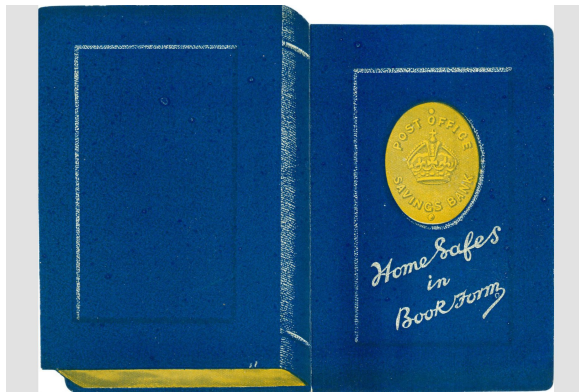


Publicité bancaire

<https://collections.pacmusee.qc.ca/objets/publicite-2020-002-2175/>

Collections / publicité



Licence CC BY-NC-ND 4.0

Publicité britannique de la banque d'épargne postale britannique Post Office Savings Bank. Elle est sous forme de tirelire livre.

Numéro d'accession 2020.02.2175

Période 1re moitié du 20e siècle

Dimensions 13,6 x 18 cm

Contexte historique

Au début du 19^e siècle, les banques d'épargne sont créées en Grande-Bretagne par des sociétés de secours mutuels. Elles se diffusent dans plusieurs pays puis se rassemblent pour coordonner la promotion de l'épargne, notamment par le biais de tirelires. En parallèle, un autre groupe d'institution se préoccupe également de l'épargne populaire : les services bancaires liés aux bureaux de poste. La Post Office Savings Bank, fondée en 1861 en Grande-Bretagne, est la première banque d'épargne postale.

D'abord présentes aux États-Unis dans la décennie 1890, les tirelires sont peu à peu adoptées en Grande-Bretagne par des institutions financières dédiées à l'épargne, puis par les grandes banques commerciales. Elles deviennent un des moyens de promotion privilégiés des institutions bancaires. Les boîtiers restent la propriété de la banque et sont loués aux déposants afin qu'ils puissent les remplir, puis déposer leurs épargnes en banque.

De multiples modèles apparaissent, dont celles en forme de livre. Elles reprennent le concept des tirelires de poche en forme de livre, mais poussent la ressemblance en s'ouvrant tel un livre. Elles gagnent en grandeur pour offrir aux déposants une plus grande capacité de stockage de l'épargne, et deviennent très populaires.

L'éducation à l'épargne commence souvent par les familles, et passe par les enfants au travers des parents. Afin qu'ils s'inscrivent dans le système de l'épargne à domicile, ces derniers sont souvent la cible des représentants et des institutions financières. La sollicitation peut se faire chez le potentiel client, chez les institutions financières, ou par la presse. On s'adresse alors aux parents, mais aussi aux enfants.

© Collection Pointe-à-Callière, 2020.002.2175