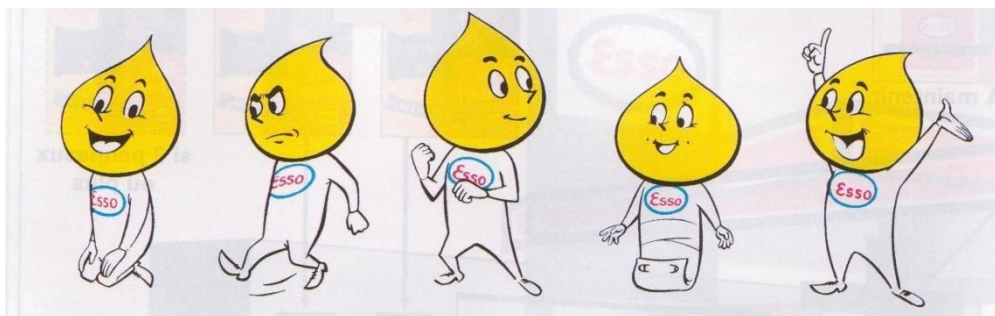


La goutte d'huile



Le Danemark et la Suède sont précisément les pays d'origine des deux créateurs de « notre » mascotte internationale.

Année 40. La Seconde Guerre mondiale ravage l'Europe avec ses cortèges de rationnements, y compris celui des carburants. Il faut en expliquer les tristes conséquences aux usagers. Pour mieux se faire comprendre, les dirigeants de la filiale Esso du Danemark décident de créer un personnage type, qui les y aidera.

Villhelm Hansen, le « père » danois de l'Esso Manden...

On s'adresse donc à un artiste, très connu à l'époque, pour ses dessins, non seulement au Danemark mais dans toute l'Europe et jusqu'aux Etats-Unis.

Son dessin est un tout petit personnage, drôle et sympathique à la fois, ce qui est une chose, à la personnalité marquée, ce qui en est une autre, et enfin pouvant être adapté à toutes les formes de communication, ce qui est loin d'être facile.

L'artiste se met au travail et naît bientôt sous le crayon une sorte de gnome presque tout droit sorti des légendes du Nord, un « troll » avec un corps replet, bras à l'avenant et cette fameuse tête en forme de « goutte d'huile ». « **L'Esso Manden** », c'est le nom que l'on donne tout de suite au bonhomme, rencontre un succès immédiat.

... au « parrain » suédois de l'Esso Gubben, Gunnar Dalin.

La guerre s'achève. Deux ans passent. Nous sommes en 1947. L'Esso Manden est connu dans toute l'Europe du Nord et la filiale suédoise d'Esso, la Svenska Esso AB, séduite, fait savoir qu'elle souhaiterait, elle aussi, avoir sa « mascotte », mais version suédoise.

L'Esso Manden est alors repris par un artiste suédois, Gunnar Dalin.

Gunnar Dalin s'aperçoit que son prédécesseur a trouvé la meilleure représentation graphique. Le symbole est décidément plus parlant que l'exact dessin, au demeurant fort difficile à reproduire. Quelques jours plus tard, **l'Esso Gubben** voit le jour à son tour.

Son corps, beaucoup plus ramassé est largement dominé par une tête affectant une forme en goutte d'huile encore plus allongée et les yeux, moins ronds, ont déjà leur expression malicieuse et sympathique.

Amérique, nous voilà !

Des rives de la mer du Nord et de la Baltique, l'Esso Gubben va traverser l'Atlantique et partir à l'assaut de l'Amérique ! C'est en 1949 que, consécration suprême, la Standard Oil Co adopte le Bonhomme Esso. Mais Etats-Unis et « American way of life » obligent, sa physionomie et son allure évoluent une nouvelle fois : le corps s'amincit nettement, les bras aussi, donnant plus de légèreté et de sveltesse au personnage. L'expression est éminemment sympathique avec un sourire engageant et convaincant qui s'impose comme signe de bonne humeur ! Il lui faut un nom américain. Ce sera « **Esso Peet** ».

A la conquête du monde...

Au début de 1950, moins de dix ans après sa naissance danoise et son adolescence suédoise, le bonhomme Esso se lance à la conquête des foules. Foules internes d'abord : journaux de la Standard Oil, notes de communication, documents divers, portent en vignette l'Esso Peet. Mais si Esso est présent dans le monde, sa mascotte doit l'être aussi.

En quelques années, chaque filiale et chaque pays adopte le bonhomme Esso qui, dans certains pays – dont la France ! – est maintenant flanqué d'une gracieuse compagne, qui se distingue de son « homme » par de fins sourcils – genre trait de « liner » – nœud blanc ou rouge au sommet de sa tête et taille de guêpe !

Les artistes s'ingénient à donner à chaque version du bonhomme Esso un détail « national » : paire de skis en Norvège, écharpe et moufles pour la Suisse, fez en Tunisie.

Vedette du multimédia

On retrouve maintenant les petits personnages partout où Esso est présent, sous toutes les formes de la promotion et de la publicité.

Sur les affiches, dans les villes et sur les panneaux routiers, où le bonhomme cligne de l'œil à l'utilisateur, se pavane en jaquette et en haut de forme, sa « femme » à son bras pour un « mariage heureux » proclamé par l'affiche vantant « les deux Extra » ! On fabrique même pour le lubrifiant, des petits personnages en volume afin d'en orner les vitrines.

Dans la presse, le bonhomme Esso signe de nombreuses annonces, seul, accompagné, ou dans un environnement routier (ex : une carte dépliée). Les annonces de lubrifiants Esso Extra Motor Oil sont obligatoirement présentées par le bonhomme Esso.

Vedette de cinéma, le bonhomme Esso est également fabriqué en volume : petit personnage de plastique, fièrement campé sur ses deux jambes, en toile gonflée d'air, servant de ballon captif au-dessus des manifestations Esso, et surtout, succès renouvelé récemment, sous forme de porte-clés, version plastique coloré ou version luxe, en argent !

Régions et folklore

En France, les singularités vestimentaires du couple Esso sont (presque) aussi nombreuses que les régions. On crée ainsi un personnage breton (avec coiffe bigouden), auvergnat (chapeau rond), niçois (chapeau fleuri), normand (en bonnet rayé et blouse de marché), ch'timi pour le nord (casque de mineur), landais (béret bien sûr), parisien (carton de modiste) etc. En carton fort et vernis, les personnages peuvent se placer dans les vitrines et aider à « faire l'article ».

Le bonhomme Esso n'a pas vieilli et reste presque immuable, parmi les autres mascottes d'Esso carburants ou lubrifiants dont certaines – le gladiateur – n'ont pas duré et d'autres – le tigre – ont évolué avec le temps.

A plus de 50 ans, le bonhomme Esso se porte comme un charme. Bonjour le XXI^e siècle