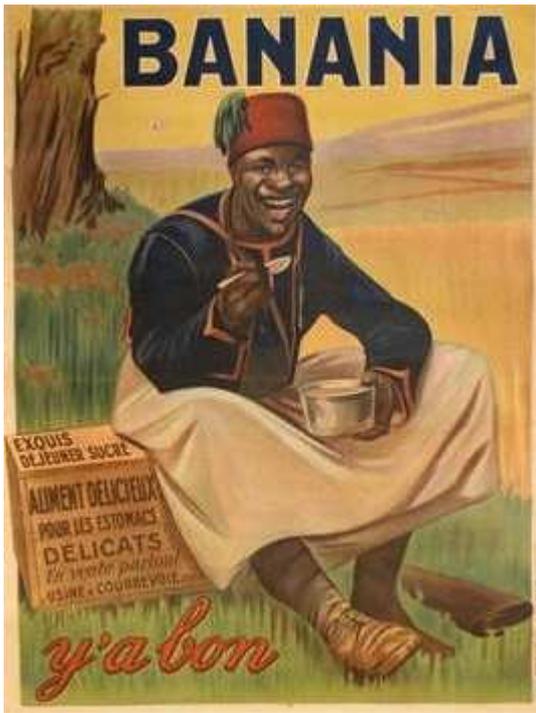


BANANIA



Créé en 1912 par un pharmacien de Courbevoie, le produit Banania veut conjuguer cacao, sucre et farine de banane. De Verdun au Chemin des Dames, le fidèle « Y'a bon »... Banania, c'est la France, comme le béret basque, la coiffe bretonne, la 2 CV... Banania recevra le Grand Prix de la Publicité 1965, patronné par la revue Vendre (catégorie produits de grande consommation).

La recette est importée au début du XXe siècle d'Amérique centrale. Banania, marque française de chocolat en poudre, devient témoin de l'histoire. Pierre Lardet, journaliste, a découvert dans un village au cœur de la forêt du Nicaragua une boisson faite de farine de banane, de cacao, de céréales et de sucre. Il dépose la marque et commercialisera le produit. La marque Banania naît le 31 août 1914 avec en avant les côtés énergisant et reconstituant du produit. La première publicité, parue en 1914 dans le journal Excelsior, titre ainsi « Banania, suralimentation intensive ». La production débute en 1914 à Courbevoie. *Source : Wikipédia.*

L'association des deux produits coloniaux : le chocolat plaisir des gourmands depuis trois siècles, et la banane, introduite en Europe depuis deux décennies, va ancrer Banania dans l'univers colonial.

Le premier symbole de la marque est une femme antillaise dessinée par Tishon mais le célèbre tirailleur sénégalais est rapidement adopté en 1915, dans le contexte de la première Guerre Mondiale.

C'est le dessinateur Giacomo de Andreis qui dessine ce personnage emblème de la marque. Lardet continue à exploiter la veine de la guerre et dit proposer avec Banania « pour nos soldats la nourriture abondante qui se conserve sous le moindre volume possible ».

Il envoie également 14 wagons de Banania aux soldats du front pour leur donner « force et vigueur ».

En 1921, Lardet s'associe avec l'hôtelier Albert Viallat, ils donnent un nouvel élan à la marque grâce à la publicité.

Les dessinateurs Sepo ou Vica travaillent ainsi pour Banania dans les années 1930.



La marque participe avec succès à l'Exposition coloniale internationale de 1931. Le slogan « Y'a bon Banania » et le tirailleur sénégalais deviennent des références, inséparables de Banania.

En 1938, 1.400 tonnes de Banania sont vendues chaque année en France.

La Seconde Guerre mondiale ne freine pas le développement de la marque et, malgré la fermeture de l'usine de Courbevoie en juin 1940, la production reprend en zone libre, près de Limoges.

A la fin des années 1940, T. Elisabeth dessine de nouvelles affiches et, dans les années 1950, c'est Hervé Morvan qui collabore aux campagnes publicitaires de la marque.

Jacques Bazaine prend sa suite.





Les objets publicitaires Banania, très nombreux, sont des objets de collection courants. Thermomètres, voitures, boîtes métalliques, affiches, présentoirs, porte-clefs ou puzzles...



La marque Banania a été souvent vendue et revendue... Depuis 2003, la marque est la propriété de la société Nutrial, qui l'a rachetée à Unilever.



Le gars Banania prône le partage : « *Quand y'en a pou l'un, y'en a pou l'autre* ».

La marque Poulain produit du chocolat depuis sa fondation, en février 1848, par Victor-Auguste Poulain, confiseur à Blois.

Aujourd'hui, Poulain fait partie du groupe Cadbury Schweppes qu'elle a intégré en 1988.

Moins ancienne que Suchard (1826) ou Menier (1836), Poulain est tout de même une des plus anciennes marques de chocolat en France et, sans doute, celle qui a le plus contribué à la diffusion commerciale du chocolat dans toutes les couches de la société. En effet, avant Victor Auguste Poulain, le chocolat était une denrée artisanale conditionnée sous forme de boudins et vendue comme un produit « santé » - le chocolatier Menier était par exemple à l'origine un vendeur de produits pharmaceutiques.

Poulain en a fait un produit industriel et gourmand. C'est sans doute aussi la première marque de chocolat à avoir massivement communiqué sous forme publicitaire. La société restera comme une innovatrice du marketing. Elle ira jusqu'à acheter des salles de cinéma (110 salles en 1914 y compris en Égypte et en Angleterre !) et offrir des « billets de faveur », distribués dans les tablettes, donnant droit à une entrée à moitié prix.



Nesquik est une marque de poudre chocolatée produite par Nestlé.

Son nom est une contraction de Nestlé et de quick (sans le c), qui signifie « rapide » en anglais.

En 1979, Nesquik avait comme mascotte francophone Groquik, un personnage jaune sympathique et rondouillard. Groquik était aussi la mascotte grecque de Nesquik, appelé Kuikáras (Κουικάρας) en grec.

En 1990 pour des raisons commerciales, Nestlé décide de remplacer la mascotte francophone par Quicky qui est la mascotte internationale de la marque depuis 1973, ce que beaucoup de consommateurs n'ont pas accepté.

A noter que les publicités françaises de la marque reprennent le thème principal de la chanson Rectangle du Parisien Jacno.