

LA COPOCLÉPHILIE

Comme tout un chacun, nous en possédons un voire plusieurs. Petit objet servant à réunir en un faisceau unique plusieurs clés à usage varié, le porte-clés a aussi ses collectionneurs baptisés dans les années 60 : copocléphiles. La copocléphylie est devenue la passion de le collectionner.

Un peu d'histoire

Si les porte-clés existent depuis plusieurs siècles, sous forme d'anneau en métal, le terme « porte-clés » apparaît au XVI^e siècle en désignant le gardien d'une geôle ou d'une prison.

Ce n'est qu'au XIX^e siècle que ce terme désignera l'objet en lui-même, sans autre fonction que celle de porter les clés.

Le premier porte-clés publicitaire est apparu en 1902, de la marque « Gladiateur », lors du salon du Cycle à Bruxelles. Mais le vrai développement du porte-clés arrivera plus tard, dans les années 1950. La production touchera les plus grandes marques, dans tous les secteurs, alimentaire, automobile, produits ménagers, etc., le porte-clés apparaissant très vite comme un support publicitaire incontournable que les Français se sont très vite approprié.

Les années 1960 verront l'âge d'or de la production de porte-clés, avec plus de 65 000 modèles différents recensés en France. Cette production de masse a concerné la quasi-totalité des marques de grande consommation qui se livrent à une bataille de marketing, désireuses d'améliorer la notoriété de leurs nouveaux produits. Chaque modèle étant plus original l'un que l'autre, il était en général édité à plusieurs dizaines de milliers d'exemplaires. L'engouement fut tel que même les petits commerçants ont édité leurs propres modèles de porte-clés, en particulier dans le secteur de l'automobile et des garages. À son apogée, le nombre de copocléphiles français est allé jusqu'à atteindre plus de deux millions de personnes et le premier journal « L'Obi du Porte-clés » n°1 a vu le jour le 1^{er} février 1966 (1).



1 Première revue (1966).

Hélas, toutes les modes passent et les grandes marques se sont au fur et à mesure désintéressées du porte-clés en tant qu'objet publicitaire, le porte-clés redevenant un objet purement utilitaire, comme sa fonction le destinait au départ. Le nombre de collectionneurs a suivi naturellement le mouvement et ne restent que les vrais collectionneurs et amateurs, encore aujourd'hui quelques dizaines de milliers de personnes.

Les différents types de porte-clés

La fabrication des porte-clés est un des critères les plus importants ; quelques fabricants se distinguent notamment, tels que : Robri, Deseaux, Arthus-Bertrand, qui ont fabriqué des porte-clés en métal.

Les porte-clés Bourbon

Véritables Rolls Royce du porte-clés publicitaire, ils sont les plus recherchés. On les reconnaît en observant la boucle d'attache, la véritable marque de fabrique, qui apparaît sur la plupart des porte-clés depuis 1965. L'inscription Bourbon est en général indiquée sur la tranche supérieure de l'attache (2).



Les porte-clés Alphonse Augis

Porte-clés en métal de très grande qualité, ils sont très appréciés des collectionneurs. Les anneaux sont plats et épais et ils sont facilement reconnaissables par leur encoche caractéristique et la marque Augis-Lyon qui est gravée dessus (3).



Les porte-clés miniatures

C'est une gamme de porte-clés très courante, consistant à proposer une réplique du produit commercialisé. On les retrouve tout particulièrement dans l'agroalimentaire et notamment dans le domaine de la boisson.

