

CURRICULUM PUBLICITAE

A 25 ans, il est Docteur en Pharmacie. Pour ce bouillonnant touche-à-tout, c'est une fausse route. Il change d'itinéraire et réussit le premier tour du monde d'une voiture Française. Un livre : « La Terre en rond », un premier succès : 150.000 exemplaires.

A 30 ans, après 2 ans à Paris Match, il est appelé à France Soir par Pierre Lazareff. Il y restera à nouveau 2 ans avant de devenir producteur de télévision à l'ORTF.

A 35 ans, il s'associe à Bernard Roux. Roux Séguéla est née. La première annonce de l'agence montre le Président Pompidou barrant un moteur Mercury. Résultat : saisi de l'Express et démarrage en flèche. Successivement, Alain Cayzac puis Jean-Michel Goudard, viendront les rejoindre.

À 40 ans, c'est l'explosion : le lancement des produits libres de Carrefour, jugé à l'époque par le public la meilleure publicité de ces trente dernières années (sondage IFOP). S'enchaîneront Louis Vuitton, Le Printemps, Afflelou et beaucoup d'autres.

À 45 ans, parution du premier livre sur son métier : « Ne dites pas à ma mère que je suis dans la publicité, elle me croit pianiste dans un bordel ». Une autobiographie mais aussi une love-story de la pub. Les campagnes s'enchaînent et les succès aussi : Citroën et les Chevrons sauvages, Dunlop et son célèbre love-torture-test, Carte Noire le café nommé Désir, Woolite et ses stars. L'année suivante, d'un coup de « Force Tranquille », le slogan devenu culte de François Mitterrand, Jacques Séguéla fait entrer la publicité dans l'histoire de France.

À 50 ans, les ouvrages du « Fils de pub » sont maintenant traduits en dix langues, Turc, Russe, Chinois et Japonais compris. Les créations redoublent : le Club Med, Air France, ainsi que Apple, Microsoft pour leurs premières

apparitions européennes. C'est aussi le temps de ses campagnes d'entrée en démocratie des pays de l'Est (Bulgarie, Hongrie, Roumanie, Pologne).

À 55 ans, RSCG et Eurocom fusionnent pour devenir Euro RSCG. Alain de Pouzilhac devient le Chief Executive Officer de la holding Havas Advertising, Jacques Séguéla en est le Chief Creative Officer et le Vice-Président.

À 60 ans, tout en continuant d'animer son groupe, il poursuit ses campagnes Présidentielles : Ehud Barak en Israël, Ricardo Lagos au Chili, Aleksander Kwasniewski en Pologne, Janesz Drnovsek en Slovénie, Simeon II en Bulgarie.

A ses 70 ans, Vincent Bolloré devient le Président d'Havas. Jacques Séguéla en reste le Vice-Président et le patron créatif et, en parallèle, s'engage à ses côtés dans le développement de son groupe Média :

Direct Matin, Direct Soir, Direct 8.

À 77 ans, il a écrit 25 livres, sillonné 100 fois la planète pour créer ou animer les agences du groupe, créé ou participé à plus de 1000 campagnes, dont 20 Présidentielles (19 réussies et un échec mais cuisant, celui de Lionel Jospin en 2002).

Ses derniers ouvrages parus cette année s'intitulent « Autobiographie non autorisée », on n'est jamais si bien servi que par soi-même, suivi de « Génération Q.E. », le combat de l'émotion contre la raison.

Sa dernière pub, mais qui n'en n'est pas une : mettre la Tour Eiffel en bleue à l'occasion de la Présidence Française de l'Union Européenne. L'image fera 1 tour du monde (1 million de reprises).

Mais tout cela pour lui n'est qu'un début : « La vieillesse commence, dit-il, lorsque les regrets l'emportent sur les rêves ».