
Buvard publicitaire. Père' Lustucru. Le favori des ménagères.

Numéro d'inventaire : 2019.35.1

Auteur(s) : Dransy

Type de document : buvard

Date de création : 1935 (vers)

Inscriptions :

• nom d'illustrateur inscrit : d'après Dransy

Description : Buvard cartonné blanc, imprimé en bleu marine

Mesures : hauteur : 18 cm ; largeur : 12,9 cm

Notes : - Illustration (d'après Dransy): le "père Lustucru", symbole de la marque (bourgeois ventru en haut de forme et gilet à damier). Création des années 1920. Marque déposée en 1911. - Texte: "Les pâtes au œufs "Père'Lustucru" régalent et nourrissent. 2f40 le paquet. A. Cartier-Millon. Grenoble"

Mots-clés : Outils et supports de l'écriture (trousses, plumiers, buvards, etc.)

La publicité et l'enfant

Filière : aucune

Niveau : aucun

Historique : Outil de l'écolier par excellence, le buvard devient un support publicitaire dans les années 1880-1890. La révolution industrielle et l'arrivée de nouveaux produits manufacturés, s'accompagnent de l'émergence de la consommation de masse. Si la publicité suscite au départ des réticences, notamment du fait de son coût important, les industriels y voient progressivement un moyen de former les futurs consommateurs et de diffuser leurs nouveaux produits. L'enfant devient alors une cible privilégiée ; consommateurs de demain, influençables et influents sur leur entourage, ils permettent aux industriels d'atteindre leurs parents. Les buvards publicitaires ont ainsi cours jusqu'en 1968, date à laquelle les événements de mai 68, la création de la pointe Bic et l'arrivée de nouveaux supports y met un terme. En 1860, Louis Cartier-Million se lance dans la production de pâtes aux œufs et, afin de diffuser plus largement ses produits, il organise dès 1911 un concours d'affiches destiné à donner à son entreprise grenobloise, un nom et une image de marque. Un jury composé de 13 des plus grands humoristes de l'époque (Willette, Poulbot, Weber, Forain...) doit choisir parmi plus de 300 œuvres celle qui représentera et assurera la diffusion de la marque. C'est à cette période, sur une proposition du dessinateur et affichiste Forain, qu'apparaissent le nom et la figure du Père Lustucru, auquel est associé le célèbre motif en damier bleu et blanc intégré sur les paquets. Dès le lancement des premières campagnes publicitaires, l'entreprise fait ainsi appel à de grands illustrateurs qui contribueront pleinement à la notoriété de la marque. En 1916, Andry-Farcy (1882-1950), futur directeur du musée de Grenoble, crée la figure du Père Lustucru culbuto. Sa forme ovale rappelle celle des œufs dont l'utilisation est la spécificité de l'entreprise. Vers 1935, la marque fait cette fois appel à Jules Isnard Dransy (1883-1845) : ce dernier fait une nouvelle fois évoluer le personnage du Père Lustucru en lui donnant une silhouette contemporaine d'un homme du monde. Il s'agit d'une 3e étape dans l'évolution de l'image de la marque après celle de Forain et de Farcy.

Représentations : figure : / Le Père Lustucru est représenté tenant un paquet de pâtes aux

œufs dans la main droite et une canne dans la main gauche. Il est vêtu de la tenue en damier bleu et blanc qui a contribué au succès de la marque.

Autres descriptions : Langue : Français

Nombre de pages : 1

ill.

le favori des ménagères



2f40
le paquet

LES PÂTES
AUX ŒUFS FRAIS

MAISON
ORANSY

PÈR' LUSTUCRU

régalent et nourrissent

A. CARTIER - MILLON GRENOBLE

