Cendrier publicitaire « POËLES GODIN ». Collection Familistère de Guise (inv. n°2015-2-1). Crédit photographique : Familistère de Guise, 2018.

CENDRIER PUBLICITAIRE « POËLES GODIN »

Auteur du modèle :	Société du Familistère de Guise Raison sociale générique de l'Association coopérative du capital et du travail de 1880 à 1968.
Lieu :	Guise
Date :	1920-1939
Technique :	tôle de fer émaillée
Mesures :	H. 1 ; D. 12 cm
Inscriptions :	Sur le dessus : « POËLES / GODIN / POËLES / GODIN »
Domaine :	objet mobilier
Type :	objet publicitaire
Acquisition :	Acquis en 2015
Inventaire n° :	2015-2-1
Notice :	Les cendriers apparaissent à la fin du XIXe siècle. Les fabricants de cigarettes les utilisent alors comme un moyen de promotion de leurs produits et sont suivis dans cette initiative par diverses entreprises. En tant qu’objet publicitaire, les cendriers ne sont pas visibles dans les catalogues de la manufacture Godin. Les seuls articles impliquant l’usage du tabac qui y figurent de 1867 à 1934 sont les crachoirs, utilisés par les consommateurs de tabac à chiquer. Ce dernier étant progressivement remplacé au début du XXe siècle par le tabac à fumer nécessitant l’usage du cendrier, ce type de d'objet connaît à partir de cette époque un important développement. Le cendrier présenté ici est en tôle de fer émaillée comportant différentes nuances de rouge et de blanc. Il se distingue par la sobriété de son décor réduit à l’inscription « Poëles Godin » et par la teinte polychrome de l’émail. Sur les bords du récipient, se trouvent plusieurs petits réceptacles incurvés sur lesquels on peut déposer la cigarette, le cigare ou la pipe allumée. Cet objet publicitaire

a été produit dans les années 1920-1930. Il est possible de le dater grâce à l'inscription « Poëles Godin » qui est apposée sur l'objet. C'est en effet à cette période que Louis-Victor Colin, alors administrateur-gérant de la Société du Familistère de Guise (1897-1932), décide de placer le nom « Godin » au centre de la stratégie commerciale de l'entreprise et de l'utiliser comme nom de marque. La formule « Poëles Godin » est alors couramment employée sur les documents publicitaires même lorsqu'il s'agit de promouvoir des appareils de cuisson. En août 1935 sous la gérance de René Rabaux (1933-1954), la Société du Familistère entame par ailleurs la publication d'une brochure mensuelle intitulée « Les Poêles Godin ».

Cet objet publicitaire permet d'illustrer la stratégie commerciale de la marque Godin au début du XXe siècle. À cette période, la manufacture Godin doit faire face au renforcement de la concurrence. Elle décide d'élargir sa clientèle et de diversifier son offre. Elle développe également une stratégie commerciale qui se traduit notamment par la création d'affiches publicitaires et de petits articles bon marché qui font office de publicité. L'objectif est de faire connaître la marque de façon peu coûteuse. Le cendrier trouve toute sa place dans ce programme publicitaire. Il peut être offert à des revendeurs ou à des clients et devient un vecteur de visibilité de la marque notamment dans les cafés où prennent souvent place les cendriers publicitaires. Durant l'entre-deux-guerres, cette stratégie commerciale est poursuivie et les dépenses consacrées à la publicité ne cessent d'augmenter pour faire face à un marché extrêmement concurrentiel.

Mots-clés : production des usines du Familistère ; publicité ; tabac

Œuvres en rapport :

Plaque publicitaire « Poêles Godin en vente ici »

Plaque publicitaire « Poêles Godin »

Cendrier publicitaire Godin

Notice créée le 12/07/2024.