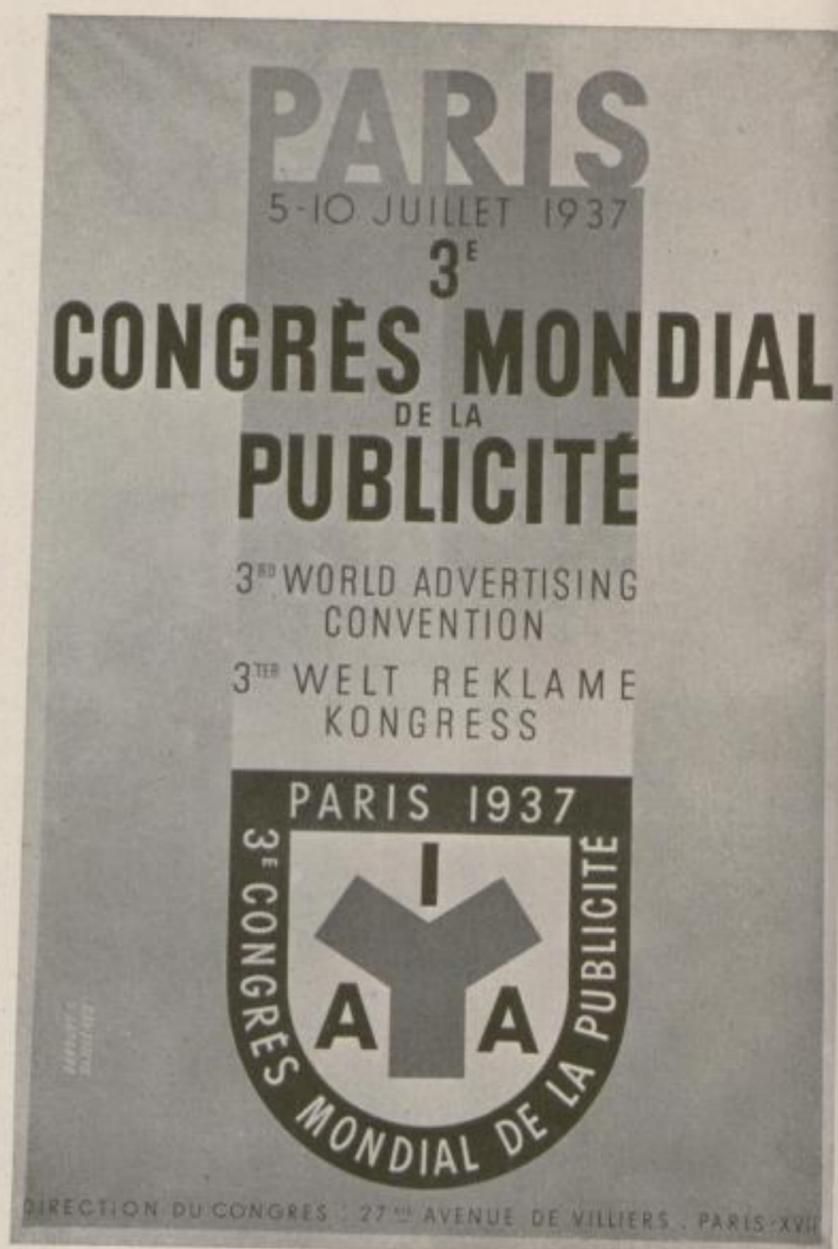
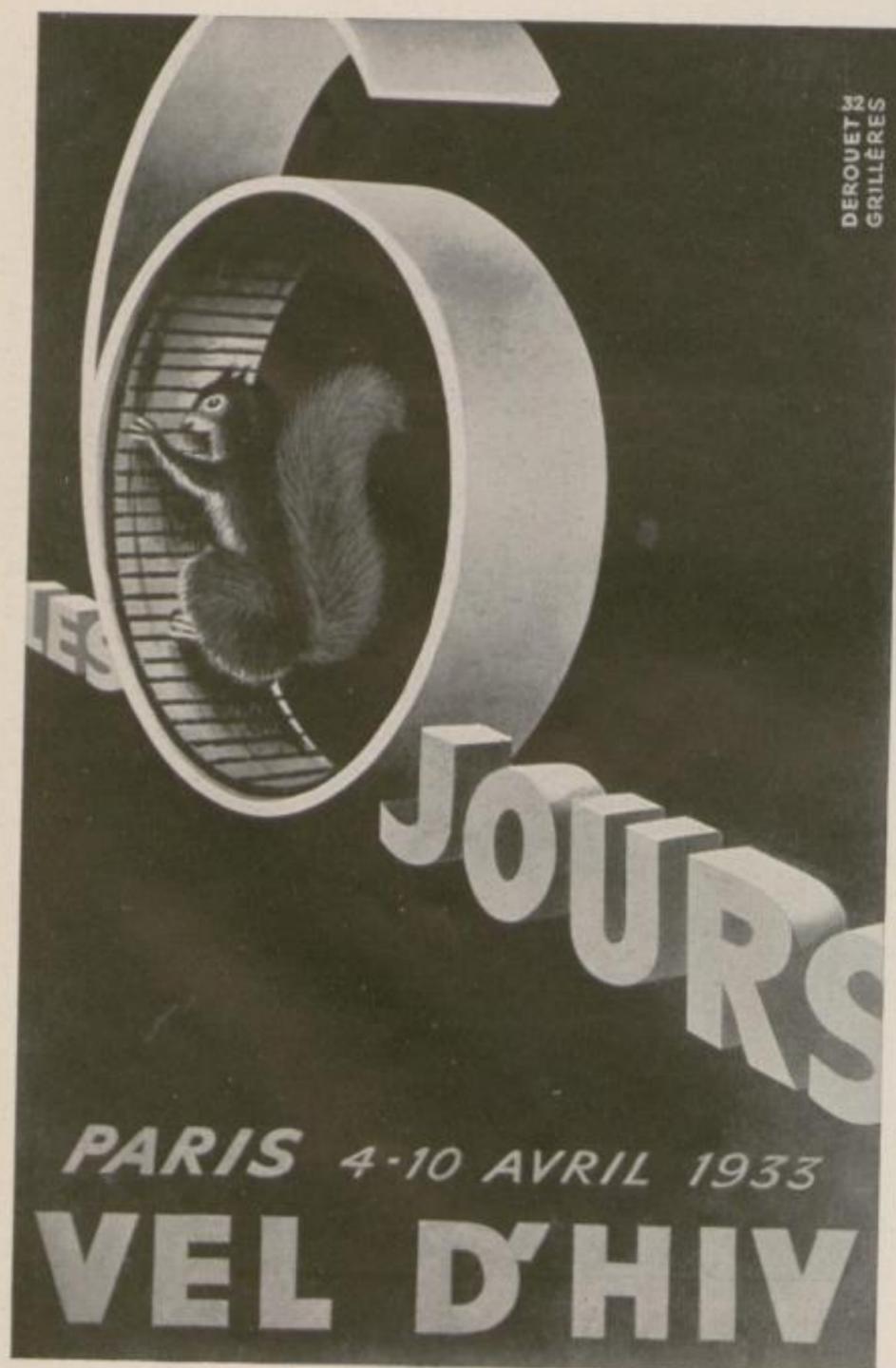


Nationale“ Beachtung, welche die ganze naive Freude des Mannes, der soeben das Große Los gewonnen hat, in einer streng stilisierten Verkörperung mit höchst einfachen Mitteln drastisch zum Ausdruck bringen. Bei beiden Plakaten ist, von einigen Abweichungen im Figürlichen abgesehen, die Haltung genau die gleiche. Auch in den Plakaten der „Arts Ménagers“, der „Auberge de France“ und der „Cigarettes Favorites“ findet man diese heitere Note wieder. Zwei weitere Plakate für ein Sechstagerennen veranschaulichen Derouets Ideenfülle und Phantasie reich tum besonders deutlich, wenn man dabei bedenkt, wie viele Arbeiten schon dieses Thema behandelt haben. Schließlich aber erscheint es auch angebracht, diesen Künstler noch von einer anderen Seite zu zeigen, und zwar

Plakat für ein Sechstagerennen



Plakat für den 3. Weltreklamekongreß  
Poster for the 3rd World Advertising Convention

E D G A R

als einen Schöpfer von markenartigen Zeichen für Warenauslagen. Zwei solcher Zeichen in weißem Marmor für einen Fleischer sind typischer Ausdruck eines Bemühens um eine amüsante Stilisierung, die ja für das gesamte Schaffen von Derouet charakteristisch ist. Er hat in dieser Art bereits zahlreiche Arbeiten von überzeugendster werblicher Ausdruckskraft geschaffen. Wie sehr die Verdienste des jungen Künstlers in den Werbekreisen Frankreichs anerkannt werden, beweist auch die Wahl seines Plakatentwurfes für den Dritten Weltreklamekongreß in Paris. Bei einem so glücklichen Beginn einer Laufbahn als Werbekünstler darf man wohl auf noch stärkere Erfolge in der Zukunft schließen.

R. L. Dupuy