La renaissance des marques hongroises

9 - 12:02

Spécial anniversaire : 1989, 20 ans après

Certaines marques hongroises ont heureusement résisté au changement de régime. Les Hongrois boivent toujours du Traubisoda, mangent des Túró Rudi, et porteraient sans doute des chaussures Tisza… si elles étaient moins chères.

Ceux qui ont la nostalgie de certaines marques de l'époque soviétique évoquent volontiers les publicités idylliques d'autrefois. Depuis une décennie déjà, on assiste à une «vague rétro» et des produits de consommation, courants avant 1989, semblent renaître de leurs cendres. Mais si certaines marques ont été englobées dans des sociétés étrangères ou multinationales, d'autres ont survécu ou simplement disparu.

«Nous voulons du Traubi !» – disait la publicité télévisée. Cette boisson, la plus connue des années 1970, c'est le Traubisoda. Mélange de l'arôme autrichien et du goût hongrois, elle est fabriquée dans la région du lac Balaton. Désormais, la marque étant toujours très populaire, un litige a éclaté entre deux sociétés, hongroise et autrichienne, pour déterminer qui en détient réellement les droits. Il existe par ailleurs une autre boisson similaire, nommée Márka (Marque) qui se décline en quatre saveurs depuis les années 1970.

Pour rester dans les goût d’antan, on ne peut pas négliger l’attrait que représente le Pöttyös Túró Rudi, un produit hongrois toujours très à la mode. Selon les informations que l’on peut trouver sur le site du Pöttyös Túró Rudi, son histoire remonte aux années 1960 lors d’un voyage en Union Soviétique, au cours duquel les fabriquants ont découvert la recette d’un petit gâteau avec du fromage blanc aigre (l’équivalent du túró hongrois) et du chocolat. On a alors commencé à raffiner cette recette de base – durant un long processus qui a duré une douzaine d’années – avant d’en commencer la production. Le Pöttyös Túró Rudi a immédiatement rencontré un immense succès pour le moins inattendu. Après le changement de régime, plusieurs entreprises laitières ont tenté d’en reproduire la recette avec plus ou moins de succès. Aujourd’hui le Túró Rudi se vend aussi à l’étranger (en Slovaquie, Roumanie, Espagne, Italie), sous le nom de Dots.

Côé vestimentaire, la marque de chaussures Tisza a su tirer son épingle du jeu (lire l’article La longue marche de Tisza Cipô dans le JFB n°291) en surfant sur la vague rétro. Tisza avait produit des bottes pour l’État hongrois (pour les ministères de la Défense Intérieure et Extérieure). Vers le début des années 1970, Tisza a commencé la production des sneakers. En 2003, quand le rétro est réellement devenu à la mode, la firme a lancé sur le marché sa chaussure nostalgique, fabriquée selon les normes actuelles.

Pour finir, s’il existe encore une marque hongroise qui se doit figurer sur cette liste, c’est le savon pour bébé nommé Baba. La firme Baba a été rachetée par Unilever et l’entreprise a quelque peu changé son profil puisque son offre se décline maintenant plus largement et touche la famille entière.

D’autres marques nostalgiques, comme la bicyclette Csepel, les produits cosmétiques Helia-D ou le jean Trapper se font encore attendre : malgré leur survie, leur vrai succès reste encore incertain.

*/ Tímea Ocskai

- 9 vues

Catégorie
Agenda Culturel