

HISTOIRE DU MANGEUR DE SARDINES A L'HUILE

Jean Christophe FICHOU¹

L'industrie de la sardine à l'huile en boîte de conserve est née vers 1820 à Nantes dans la confiserie de Pierre- Joseph Colin² selon la méthode de stérilisation mise au point un quart de siècle plus tôt par Nicolas Appert. Cette activité agro-alimentaire connaît dès lors un réel développement. En 1835 Guépin et Bonamy rappellent les premières difficultés de leur voisin mais aussi sa réussite pour le nouveau produit élaboré de manière presque industrielle :

« Ses premières tentatives comptèrent des succès nombreux, mais sa persévérance triompha, et bientôt il se trouva le chef d'une usine dont la prospérité tend toujours à s'accroître. Cette usine fournit [...] les 5/6 des conserves que la ville de Nantes livre au commerce... Sa production actuelle est de cent mille boîtes valant 600 000 fr. à 1 million, dont 36 000 de sardines et 15 000 de légumes »³.

La sardine à l'huile, rencontre rapidement le succès⁴ ce qui n'est pas le cas de toutes les autres conserves de l'époque. Dans l'ensemble on peut affirmer que les fabricants de viandes et de plats préparés appertisés connaissent des difficultés d'écoulement car leurs produits ont un goût prononcé qui déplaît aux clients⁵. Une viande en conserve n'est jamais aussi bonne qu'une viande fraîche ce qui n'est pas le cas des conserves de poissons, sardines ou thon. La préparation en friture puis la conservation dans de l'huile d'olive confère même à ces poissons une très nette amélioration de leur valeur gustative si bien que la sardine à l'huile devient meilleure que la sardine fraîche. La préparation demande beaucoup de main d'œuvre et reste très coûteuse si bien que l'un des points particuliers de cette activité est son caractère de luxe : la conserve de sardines à l'huile répond à tous les critères énoncés pour qualifier l'industrie du bijou, du parfum ou de la haute couture. Il s'agit d'un produit qui est cher, superflu, vendu dans les épiceries fines ou par correspondance à de riches clients. Comme un vin fin il s'améliore après plusieurs années de vieillissement. La sardine à l'huile est un exemple supplémentaire à l'appui de la thèse contemporaine qui relie luxe et prospérité. C'est bien parce que les consommateurs fortunés adoptent massivement le produit que les ventes explosent, que les usines se multiplient et s'équipent de matériels

1 Professeur agrégé d'histoire au collège de Kérichen, Brest. Docteur en géographie, Docteur en histoire.

2 Pierre-Joseph, fils de Joseph Colin, né à Nantes le 14 septembre 1784 et mort à Saint-Sébastien le 18 juillet 1848.

3 Guépin Ange et Bonamy Etienne. Nantes au XIXe siècle. Statistique topographique, industrielle et morale. Nantes, Sédire, 1835, pp. 398-402.

4 Et sans doute que la légende est à compléter : Xavier Dubois a retrouvé aux archives départementales du Morbihan (1 Z 107) une information indiquant de manière relativement claire que l'entreprise Millet, installé à Port-Louis en 1818 avait pour objet de préparer des sardines confites en boîtes de fer blanc. A confirmer.

5 Voir en particulier les deux excellents articles de Martin Bruegel, « Un sacrifice de plus à demander aux soldats : l'armée et l'introduction de la boîte de conserve dans l'alimentation française, 1872-1920 », dans Revue Historique, n° 596, juin 1996, pp. 259-284. et, « Du temps annuel au temps quotidien : la conserve appertisée à la conquête du marché, 1810-1920 », dans Revue d'Histoire Moderne et Contemporaine, n° 44-1, 1997, pp. 40-67.

adaptés, mais certainement pas aussi rapidement que les commentateurs du XIX^{ème} siècle l'ont laissé croire. En 1822 paraît dans *le Journal de Nantes et de la Loire Inférieure*⁶ un article que l'on peut considérer comme la première publicité du genre et qui évoque le public recherché :

« Grâce à cette invention précieuse, l'opulent nabab de Calcutta qui marie sa fille peut, sur les bords du Gange copier dans *le Cuisinier Royal*, le menu du banquet des noces. Il lui suffit de prendre son temps à propos et d'écrire six mois à l'avance, rue des Salorges, 9, à Nantes ».

A l'origine de l'innovation, il est certain que la plupart des conserveurs dépendent largement des commandes passées par les grandes fortunes⁷. Un code de reconnaissance très précis, fondé sur la signature de l'entrepreneur en premier lieu, simplifiée ensuite et réduite à des initiales, des estampilles ou un logo, permet d'identifier un produit de grande qualité et relativement rare. Ce marché du luxe se maintient, et s'accroît même, par la perfection inégalée des conserves présentées, par les méthodes de fabrication artisanales et traditionnelles, inchangées pendant plus d'un siècle, et par la notoriété du créateur. De plus cette renommée quasi mondiale reste protégée pendant très longtemps⁸.

De nouveaux débouchés

Plus surprenant est de constater que le succès de la nouvelle industrie est fondé sur une politique d'exportation. Les ventes sur les marchés étrangers connaissent très rapidement un accroissement remarquable sans qu'il soit toutefois possible d'affirmer que cette attitude commerciale repose sur une démarche volontariste des usiniers. L'essentiel de la production de conserve, les 4/5 environ, dès le début de la fabrication, est destinée aux pays voisins. A contrario on peut avancer l'idée d'immuabilité du repas et la monotonie des habitudes alimentaires quotidiennes en France pour expliquer le peu d'attrait pour un produit nouveau sur le marché national⁹. Plus sûrement il faut rappeler qu'avant 1850 les courants commerciaux terrestres sont restreints, onéreux et limités par la distance. Il est tout simplement plus facile d'exporter vers l'étranger les sardines à l'huile toujours produites dans un port que de les acheminer vers les grandes villes françaises où la clientèle aisée n'est pas forcément suffisante pour répondre aux offres des usiniers.

Parmi les pays importateurs on trouve très tôt le Royaume Uni lequel ne pêche pas la petite sardine de conserve mais uniquement le pilchard. La *Royal Navy*, la flotte de commerce britannique et les colonies réclament des approvisionnements réguliers de qualité si bien que les premiers agents des conserveurs français sont présents à Londres avant 1830 mais il s'agit d'acheteurs anglais. De leurs côtés les en-tête du papier commercial de la maison Rödel, fondée en 1824 à Bordeaux, rappelle que depuis cette date ils sont «Fabricants pour la Marine». L'usine, construite en 1822 par le gouvernement, est bâtie selon les plans de l'établissement parisien des Quinze-Vingt de Nicolas Appert ; Charles-Désiré Rödel en est le premier directeur. Bordeaux où dix ans plus tôt, Quinton avait déjà implanté une usine de conserves de viandes dans la ville, rue

⁶ *Le Journal de Nantes et de la Loire Inférieure*, le 8 juin 1822.

⁷ Landes Dvid. *L'Europe technicienne ou le Prométhée libéré*. Paris, Gallimard, 1980, p. 180.

⁸ Allières Danièle, «Luxe et création», dans *Créateurs et créations d'entreprises*, sous la direction de Jacques Marseille. Paris, ADHE, 2000, p. 201.

⁹ Thuillier Guy, «Les Sources de l'histoire régionale de l'alimentation», dans *Annales ESC* n°6, paris, Armand Colin, 1968, pp. 1301-1318.

du Jardin Public. Cette précocité des installations permet à ce port actif de drainer les productions de sardines à l'huile de toute la façade atlantique et de les réexpédier dans le monde entier car les réseaux de commercialisation sont bien rodés. Et puis au fil des ans les marchés à l'exportation sont toujours plus demandeurs si bien que les fabricants français écoulent sans problème leurs boîtes.

« L'écoulement [des conserves] est toujours plus actif pendant le premier trimestre, parce que c'est le temps où les navires de Nantes, Bordeaux et le Havre partent en grand nombre pour les voyages au long cours et surtout pour l'Inde qui représente un débouché considérable »¹⁰.

A Concarneau, pratiquement toute la production est destinée à l'exportation : « Cette sardine à l'huile est très recherchée et on la transporte toute à l'étranger »¹¹. L'Inde importe en 1827, via l'Angleterre, la moitié des exportations françaises. Le continent américain, dans son ensemble, est aussi très bon client ; les États-Unis deviennent rapidement un gros acheteur car les besoins s'avèrent gigantesques surtout après l'ouverture de la Frontière et plus encore lors de la ruée vers l'or californien. Le Brésil aussi est un bon client, où l'on « portait des vinaigres... de l'ocre, du sel, des pommes de terre... et des conserves de Colin qui donnaient aussi un bon fret »¹². Les transports commerciaux s'organisent au départ des ports installés au centre des lieux de production et

« plus particulièrement par les ports de Nantes, La Rochelle, le Havre, Bordeaux. 1500 à 1600 tonnes [sont] exportées par la France chaque année et envoyées au Brésil, en Kalifornie, aux États-Unis et au Mexique »¹³.

Mais ce commerce subit aussi le contrecoup d'événements de nature politique et économique, nationaux et plus encore internationaux, qui affectent les ventes à l'étranger, constituant l'essentiel des débouchés. Par contre il semble que les ventes sur le marché français stagnent ou ne progressent que lentement car les fabricants eux-mêmes s'en désintéressent :

« Introduit d'abord comme assortiment dans les provisions des navires de longs cours, puis comme objet de pacotille, ce produit fut promptement connu sur les marchés des colonies, en même temps qu'il pénétrait peu à peu sur ceux de l'intérieur. Mais il fallait du temps pour s'y habituer ; de plus, la fabrication faite à grands frais dans les ateliers éloignés des côtes tenait les prix élevés et la sardine fut d'abord presque un objet de luxe »¹⁴,

Dans tous les cas la sardine à l'huile reste un objet rare et cher pendant tout le XIX^{ème} siècle et une bonne partie du XX^{ème} siècle, et pour le redevenir aujourd'hui. Il faut attendre que la conserve de poisson devienne aliment de prestige sur les plus grandes tables pour que l'ensemble de la population aisée l'accepte, puis le recherche, guidé par l'image qu'il s'en fait¹⁵. Le processus de civilisation culinaire réalisé au XIX^{ème} siècle reprend la boîte de sardines dans son sillage et la présente comme un objet de

¹⁰ AD Loire-Atlantique, 6 JJ 170. Chambre de Commerce de Nantes, séance du 10 juin 1833.

¹¹ SHM Brest, 3 P 2-2, Quimper, le 25 juin 1859, le commissaire de l'Inscription maritime.

¹² Guépin Ange et Bonamy Etienne. *Nantes au XIX^e siècle. Statistique topographique, industrielle et morale*. Nantes, Sébire, 1835, p. 348.

¹³ AD Morbihan, M 3073, rapport sur la situation industrielle et commerciale de l'arrondissement de Lorient du 22 mai 1841. Cité dans Le Moing. *La vie économique et sociale à Port-Louis*. UBO, Brest, mémoire de maîtrise, 1996.

¹⁴ Caillo, *op. cit.*, p. 66.

¹⁵ Thouvenot Claude. *Les Consommations et les habitudes alimentaires dans la France du Nord-Est*. Thèse de doctorat de géographie, Paris 1, 1975, p. 9.

haute cuisine. Le raffinement des choix et des conduites s'impose comme mode de vie dont les « préceptes de savoir-vivre et les convenances de table aujourd'hui en vigueur sont l'expression »¹⁶. Les fabricants renommés se font donc un devoir de préparer le meilleur produit possible sans s'inquiéter réellement des coûts de revient. Le marché est naturellement rythmé par l'éternelle loi de l'offre et de la demande, en l'occurrence d'ailleurs plutôt celle de la demande toujours plus forte que celle de l'offre, si bien que la fixation d'un prix ne pose guère de problème aux fabricants ; seules comptent une préparation et une présentation parfaites. Quelques temps avant l'Exposition Universelle de Londres, en 1872, le fils du conserveur Peneau écrit à son père :

« J'ai remarqué, entre autres boîtes de sardines ouvertes, la blancheur de celles de Levesque. Si j'étais juré, je lui donnerai la prime. Si il fabrique comme cela pour Londres, il faut redoubler de soins car il pourrait nous faire du tort en Angleterre »¹⁷.

Le patronage

Mais il faut d'abord se faire un nom dans ce monde fermé. Aussi, les conserveurs s'évertuent par tous les moyens à se distinguer afin de renforcer leurs ventes dans les pays acheteurs mais aussi en France. Par voie de presse, il est facile de rappeler aux éventuels clients cette fabrication nouvelle bien que cette solution soit très vite abandonnée après les essais de Colin. Des incidents entre collègues, réglés par la justice, permettent aussi de se faire une place. Venu de Rieumes en Haute-Garonne, François Deffes s'installe à la Ville-aux-Bois vers 1834 et passe ses premières commandes de boîtes au ferblantier Jean-Marie Védry. Il embauche un ouvrier répondant au nom de Jos Colin, homonyme de l'initiateur consacré, et produit, dans le même quartier de Nantes, ses conserves sous ce nom prestigieux jusqu'à l'intervention des tribunaux alertés par la plainte de Joseph Colin. Mais la publicité faite autour de cette histoire lui permet de s'introduire dans la profession et de vendre ses sardines à l'huile avec bonheur. Les affaires marchent d'ailleurs si bien qu'il construit une nouvelle usine à la Turballe en 1837 et une troisième à Piriac en 1839¹⁸.

Une autre façon d'attirer le chaland est de rappeler le haut patronage d'un membre de la famille royale puis impériale. Le succès d'un conserveur et de sa « maison » tient pour une bonne part à la reconnaissance de son produit par un groupe privilégié appartenant à la classe sociale la plus élevée. Être choisi par cette élite, c'est la certitude d'atteindre le pinacle, d'être connu, reconnu puis recherché par l'ensemble de la classe dominante. En contrepartie, la stabilité ou l'expansion de cette reconnaissance et des ventes, reposent strictement sur la qualité irréprochable des objets offerts aux clients très exigeants¹⁹. Pierre-Joseph Colin présente dans son catalogue des produits considérés comme les « délices de S.A.R. madame la Duchesse du Berry ». Son successeur, Bonhomme-Colin se vante d'être le fournisseur du prince de Joinville depuis le passage de ce dernier dans ses magasins en octobre 1842²⁰ ; Millet et Rondenet, quant à eux, alimentent le petit frère, le duc d'Aumale. Philippe et Canaud ne manquent jamais de signaler sur leurs étiquettes, ou les en-tête de leur papier à lettre d'alors, qu'ils

¹⁶ Gachet Nathalie, « Cuisine professionnelle : le poisson dans tous ses états », dans *La mer dévorée*, Geistdoerfer, Ivanoff, Matras-Guin (dir.), Paris, CETMA, 2003, p.53.

¹⁷ Archives privées. Citées dans Cornu et Bonnault-Cornu. *Pratiques industrielles et vie quotidienne : conserveries et ferblanteries*. Nantes, thèse de doctorat, 1989, ch. 1, p. 18.

¹⁸ Libaudière, *op. cit.*, p. 40.

¹⁹ Allières Danièle, *op. cit.*, « Luxe et création », p. 201.

²⁰ Durand Abel, « Historique de la conserve de poissons en France », dans le *Livre d'or de la conserve française*, 1951, p. 15.

sont les fournisseurs exclusifs de sa majesté Louis-Philippe et de la maison royale. Levesque rappelle sur ses lettres qu'il est le fournisseur breveté de la cour impériale d'Autriche-Hongrie ; mention qu'il s'empresse de cacher sous une pastille blanche en août 1914. Rödel signale aussi qu'il est le fournisseur de Sa Majesté l'Empereur du Brésil et fabricant pour la Marine ; Cassegrain se souvient dans toutes ses plaquettes publicitaires de son diplôme d'honneur reçu des mains de l'impératrice Eugénie en 1861. Quarante ans plus tard la pratique est toujours à la mode puisque la maison Ramell, nouvelle venue parmi les conserveries se targue de compter le Prince Georges, futur roi d'Angleterre, parmi ses clients et le fait savoir. Un tel parrainage pour la marque ne peut être autre chose que le gage de la meilleure qualité. Et puis si la chance de compter un membre de familles régnantes ou princières parmi vos clients ne vous sourit pas, il vous reste la possibilité de gagner une médaille d'or aux Expositions universelles, viatique certain pour le succès attendu.

Les Expositions Universelles : « Les Expositions sont des expérimentations qui mettent surtout en jeu les formes et les techniques de la communication, ce sont des machines faites pour informer »²¹ .

Les Expositions Nationales puis Internationales s'avèrent l'un des meilleurs moyens pour se faire connaître et les récompenses obtenues révèlent votre existence, entretiennent la renommée ou renforcent la réputation. Et même si vous n'obtenez aucune distinction votre produit est désormais connu par tous les marchands de quelque importance qui visitent les grandes foires et se familiarisent avec ces nouveaux aliments²² . Dès 1825, un an après l'ouverture de son «usine» Joseph Colin est présent à l'exposition de Nantes ; en 1835 on retrouve à Paris trois conserveurs nantais : Bertrand et Leydic, Millet et Chéreau. L'Exposition de 1839 accueille au moins quatre fabricants dont les Nantais Philippe et Canaud et celle de 1841, tenue à Bordeaux, présente les produits des conserveurs locaux Rödel et Teysseou. A l'Exposition industrielle de Paris, en 1844, les conserveurs présents sont toujours plus nombreux parmi les 3960 exposants. La distribution des récompenses, décernées dans chaque catégorie, est effectuée par le roi lui-même le 29 juillet 1844 au palais des Tuileries. Les médailles et distinctions obtenues sont toujours mises en avant par les récipiendaires. A l'issue de la première grande Exposition Universelle de Londres on note que le fabricant nantais Joseph Peneau, installé à Chantenay depuis 1844, obtient une mention et son collègue Philippe et Canaud une médaille d'or. Quatre ans plus tard, lors de la première exposition internationale française de 1855 deux usiniers finistériens, Peyron et le Guillou-Penanros, sont déjà présents alors que leurs usines respectives sont âgées de trois et deux ans²³ ! L'obtention d'une médaille est un passeport indispensable pour parvenir à la célébrité, sinon la notoriété, et assurer les ventes. Ces deux fabricants sont présents sept ans plus tard à l'Exposition de Londres où ils obtiennent un prix et dès lors leurs ventes augmentent si bien que le voyage aux Expositions n'est plus nécessaire la reconnaissance acquise. Les manifestations étrangères sont évidemment très recherchées dans la mesure où les 4/5 des ventes s'effectue à l'exportation il convient de faciliter par tous les moyens la distribution hors de France et c'est un des meilleurs moyens de se faire connaître sur de nouveaux marchés. On retrouve ainsi le conserveur Gillet à l'exposition de New York en 1853²⁴ . En 1862, à Londres, on ne compte pas

²¹ Aimone (L.), Olmo (C.). *Les Expositions universelles, 1851-1900*. Paris, Belin, 1993, p. 9.

²² Gavrilova Rayna, « Ex Occidente Lux », dans *Histoires et identités alimentaires en Europe*, Bruegel et Laurieux dir. Paris, Hachette, 2002, p. 104.

²³ AD Finistère, 8 M 61, Exposition universelle de Paris 1855.

²⁴ *Annuaire du Commerce*, Firmin Didot, 1855. Cité dans Marie d'Avigneau, *op. cit.*, «L'industrie des conserves»,

moins de 685 maisons françaises pour un total de 3052 exposants dans la première section, classe 3, «produits agricoles et aliments» dont une vingtaine de conserveurs²⁵. A Paris, en 1867, une classe particulière est réservée aux sardines à l'huile et au thon mariné preuve de l'extension de cette industrie et de l'influence croissante de ses patrons dans le monde de l'industrie. Trois fabricants finistériens récemment installés recherchent alors les faveurs du jury, qu'ils obtiennent d'ailleurs : Balestrié, Rabot et Chancerelle²⁶. Les conserveurs morbihannais ne sont pas moins récompensés puisqu'ils ramènent de Paris autant de prix²⁷. Lors des réunions des comités départementaux pour l'examen des demandes d'exposition à Paris en 1878 nous constatons que le secrétaire de l'organisation finistérienne est un conserveur, Charles Rabot et que trois autres usiniers complètent la commission, De Lécluse, le Guillou-Penanros et Balestrié, ces deux derniers déjà récompensés²⁸. Parmi les 49 dossiers d'admission retenus pour représenter le département on note encore la très forte proportion de conserveries puisque neuf d'entre elles exposent à Paris²⁹. La proportion est de même nature encore une fois dans le Morbihan³⁰ et ce ne sont pas moins de quinze fabricants de Loire-Inférieure qui effectuent le déplacement vers la capitale³¹.

Baisse de qualité et marché national

Après avoir longtemps privilégié le marché extérieur, les fabricants se rabattent sur l'hexagone, sur les consommateurs français, après 1882 environ et le développement des usines en Espagne et au Portugal. Pour tenter de s'imposer sur cette nouvelle place méconnue, il leur faut faire connaître leurs produits aux acheteurs potentiels les plus intéressants : les grossistes, les coopératives, les épiceries de luxe (Gasiglia ou Hédiart) et les maisons à succursales multiples qui commercialisent, pour certains, essentiellement des conserves de grande qualité comme Julien Damoy ou F. Luce, et, pour d'autre, vendent en plus et en quantité des produits de seconde qualité comme Félix Potin, les Docks rémois fondés en 1887, les Établissements économiques d'Alimentation (Casino) créés par Geoffroy Guichard en 1898, Goulet-Turpin en 1900 ou les Nouvelles Galeries. Pour répondre à la demande les conserveurs réagissent et produisent des boîtes de qualité inférieure vendues à meilleur prix pour une clientèle moins exigeante. L'essor de l'économie nationale se prête à cet effort de vente entrepris par les conserveurs. Malgré quelques années plus difficiles, 1907 ou 1913, la croissance nationale est manifeste. Elle s'effectue à un rythme saccadé mais les gains de productivité sont réels ; la mécanisation et la meilleure organisation des marchés ont entraîné une amélioration notable des salaires et donc de la consommation alimentaire populaire. L'urbanisation, la fin des potagers et de l'auto-consommation poussent aussi à l'achat de produits alimentaires nouveaux dont les conserves. Un marché de masse existe bel et bien en France à la veille de la Grande Guerre ; mais il convient de signaler qu'il est encore très peu pénétré par les sardines à l'huile françaises bien que les usiniers à cette époque aient compris l'intérêt de le conquérir. La sardine française reste un

p. 90.

²⁵ AD Finistère, 8 M 62, Exposition universelle de Londres 1862.

²⁶ AD Finistère, 8 M 63, Exposition universelle de Paris 1867.

²⁷ AD Morbihan, 8 M 115, Exposition de Paris, 1867.

²⁸ AD Finistère, 8 M 64, Exposition universelle de Paris 1878.

²⁹ AD Finistère, 8 M 65, Exposition universelle de Paris 1878 : Ispa, Auguste Grivart, Pennanros et Quénerdu de Douarnenez ; Dubreuil et Corniou de Brest ; Balestrié, Billette et Frabot de Concarneau.

³⁰ AD Morbihan, 8 M 116, Exposition de Paris, 1878.

³¹ AD Loire Atlantique, 1 ET G24 : Jacquier, Hillerin & Tertrais, Fauchoux, Fouchour, Flon, Dupont et Cie, Demoulin, Carraud-Amieux, Chauffournier, Brenard frères, Salles & Chevalier, Philippe & Canaud, Ogereau, Maré, Lambert.

produit de luxe comme nous le rappelle les guerriers en culottes courtes de l'armée de Longeverne lorsqu'ils décident de faire une fête et d'acheter des provisions:

« des Sardines ! Nous n'avons que vingt et un sous souligna Lebrac. Faut acheter des sardines, insinua Tintin. C'est bon les sardines. Ah ! tu sais pas ce que c'est, Guerreuillas ! Et bien mon vieux, c'est des petits poissons sans tête cuits dedans une boîte en fer blanc, mais tu sais, c'est salement bon ! Seulement on n'en achète pas souvent chez nous passe que c'est cher »³².

C'est à l'occasion de la distribution en grand sur le sol national que tous les fabricants inventent des marques nouvelles et nombreuses, les «marques d'appel» aux appellations les plus diverses, bretonnantes ou celtisantes en particulier, et abandonnent l'ancienne habitude commerciale qui consistait à ne vendre que sous le nom du conserveur ou du fondateur de la maison dorénavant attribué aux meilleurs produits. Cette pratique est une aubaine pour les fabricants ibériques qui à leur tour empruntent à notre langue les dénominations les plus variées et tentent ainsi de s'implanter sur notre sol en trompant la clientèle. Ainsi on retrouve sur le marché français des boîtes portugaises qui

« s'appellent le Glouton, le Renommée, l'Hirondelle, Sainte-Thérèse, Sainte-Eugénie, le Faisan d'or, les Savoureuses, l'Aigle d'Or, les Joyeuses... Comme vous le voyez on s'y livre, on s'y abandonne à toutes les fantaisies de l'esprit au point de vue du choix des dénominations à appliquer aux conserves »³³.

Pour autant la commercialisation par les regrattiers n'est jamais reprise comme argument de vente. Les petits épiciers ne sont guère considérés et toutes les grandes maisons de conserves maintiennent l'habitude de signaler au public leurs clients prestigieux. Ainsi le fabricant Olivier de Mauduit du Plessis, propriétaire des usines et de la marque Émile Goyen, rappelle dans ses publications qu'il est le fournisseur des restaurants parisiens, le Fouquet's, le Café de Paris, le Pré Catalan, le Ritz, Paillard, le Quai d'Orsay, le Carlton mais aussi des maisons d'alimentation Hédiart, place de la Madeleine, Leclerc, avenue Percier ou Cuvellier aux Champs Élysées³⁴. Le conserveur n'oublie pas non plus de signaler qu'il est toujours un exportateur vers la Pologne et plus particulièrement vers la capitale Varsovie. Pour ces grandes épiceries, françaises ou non, et ces hôtels de luxe, il prépare une conserve de très grande qualité qui est vendue sous le nom propre du fondateur, Émile Goyen. Pour ces produits de luxe, dont la France conserve le monopole, des soins particuliers sont apportés aux sardines comme le retaillage des queues aux ciseaux et le sectionnement au collet pour présenter un poisson parfait. Mais pour les chaînes de magasins il prépare des conserves de seconde qualité, des produits dit de «cavalerie» ou «contre-marque» parce que justement ils ne portent pas le nom du fabricant. Ces boîtes de sardines à l'huile demeurent encore un très bon produit, fabriqué avec ce qui reste des prélèvements de choix et les poissons tout venant, couverts d'huile d'arachide. Ces boîtes sont commercialisées sous des appellations beaucoup plus fantaisie : Armoricaïnes, Keristum, Menez-Bihan, Menez-Veil, Alexis...

Mais peu à peu la qualité se détériore inexorablement. En effet tous les fabricants ne recherchent pas la première qualité et si les consommateurs boudent le produit on peut en partie expliquer leur désaffection par la présence sur le marché de

³² « Le festin dans la forêt », Pergaud Louis. *La Guerre des boutons*. Paris, Folio, 1973, p. 205.

³³ J.O., Annales de la Chambres des Députés, séance du 7 février 1913, le député Le Bail.

³⁴ *L'illustration Économique et Financière*, Publicité Émile Goyen, mars 1929, p177.

boîtes de sardines à l'huile au rabais, de la «camelote» ou de la «pacotille», travaillées sans soin, par des usiniers pressés de faire fortune. En fait le monde des industriels de la conserve se divise en trois groupes. D'abord on trouve les fabricants de grandes marques reconnues, amenés à préparer aussi de la seconde qualité ; ensuite apparaissent les usiniers qui se contentent d'une production équivalente à la seconde qualité ;

« mais en dessous de celui-là, il y en a d'autres encore, ceux qui font de la camelote, de la sardine pour l'exportation, pour les nègres, mauvais produit malheureusement vendu aussi dans les villes ouvrières. C'est une marchandise qui ne mérite pas le nom de sardines, une marchandise innommée »³⁵.

Des conserveurs n'hésitent pas dans certains cas à tricher sur les produits utilisés pour minimiser les coûts de production ; les mélanges d'huile et l'emboîtage de sprats vendus comme des sardines sont des pratiques de plus en plus courantes dès le début du XX^{ème} siècle. Pourtant l'activité des conserveries de poissons se maintient sans problème majeur jusqu'en 1955 environ date de l'apogée de cette industrie. On compte alors plus de 250 usines réparties sur tout le littoral atlantique employant plus de 30 000 salariés et 15 000 pêcheurs. Les Français achètent sans compter et sans trop se soucier de la qualité après les années sombre de la guerre et de la reconstruction mais leur attachement aux sardines à l'huile disparaît progressivement. Les usiniers vendent trop cher un produit souvent de piètre qualité préparé avec des sardines congelées, d'Italie ou du Maroc. De plus la nécessité n'est plus loi car les réfrigérateurs prennent place dans les foyers et entraînent la disparition progressive des conserves. Pour tenter de répondre à l'évolution du marché les conserveurs les plus entreprenants choisissent de produire en masse afin d'abaisser les prix de vente et de reconquérir un marché de plus en plus populaire. Les petits fabricants qui perpétuent les traditions de qualité disparaissent les uns après les autres car la clientèle aisée s'est tournée vers de nouveaux aliments. Les groupes de plus grande envergure connaissent eux aussi de graves difficultés et tous ferment leurs usines les moins performantes pour ne garder que les unités les plus modernes. La maison Béziers ferme l'usine de Camaret en 1954 et celle de Concarneau en 1955. Farman-Legros cesse le travail dans ses deux ateliers de Douarnenez et de Concarneau en 1954. Lemarchand ferme son usine de Douarnenez en 1955, imité cette même année par Lecointre au Guilvinec et Pichery à Douarnenez. Saupiquet abandonne les unités de Kéridy en 1954 puis celle de Concarneau en 1956. Paulet aussi ferme ses usines de l'île d'Yeu et de Saint-Jean-de-Luz. Amieux ferme son usine des Sables d'Olonne en 1954, celle de Douarnenez en 1952, celle d'Étel en 1962, et pourtant le tonnage de poissons traités par l'entreprise passe de 4 224 tonnes en 1955 à 11 367 tonnes en 1963³⁶ ... D'autres maisons enfin se contentent d'arrêter la filière poisson jugée trop aléatoire pour reprendre des activités de conserves de viandes, de plats préparés ou de légumes. Ainsi Hénaff cesse son activité poisson en 1961 et ferme son usine de Plouhinec car elle ne peut répondre à la concurrence de la sardine congelée marocaine³⁷. La maison Hénaff privilégie dès lors sa production de pâté de jambon. Les entreprises Larzul connaissent des difficultés similaires et cesse la production de poisson en conserve la même année : l'usine du Guilvinec est alors fermée et comme son voisin bigouden se spécialise dans les conserves de viandes de porc. Philippe et Canaud, Roulland ferment en 1963 ; Cassegrain s'éteint en 1966 absorbée par Saupiquet ; Amieux disparaît à son tour en

³⁵ J.O., Annales de la Chambre des Députés, séance du 7 février 1913, le député le Bail.

³⁶ Fiérain Jacques, *op. cit.*, « La restructuration de la conserverie... », p. 255.

³⁷ Hénaff (J.-J.), « Hénaff, adaptation d'une entreprise en pays bigouden », in actes du colloque *Le pays bigouden à la croisée des chemins*, UBO, Brest, 1993, p. 478.

1969. La sardine à l'huile devient progressivement un aliment de seconde classe puis on constate un manque de considération de plus en plus net envers une préparation qui inspire même le dégoût. La sardine à l'huile présentée est devenue un produit médiocre ; déchéance fatale on la retrouve même dans les cantines scolaires. Demandez aujourd'hui à un enfant ce qu'il pense des conserves de sardine et à coup sûr il vous répondra «pouah!!!». Il n'est pas besoin de rechercher bien loin les causes de la ruine de cette industrie...Comme pour les autres secteurs de l'agro-alimentaire d'ailleurs, la restructuration de l'industrie des conserves de sardines à l'huile se poursuit encore pendant une décennie pour aboutir au maintien sur le marché des trois au quatre grandes marques nationales³⁸ et quelques petites installés sur des niches commerciales, en particulier celle de la très grande qualité, des produits à très forte valeur ajoutée, travaillés «à l'ancienne».

La conserverie, industrie de luxe, ne pouvait survivre qu'en le restant, en travaillant des poissons de très grande qualité. Mais comme les apports ne sont plus assurés, comme la matière première fait défaut, l'activité industrielle traditionnelle s'évanouit. C'est la fin d'un cycle dans l'évolution économique si particulière d'un bassin industriel atypique, le littoral atlantique sardinier ; la fin d'une combinaison d'activités qui faisaient vivre plus de 100 000 personnes. Non que cette industrie soit morte d'ailleurs, ni qu'elle doive mourir ; seulement elle n'a plus l'importance majeure dans la fonction industrielle dans un système totalement remanié. C'est surtout la fin d'une certaine époque, d'une certaine situation, d'un mode de vie héritée de la IIIème République et jamais remis en question par les principaux acteurs de l'aventure, les conserveurs ; la fin, au point de vue international, du libéralisme ancien, du système impérialiste européen d'échanges internationaux, de l'hégémonie économique et politique de l'Occident. La fin, au point de vue national, d'un certain régionalisme, de la possibilité pour la frange littorale atlantique de se développer singulièrement sans appui aucun de l'intérieur. La fin tout simplement de l'attrait centenaire d'une clientèle triée sur le volet pour un produit d'excellence longtemps considéré comme un mets de luxe.

Il s'agit bien de la fin d'un cycle ; le monde de la conserverie de sardine a changé, la conserverie, elle, demeure³⁹. Mais parler de la fin de cette industrie c'est contredire la vérité ; il suffit de reprendre les chiffres et de constater qu'aujourd'hui, les quatre plus importantes usines produisent des tonnages supérieurs aux résultats des 180 usines réunies de 1900. Mais si la production totale n'a pas chuté, la qualité présentée n'a plus aucun rapport avec les boîtes d'antan. Pourtant le crépuscule qui tombe, ou plutôt les ténèbres, est sans doute la promesse de l'aurore prochaine pour des entrepreneurs soucieux de présenter un produit alimentaire de luxe, sur le créneau spécifique du haut de gamme, fabriqué avec des sardines et des huiles de très haute qualité. Et depuis une dizaine d'années les choses changent : la sardine à l'huile retrouve ses lettres de noblesse et des amateurs de plus en plus nombreux acceptent de payer deux à trois fois plus cher des conserves haut de gamme. Le Label Rouge apparaît en 2001 sur les boîtes de la maison Gendreau des Sables d'Olonne et le mouvement se poursuit chez la dizaine de fabriques survivantes qui toutes aujourd'hui proposent des sardines «millésimées», le haut du panier, qu'elles n'auraient jamais dû quitter. Les petits-fils de Joseph Colin retrouvent les valeurs premières de leur maître à tous et c'est en grande partie pour les avoir perdues que leurs pères ont du se résoudre

³⁸ Saupiquet, Paulet (américain Kist), Pêcheurs de France, puis, à plus petite échelle : Wenceslas Chancerelle, Capitaine Cook (filiale Intermarché) et Gendreau et enfin les petits : La Quiberonnaise, La Belle-Isloise, Courtin, Gonidec, Furic...

³⁹ Leboutte René, *op. cit.*, « Vie et mort des bassins industriels... », p. 548 .

à fermer leurs usines après avoir perdu la clientèle en parfaite adéquation avec le produit.