

L'EUROPE ALIMENTAIRE

Nicolas Marty

L'invention de l'eau embouteillée

Qualités, normes et marchés de l'eau en bouteille en Europe,
XIX^e-XX^e siècles



L'eau embouteillée, sous l'appellation eau minérale ou eau de source est aujourd'hui un produit emblématique de la société de consommation, mondiale et globalisée. Son usage, initié en Europe, s'est étendu au reste du monde depuis la fin des années 1980. Cet ouvrage se propose de montrer comment ce produit s'est littéralement « construit » et imposé en Europe depuis le milieu du XIX^e siècle. L'analyse ne s'est pas bornée à décrire les techniques industrielles et commerciales, les entreprises qui les mettent en œuvre et les consommateurs qui achètent ce produit. L'auteur interroge aussi l'histoire de l'eau en bouteille par le biais de l'articulation entre normes et marchés dans six pays européens : l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, l'Italie, la France et le Royaume-Uni. Dans une démarche comparatiste, il analyse comment s'interpénètrent les logiques marchandes et non marchandes, en suivant au plus près les institutions et les acteurs, producteurs et consommateurs, ainsi que la grande diversité d'experts (ingénieurs, pharmaciens, médecins, etc.) engagés dans la mise sur le marché de ce produit. Au final, l'ouvrage permet de comprendre comment le produit que nous consommons tous les jours loin de s'être « naturellement » imposé est au contraire le résultat d'un processus complexe.

L'EUROPE ALIMENTAIRE

Nicolas Marty est professeur d'histoire contemporaine à l'Université de Perpignan et secrétaire général de l'association française d'histoire économique. Il travaille sur l'histoire des marchés des biens de consommation en Europe, et particulièrement des boissons, ainsi que sur l'histoire économique et sociale de la France méridionale et de la Catalogne.

L'invention de l'eau embouteillée

**Qualités, normes et marchés de l'eau
en bouteille en Europe, XIX^e-XX^e siècles**



P.I.E. Peter Lang

Bruxelles • Bern • Berlin • Frankfurt am Main • New York • Oxford • Wien

Nicolas MARTY

L'invention de l'eau embouteillée

**Qualités, normes et marchés de l'eau
en bouteille en Europe, XIX^e-XX^e siècles**

Collection « L'Europe alimentaire »
n° 5

Ce livre a bénéficié du soutien du CRHiSM EA 2984 et du programme ANR ECA 1850-2000

Tous les volumes de cette collection sont publiés après double révision à l'aveugle par des pairs.

Toute représentation ou reproduction intégrale ou partielle faite par quelque procédé que ce soit, sans le consentement de l'éditeur ou de ses ayants droit, est illicite. Tous droits réservés.

© P.I.E. PETER LANG S.A.

Éditions scientifiques internationales

Bruxelles, 2013

1 avenue Maurice, B-1050 Bruxelles, Belgique

www.peterlang.com ; info@peterlang.com

ISSN 2033-7892

ISBN 978-2-87574-090-8 (paperback)

ISBN 978-3-0352-6359-6 (eBook)

D/2013/5678/92

Ouvrage imprimé en Allemagne

Information bibliographique publiée par « Die Deutsche Nationalbibliothek »
« Die Deutsche Nationalbibliothek » répertorie cette publication dans la
« Deutsche Nationalbibliografie » ; les données bibliographiques détaillées sont
disponibles sur le site <http://dnb.d-nb.de>.

Table des matières

Introduction	9
---------------------------	---

PREMIÈRE PARTIE

L'ÉMERGENCE DES MARCHÉS ET DES NORMES DE L'EAU EMBOUTEILLÉE (AVANT 1914)

CHAPITRE I.

Les premiers marchés de l'eau et leurs opérateurs économiques ...	27
---	----

CHAPITRE II.

Les différentes qualifications des produits	75
---	----

CHAPITRE III.

Les normes de production et de diffusion et leur application	123
--	-----

DEUXIÈME PARTIE

VERS LES MARCHÉS DE MASSE (XX^e SIÈCLE)

CHAPITRE IV.

Normes et marchés à l'heure des difficultés et de l'emprise de l'État (1914-1950)	179
--	-----

CHAPITRE V.

L'avènement d'un produit de consommation de masse	243
---	-----

CHAPITRE VI.

La convergence des normes en Europe	305
---	-----

Conclusion	343
------------------	-----

Sigles et abréviations	359
------------------------------	-----

Graphiques et tableaux	361
------------------------------	-----

Sources et bibliographie	369
--------------------------------	-----

Index des noms de personnes	391
-----------------------------------	-----

Index des organisations et entreprises	393
--	-----

Introduction

Avec l'avènement de la consommation de masse, la plupart des pays occidentaux ont connu à partir du milieu des années 1950 une véritable révolution culturelle, économique et sociale¹. Ce bouleversement des modes de vie était en réalité en gestation depuis le XIX^e siècle. C'est en effet dans le contexte de l'industrialisation et de l'urbanisation que des produits industriels sont apparus dans les usages alimentaires des Européens, à la faveur de processus complexes, associant l'amélioration des conditions de vie, la progression des salaires réels et l'efficacité accrue des producteurs, des transporteurs et des distributeurs². Pour de nombreux historiens, aliments et boissons sont au cœur de ces changements structurels. Dès lors, la contribution de l'histoire de l'alimentation est primordiale pour comprendre l'évolution des sociétés vers la consommation de masse³. Elle met en effet en évidence le passage de la satisfaction des besoins élémentaires à la prise de produits standardisés proposés par une industrie alimentaire capable de construire ses mar-

¹ La naissance de ce phénomène et la place qu'il a acquise dans les sociétés développées ont fait l'objet d'abord des travaux des historiens anglo-saxons et allemands, puis français, cf. par exemple John BREWER and Roy PORTER (eds.), *Consumption and the World of Goods*, London, Routledge, 1993 ; Susan STRASSER, Charles MCGOVERN et Mathias JUDT (dir.), *Getting and Spending. European and American Consumer Societies in the Twentieth Century*, Washington, German Historical Institute/Cambridge University Press, 1998 ; Wolfgang KÖNIG, *Geschichte der Konsumgesellschaft*, Stuttgart, Franz Steiner Verlag, 2000. Pour la France : Alain CHATRIOT, Marie-Emmanuelle CHESSEL, Matthew HILTON (dir.), *Au nom du consommateur. Consommation et politique en Europe et aux États-Unis au XX^e siècle*, Paris, La Découverte, 2005 ; Simon LANGLOIS, *Consommer en France*, Paris, L'Aube/Credoc, 2005 ; Sophie CHAUVEAU, « Regards sur la consommation de masse », introduction du numéro spécial « Consommer en masse », *Vingtième Siècle, Revue d'histoire*, n° 91, 2006-3, p. 3-7.

² Hans Jürgen TEUTEBERG, « Zum Problemfeld Urbanisierung und Ernährung im 19. Jahrhundert », in du même (ed.), *Durchbruch zum modernen Massenkonsum. Lebensmittelmärkte und Lebensmittelqualität im Städtewachstum des Industriezeitalters*, Münster, F. Coppenrath Verlag, 1987, p. 1-36 ; François CARON, « L'embellie parisienne à la Belle Époque : l'invention d'un modèle de consommation », *Vingtième Siècle*, n° 47, 1995, p. 42-57.

³ Pour certains historiens cette révolution des modes de boire n'a pas « accompagné » la révolution industrielle, mais l'a précédée aux XVII^e et XVIII^e siècles, créant de nouvelles demandes dans les domaines des transports, du commerce international de porcelaines, pots, etc. Cf. John BURNETT, *Liquid Pleasures, a Social History of Drinks in Modern Britain*, Londres, Routledge, 1999, p. 1. Cf. aussi Alberto CAPATTI, *Le Goût du nouveau*, Paris, Albin Michel, 1989, p. 30.

chés⁴. Il n'est pas simple d'analyser les habitudes alimentaires. Le fait que les aliments consommés proviennent moins, désormais, de la nature que de l'industrie ne change rien à la relation intime que l'homme entretient avec ce qu'il mange. Comme cela a été maintes fois souligné, aliments et boissons ne sont pas seulement « une collection de produits (...). [ils sont] aussi en même temps un système de communication, un corps d'images, un protocole d'usages »⁵. Le vieil adage allemand *Der Mensch ist was er isst* « l'homme est ce qu'il mange » reste valide dans nos sociétés industrielles⁶. En outre, les êtres humains projettent leur imaginaire sur la nourriture, parfois sans le moindre fondement rationnel⁷.

Le présent ouvrage entend se situer dans le cadre de cette historiographie qui considère que le domaine de l'alimentation est une entrée privilégiée pour comprendre l'histoire des transformations des modes de vie européens. Il souhaite appréhender, à l'échelle de quelques pays, comment une boisson industrielle s'est construite, diffusée, et est devenue l'objet d'une consommation de masse. L'eau en bouteille, une boisson associée initialement au monde du thermalisme, est l'objet de ce travail. Phénomène essentiellement européen, la consommation d'eau en bouteille n'est pas connectée à l'un des grands moteurs de transformation des modes de vie du XX^e siècle : l'américanisation – puisqu'elle est pratiquement inexistante aux États-Unis jusque dans les années 1970⁸. En outre, ce n'est pas un produit qui apparaît comme lié de manière

⁴ Martin BRUEGEL, « Production de masse, consommation de masse ? Les intuitions fulgurantes de Thierry Nadau », postface de Thierry NADAU, Marie-Emmanuelle CHESSEL, Sandrine KOTT, *Itinéraires marchands du goût moderne : produits alimentaires et modernisation rurale en France et en Allemagne, 1870-1940*, Paris, Éditions MSH, 2005, p. 233-257 ; Peter SCHOLLIERS, « Historical food research in Belgium : development, problems and results in the 19th and 20th centuries », in Hans Jürgen TEUTEBERG (ed.), *European Food History : a research Review*, Leicester, Leicester University Press, 1992, p. 85. Pour le contexte du développement des boissons industrielles, cf. Jean-Louis FLANDRIN et Massimo MONTANARI (dir.), *Histoire de l'alimentation*, Paris, Fayard, 1996, p. 740-743.

⁵ Roland BARTHES, « Pour une psychosociologie de l'alimentation contemporaine », in Jean-Jacques HERMADINQUER (dir.), *Pour une histoire de l'alimentation*, Paris, Armand Colin, 1970, p. 309.

⁶ L'expression est rappelée dans Fernand BRAUDEL, *La dynamique du Capitalisme*, Paris, Arthaud, 1985, p. 17.

⁷ Annie HUBERT, « Alimentation et santé, la science de l'imaginaire », *Cahiers de Nutrition et de Diététique*, 35, 5, 2000, p. 353.

⁸ Les États-Unis importent des eaux en bouteille depuis l'Europe avant la Première Guerre mondiale, mais ce commerce s'effondre ensuite pour renaître dans les années 1970, particulièrement par le biais de la Source Perrier, qui a véritablement « recréé » le marché de l'eau en bouteille. Cf. Nicolas MARTY, *Perrier, c'est Nous ! Histoire de la Source Perrier et de son personnel*, Paris, Éditions de l'Atelier, 2005.

indéfectible à un pays ou à une région particulière⁹. Aujourd'hui, la production et la consommation d'eau embouteillée connaissent une phase de large diffusion et touchent aussi bien les pays les plus développés comme l'Amérique du Nord et le Japon que les pays émergents en Asie et en Afrique¹⁰. Si les États-Unis sont devenus, en consommation brute (nombre de litres consommés dans un espace donné), le plus gros consommateur mondial avec 33 milliards de litres, le Mexique suivi de l'Italie arrivent en tête en consommation relative (litres consommés par habitant et par an) avec respectivement 235 litres et 192,6 litres en 2008¹¹.

Les enquêtes historiques sur les marchés des produits industriels sont assez rares, que ce soit dans le domaine des biens de consommation¹², ou dans celui des biens alimentaires. Des études ont certes été effectuées sur les boissons alcoolisées – sur le thé le café, ou encore le lait –, et des travaux récents ont montré tout l'intérêt d'une approche par filière¹³. Mais pendant longtemps, les historiens se sont penchés surtout sur les articles de luxe, délaissant quelque peu les produits alimentaires de tous les jours¹⁴. L'histoire des marchés a longtemps reposé sur l'analyse, classique, du rapport de l'offre et de la demande, en supposant une constance des goûts et une place réduite, voire totalement absente, du collectif (de la société) dans l'acte d'échange entre le vendeur et l'acheteur. Le modèle d'un marché fondé sur l'autonomie des agents les

⁹ Contrairement à un produit comme le champagne par exemple, qui se construit comme un produit typiquement français : cf. Kolleen M. GUY, *When Champagne Became French : Wine and the Making of a National Identity*, Baltimore, Johns Hopkins University Press, 2003.

¹⁰ Deborah SPAR, Krzysztof BEBENEK, « Profitable Springs, The rise, sources, and structures of the bottled water Business », *Entreprises et histoire*, n° 50, avril 2008, p. 100.

¹¹ Beverage Marketing Corporation.

¹² On peut citer comme exemples récents : Isabelle GAILLARD, *La télévision, histoire d'un objet de consommation (1945-1985)*, Paris, CTHS, 2012 ; Sophie CHAUVEAU, *L'invention pharmaceutique. La pharmacie française entre l'État et la société au XX^e siècle*, Paris, les empêcheurs de penser en rond, 1999 ; Éric GODEAU, *Le tabac en France de 1940 à nos jours. Histoire d'un marché*, Paris, PUPS, 2008 ; Jean-François GREVET, *Au cœur de la révolution automobile : l'industrie du poids lourd du plan Pons au regroupement Berliet-SAVIEM 1944-1974*, Thèse de doctorat (dir. Patrick Fridenson, Jean-Pierre Hirsch), histoire, Université de Lille III, 2005.

¹³ Pierre-Antoine DESSAUX, *Des vermicelliers au groupe Danone : consommer, produire et vendre des pâtes alimentaires en France XVII^e-XX^e siècles*, Thèse de doctorat (dir. Patrick Fridenson), EHESS, 2003 ; Nicolas DELBAERE, *L'économie laitière dans le Nord-Pas-de-Calais : de l'âge rural à l'âge des marques ?*, Thèse de doctorat (dir. Jean François Eck), Université de Lille III, 2007.

¹⁴ Hans Jürgen TEUTEBERG, « Agenda for a comparative European history of Diet », in du même, *European Food History...*, *op. cit.*, p. 3.

uns vis-à-vis des autres, postulant une concurrence parfaite, avec un prix d'équilibre résultant d'une offre déterminée par les coûts et d'une demande déterminée par les préférences, n'a en fait jamais été rencontré par ceux qui observent comment les marchés ont fonctionné concrètement, indépendamment des théories abstraites¹⁵. De nombreux travaux ont montré que le marché n'est une structure viable que lorsque des conditions spéciales et restrictives sont réunies¹⁶. Des dispositifs élaborés par les acteurs d'une filière précisent les modalités de mise sur le marché des biens échangés. Les mécanismes non marchands tiennent une place centrale dans la possibilité même de l'échange¹⁷. Les marchés ne sont donc pas le résultat d'un équilibre naturel, mais de constructions sociales complexes dans lesquelles acteurs et institutions au sens large (systèmes de poids et mesures, normes de production, droit de propriété, etc.), qu'ils soient privés ou publics, à des échelles parfois différentes, jouent un rôle fondamental¹⁸.

Dès lors, la sociologie économique et la sociologie des marchés, et avec elles l'histoire économique, doivent essentiellement se tourner vers les formes de construction des marchés pour comprendre leur « architecture », selon l'expression du sociologue américain Neil Fligstein¹⁹. Cette vision redonne une place centrale aux acteurs. Un sociologue comme Franck Cochoy insiste, par exemple, sur le fait que l'existence de consommateurs n'est pas « naturelle » pour un produit, mais qu'elle est le résultat d'un long travail effectué par les firmes consistant à « produire » ce public, avec l'aide de professionnels du marché (packaging, merchandising, etc.) et qui n'est pas toujours couronné de succès²⁰. La

¹⁵ Christian CHAVAGNEUX et Philippe MINARD, « L'économie de marché est-elle libérale », Qu'est-ce que l'économie de marché ? *L'économie politique*, n° 37, janvier-mars 2008, p. 6.

¹⁶ Gilles ALLAIRE, Robert BOYER, « Régulation et conventions dans l'agriculture et les IAA », in des mêmes (dir.), *La grande transformation de l'agriculture, lectures conventionnalistes et régulationnistes*, Paris, INRA, Economica, 1995, p. 10. Pour une synthèse des résultats et des discussions autour de l'économie des conventions : cf. François EYMARD-DUVERNAY (dir.), *L'économie des conventions : méthodes et débats*, tome 1, débats, Paris, la Découverte, 2006.

¹⁷ Ces dispositifs peuvent être les codes éthiques, les règles juridiques qui forment le droit de la concurrence, les conventions sociales, etc. Cf. Nicolas POSTEL, « Marché et autonomie des acteurs : histoire d'une illusion », *L'économie politique*, n° 37, janvier-mars 2008, p. 35.

¹⁸ Cf. par exemple Hélène TORDJMAN, « La construction d'une marchandise : le cas des semences », *Annales. Histoire, Sciences Sociales*, 2008-6, p. 1343.

¹⁹ Neil FLIGSTEIN, *The architecture of markets, an economic sociology of twenty first century capitalist societies*, Princeton University Press, 2001.

²⁰ Franck COCHOY, *Une histoire du marketing, Discipliner l'économie de marché*, Paris, la Découverte, 1999 ; Franck COCHOY, Sophie DUBUISSON-QUELLIER,

connaissance des producteurs et des consommateurs ne saurait suffire, car une partie essentielle du processus se joue dans le dialogue qui se noue entre les deux²¹. Les marchés sont donc construits socialement et historiquement dans des contextes situés et au travers de dispositifs aussi bien internes qu'externes à la relation marchande.

Ce postulat de la « construction sociale » correspond à une vague profonde au sein des sciences sociales²². Dès les années 1980, la théorie de la construction sociale des techniques interroge le rôle des utilisateurs dans le développement technologique et se débarrasse de la vieille idée d'utilisateurs et consommateurs passifs. Elle soutient au contraire que les utilisateurs, comme groupes sociaux, influent grandement sur les formes de technologies et sur la manière dont les sociétés s'emparent des techniques, en les adoptant, les rejetant ou les adaptant²³. Les sciences sociales ont alors accepté le principe selon lequel on ne pouvait plus concevoir une séparation nette entre un domaine ou un champ de recherche et le reste de la société²⁴. Dans le domaine alimentaire, la notion de production, aussi bien que l'application du savoir scientifique alimentaire, ne peuvent être comprises sans référence aux intérêts

« L'étude des professionnels du marché : vers une sociologie du travail marchand », *Sociologie du travail*, 3, 2000, p. 359-368.

- ²¹ Franck COCHOY, « Entre dispositifs et dispositions ou le petit chaperon rouge revisité », in du même (dir.), *La captation des publics, c'est pour mieux te séduire, mon client*, Toulouse, Presses universitaires du Mirail, 2004, p. 46.
- ²² Le constructivisme est intéressant dans la mesure où il révèle la contingence de pratiques sociales considérées à tort comme fondées en nature. Mais il n'est pas question de suivre le raisonnement jusqu'au relativisme absolu qui a pu être défendu par certains tenants de cette conception. Pour une critique contre cette dérive, cf. Paul A. BOGHOSSIAN, *Fear of knowledge : against relativism and constructivism*, Oxford University Press, New York, 2006, p. 129-130.
- ²³ Cf. pour une présentation synthétique Nelly OUDSHOORN, Trevor PINCH, « Introduction : How Users and non Users Matter », in Nelly OUDSHOORN, Trevor PINCH (eds.), *How Users Matter. The Co-construction of Users and Technology*, Cambridge (Mass.), MIT Press, 2003, p. 1-25. L'ouvrage de W. Bijker est pionnier dans ce domaine. Cf. Wiebe E. BIJKER *et al.*, *The Social Construction of Technological Systems : new Directions in the Sociology and History of Technology*, Cambridge (Mass.), MIT Press, 1987. François CARON a été un des passeurs en France de ce type de réflexion mais en le tempérant par l'affirmation d'une logique interne de la dynamique du système technique. Cf. François CARON, *Les deux révolutions industrielles du XX^e siècle*, Paris, Albin Michel, 1997, p. 14-15 et 28.
- ²⁴ Harry COLLINS utilise la fameuse image des « navires » dans une bouteille pour matérialiser le champ des perceptions du monde et des connaissances académiques. Harry COLLINS, *Changing Order, Replication and Induction in Scientific Practice*, Chicago, The University of Chicago Press, 1992, p. 5-6.

sociaux qui entourent et permettent ce processus²⁵. Le cadre spatial de cette évolution n'est pas à négliger. Selon Richard S. Tedlow, le marketing a fait passer les marchés des produits de consommation par trois phases liées à la situation économique et sociale globale des États. La première est celle de la fragmentation, caractérisée par de faibles volumes de production et des marchés locaux. La seconde est celle de l'unification, voyant se développer un marché de masse étendu à tout le pays. La troisième phase, la plus récente, est celle d'une nouvelle segmentation, liée notamment à la télévision commerciale qui repousse encore plus loin les limites du marché²⁶.

Ces éléments théoriques peuvent se vérifier tout au long de l'histoire des marchés des produits alimentaires. Ils offrent des outils d'analyse plus performants peut-être que les schémas traditionnels de l'histoire de la consommation et de l'alimentation qui, de manière un peu mécanique, ne voyaient que dans les prix relatifs et les phénomènes de mimétisme social l'explication du développement de la consommation²⁷. Or, comme le dit Martin Bruegel, se limiter à une explication de croissance du marché, qui passe avant tout par l'essor du machinisme et de l'automatisation, et une diffusion sociale des produits dépendant uniquement du pouvoir d'achat est « au mieux insuffisant, au pire erroné »²⁸. Il faut au contraire comprendre comment les sociétés s'activent à travers une histoire où les acteurs retrouvent une place centrale²⁹.

L'idée de construction sociale des marchés ouvre bien des pistes de recherches³⁰. Elle met avant tout au premier plan la question des normes³¹. Pour Alessandro Stanziani, « dans le fonctionnement réel des

²⁵ Donna MAURER, Jeffery SOBAL (eds.), *Eating Agendas. Food and Nutrition as Social Problems : constructivist Perspectives*, New York, Aldine transaction, 1995, p. 3-7.

²⁶ Richard S. TEDLOW, *L'audace et le marché. L'invention du marketing aux États-Unis*, Paris, Odile Jacob, 1997. Cf. aussi les travaux pionniers de Paul CLAVAL, *Géographie générale des marchés, Annales Littéraires de l'Université de Besançon*, vol. 58, Paris, Les Belles Lettres, 1962.

²⁷ Pour une critique de cette vision traditionnelle pour les marchés de la viande et du vin, cf. Alessandro STANZIANI, *Histoire de la qualité alimentaire, XIX^e-XX^e siècles*, Paris, Seuil, 2005, p. 419.

²⁸ BRUEGEL, « Production de masse... », art. cit., p. 234.

²⁹ Jean-Pierre WILLIOT, « Conclusion », in Alain DROUARD, Jean-Pierre WILLIOT (dir.), *Histoire des innovations alimentaires, XIX^e-XX^e siècles*, Paris, l'Harmattan, 2007, p. 295-298.

³⁰ Alessandro STANZIANI, *Rules of Exchange : French Capitalism in Comparative Perspective, Eighteenth to Early Twentieth Centuries*, Cambridge, New York, Cambridge University Press, 2012, p. 8-9.

³¹ Cf. notamment Marine MOGUEN-TOURSEL, « Standardisation : l'apport des approches historiques », *Entreprises et histoire*, n° 51, 2008, p. 6-8.

marchés, les normes ne sont ni en opposition (argument néoclassique), ni simplement complémentaires (thèses néo-institutionnalistes), mais elles sont constitutives du marché qui ne pourrait exister sans elles »³². Le terme de « normes » renvoie ici à une vision très large incluant les règles de droit, les conventions, la qualification et la qualité des produits, mais aussi aux normes techniques et de production proprement dites³³. La construction et l'application des normes participent des décisions et des comportements des acteurs économiques. Cet ouvrage reprend donc à son compte les bases problématiques de « l'Économie droit ». Il s'agit de comprendre comment les marchés des produits se sont définis et ont été régulés à la fois par les institutions publiques, les acteurs et leurs associations, et les règles de droit ; en partant du principe qu'il existe une imbrication étroite plutôt qu'une opposition affirmée entre normes et produits, institutions et marchés, et que ceux-ci doivent être situés dans des contextes adéquats³⁴. L'analyse passe par les trois volets que recouvre la qualité alimentaire : les règles gouvernant la production et la transformation des denrées, la police des marchés et l'évolution des normes de salubrité ; pour, au-delà, essayer de comprendre les relations que ces trois volets entretiennent entre eux³⁵.

L'application de cette base théorique au marché de l'eau embouteillée est un problème stimulant. D'abord parce que les denrées alimentaires offrent sur la question de la qualité et des normes un point de vue privilégié³⁶. Sur le plan de la sécurité, l'industrialisation de la chaîne alimentaire génère ou amplifie les incertitudes sur les produits, et leur fiabilité peut être d'autant plus remise en question que le nombre d'intermédiaires augmente sensiblement. Les spécialistes de l'agroalimentaire rappellent qu'« à chaque stade se multiplient les risques d'incompétence, les possibilités d'erreur, de malveillance qui peuvent conduire à la mise en vente de produits non conformes aux règles

³² Alessandro STANZIANI, « Introduction », in du même (dir.), *Dictionnaire historique d'économie-droit XVIII^e-XX^e siècles*, Paris, LGDJ-CNRS, 2007, p. 5.

³³ L'emploi de ce terme de « normes » au sens très large peut être critiquable, notamment pour ceux qui ne veulent réserver ce terme qu'au sens strict, celui qui définit le processus de normalisation technique : « Les normes fixent des définitions, des dimensions, des procédures, intéressant des produits ou des services avec pour objectif de "simplifier, unifier, spécifier" », cf. Jacques MAILLY, *La Normalisation*, Paris, Dunod, 1946, p. 19.

³⁴ Martin BRUEGEL, Alessandro STANZIANI, « Pour une histoire de la qualité alimentaire », *Revue d'histoire moderne et contemporaine*, 2004-51, p. 12.

³⁵ *Ibid.*, p. 7.

³⁶ TEUTEBERG, « Agenda... », art. cit., p. 14. Mike FRENCH, Jim PHILLIPS, *Cheated Not Poisoned? Food regulation in the United Kingdom, 1875-1938*, Manchester, Manchester University Press, 2000, p. 3 ; STANZIANI, *Histoire de la qualité alimentaire...*, *op. cit.*, p. 8.

d'hygiène, des denrées au goût altéré, d'emballages abîmés, d'articles défectueux (contenu insuffisant, erreur d'étiquetage, etc.) »³⁷. Problème stimulant ensuite car le parti pris d'essayer de comprendre l'émergence des normes qui encadrent la diffusion d'un produit dans différents pays européens peut être un moyen de montrer justement « en quoi le social compte » dans la construction des marchés. Associer normes de production et de diffusion et qualification des produits, c'est voir comment est assurée la sécurité du produit livré au public et quelle est son identité. Car les produits ont une histoire, ils n'existent pas naturellement, spontanément. Il n'est plus possible, aujourd'hui, lorsqu'on veut travailler sur l'histoire d'un produit, de prendre en compte sa définition telle qu'elle est institutionnalisée, en supposant qu'il existe une qualité objective³⁸. Dans le cas des biens alimentaires, et de l'eau embouteillée en particulier, aux questions de normes s'ajoutent les questions sanitaires et de santé publique³⁹. Il faut dès lors « comprendre la hiérarchie que les normes et les procédures établissent entre la protection du consommateur et celle du producteur, autrement dit : entre discipline de la concurrence et tutelle de la santé publique »⁴⁰. Le problème se pose avec d'autant plus d'acuité que le produit eau embouteillée dispose d'un statut peu clair selon les pays, voire à l'intérieur d'un même pays, oscillant entre médicament et bien alimentaire⁴¹. Les problèmes de définition et de qualification des produits sont d'autant plus importants que l'on va retrouver sur un même marché des produits d'origine natu-

³⁷ François NICOLAS, Égizio VALCESCHINI (dir.), « La dynamique économique de la qualité agroalimentaire », in, des mêmes, *Agroalimentaire. Une économie de la qualité*, Paris, Economica, 1995, p. 17.

³⁸ Cf. Michel CALLON, Cécile MÉADEL, Vololona RABHHARISOA, « The Economy of Qualities », *Economy and Society*, vol. 31-2, 2002, p. 194-217, qui propose de s'intéresser au processus de « singularisation des produits ».

³⁹ Un problème déjà soulevé par les travaux allemands dans les années 1980. Cf. notamment Karl Peter ELLERBROCK « Lebensmittelqualität vor dem Ersten Weltkrieg : industrielle produktion und Staatliche Gesundheitspolitik », in TEUTEBERG (ed.), *Durchbruch zum modernen Massenkonsum...*, op. cit., p. 127-188. Voir aussi la somme sur la longue durée de Madeleine FERRIÈRES, *Histoire des peurs alimentaires. Du Moyen Âge à l'aube du XX^e siècle*, Paris, Seuil, 2002.

⁴⁰ STANZIANI, *Histoire de la qualité alimentaire...*, op. cit., p. 11.

⁴¹ Chaque boisson a été promue à une période donnée pour ses bénéfices thérapeutiques. Sous le règne d'Elisabeth 1^{re}, le whisky était vendu par les apothicaires sous le nom d'Aqua Vitae, et l'on pouvait trouver des annonces qui proclamaient que cette boisson ralentissait le vieillissement, aidait à la digestion, etc. Cf. BURNETT, op. cit., p. 3 ; Norman LONGMATE, *The Waterdrinkers : a history of temperance*, London, Hamish Hamilton, 1968, p. 9, constate que jusqu'aux années 1920, la majorité des réclames en faveur de l'alcool sont des annonces de médicaments, cf. aussi Myriam TSINOUKAS, « Quand l'alcool fait sa pub. Les publicités en faveur de l'alcool dans la presse française de la loi Roussel à la loi Evin (1873-1998) », *Le Temps des Médias*, n° 2, 2004, p. 99.

relle (les eaux minérales naturelles) ou fabriqués (les eaux gazeuses dites artificielles)⁴². L'appellation eau minérale, utilisée à l'origine partout en Europe, en est le socle originel. Mais derrière les dénominateurs communs, à savoir un produit vendu en bouteille ou conditionné en cruchons ou bombonnes, composé d'eau gazeuse ou plate, de nombreuses différences peuvent être faites entre les eaux comprenant ou non des minéraux, des arômes ou sucres, etc. Derrière le terme eau minérale se cachent en réalité quantité de produits très différents. À ce propos, il faut bien se garder de penser que la découverte des faits scientifiques relatifs à l'hygiène alimentaire fournit l'essentiel du matériel pour l'action politique de régulation. Une telle histoire se bornerait à suivre la chronologie des découvertes de laboratoires qui seraient elles-mêmes suivies immédiatement d'une législation *ad hoc* ; or, pour d'autres produits qui ont déjà fait l'objet d'études, cela n'a été que rarement le cas⁴³. L'idée n'est donc pas de suivre simplement la chronologie de la mise au point des normes de la qualité du produit eaux embouteillées, mais de comprendre comment ces normes se sont construites et de voir quel a été leur rôle dans la diffusion du produit.

Le champ des politiques alimentaires est très complexe. Il est peuplé d'une grande variété d'acteurs, que l'on peut délimiter entre producteurs, consommateurs, intermédiaires et experts, certains d'entre eux jouant plusieurs rôles. Les scientifiques et les membres des administrations spécialistes du domaine, participent pleinement à la construction de la qualité alimentaire, dans la mesure où ils sont indispensables pour donner confiance dans le produit, ce qui est la base de l'échange dans le domaine alimentaire⁴⁴. C'est un programme d'autant plus complexe que consommateurs, experts scientifiques, producteurs, commerçants ne constituent pas automatiquement des groupes homogènes ayant les mêmes intérêts ou opinions et qu'ils évoluent avec le temps. Il faut donc essayer toujours de situer les interventions des acteurs, de comprendre

⁴² Christopher HAMLIN, « Water », in Kenneth F. KIPLES et K.C. ORNELAS (eds.), *The Cambridge World History of Food*, Cambridge, 2000, vol. 1, p. 720-728.

⁴³ Peter J. ATKINS, « The Pasteurization of England : the science, culture and health implications of milk processing, 1900-1950 », in David SMITH et Jim PHILLIPS (eds.), *Food, Science, Policy and Regulation in the 20th Century*, London, Routledge, 2000., p. 38. Eberhard SCHMAUDERER, « Die Beziehungen zwischen Lebensmittelwissenschaft, Lebensmittelrecht und Lebensmittelversorgung im 19. Jahrhundert, problemgeschichtlich betrachtet », in Edith HEISCHKEL-ARTELT (ed.), *Ernährung und Ernährungslehre im 19. Jahrhundert*, Göttingen, Vandenhoeck & Ruprecht, 1976, p. 131-197.

⁴⁴ David SMITH, Jim PHILLIPS, « Food Policy and regulation : a multiplicity of actors and experts », in des mêmes (eds.), *op. cit.*, p. 1.

leurs objectifs, leur vision des problèmes et ne pas penser que ceux-ci sont fixés une fois pour toutes⁴⁵.

Il a paru utile de confronter à la France, principal terrain d'analyse, l'Allemagne, la Belgique, l'Espagne, l'Italie et le Royaume-Uni. Ces pays, qui font maintenant partie de l'Union européenne, ont connu une émergence précoce de la production et de la consommation d'eau embouteillée. Au cours des années 1970-2000, ils ont bénéficié d'une très forte croissance de la consommation d'eau embouteillée, au point que l'Italie occupe la première place parmi les pays consommateurs en nombre de litres par habitant. Des entreprises emblématiques ont vu le jour sur leur sol dans la deuxième moitié du XIX^e siècle. Citons, parmi les plus importantes, pour la France : Badoit, la Compagnie fermière de Vichy, la Société des eaux minérales de Vittel, la Société des eaux minérales d'Évian, la Source Perrier ; pour l'Allemagne : Apollinaris, Gerolsteiner Brunnen, Aachener Thermalwasser Kaisebrunnenn AG, Kronnen Quelle ; pour l'Espagne : Vichy Catalán ; pour l'Italie : San Pellegrino, San Gemini ou Ferrarelle ; pour la Belgique, Spa et Spontin ; pour le Royaume-Uni : Schweppes, Malvern. Or des différences significatives dans les caractéristiques des marchés de l'eau apparaissent lorsqu'on se penche sur l'histoire de la diffusion de ce produit dans les pays concernés. Si le marché s'est unifié nationalement en France autour de quelques grands produits dès les années 1960, cela n'a jamais été le cas en Allemagne, qui a conservé des marchés fragmentés géographiquement et une certaine atomisticité de l'offre. Comment expliquer ces divergences ? Le cas du Royaume-Uni est assez déroutant. Le marché de Londres et des grandes villes anglaises a été le premier à se développer, dès avant le début du XX^e siècle. Mieux encore : les Britanniques ont été des acteurs centraux dans la création de l'industrie de l'eau embouteillée et de son commerce international ; les entreprises comme Apollinaris et Perrier, d'autres encore en Allemagne et ailleurs, se sont développées grâce à des investisseurs et des managers britanniques. Avant la Première Guerre mondiale, les technologies utilisées sont, pour beaucoup, britanniques. Or, en 1970, la consommation d'eau embouteillée est si insignifiante au Royaume-Uni qu'elle n'a pas même droit à une mention dans le *Beverage Report* de Derek Cooper qui fait le point sur la consommation des boissons à cette date⁴⁶. Comment expliquer cette anomalie ?

⁴⁵ François EYMARD-DUVERNAY, « La négociation de la qualité », in NICOLAS, VALCESCHINI (dir.), *op. cit.*, p. 40.

⁴⁶ En 1980, 25 millions de litres d'eaux embouteillées sont consommés au Royaume-Uni. En 1995 : 10 litres par habitant et par an alors que les principaux pays dépassent largement 100 litres par an et par habitant.

Le cadre chronologique de cette étude court des années 1870 aux années 1980. Dans la plupart des pays qui nous intéressent, de l'eau conditionnée en cruchons ou en bouteilles, provenant de certains thermes connus, circule déjà bien avant le XIX^e siècle, mais dans des proportions limitées⁴⁷. Par ailleurs, à partir de la fin du XVIII^e siècle se développe l'autre volet de l'activité des eaux embouteillées : la mise au point de boissons gazeuses « artificielles »⁴⁸. En 1837, Philippe Patissier et André Boutron-Chalard (l'un médecin et l'autre pharmacien), auteurs d'un célèbre manuel sur les eaux minérales, observent que les Anglais en font grand usage⁴⁹. Mais en dehors du Royaume-Uni, où son commerce connaît une certaine extension avant 1870, production et consommation d'eaux embouteillées restent très marginales.

Les pays européens connaissent, à partir du début des années 1870, un ensemble de bouleversements associés au développement des marchés des biens alimentaires et des boissons. C'est une période de difficultés économiques, au cours de laquelle on constate toutefois un réel essor des marchés internationaux, un développement des transports, une urbanisation accrue ; des techniques nouvelles et de matériaux inédits font leur apparition ainsi que l'utilisation de la chimie organique dans l'alimentaire. Pour Alessandro Stanziani, la question des fraudes et de la sécurité alimentaire, telle qu'elle est débattue encore de nos jours doit beaucoup aux institutions du tournant du siècle. Bref, les années 1870 marquent le début d'une nouvelle ère dans le domaine complexe des équilibres entre marchés et normes autour des biens alimentaires. Par ailleurs, on ne peut pas faire abstraction des transformations politiques : les unifications italienne et allemande sont, de ce point de vue, intéres-

⁴⁷ Les références à un commerce d'une certaine importance se multiplient à partir du XVI^e siècle. L'eau de Spa est sans doute la plus importante dans le passé. Gaston DUGARDIN, *Histoire du commerce des eaux de Spa*, Vaillant Carmanne, Liège, 1944, p. 13-15 ; Sylvia MCINTYRE, « The Mineral Water Trade in the Eighteenth Century », *Journal of British Transport*, New Series, II, 1973, p. 1 et 8. Pour l'Allemagne, cf. Bernd BRINKMANN, « Der Mineralwasserversand in Steinzeugflaschen », *Der Mineralbrunnen*, 3-1984, p. 92-103.

⁴⁸ L'eau minérale artificielle apparaît officiellement en France dans une circulaire du 31 janvier 1807. Un premier établissement fabricant des eaux minérales artificielles était apparu à Paris en 1798. Ses procédés de fabrication avaient été approuvés par l'Institut. La méthode mise au point en 1768 par Joseph Priestsley permettait d'obtenir une eau artificiellement gazeuse : l'eau « carbonée », qui est une dissolution légère de bicarbonate de soude dans de l'eau chargée de gaz acide carbonique. Cf. Joseph Philippe CHEVALIER, *L'immense trésor des sciences et des arts ; ou Les secrets de l'industrie dévoilés*, Saintes, Fontanier, 1863, p. 234-235 et Douglas A. SIMMONS, *Schweppes : The First 200 Years*, London, Springwood Books, 1983, p. 21-28.

⁴⁹ Philippe PATISSIER, André BOUTRON-CHARLARD, *Manuel des eaux minérales contenant l'exposé des précautions qu'on doit prendre (...)*, Paris, Louis Colas Libraire, 1837, 565 p.

santes. De son côté, l'Espagne connaît à partir de la fin de 1874, avec la période dite de la Restauration autour d'Alphonse XIII, une période qui met fin à plusieurs décennies de difficultés politiques et économiques. En France, l'héritage de l'ancien régime et des codes napoléoniens reste fort, mais c'est sous la III^e République, entre 1870 et 1914, que bien des fondements de la qualité alimentaire se mettent en place⁵⁰.

La borne supérieure choisie est celle des années 1980. La consommation connaît un essor massif depuis la fin des années 1950. Le processus d'harmonisation des normes a eu lieu en Europe, permettant d'aboutir aux définitions reconnues par l'OMC. Le processus d'« invention » du produit est terminé. Une nouvelle phase de l'histoire du marketing des eaux embouteillées commence ; elle engendrera une nouvelle segmentation des marchés⁵¹.

Les questions soulevées par cette recherche peuvent être rassemblées en plusieurs problématiques. Quelles sont les formes de qualification du produit « eau embouteillée » qui s'établissent de la fin du XIX^e siècle au XX^e siècle en Europe ? Quelle est la chronologie propre aux différents pays, et existe-t-il des interactions entre eux ? Quel est l'impact de l'évolution des classifications sur les comportements économiques ? Qui met au point les normes ? De qui émanent-elles ? Les acteurs, qu'ils soient entrepreneurs, hygiénistes, médecins, grossistes entrepositaires, organisations professionnelles, commerçants, ont-ils la même place dans la construction et la surveillance des règles dans les différents pays ? Quelle est la place du consommateur dans cet ensemble ? À l'échelle internationale, la circulation des produits nécessite un minimum de concertation. Quelles sont les institutions qui permettent le déroulement des échanges ? Des « modèles » de régulation émergent-ils et sont-ils adoptés sur des espaces plus vastes que ceux pour lesquels ils ont été construits initialement ? L'ensemble de la production actuelle d'eau minérale et embouteillée dans l'Union européenne est régi par des normes européennes (Directives 80/777 & 778/CEE ; 96/70/CE ; 98/83/CE). Mieux, le *Codex alimentarius* mondial (organe conjoint de l'OMS et de la FAO) reconnaît depuis 1997 ces normes européennes.

⁵⁰ Alessandro STANZIANI, « Alimentation et santé sous la III^e République (1870-1914) », in CHATRIOT, CHESEL, HILTON, *op. cit.*, p. 135.

⁵¹ De nombreux travaux d'études de branche présentent les évolutions les plus récentes. Cf. par exemple : Cf. Catherine FERRIER, *Bottled Water : understanding a social phenomenon*, report commissioned by the WWF, April 2001. Pour les différents pays : Roberto RAVAZZONI, *Profili di sviluppo di un settore : l'industria italiana delle acque minerali negli anni '80*, Milano, A. Giuffrè, 1998 ; Jose S. PEREZ DIAZ, « Aspectos socio-económicos del sector de aguas envasadas y su evolución », in Juan Antonio LOPEZ GETA (ed.), *Panorama actual de las aguas minerales y mineromedicinales en España*, Madrid, IGME, 2000, pp. 159-168 ; Karin HAGEMANN, *Branchenreport Mineralwasser*, Düsseldorf, Innofact AG, 2005.

Comment est-on arrivé à ce résultat ? En somme, il s'agit de comprendre les origines des définitions qualitatives, la manière dont une ou plusieurs d'entre elles sont parvenues à s'imposer⁵².

Méthode et documentation

Il convenait de retrouver les racines des législations européennes en matière d'eaux embouteillées, de les comparer dans leur construction et leur appropriation par les acteurs, depuis leur émergence jusqu'à leur intégration dans le cadre unique de l'économie européenne. Il s'agissait aussi de partir du principe que l'État nation n'est pas « l'ensemble du monde en miniature »⁵³, et, en suivant Marc Bloch, qu'une perspective comparatiste « aura pour effet de détourner l'historien de fausses explications. Elle lui évitera, en particulier, de chercher à justifier des phénomènes généraux par des causes purement locales »⁵⁴. Il ne s'agit pas, pour le dire comme Thierry Nadau, d'une volonté de « décerner des lauriers », mais plutôt de découvrir, par les « vertus de la comparaison de nouveaux points d'études ou angles d'observations »⁵⁵. La question des normes se prête particulièrement à ce type d'étude du fait que les problèmes de lutte contre la fraude, l'hygiénisme, les aspects scientifiques permettent d'aborder le thème de la construction puis de la circulation des modèles⁵⁶.

Il a fallu rassembler des informations sur les acteurs qui participent de cette interaction entre normes et marchés : entreprises, organisations professionnelles, distributeurs, experts, administrations diverses, et suivre l'évolution des conditions de production ou de diffusion. Ces

⁵² STANZIANI, *Histoire de la qualité alimentaire...*, *op. cit.*, p. 9. Ce type de questionnement était posé cependant déjà dès 1992. Cf. TEUTEBERG « Agenda... », art. cit., p. 14.

⁵³ Cf. David EDGERTON, « De l'innovation aux usages. Dix thèses éclectiques sur l'histoire des techniques », *Annales Histoire Sciences Sociales*, juillet-octobre 1998, n° 4-5, p. 823.

⁵⁴ Marc BLOCH, « Pour une histoire comparée des sociétés occidentales », *Revue de synthèse historique*, 1928, p. 27-30.

⁵⁵ Thierry NADAU, « Les produits alimentaires et leur commerce en France et en Allemagne, 1870-1940 », in NADAU, CHESSEL, KOTT, *op. cit.*, p. 22. Pour la question spécifique des comparaisons, voir Thierry NADAU, Sandrine KOTT, « Pour une pratique de l'histoire sociale comparative. La France et l'Allemagne contemporaines » *Genèses. Sciences sociales et histoire*, vol. 17, n° 1, 1994, p. 103-111.

⁵⁶ Sur la convergence des normes cf. Christophe BOUNEAU, « Les réseaux de transport électrique en Europe occidentale depuis la fin du XIX^e siècle : de la diversité des modèles nationaux à la recherche de la convergence européenne », *Annales historiques de l'électricité*, n° 2, juin 2004, p. 23-37 ; Peter HUMPHREYS, Seamus SIMPSON, *Globalisation, convergence and European telecommunications regulation*, Edward Elgar Publishing, Cheltenham, 2005.

informations sur le développement et la régulation des marchés des eaux peuvent se retrouver aussi bien dans les documents d'archives que dans une documentation imprimée très riche. L'effort essentiel, concernant les archives, s'est porté sur la France, notamment aux archives des ministères et des institutions en charge de la surveillance des questions d'hygiène. Les archives de la direction générale de la Santé, conservées à Fontainebleau, sont particulièrement riches car au cœur des échanges entre les administrations chargées de l'hygiène et de la santé publique et les experts (Académie de médecine, Comité supérieur d'hygiène publique de France) ; elles sont aussi très documentées sur les entreprises françaises et étrangères et sur les législations qui les encadrent. Certains documents du ministère du Commerce et de l'Industrie (série F12), des Travaux publics (série F14) et du ministère de la Justice (série BB18) ; les archives parlementaires, les archives bancaires concernant les entreprises (archives du Crédit Agricole, Crédit Lyonnais et de la Société Générale) complètent cet ensemble. Les sources imprimées sont innombrables ; l'information est diffusée par des canaux multiples, articles de presse, synthèses, manuels pour les professionnels, ouvrages de vulgarisation, etc. Certaines revues ont été dépouillées dans leur totalité comme la *Gazette des eaux minérales* ou encore la *Revue de l'embouteillage et des industries connexes* ; pour d'autres, en revanche – la presse quotidienne ou hebdomadaire généraliste – seuls quelques sondages ont été réalisés. Pour la comparaison avec les pays étrangers, une solide historiographie sur l'alimentation, sur les politiques de régulation alimentaire en général (Italie, Allemagne, Royaume-Uni), ainsi que sur celle du thermalisme et de l'eau embouteillée en particulier (Allemagne, Espagne) a été utilisée. Ces informations ont été complétées lorsque c'était nécessaire par les archives parlementaires (Royaume-Uni, Belgique), des documents issus du Groupement européen des eaux minérales, les archives de certains organismes ou ministères (par exemple les archives du Comité supérieur d'hygiène publique et du ministère de la Santé du Royaume de Belgique, conservées aux archives générales du Royaume à Bruxelles), les revues professionnelles des producteurs (comme *Acque e terme* pour l'Italie, *Naturbrunnen* ou *Mineralbrunnen* pour l'Allemagne), celles des distributeurs et grossistes (comme *der Handelslaar, le négociant en bière et eaux de boisson* pour la Belgique) ou encore celles du monde médical (comme le *British Medical Journal* du Royaume-Uni). Les revues juridiques d'annonces officielles, comme la *Gaceta de Madrid* et le *Moniteur belge* par exemple, ou de jurisprudence, comme les *Annales de la propriété industrielle*, font également partie du corpus. Les archives de l'Union européenne, conservées à Florence, ont par ailleurs été très utiles pour reconstituer l'histoire de l'harmonisation des législations en Europe.

La première partie de l'ouvrage cherche à mettre en regard l'émergence des marchés avec la mise au point de la définition des eaux embouteillées et des normes de production et de diffusion au cours du XIX^e siècle, plus particulièrement du début des années 1870 jusqu'à la Première Guerre mondiale. La période voit émerger différents types de régulations dans un contexte globalement libéral. La seconde partie embrasse une période plus ample. Elle comprend d'abord une phase de stagnation et d'élans brisés, depuis la Première Guerre mondiale jusqu'au début des années 1950, période marquée par les pénuries, la surveillance des prix et le contrôle de l'État. Ensuite, une nouvelle phase d'innovation, particulièrement dans le domaine de la distribution, des processus industriels et des emballages se produit après 1950. C'est un moment d'unification des marchés nationaux autour de quelques grands produits et de la convergence des normes sous l'action de la Communauté européenne. L'eau embouteillée devient un produit de consommation de masse.

PREMIÈRE PARTIE

L'ÉMERGENCE DES MARCHÉS ET DES NORMES DE L'EAU EMBOUTEILLÉE (AVANT 1914)

CHAPITRE I

Les premiers marchés de l'eau et leurs opérateurs économiques

Avant d'aborder la construction des normes, un panorama sur la diffusion de cet ensemble de produits qui s'apparentent à de l'eau en bouteille paraît nécessaire. Quelles sont les informations dont on dispose sur le « décollage » de leur consommation ? Quels étaient les types et les lieux de cette consommation ? Quelles étaient les caractéristiques des entreprises qui les fabriquaient et les mettaient sur le marché au XIX^e siècle ?

1. L'essor des marchés

Il est aisé de constater que la consommation d'eau en bouteille a connu un essor extraordinaire en Europe à partir du milieu du XIX^e siècle, même s'il est souvent difficile de donner des précisions chiffrées pour cette période. On peut néanmoins isoler différentes formes de consommation. Ces produits étaient achetés et consommés soit dans le cadre domestique, soit pour une consommation dans des cafés, hôtels, restaurants ou des lieux de transports. Les marchés étaient essentiellement centrés sur les grandes villes, la plupart du temps avec un approvisionnement régional, tandis qu'on observait par ailleurs une réelle circulation internationale des produits.

Un réel décollage des consommations

Entre le milieu du XIX^e siècle et 1914, la consommation d'eau embouteillée connut une forte croissance, quelle que soit la qualité choisie (eaux minérales, médicinales, *soda water*, eaux artificielles, etc.). Les manuels industriels, les encyclopédies, les revues professionnelles, les publications des hygiénistes évoquent tous cet essor. En 1880 au Royaume-Uni, un rédacteur du *Times* qui faisait le compte rendu d'une exposition industrielle pouvait dire que « (...) les eaux minérales connaissent depuis maintenant quelques années un succès qui se mesure en millions de bouteilles, montrant une soudaine manifestation de richesse et d'énergie ! »¹. En 1890, un autre article du *Times* sur une eau vendue au Royaume-Uni précisait que « (...) l'eau Apollinaris est aussi fami-

¹ « The Brewer Exhibition », *The Times*, 5 octobre 1880, p. 4.

lière pour des millions de bouches que n'importe quel autre mot ménager »².

En 1886, le pharmacien François Dorvault signalait que l'usage des eaux médicinales et des eaux gazeuses en France était « (...) très grand », et il s'en réjouissait bien sûr pour les pharmaciens qui les fabriquaient ou qui les vendaient³. En 1888, un manuel complet de techniques industrielles sur les eaux artificielles publié aux États-Unis insistait sur le fait qu'en Europe, l'industrie des eaux minérales avait connu un très grand développement et une croissance constante. Sa production, précisait-il, est devenue une « formidable industrie »⁴. En 1900, dans les *Annales d'hygiène publique et de médecine légale*, le docteur Hossian remarquait l'extension « (...) sans cesse grandissante de la consommation d'eaux minérales »⁵. À peu près au même moment, le professeur Heim, en Allemagne, signalait que la consommation de l'eau en bouteille « (...) a atteint des proportions considérables »⁶. En Espagne, le constat fut plus tardif, mais toujours avec le même discours : en juin 1912, *La Vanguardia* précisait que l'usage des eaux minérales, autrefois réservées aux malades, était chaque jour plus important, et s'étonnait de cette « abondance de consommation »⁷. À la même période, les conseillers commerciaux français auprès des consuls et ambassadeurs constataient partout un usage généralisé de l'eau en bouteille, y compris en Espagne et en Italie, où l'usage des eaux minérales était « très répandu »⁸.

Bien entendu, à côté de ces appréciations générales, il serait utile, pour mieux cerner cette consommation, de disposer de courbes de production et de consommation homogènes sur la période et de pouvoir ainsi les comparer de pays à pays. Un certain nombre de difficultés rendent cependant cet idéal difficile à atteindre. Le premier obstacle provient du fait que les statistiques étaient présentées avec des unités de

² « Apollinaris Spring », *The Times*, 20 septembre 1890, p. 10 : « A water is as familiar in millions of mouths as any household word ».

³ François DORVAULT, *L'officine ou répertoire de pharmacie pratique*, Paris, Asselin, 1886, vol. 1, p. 459-460.

⁴ Charles H. SULZ, *A Treatise on Beverages or The Complete Practical Botler*, New York, Dick & Fitzgerald Publishers, 1888, p. V.

⁵ Docteur HANRIOT, « vente des eaux minérales », *Annales d'hygiène publique et de médecine légale*, série 3, n° 44, 1900, p. 327.

⁶ L. HEIM, « Die Reinlichkeitszustand künstlicher und natürlicher Mineralwässer », *Hygienische Rundschau*, 1905, p. 169.

⁷ Dr COROLEU, « Conversacions medicas : las aguas minerales y la buena mesa », *La Vanguardia*, 12 juin 1912, p. 1.

⁸ Arch. Nat., F12 9822 (4), eaux minérales. Office national du commerce extérieur (ONCE), correspondants à Barcelone, Madrid, Malaga, 1914, Rome, 1912.

mesure très différentes, y compris à l'intérieur d'un même ensemble national. Pour la période d'avant 1914, il faut tout simplement constater qu'aucune organisation (administrative, professionnelle) dans aucun pays ne diffusa de séries complètes et claires sur la question. Ainsi, pour la France, la plupart des acteurs (entreprises, services des mines, presse professionnelle spécialisée comme la *Gazette des eaux*) utilisaient-ils des statistiques en « nombre de cols », c'est-à-dire en bouteilles produites⁹. C'était le cas du service des statistiques de l'industrie minérale et des machines à vapeur, qui mit au point les premières statistiques officielles en 1882, par l'intermédiaire des rapports des ingénieurs des mines du ministère des Travaux publics. Celles-ci concernaient le nombre de sources exploitées et accessoirement le nombre de bouteilles produites. Ces statistiques n'apparaissent pas systématiquement dans les numéros annuels de la *Statistique de l'industrie minérale*, mais un récapitulatif est effectué tous les dix ans environ qui permet de mettre à jour le nombre de sources autorisées. *L'Annuaire statistique* de la statistique générale de la France ne faisait que reproduire les données déjà publiées par le ministère des Travaux publics¹⁰. De son côté, le service des Douanes, qui édita le *Tableau général du commerce et de la navigation* à partir de 1897, utilisait des statistiques en quintaux et en valeur¹¹. Chacune de ces présentations avait sa logique propre. La bouteille était l'unité de base chez les embouteilleurs. Cette unité fut retenue d'ailleurs plus tard par le législateur pour servir d'assiette à diverses taxes. Cependant, les statistiques en « cols » posaient problème car les producteurs fournissaient presque tous des bouteilles de différents formats : quarts de bouteilles, demi et grandes bouteilles étaient les formats utilisés le plus couramment, tandis que certaines entreprises diffusaient de tout petits formats (format *Split* au Royaume-Uni par exemple, destiné à accompagner des alcools forts). Il n'existait pas encore de normalisation des bouteilles, de sorte que personne n'est à même de donner la contenance claire d'un « col ». Pour faire le lien entre les statistiques en litres et les statistiques en « cols », il faudrait connaître la ventilation exacte des différents producteurs selon leur format de bouteille, ce qui est pour ainsi dire impossible.

Une autre difficulté provient de la différence de qualification selon les pays de ce que l'on appelle eau minérale, eau de table, eau de bois-

⁹ Paolo RASPADORI, « Bollicine. Per una storia dell'industria delle acque minerali in Italia dalle origini agli anni ottanta del novecento », *Annali di storia dell'impresa*, 2002-XIII, p. 387.

¹⁰ Cf. par exemple *Annuaire statistique de la France*, 1892, vol. 15, p. 378-379.

¹¹ *Tableau général du commerce et de la navigation*, 2 volumes par an de 1897 à 1928. Est remplacé par le *Tableau général du commerce extérieur de la France – Tableau général de la navigation maritime* (1929-1959).

son, etc. Comme nous le verrons, ces qualificatifs renvoient à des produits divers, ce qui rend les comparaisons chiffrées souvent hasardeuses. C'est le cas, par exemple, des statistiques prussiennes qui donnaient des renseignements sur certaines catégories d'eaux et en laissaient d'autres complètement dans l'ombre : les eaux médicinales étaient toujours prises en compte, au contraire des autres qualités¹². Dans presque tous les pays, les eaux artificielles étaient souvent laissées pour compte, alors que celles produites directement par les détaillants n'apparaissent jamais alors que leur production était considérable. À titre de comparaison, l'historien allemand Hans Jürgen Teuteberg explique qu'à Berlin avant la Première Guerre mondiale, le rapport pouvait être de 1 à 100 en faveur des eaux artificielles¹³. Le problème de la quantification est différent au Royaume-Uni. Le terme *mineral water* s'appliquait à une gamme de produits tellement large par rapport à ce qui existait ailleurs en Europe (eaux minérales naturelles, eaux artificielles, sodas, limonades, sirops, bières sans alcool, etc.) que les statistiques fournies sont difficilement utilisables. Les évaluations pour une même période varient dans une proportion de 1 à 3¹⁴.

On peut dire que généralement, la phase initiale de décollage du produit (fin des années 1860, années 1870) se caractérise par la rareté et l'imprécision des statistiques, puis au cours des années 1890, 1900, les données se précisent. C'est le cas par exemple, du Royaume de Prusse. Les statistiques étaient initialement très floues, généralement présentées par ville, ou bien par entreprise, sans aucun récapitulatif¹⁵. Au Royaume-Uni, on ne disposa pas de statistiques fiables avant 1900¹⁶. Selon

¹² Hans Jürgen TEUTEBERG, « Vom Gesundbrunnen in Kurbädern zur modernen Mineralwasserproduktion », in Rolf WALTER, *Geschichte des Konsums : Erträge der 20. Arbeitstagung der Gesellschaft für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte*, Franz Steiner Verlag, 2004, Stuttgart, p. 124 et p. 135. Cf. Ulrich EISENBACH, *Mineralwasser Vom Ursprung rein bis heute, Kultur und Wissenschaftsgeschichte der deutschen Mineralbrunnen*, Bonn, Verband Deutschen Mineralbrunnen, 2004, p. 144.

¹³ TEUTEBERG, « Vom Gesundbrunnen in Kurbädern... », art. cit., p. 136.

¹⁴ Le *census of production* estime au début du siècle la production à 89 millions de gallons la production (soit 399 millions de litres), tandis qu'une autre estimation dans le cadre parlementaire évoque une consommation de 980 millions de litres par an (3 500 millions de demi-pintes, sur la base d'une demi-pinte = 0,28 l). House of Commons (désormais HC) Deb 17 May 1904 vol 135 c116. Finance Bill.

¹⁵ Cf. par exemple, *Preußische Statistik : (Amtliches Quellenwerk) Statistisches Landesamt, Königliches Statistisches Bureau in Berlin*, Berlin, 1867, p. 187 et 217-218. La presse professionnelle est aussi indécise : cf. *Allgemeine balneologische Zeitung*, J.H. Heuser'schen Buchhandlung, Neuwied & Leipzig, 1867.

¹⁶ Cf. John MARK, Roger STRANGE, *Reviews of the United Kingdom statistical sources, The Food Industries*, CRC Press, 1993 ; Paul SMITH, Stephen PENNECK, « 100 years of the census of Production in the UK », *Economic & Labour Markets*, n° 6, juin

l'historien britannique John Burnett, le très grand nombre de tous petits producteurs qui n'étaient pas la plupart du temps enregistrés, fausserait de toute manière les chiffres¹⁷. En Italie, pour l'historien Paolo Raspadori, il n'existe pas de statistiques nationales fiables concernant la production ou la consommation des eaux embouteillées avant le début des années 1930¹⁸. Il est vrai que, dès le départ de la période (1868), le *Guida delle acque minerale in Italia*, publié par Guillermo Jervis à Turin, donne l'exemple de... la France et de la Ferrière de Vichy lorsqu'il s'agit de présenter la production d'eau embouteillée¹⁹. Les recensements de *l'Annuario statistico italiano* sont en outre difficiles à utiliser. Les eaux minérales sont tout simplement absentes jusqu'en 1893. Ensuite, elles sont parfois comptées dans les produits alimentaires (comme en 1893), parfois dans les produits métallurgiques et minéraux (en 1908). Lorsque les eaux minérales apparaissent en tant que telles, le chiffre retenu ne concerne pas la totalité de la production mais celle provenant de sources exploitées par concession²⁰. Le numéro de *l'Annuario statistico* de 1900 récapitulait certes la production depuis 1870, mais de nombreuses dates étaient laissées en blanc dans le tableau²¹. Là aussi, les éléments les plus précis concernaient soit les recensements industriels ponctuels, soit ceux du commerce extérieur²², comme tous les produits alimentaires italiens pour cette période d'avant la Première Guerre mondiale²³.

Le cas espagnol n'est guère plus favorable. Ni *l'Anuario estadístico de España*, au début de la période, ni la constitution, à partir de 1876, d'une *comision de Anuario y Estadística de las aguas minerales de*

2007, p. 18-24. Sur les *mineral water*, cf. *Consumer's Expenditure in the United Kingdom, 1900-1919*, Cambridge University Press, 1954, table 52, 84.

¹⁷ BURNETT, *op. cit.*, p. 103-104.

¹⁸ 1929 est la date à laquelle le service des mines prend en charge ces statistiques. Cf. RASPADORI, art. cit., p. 387.

¹⁹ Guglielmo JERVIS, *Guida delle acque minerale in Italia*, Torino, Ermano Loescher, 1868, p. XII-XIII.

²⁰ *Annuario statistico italiano*, Ministero de l'Agricoltura, Industria e Commerce, Roma, Tipografia nazionale, 1908, p. 438-439.

²¹ *Annuario statistico*, 1900, p. 485-486.

²² C'est le cas notamment pour la France avec le *Tableau général du commerce et de la navigation* déjà évoqué. C'est aussi vrai pour le Royaume-Uni, dont on peut observer le commerce international des eaux minérales dans les *Annual Statment of the overseas trade of the United Kingdom* (séries de 1853 à 1976). Cf. par exemple, 1908, p. 421.

²³ Cf. Francesco CHIAPPARINO, « L'industria alimentare dall'Unità al periodo tra le due guerre », in Alberto CAPATTI (ed.), *Storia d'Italia, Annali-13, L'Alimentazione*, Giulio Einaudi Editore, Turin, 1998, p. 208-209 ; *Movimento commerciale del Regno d'Italia*, Roma, Ministero delle Finanze et Istituto Centrale di Statistica, *Commercio di importazione e di esportazione del Regno d'Italia*, Rome, 1939.

España n'évoquaient les eaux embouteillées et en restaient strictement à la question balnéaire²⁴. Ce n'est qu'à partir de 1912 qu'un récapitulatif permit, par le biais des statistiques minérales (comme en France, donc, par l'intermédiaire des ingénieurs des mines) de disposer de la production en volume de bouteilles²⁵. En Belgique enfin, l'eau en bouteille, appelée essentiellement « eau de boisson » était considérée comme un produit alimentaire comme les autres. Or, Peter Scholliers a montré que si l'État belge a été le cadre d'un florissant développement statistique à partir des années 1840-1850, cela ne concernait guère – hélas – le thème de l'alimentation²⁶. Ce n'est qu'à partir de la loi sur les eaux de boisson de 1933 qu'on put compter sur des chiffres précis²⁷.

En somme, il est clair que les produits qui correspondent à de l'eau embouteillée se diffusèrent de manière de plus en plus vaste au cours de cette « longue » période de 44 ans²⁸. À partir des données allemandes, Ulrich Eisenbach évalue la croissance annuelle entre 1870 et 1890 à 13 % par an. Entre 1890 et 1895, de 19 %. La production double entre 1902 et 1914²⁹. On ne retrouvera ce rythme de croissance qu'après la Seconde Guerre mondiale.

Les consommateurs et les types de consommation

Le type de consommateur et les lieux de consommation étaient certes étroitement associés (le consommateur au café n'était sans doute pas nécessairement le consommateur à domicile), mais l'analyse est séparée ici pour des raisons pratiques entre d'abord les types de consommateurs et ensuite les lieux de consommation.

²⁴ *Anuario estadístico de España*, Instituto Nacional de Estadística, Madrid, 1865, p. 168-169. *Guía oficial de España*, 1880, p. 743. Cf. sur ce point, Francisco MARAVER, « Aportaciones de los médicos del cuerpo de Baños al termalismo antiguo. Siglo XIX », in María Jesús AGORRETA, Carlos M. ESCORZA *Termalismo antiguo* : actas del Congreso peninsular Arnedillo, la Rioja, 3-5 octobre 1996, Universidad Nacional de Educación a Distancia, Casa de Velázquez, Madrid, 1997, p. 42.

²⁵ *Anuario estadístico de España*, 1912, p. 227.

²⁶ SCHOLLIERS, art. cit., p. 72.

²⁷ Conrad REUSS, « L'évolution des consommations de boissons alcoolisées en Belgique de 1900 à 1958 », *Bulletin de l'Institut de recherches économiques et sociales*, Louvain, mars 1960 et Jean-Pierre PELLEGRIN, *L'industrie des eaux minérales et limonades en Belgique, en France et aux États-Unis*, Mémoire pour le grade de licence ès sciences économiques et consulaires, Institut catholique des hautes études commerciales, Bruxelles, 1962, p. 18-19.

²⁸ Cf. Tableau 1 en fin de volume.

²⁹ EISENBACH, *op. cit.*, p. 144.

Qui sont les consommateurs d'eaux embouteillées ?

Avec la logique commerciale qui s'imposa dans l'Europe de la seconde moitié du XIX^e siècle, une certaine forme de démocratisation des aliments apparut³⁰. Les anciennes formes de distinction sociale par les aliments disparaissaient et les élites cherchèrent alors des moyens de s'individualiser vis-à-vis des autres groupes sociaux en élaborant des éléments de différenciation³¹. D'une part, leurs consommations se portèrent sur des produits qui ne s'étaient pas encore démocratisés. D'autre part, la distinction se fit non plus seulement sur les types d'aliments, mais sur la manière de se nourrir. Les boissons participèrent clairement de ce processus. En général, les traditionnels « modes de boire » encore en cours au début du XIX^e siècle attribuaient « (...) aux riches l'éventail des boissons fermentées et distillées ; aux pauvres l'eau, les piquettes et les produits falsifiés »³². L'augmentation des productions, la réduction des coûts et l'élévation du niveau de vie permirent l'accès de tous à presque toutes les boissons. Les produits riches en degré, autrefois apanage des élites sociales, étaient désormais abordables par tous. L'eau minérale apparut dès lors comme un des produits susceptibles de favoriser la distinction des élites vis-à-vis des autres catégories sociales. En outre, au début du XX^e siècle, le modèle alimentaire et esthétique de la minceur se diffusa largement en Europe. Parmi les stratégies de distinction mises en place par les élites sociales, apparut la volonté de ne pas trop manger : *Ne Quid Nimis* (rien de trop) devint une formule fétiche³³.

L'idée très répandue selon laquelle les eaux embouteillées concerneraient deux types de consommateurs, les riches et les malades, repose sur bien des éléments tangibles. Pourtant, des indices montrent que cette consommation s'étendait dès avant 1914 sur un périmètre beaucoup plus large. On peut s'inspirer d'abord de ce qu'Olivier Faure dit pour le phénomène thermal. L'image qui en est donnée est aristocratique et bourgeoise, véhiculée par la littérature essentiellement et par les images diffusées par les stations elles-mêmes. Mais cette image élitiste masquait des pratiques beaucoup plus complexes et bien plus larges socialement³⁴. De nombreux exemples montrent en effet, et ce dès les an-

³⁰ SCHOLLIERS, art. cit., p. 79.

³¹ Massimo MONTANARI, *La Faim et l'abondance*, Paris, Seuil, 1995, p. 226.

³² Didier NOURRISSON, *Le buveur du XIX^e siècle*, Paris, Albin Michel, 1990, p. 307.

³³ Jean-Pierre GOUBERT, *La conquête de l'eau*, Paris, Laffont, 1986, p. 115 ; Alain CORBIN *et al.* (dir.), *Histoire du corps, Tome 3. Les mutations du regard. Le XX^e siècle*, Paris, Seuil, 2006.

³⁴ Olivier FAURE, « Une histoire du thermalisme en France au XIX^e siècle, Bilan et perspectives », dans Serge PAQUIER, *L'eau à Genève et dans la région Rhône-Alpes, XIX^e-XX^e siècles*, Paris, l'Harmattan, 2007, p. 175.

nées 1870, un accroissement des consommations d'eaux embouteillées en milieu populaire.

Au Royaume-Uni, deux témoignages distants de 80 ans signalent sa diffusion au sein de classes nouvelles de la société. En effet, au début du XIX^e siècle, divers observateurs revenant d'Angleterre dirent avoir été frappés par la forte consommation de ces boissons dites *soda water*, dans les rangs de la bonne société. Voici par exemple le récit d'un périple dans les rues de Londres, dans un ouvrage paru en 1820 :

(...) Nous rentrâmes un instant chez le pâtissier Hickson ; sa boutique est la plus renommée de Londres. C'est le rendez-vous de la meilleure compagnie. Les Plunkets, les biscuits et les tartes y sont variés à l'infini de forme et de goût (...). Le bon ton est de manger debout. Là, l'élite de la noblesse, les courtisans du prince, les dames du palais de la reine, se pressent avidement autour de quelques assiettes, se régalent d'une boisson assez insipide mais fort à la mode depuis quelques années ; on la nomme *soda water* ; elle ressemble assez pour le goût à notre eau de Seltz que nos médecins ont mis en faveur chez les gourmands. Cette eau de sonde (*sic*), renfermée dans de petites bouteilles, fait lorsqu'on les débouche le bruit du vin de champagne, avec lequel elle n'a pas d'autre rapport. Elle est fort du goût des Anglais³⁵.

Quelque 80 ans plus tard, au tout début du XX^e siècle, un autre observateur montra que la consommation de cette boisson s'était répandue dans toute la société. Passant à côté d'un débit de boisson dans lequel se trouvaient des gens des classes moyennes et populaires, il précisait : « (...) pendant toute la soirée, on y entend la fusillade des bouchons de soda-water »³⁶.

En France, divers témoignages évoquèrent ce phénomène dès les années 1870. Lors d'une enquête sur l'impact des taxations dans le cadre de l'octroi de la ville de Lyon, une commission de médecins fut chargée d'étudier la diffusion des eaux dans la société. Le résultat, qu'ils présentèrent comme « inattendu », montra que les quartiers ouvriers de Lyon étaient les plus gros consommateurs d'eaux de table. La commission en conclut logiquement que si une taxe était levée sur ces produits, elle aurait pour conséquence de pénaliser les budgets ouvriers³⁷. Dix ans plus tard, les auteurs qui décrivirent le pavillon des eaux minérales de l'exposition universelle de Paris de 1889 insistèrent sur « l'usage chaque jour plus étendu des eaux de table dans les milieux les plus modestes

³⁵ Étienne de JOUY, *L'Hermite de Londres : ou Observations sur les mœurs et usages des Anglais au commencement du XIX^e siècle*, Paris, Pillet Ainé, 1820, p. 336-337.

³⁶ Charles LEGRAS, *Chez nos contemporains d'Angleterre*, Paris, P. Ollendorff, 1901, p. 146-147.

³⁷ Dr FERRAND, *Les eaux minérales devant la taxe. Rapport à la société nationale de médecine de Lyon, au nom d'une commission composée de MM Chappet, Lavirotte, Ferrand, rapporteur*, Lyon, association typographique, 1878, p. 8.

(...). Leur commerce se développe particulièrement au milieu des populations ouvrières du centre de la France, du bassin de la Loire et du Rhône »³⁸.

Il faut souligner que la consommation d'eau embouteillée par les classes populaires fut très souvent mise en avant par la profession pour lui servir d'argument pour protéger le produit contre l'impôt. À chaque fois, les défenseurs habituels de l'eau comme les membres du groupe parlementaire des eaux minérales par exemple, les organes représentatifs de la profession tels que la *Gazette des Eaux* ne manquaient pas de relever que frapper les eaux minérales d'une taxe en rendrait la consommation impossible aux classes populaires. Ce serait donc porter atteinte à leur hygiène et à leur santé. Ne s'agissait-il que d'un cliché ? Sans doute pas. Les socialistes eux-mêmes intervinrent à plusieurs reprises pour défendre l'immunité fiscale des eaux minérales naturelles. Voici un extrait particulièrement éclairant des joutes verbales menées notamment par Emmanuel Brousse, député républicain des Pyrénées-Orientales et défenseur des intérêts des vins du Midi, qui se déroulèrent à la Chambre en 1913 à propos de l'amendement à la loi de Finances ayant pour but de taxer les eaux minérales :

Emmanuel Brousse – (...) Si vous voulez examiner la question de plus près, vous reconnaîtrez que le vin est beaucoup plus que les eaux minérales la boisson de la démocratie : tout le monde en boit. Un litre de vin ordinaire coûte de 50 à 60 centimes, et c'est le peuple qui consomme la plus grande partie de notre production. Au contraire, qui achète les eaux minérales ? (Interruptions à l'extrême gauche et sur divers bancs.)

M. Betoulle (Haute-Vienne, Parti socialiste) – Il n'y a pas que la classe aisée qui boive des eaux minérales. Il y a aussi des ouvriers malades (...). Messieurs, je suis tout à fait désintéressé dans le débat. Je prie la Chambre de songer que la question n'est pas aussi simple qu'on veut bien le dire. (Très bien ! très bien ! à l'extrême gauche.) Je le répète, il n'y a pas que la classe bourgeoise qui fasse usage des eaux minérales, il y a aussi des malades, et des malades malheureux (Applaudissements à l'extrême gauche), des malades malheureux auxquels les médecins prescrivent des eaux minérales. Et je vous prie de vous rappeler, Messieurs, (...) que si vous frappez d'un droit les bouteilles d'eau minérale, incontestablement, par répercussion, c'est le consommateur que vous atteignez.

M. D'Elissagaray (qui a déposé le projet) – Je suis surpris que les protestations viennent de l'extrême gauche !

M. Jacques-Louis Dumesnil – Il y a des malades dans toutes les classes de la société.

³⁸ R. JERANEC, « eaux minérales », *Rapports du jury international, Groupe VI. – Outillage et procédés des industries mécaniques (6^e partie) Classe 64*, Exposition universelle, Paris, Imprimerie nationale, 1889, p. 636.

M. Charles Dumas (Allier) – C'est un impôt immoral qui pèserait sur la maladie

M. Emmanuel Brousse – Ce qui est immoral, ce sont les millions que gagne l'établissement de Vichy³⁹.

En Allemagne, si l'eau minérale naturelle demeurait un bien de luxe (*Luxusgut*) pour la classe ouvrière, les classes populaires se tournaient largement vers les eaux artificielles, dont les prix étaient beaucoup moins élevés.

Quelle était l'accessibilité réelle de ces consommations aux classes populaires ? Il est impossible de revenir ici sur la mise en évidence des possibilités de plus en plus grandes offertes par l'amélioration des niveaux de vie, l'élévation des salaires et l'évolution des transports⁴⁰. La consommation et le succès d'un produit ne provenaient pas bien sûr uniquement de son prix relatif⁴¹. Il reste que la question des prix fait partie des facteurs à ne pas négliger. En général, les eaux minérales naturelles étaient assez chères, sauf lorsque les consommateurs se trouvaient à proximité des sources et que le transport ne pesait pas trop sur le prix. Ainsi, une eau comme Saint-Galmier (Badoit) était assez chère à Paris, mais beaucoup moins à Saint-Étienne, Rives-de-Gier ou Lyon. Les eaux artificielles, produites souvent à proximité immédiate des centres de consommation et qui ne supportaient donc jamais des coûts de transports élevés, étaient en général beaucoup plus accessibles. À titre indicatif, Hans Jürgen Teuteberg a relevé que les eaux minérales naturelles pouvaient être vendues au tout début du XX^e siècle en Allemagne entre 30 et 40 *pfennig* contre seulement une dizaine au maximum pour les eaux artificielles⁴². Leur prix relatif restait toutefois souvent supérieur à certaines boissons alcoolisées. Dans une revue d'hygiène allemande, le professeur Heim regrettait le fait que les eaux minérales naturelles et artificielles ne pouvaient être de bons moyens de lutter contre l'alcoolisme tant que le prix de la bière resterait inférieur à celui de l'eau⁴³. On pourrait donc dire en simplifiant à l'extrême que les eaux minérales naturelles étaient très largement un produit destiné aux élites, sauf dans certaines villes où leur prix pouvait ne pas être très élevé du

³⁹ « Documents officiels : discussion de la loi de Finances », 27 février 1913. *Gazette des Eaux minérales*, 8 mars 1913, p. 273 à 282.

⁴⁰ François CARON, « L'embellie... », art. cit., p. 46-48. Hans Jürgen TEUTEBERG, « The diet as an object of historical analysis in Germany » et Derek J. ODDY, John BURNETT, « British diet since industrialization : a bibliographical study », in Hans Jürgen TEUTEBERG (ed.), *European Food History...*, op. cit., p. 115, et p. 19-44.

⁴¹ BRUEGEL, « Production de masse... », art. cit., p. 234.

⁴² TEUTEBERG, « Vom Gesundbrunnen in Kurbädern... », art. cit., p. 140.

⁴³ L. HEIM, « Die Reinlichkeitszustand künstlicher und natürlicher Mineralwässer », *Hygienische Rundschau*, 1905, p. 169.

fait de l'absence de coût de transport trop onéreux. Les eaux minérales artificielles, dont les ventes étaient très importantes surtout au Royaume-Uni et en Allemagne, concernaient plutôt les classes moyennes et populaires.

Pour quelles raisons consomme-t-on de l'eau embouteillée ?

La discussion parlementaire évoquée plus haut insiste sur un point : le consommateur d'eau minérale est avant tout un malade ou un consommateur qui prend soin de sa santé. Avant la fin du XIX^e siècle, rares étaient ceux qui établissaient un lien entre régime alimentaire et santé⁴⁴. Le développement du thermalisme et sa grande ancienneté plaident cependant pour le rapport consommation d'eau minérale-bien être. L'idée d'exporter le thermalisme en dehors de la station était très répandue. L'eau en bouteille permettait ainsi aux curistes qui ne pouvaient se déplacer de pouvoir disposer d'une partie des bienfaits de la cure. Voici comment un dictionnaire britannique spécialisé présente l'eau Kronenquelle de Salzbrunn (Silésie) en 1900 :

Les eaux de Kronenquelle ont obtenu en un temps très court la plus grande faveur des médecins pour tous les patients qui ne peuvent pas être autorisés à faire un long trajet. De 12 623 bouteilles en 1881 à 906 072 en 1890, Kronenquelle est vendue dans des bouteilles Claret avec une marque bleue et des capsules marquées Kronenquelle Salzbrunn⁴⁵.

Une enquête sur la consommation d'eau minérale effectuée par les services commerciaux des consuls américains permet de mettre en avant cette vision essentiellement thérapeutique de l'eau minérale dans la consommation en Italie et en Espagne⁴⁶.

L'usage d'eau embouteillée s'expliquait aussi par ce que l'on a coutume d'appeler une consommation « par défaut » : il permettait de ne pas consommer d'autres eaux n'apportant pas toutes les garanties. Il est vrai que la méfiance à l'égard de *l'aqua simplex* s'était beaucoup déve-

⁴⁴ Tony A. B. CORLEY, « Best-practice marketing of food and health drinks in Britain 1930-1970 », in Geoffrey JONES, Nicholas MORGAN (eds.), *Adding Value : Brands and Marketing in Food and Drink*, London, Routledge, 1994, p. 215.

⁴⁵ Bernard BRADSHAW, *Dictionnaire of mineral waters, climatic health resorts, sea baths, and hydropathic establishments : giving the names of doctors, hotels which can be recommended with confidence, quickest routes by rail, boats, carriages, etc., and other useful information : with a map shewing the stations named, and several smaller maps and plans*, Londres, Kegan Paul Trench, Trübner and Co, 1904, p. 270.

⁴⁶ « Milan », *Special Consular's Reports : Mineral-water industry – Reports from Consuls of the United States in Answer to Instructions of the Department State*, United States Bureau of foreign commerce, vol. XII, part II, House of Representatives, G.P.O., New York, 1901, p. 159-170 ; Dr COROLEU, « Conversaciones medicas : las aguas minerales y la buena mesa », *La Vanguardia*, 12 juin 1912, p. 1.

loppée à la fin du XIX^e siècle⁴⁷. Pendant longtemps, les équipements sûrs ont fait défaut. En dépit des travaux pionniers réalisés pour Paris, le sous-équipement constituait une caractéristique française par rapport à l'Allemagne ou au Royaume-Uni⁴⁸. Le retard était plus important encore pour l'Italie et l'Espagne. Mais même à supposer que les réseaux existassent et qu'ils fussent de bonne qualité, la méfiance restait forte. Dans un article de l'entre-deux-guerres sur le développement des adductions d'eau, Augustin Rey, célèbre architecte et spécialiste d'hygiène urbaine, soulignait, pour la déplorer, la longue méfiance dont ont fait preuve les Français entre 1870 et 1914 vis-à-vis de leurs systèmes de distribution d'eau, une méfiance qui « (...) leur ont fait préférer pendant longtemps des eaux en bouteille, minérales ou eaux de Seltz »⁴⁹. Cette vision a posteriori confirme l'analyse du consul américain à Marseille au tout début du XX^e siècle. Pour lui, la consommation résulte du manque de confiance dans l'eau distribuée par les réseaux municipaux⁵⁰.

En Belgique, c'est la pollution des sols liée à l'industrialisation qui expliquait une partie de l'utilisation d'eaux en bouteille. Voici l'avis que donne un correspondant de l'Office national du commerce extérieur français sur cet usage en 1914 : « La Belgique offre un important débouché pour les eaux minérales. Ce pays est en effet sillonné par des usines de tout genre qui contaminent le sol et rendent les eaux du bassin, sinon dangereuses, du moins suspectes (...) »⁵¹. En Espagne, dit un autre correspondant, la mauvaise qualité des eaux est aussi mise en avant : « (...) Dans beaucoup de villes comme Madrid, il arrive que les eaux ne soient pas de très bonne qualité, dans ce cas, on utilise les eaux minérales »⁵². En Allemagne aussi, l'antique hantise d'une infection par l'eau subsistait, particulièrement pendant les étés : une grande partie de la

⁴⁷ NOURISSON, *op. cit.*, p. 20.

⁴⁸ Christopher HAMLIN, *A Science of Impurity : Water Analysis in Nineteenth-Century Britain* Los Angeles, university of California Press, 1990 ; John HASSAN, *A History of Water in Modern England and Wales*, Manchester, Manchester University Press, 1998, p. 1-46. Viviane CLAUDE, « Technique sanitaire et réforme urbaine : l'association générale des hygiénistes et techniciens municipaux », in Christian TOPALOV (dir.), *Laboratoires du nouveau siècle. La nébuleuse réformatrice et ses réseaux en France*, Paris, EHESS, 1999, p. 272 ; Lion MURARD, Patrick ZYLBERMAN, *L'Hygiène dans la République, la santé publique en France ou l'utopie contrariée, 1870-1918*, Paris, Fayard, 1996, p. 150 ; Stéphane FRIOUX, « Villes et entreprises. Acteurs de l'assainissement urbain en France (fin XIX^e-milieu XX^e siècle) », *Histoire urbaine*, 2007/1, n° 18, p. 125 à 140.

⁴⁹ Augustin REY, « Hygiène publique et richesse publique », *Bulletin de la Société d'économie politique* [s.n.], 1925, p. 123-124.

⁵⁰ Robert P. SKINNER, « Marseille », *Special Consular's Reports : mineral-water industry...*, *op. cit.*, p. 107-108.

⁵¹ Arch. Nat., F12 9822 (4), ONCE, correspondance de Belgique, 27 avril 1914.

⁵² *Ibid.*, correspondance d'Espagne, rapport 1921.

population ne consommait l'eau distribuée ou puisée qu'après l'avoir fait bouillir !

L'importante consommation d'alcool trouve aussi d'ailleurs son origine dans cette méfiance pour l'eau que ce soit en France, en Allemagne ou au Royaume-Uni⁵³. En 1872, remarque John Burnett, de nombreux hôpitaux anglais donnaient à leurs patients de la bière plutôt que de l'eau tirée de puits suspects ou des rivières⁵⁴. Le vin était présenté en France comme une boisson « hygiénique ». Pour cette même raison, café et thé, extraits d'eau bouillie, concurrençaient sans doute fortement les eaux embouteillées.

C'est souvent lors d'événements exceptionnels, inondations, épidémies plus ou moins graves, fortes chaleurs que la méfiance envers l'eau distribuée ou tirée des puits revenait. En 1832, d'après Louis Figuier, professeur à la faculté de Pharmacie de Montpellier, l'épidémie de choléra joua à Paris un rôle très important dans la diffusion des boissons gazeuses et autres eaux minérales artificielles :

(...) L'eau de Seltz restait un produit de luxe, dit-il, et « presque » un produit pharmaceutique. L'épidémie de choléra qui sévit à Paris en 1832 ouvrit une période nouvelle à la consommation des boissons gazeuses. Les services que rendirent ces boissons pendant le choléra, en répandirent l'usage parmi les classes aisées. La consommation atteignit subitement plus de 500 000 bouteilles par an. Le génie industriel fut stimulé par cet accroissement rapide⁵⁵.

Les épidémies, au-delà des victimes, frappaient aussi les consciences des contemporains⁵⁶. Des attaques de fièvres typhoïdes à la fin du XIX^e siècle furent à l'origine, au Royaume-Uni, de la mise au point par le docteur Woodhead d'un procédé de chlorination de l'eau pour faire disparaître toutes les bactéries⁵⁷. Cela réglait le problème des germes,

⁵³ Heinrich TAPPE, « Alkoholkonsum in Deutschland in 19. und 20. Jahrhundert. Entwicklung und Determinanten der Trinkverhalten », in Hans Jürgen TEUTEBERG (ed.), *Die Revolution am Esstisch : neue Studien zur Nahrungskultur im 19.-20. Jahrhundert*, Stuttgart, Franz Steiner Verlag, 2004, p. 284-285.

⁵⁴ BURNETT, *op. cit.*, p. 18.

⁵⁵ Louis FIGUIER, *Les merveilles de l'industrie ou Description des principales industries modernes : industries chimiques. L'eau, les boissons gazeuses...*, Paris, Furne & Jouvot, 1877, p. 425. L'auteur s'inspire sans doute du *Manuel des eaux minérales naturelles* de 1837 qui revient sur l'épisode du choléra et de l'intérêt suscité alors par les eaux gazeuses : cf. PATAISSIER, BOUTRON-CHARLARD, *op. cit.*, p. 532-533.

⁵⁶ L'épidémie qui toucha Hambourg en 1892 eut pour effet d'impressionner fortement les populations d'autres villes allemandes qui n'avaient pas été touchées. Lars WINTERBERG, *Wasser-Alltagsgetränk, Prestigeprodukt, Mangelware : Zur kulturellen Bedeutung des Wasserkonsums in der Region Bonn im 19. Und 20. Jahrhundert*, Waxmann Verlag, Münster, 2006, p. 87.

⁵⁷ *Journal of the Royal Sanitary Institute*, 1906, p. 41.