shirley Polykoff 1908-1998 (copywriter), p. 336; 6.4.4 Paul Rand 1914-1996 (art director), p. 339
342 *1950-1960: Il decennio in breve*

343 **Capitolo 7 Gli anni Sessanta: la rivoluzione creativa**
343 7.1 Contesto storico

352 7.2 Consumi e società
360 7.3 Media, agenzie, pubblicità
369 *Le campagne più importanti del decennio*
387 7.4 Pubblicitari
7.4.1 Bob Gage 1921-2000 (art director), p. 387; 7.4.2 Helmut Krone 1925-1996 (art director), p. 388; 7.4.3 Julian Koenig 1921-2014 (copywriter), p. 390; 7.4.4 George Lois 1931- (art director), p. 392; 7.4.5 Jack Tinker 1906-1985 (art director), p. 395; 7.4.6 Mary Wells Lawrence 1928- (copywriter), p. 399; 7.4.7 Paula Green 1927-2015 (copywriter), p. 403; 7.4.8 Howard Luck Gossage 1917-1969 (copywriter), p. 404; 7.4.9 Colin Millward 1924-2004 (art director), p. 407
412 *1960-1970: Il decennio in breve*

413 **Capitolo 8 Gli anni Settanta: il mercato internazionale**
413 8.1 Contesto storico
417 8.2 Consumi e società
431 8.3 Media, agenzie, pubblicità
440 *Le campagne più importanti del decennio*
457 8.4 Pubblicitari
8.4.1 Carl Ally 1924-1999 (copywriter), p. 457; 8.4.2 Jerry Della Femina 1936- (copywriter), p. 459; 8.4.3 Charles Saatchi 1943- (copywriter), p. 462
468 *1970-1980: Il decennio in breve*

469 **Capitolo 9 Gli anni Ottanta: la pubblicità spettacolo**
469 9.1 Contesto storico
473 9.2 Consumi e società
491 9.3 Media, agenzie, pubblicità
502 *Le campagne più importanti del decennio*
519 9.4 Pubblicitari
9.4.1 Jay Chiat 1931-2002 (copywriter), p. 519; 9.4.2 John Hegarty 1944- (art director), p. 523; 9.4.3 Dan Wieden 1945- (copywriter), p. 527; 9.4.4 Jacques Séguéla 1934- (copywriter), p. 530
536 *1980-1990: Il decennio in breve*

537 **Capitolo 10 Gli anni Novanta: oltre la pubblicità**
537 10.1 Contesto storico
546 10.2 Consumi e società
572 10.3 Media, agenzie, pubblicità
579 *Le campagne più importanti del decennio*
587 10.4 Pubblicitari
10.4.1 Thomas James McElligott 1943- (copywriter), p. 587; 10.4.2 Paul Arden 1940-2008 (art director), p. 591
595 *1990-2000: Il decennio in breve*

597 **Capitolo 11 La pubblicità in Italia**
597 11.1 L'epoca dei manifesti
607 11.2 La stagione del fascismo
617 11.3 Il mondo di «Carosello»

627 11.4 La rivoluzione televisiva
653 11.5 Pubblicitari
11.5.1 Armando Testa 1917-1992 (art director), p. 653; 11.5.2 Emanuele Pirella 1940-2010 (copywriter), p. 658; 11.5.3 Gavino Sanna 1942- (art director), p. 663; 11.5.4 Marco Mignani 1944-2008 (copywriter), p. 666

669 **Conclusioni**

675 *Bibliografia essenziale*
677 *Bibliografia autori*
681 *Sitografia essenziale*