



Une bouteille de lait sans étiquette devant un miroir à main – la promesse suggérée au niveau visuel est explicitement formulée dans le texte : boire du lait rend beau et conserve !

(Bettina Richter)

<https://www.eguide.ch/fr/objekt/milch-macht-jung-und-schoen/>

Claire, bon marché, objective et moderne, ce sont les principes rationnels de publicité progressiste d'Anton Stankowski (1906-1998). Dès sa formation, il perçoit l'apport innovant de la photographie et reprend aussi la sobre linéale sans empatement de son premier professeur à l'école Folkwang, Max Burchartz (1887-1961). Appelé pour quelques années à Zurich par Max Dalang (1882-1965), il y parachève sa philosophie graphique.

La campagne d'affiches pour les Badische Milchzentralen mobilise d'autres éléments typiques de Stankowski : la structuration spatiale, le gros plan ainsi que le recyclage et la variation de matériel photographique. Des slogans concis sans pathos complètent le duo visuel et donnent à chaque fois une raison de boire du lait. En outre, le mot Milch (lait) est mis en relief par sa couleur blanche et tisse ainsi un lien avec le produit lui-même. En dépit de toute leur épure, les affiches racontent de petites histoires pleines d'humour et de poésie.