

Culture COM : « Lesieur ». C'est à l'innovation que la célèbre marque d'huile doit son succès et sa notoriété. Laquelle ?

19-10-2014

avec

- Georges

Lesieur, employé de commerce, puis à force de promotions co-gérant de la société des pétroles Desmarais, quitte celle-ci en 1908 à l'âge de 60 ans, pour se lancer avec ses trois fils dans une nouvelle aventure : la création de fabrique familiale d'huile d'arachide.

- Selon les

usages de l'époque, c'est d'abord sans marque en en fûts que la nouvelle entreprise installée près du grand port arachidier de Dunkerque commercialise son huile.

- Rapidement,

à l'instar des producteurs d'huile d'olive méridionaux, Georges Lesieur adopte aussi le conditionnement en bidons, dont on retrouve la trace dans les losanges du logo de la marque Lesieur, qui ne voit d'ailleurs le jour qu'au moment où son fondateur s'éteint au début des années 20.

- Les trois

ils comprennent alors qu'ils doivent innover s'ils veulent se distinguer.

- Contrairement

au sud de la France où l'huile d'olive est synonyme de gastronomie et de plaisir, l'huile d'arachide a mauvaise réputation dans le nord : elle passe pour grasse et lourde.

- Les frères

Lesieur décident de lui donner une image de transparence et de pureté.

- Et en même

temps qu'ils donnent le nom familial au produit, ils optent pour un conditionnement en bouteille.

- L'histoire

de Lesieur tient presque tout entière à ces choix fondateurs.

- Longtemps

seul producteur d'huile d'arachide en bouteille, la marque profitera de ce monopole temporaire pour s'imposer et prendre l'habitude d'avoir toujours une longueur d'avance en packaging.

- Et la

communication articulée autour de la pureté est encore présente un siècle après la création de la société.