



Bulletin de Noël

**Un message
de Noël de
Stuart**

JOYEUSES FÊTES ET BONNE ANNÉE REMPLIE DE PROSPÉRITÉ

La période des Fêtes est un moment privilégié pour réfléchir à tous les amis, clients et partenaires qui rendent notre travail si gratifiant tout au long de l'année. Votre confiance et votre soutien continu sont à la base de tout ce que nous accomplissons.

Alors que nous célébrons cette période spéciale, nous tenons à vous exprimer notre sincère gratitude et à offrir nos vœux les plus chaleureux à vous et à vos proches. Que la nouvelle année vous apporte succès, joie et prospérité durable.

Joyeuses Fêtes et Bonne Année!

L'origine du Noël moderne



Au cours de la dernière année, en travaillant sur mon livre à propos de mon légendaire cousin, David B. Mulligan, l'inventeur du terme « le Mulligan » et hôtelier nord-américain renommé, j'ai découvert beaucoup de choses sur la vie au début des années 1900. Chaque semaine, je consulte des coupures de journaux et des articles de magazines, et je correspond avec des historiens ou des membres de la famille. J'ai ainsi pu entrevoir la vie et les histoires des gens qui ont façonné le monde dans lequel nous vivons aujourd'hui.

L'année 1931 a marqué une période de grands changements. Le nouvel hôtel Waldorf Astoria a ouvert ses portes et on l'a surnommé « le plus grand de tous ». L'Empire State Building a également été achevé, dominant la ligne d'horizon de New York à l'endroit même où, deux ans auparavant, l'ancien Waldorf Astoria, géré par David B. Mulligan, se dressait à l'angle de la 34e Rue et de la 5e Avenue. Cette même année, le terme « le Mulligan » est apparu pour la première fois dans la presse, dans le Detroit Free Press, après que Sam Byrd, protégé de Babe Ruth, ait repris un second coup au 18e trou du Rammler Golf Course. Tout cela s'est déroulé alors que la Grande Dépression rendait la vie difficile à bien des gens.

Cette année-là, Coca-Cola a fait face à un défi. Les gens associaient leur boisson à l'été. Pour stimuler les ventes hivernales, le département de publicité de Coca-Cola a donc eu une idée brillante : faire de Coca-Cola une partie intégrante de Noël.

L'équipe a décidé de fusionner les histoires du Père Noël « décanonisé » avec celles de Saint Nicolas et de Chris Cringle.

Chris Cringle était un ramoneur danois le jour et un voleur la nuit, qui cambriolait les maisons en descendant par les cheminées.

Autrefois, Saint Nicolas était généralement représenté comme un jeune homme mince, vêtu de vêtements verts et bruns. Coca-Cola a changé ce code de couleurs pour adopter les couleurs de sa marque, le rouge et le blanc.

Coca-Cola a engagé un artiste nommé Haddon Sundblom pour dessiner le Père Noël tel que décrit dans un célèbre poème de 1822, « Une visite de Saint-Nicolas ». Sundblom s'est également inspiré des dessins d'un autre artiste, Thomas Nast, qui a contribué à populariser la barbe blanche du Père Noël, ses yeux pétillants, lui donnant une apparence chaleureuse, sympathique, joyeuse et bienveillante – un personnage jovial que tout le monde aimerait rencontrer.

La transformation amorcée dans une publicité de Coca-Cola en 1931 a façonné notre façon de voir l'esprit de Noël.

Joyeux Noël et Bonne Année 2026.

