par Gérald DARDART

Sedan et le chocolat (2nde partie)

À l'instar de la Grande Brasserie Ardennaise (GBA) et sa *Bière Sedan*, le Chocolat-Turenne élabora une véritable stratégie commerciale. De nombreux objets publicitaires de qualité sont parvenus jusqu'à nous. Un peu de nostalgie…

Dès la fin du XVIIe siècle

En 1789, pour soutenir le premier président des États-Unis d'Amérique, George Washington (1732-1799), des épinglettes personnalisées en son honneur, étaient vendues aux citoyens. Cela serait la première forme de publicité par l'objet.

Le véritable objet publicitaire voit le jour au XVIIIe siècle, en Angleterre, à Long Eaton (Derbyshire), lorsque Josiah Brown, manufacturier de cigares, propose de personnaliser les bagues de ses cigares, avec une mention imprimée en relief : « Monsieur *'un tel'* vous souhaite une excellente nouvelle année ».

Dans la France du Second Empire, **Aristide Boucicaut** (1810-1877), fondateur des grands magasins « Au Bon Marché » **(1852)**, à Paris, invente des catalogues émaillés d'échantillons de produits (vers 1867), des jeux de société (comme « le jeu du labyrinthe ») et offre des **éventails** à ses clientes, lesquelles les affectionnent et les collectionnent.

En **1886**, le terme **'gadget'** voit le jour.

La Statue de la Liberté, cadeau de la France aux États-Unis, donne l'idée à un dénommé Émile Gaget (**Dun-sur-Meuse**, 1831 – Paris, 1905), un industriel français dirigeant à Paris (dans le XVIIe arrondissement) la fonderie Gaget-Gauthier, de vendre des miniatures de la Statue de la Liberté, « Gaget » étant gravé sur le piédestal, un des premiers souvenirs touristiques. Cette version de l'origine du mot « gadget » est toutefois contestée.

En 1887, le petit imprimeur **Jasper Freemont Meek** (1856-1918), à Coshocton (Ohio, États-Unis), invente le sac commercial, en tissu, imprimé du nom d'un magasin de chaussures. Ce sac pouvait être réutilisé par les écoliers, afin de ranger leurs manuels. Un concurrent de Meeks, imprimeur lui-aussi dans la même ville, le dénommé Henry Beach, copie l'idée. Les deux professionnels se sont mis à concevoir des objets publicitaires : sacs de billes, fouets équestres, boîtes à cartes, éventails, calendriers, bérets, tabliers, chapeaux pour les chevaux (!) ...

En 1904, est créée la première association de fabricants d'articles promotionnels qui deviendra la Promotional Products Association International, la PPAI à Irving (Texas), forte de 10 000 membres en 2011.

1921 : une révolution publicitaire en France

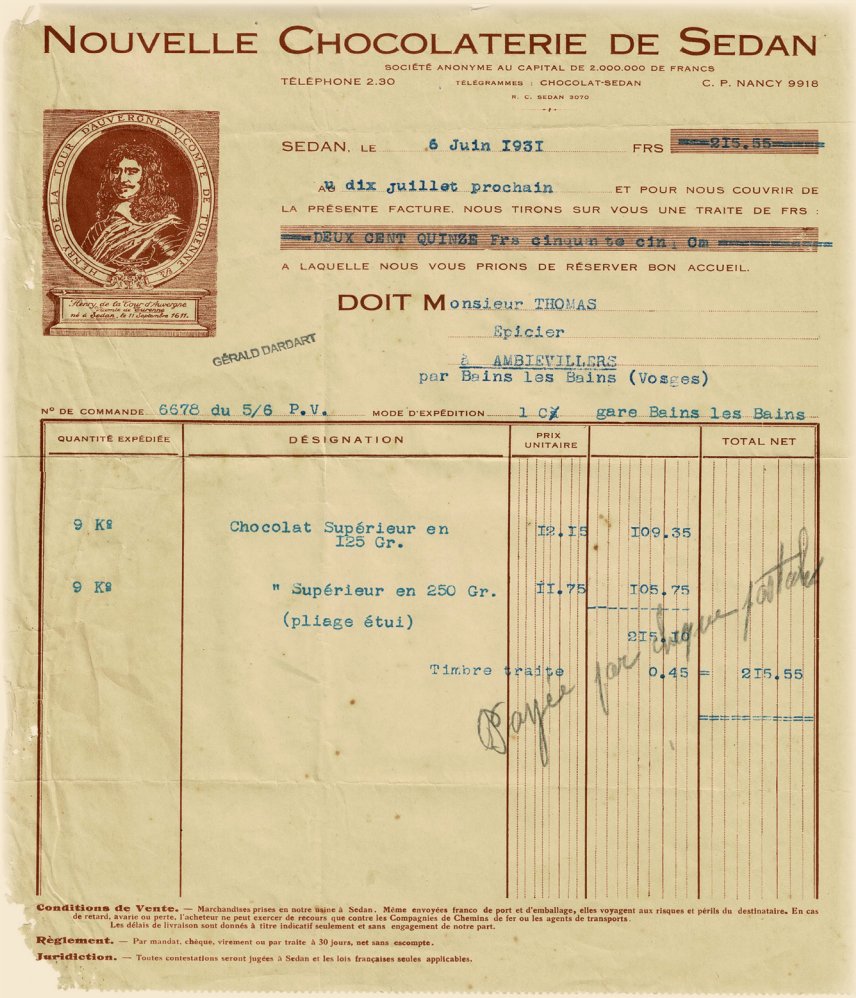
Après la Grande Guerre, en 1918, les soldats américains quittent le Vieux-Continent et rentrent chez eux. Un certain **George Safford Parker** (1863-1937) revient de l'enfer des tranchées avec une géniale idée. Il s'est aperçu que la cartouche des fusils ou mitrailleuses a une forme qui s'adapte parfaitement à la forme des crayons. Il convainc un industriel de se reconvertir dans la fabrication de 'cartouches' d'encre ! Et il use de ce nouveau produit pour y inscrire le nom de ses clients.
'La Vache qui rit' (1921), fromage jurassien de Léon Bel (1878-1957), reprend l'insigne militaire de la section B70 du train de ravitaillement – le RVF B70 (RVF : Ravitaillement en Viande Fraîche) – dessiné par le fameux artiste et illustrateur **Benjamin Rabier** (1864-1939)... À l'origine, c'était un bœuf hilare. Comme la société 'Banania', 'La Vache qui rit' et le Groupe Bel produiront des thermomètres muraux à l'effigie de la marque.

La marque 'Banania' (1914) lance la mode des contenants réutilisables, à l'emblème du tirailleur sénégalais (fin 1915). Ainsi, en collectionnant des bons d'achat, l'on peut se doter d'une série de boîtes pour conserver le café, les pâtes, le riz, le tilleul, le sucre... Les sociétés 'Poulain' (des images éducatives dès les années 1860 !) et 'Chicorée-Leroux' ont adopté la même stratégie de communication.

Fidéliser !

Des fabricants incorporent des images – les ***chromos*** – à collectionner dans des albums à l'effigie de la marque ; à l'instar du **Chocolat-Turenne de Sedan**. La chromolithographie est inventée par le dessinateur et lithographe mulhousien **Godefroy Engelmann** (1788-1839), rue de la Cassette à Paris en 1816. Son concurrent, Charles de Lasteyrie, rue du Four à Paris, emploie le même procédé lithographique. Il s'agissait d'une impression successive couleur par couleur, grâce à de lourdes pierres, jusqu'à seize pierres lithographiques. C'était un procédé délicat, long et coûteux. Il sera remplacé par l'impression *offset,* un procédé de rotatives inventé par Ira Washington Rubel (1860-1908), un imprimeur américain. Fin XIXe - début XXe siècles, les *chromos* abusaient des teintes dorées, gages d'excellence. Les couleurs seront plus vives au cours du XXe siècle (voir la série sur les rois de France). Se reporter à l'ouvrage de référence : Isabeau de Rouffignac, *Les Chromos, album d'une collection,* éditions de La Martinière, 215 p., 2016.

Le Chocolat-Turenne fait imprimer ces *chromos* chez les imprimeurs parisiens Maus, Delhalle et Urbain, sis 93, rue Pelleport dans le XXe arrondissement, imprimeurs qui



NOUVELLE CHOCOLATERIE DE SEDAN
SOCIÉTÉ ANONYME AU CAPITAL DE 2.000.000 DE FRANCS
TÉLÉPHONE 2.30 — TÉLÉGRAMMES : CHOCOLAT-SEDAN — C. P. NANCY 9918
R. C. SEDAN 3070

SEDAN, LE 6 Juin 1931 — FRS 215.55

A 10 dix juillet prochain ET POUR NOUS COUVRIR DE LA PRÉSENTE FACTURE, NOUS TIRONS SUR VOUS UNE TRAITE DE FRS :
DEUX CENT QUINZE Frs cinquante cin. Cm
A LAQUELLE NOUS VOUS PRIONS DE RÉSERVER BON ACCUEIL.

DOIT Monsieur THOMAS
Epicier
à AMBIEVILLERS
par Bains les Bains (Vosges)

N° DE COMMANDE 6678 du 5/6 P.V. — MODE D'EXPÉDITION 1 C/ gare Bains les Bains

QUANTITÉ EXPÉDIÉE	DÉSIGNATION	PRIX UNITAIRE		TOTAL NET
9 Kg	Chocolat Supérieur en 125 Gr.	12.15	109.35	
9 Kg	" Supérieur en 250 Gr. (pliage étui)	11.75	105.75	
			215.10	
	Timbre traite		0.45 =	215.55

Payée par chèque postal

Conditions de Vente. — Marchandises prises en notre usine à Sedan. Même envoyées franco de port et d'emballage, elles voyagent aux risques et périls du destinataire. En cas de retard, avarie ou perte, l'acheteur ne peut exercer de recours que contre les Compagnies de Chemins de fer ou les agents de transports. Les délais de livraison sont donnés à titre indicatif seulement et sans engagement de notre part.
Règlement. — Par mandat, chèque, virement ou par traite à 30 jours, net sans escompte.
Juridiction. — Toutes contestations seront jugées à Sedan et les lois françaises seules applicables.

GÉRALD DARDART

Une facture de 1931. – Ph. GD © Coll. GD.

La série des départements français. – Ph. GD © Coll. GD.

travaillent beaucoup pour les maisons de champagne. La série de *chromos « Interprétations pour dessiner simplement »* est reprise par le Chocolat-Turenne, ainsi que par la Chocolaterie Révillon, la Crème Éclipse (cirages), Félix Potin, le Chauffage Pardon…

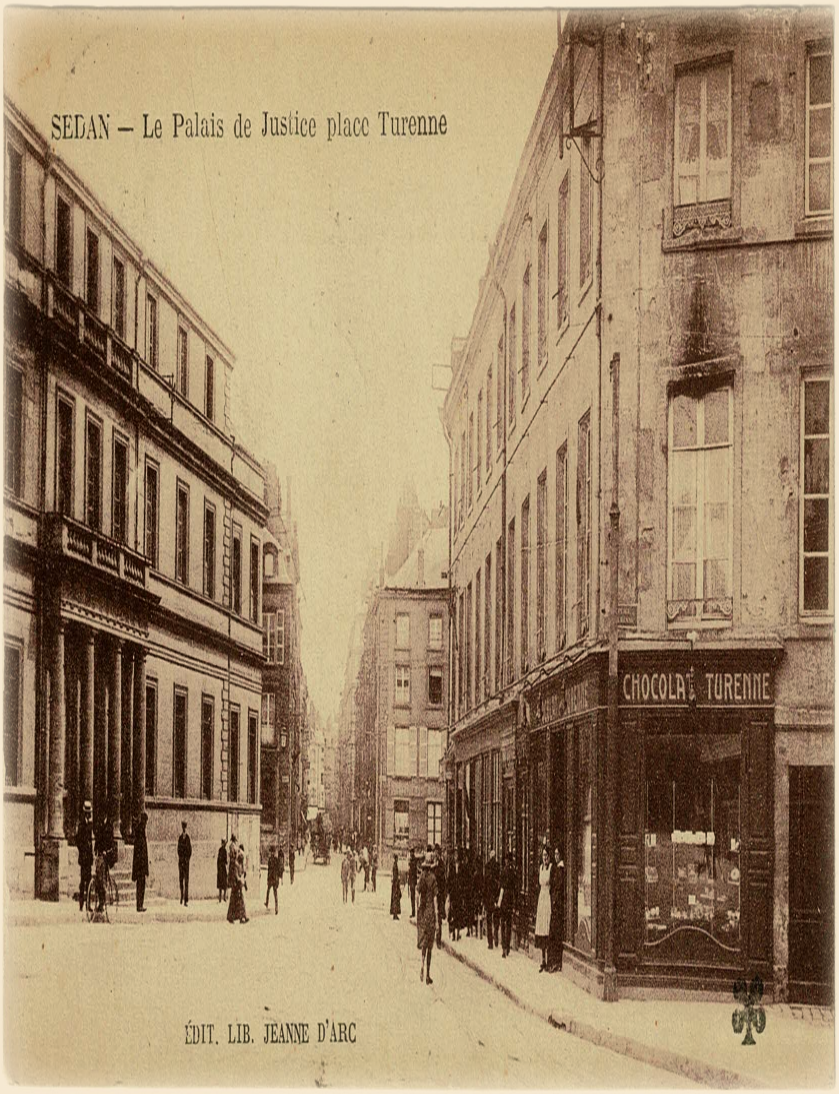
Les grands clients de chromos sont les chocolateries : Le Chocolat-Turenne, et les chocolats Guérin-Boutron, Suchard, Révillon, d'Aiguebelle, Félix Potin, Kohler, Poulain… Mais aussi les biscuiteries comme Lefèvre et Utile, c'est-à-dire la marque « LU » (Jean-Romain Lefèvre marié à Pauline Isabelle Utile). Les Lefèvre sont, en partie, originaires de Sedan. Les Lefèvre-Utile de Nantes sont apparentés à la famille de pâtissiers **Lefèvre-George de la rue du Ménil à Sedan**, elle-même affiliée à l'ancien maire de Varennes-en-Argonne, un des instigateurs de l'arrestation de Louis XVI en juin 1791 (Cf. Ernest Hupin, *À travers le Sedan d'hier – notes humoristiques,* 2 tomes, Imprimerie Jules Laroche, Sedan, 1893, cf. p. 241).

Il faut entre 80 et 150 images pour compléter totalement un album, de quoi fidéliser la clientèle ! Lorsque l'album était terminé, l'enfant pouvait l'adresser à la marque, afin de recevoir un cadeau (l'album était évidemment restitué). Progressivement, les marques tentent de s'adresser aux enfants, particulièrement persuasifs dans les achats familiaux ! Le chocolatier Poulain est le dernier à avoir incorporé, dans ses emballages de tablettes, des images de collection.

Le renouveau des années 60

La lessive 'Bonux' ('Bonus' en 1958, 'Bonux' en 1960 : « la lessive aux 500 cadeaux ! »), comme les œufs en chocolat italien 'Kinder-Surprise' (1974), inventent des objets-surprises pour enfants.

La série des chefs d'État. – Ph. GD © Coll. GD.



Une succursale dans Sedan. – Ph. GD © Coll. GD.

Les années 1960 incarnent un boom dans les objets promotionnels, à l'instar des **porte-clés**. La production est essentiellement assurée par des sociétés hexagonales ; toutefois, dès 1967, Paul-Loup Sulitzer s'enrichit en important des produits asiatiques et fournit notamment le magazine pour enfants proche du PCF : 'Pif Gadget'.

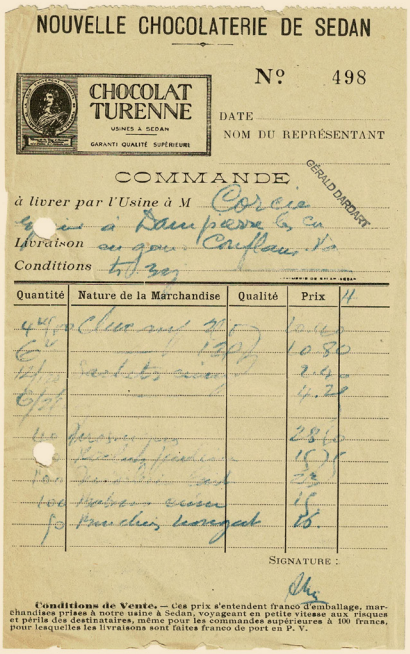
La Grande Brasserie Ardennaise, la **GBA de Sedan**, innove grâce à ses calendriers en fer blanc, imprimés et colorés. Son logotype 'Bière ***SEDAN***', ornant notamment les cendriers ronds ou triangulaires, plateaux, parasols, verres, se retrouve dans tous les cafés de l'Est français. Il nous faut toutefois distinguer le matériel promotionnel à destination des professionnels (les débits de boissons) des objets publicitaires offerts aux particuliers.

Souvenez-vous du journal 'L'Ardennais' offrant dans les années 1980 : boîtes d'allumettes, briquets, verres, stylos, calendriers, almanachs, casquettes cyclistes, coiffes en papier de chef sioux, tout cela orné du logo du journal « LA », deux lettres blanches liées dans un carré rouge.

Le **logotype** – provenant des termes grecs 'logos', *discours*, et 'tupos', *caractère* – signifie, en typographie, un groupe de lettres ou de signes, fondu souvent en un seul bloc, ou un élément graphique qui sert d'emblème à une société, à une marque commerciale. Le terme « logotype » voit le jour à la fin du XVIIIe siècle, lors de l'essor de l'industrie en Angleterre (Cf. le dictionnaire *Larousse* du XXe siècle, sous la direction de Paul Augé, éditions 1931 et 1945).

En Californie, dans les années 1980-1990, des industriels conçoivent une grande gamme de « *goodies* » : stickers autocollants, magnets, pare-soleils, tee-shirts, **pin's**... Mais ces objets souvent produits en Asie sont de piètre qualité.

Un buvard.



Documents issus de la Collection GD ©

LE CHOCOLAT-TURENNE

Objets publicitaires - concepteurs et imprimeurs

- Images des départements français et son album
- Images des rois de France et chefs d'État et son album
- Images d'interprétations pour dessiner simplement - Méthode V. Jacquot et P. Ravoux et son album
- Images de culture physique - en trente exercices - et son album

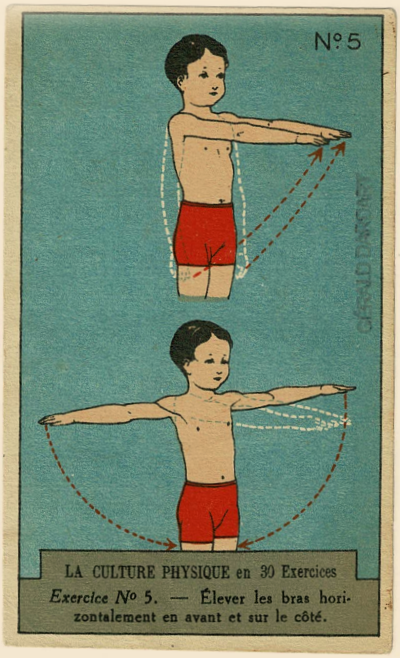
Imprimerie Maus, Delhalle et Urban, 93, rue Pelleport, Paris XXe

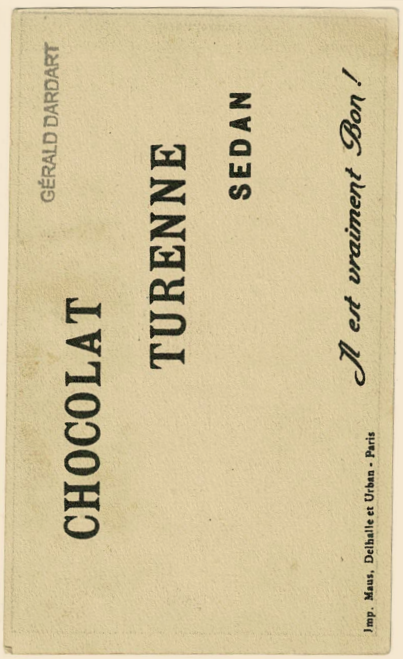
Buvards

- *Imprimerie Suzaine à Sedan*
- *Imprimerie Berger-Levrault à Nancy*

Factures

Imprimerie de Balan-Sedan
Nouvelle Chocolaterie de Sedan
Société anonyme au capital de 2.000.000 francs (1929)
Registre du commerce : n°1770 puis 3070
Téléphone : 2.30





Documents issus de la Collection GD ©