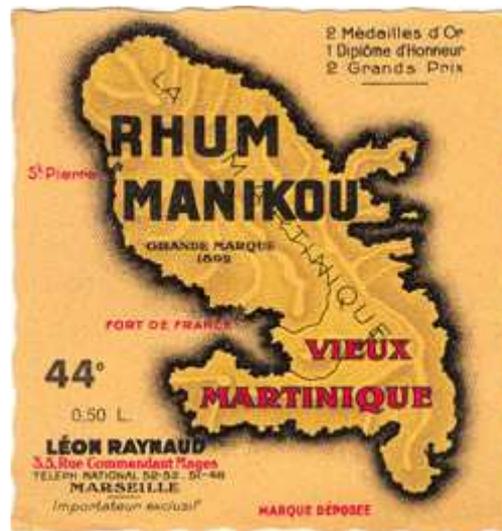


TOUT L'AROME DE LA MARTINIQUE, RHUMS ET LIQUEURS DES ANTILLES A MARSEILLE PUBLICITES COMMERCIALES 1890-1960



Depuis le XVIIIe siècle, grâce aux relations nouvellement entretenues avec les territoires caraïbes devenus français et les arrêts du Conseil du roi rendus en mars 1768 et septembre 1769 autorisant sous certaines conditions l'entrée des « tafias » dans le royaume, les Provençaux avaient pu apprécier les liqueurs et les alcools issus de la distillation de la canne à sucre, que leurs navires de retour transportaient dans leurs cales.

A Marseille, dans les années 1780, on comptait pas moins d'une vingtaine de fabriques de liqueurs diffusées dans les « Echelles du Levant », davantage aux Antilles. Une Marseillaise, installée à Saint-Pierre de la Martinique en 1769, conçut et fabriqua la bien-nommée « Liqueur des îles de la Veuve Amphoux », dont la réputation se maintint jusque dans la seconde moitié du XIXe siècle. Les spiritueux de Grandmaison et Fort-Royal étaient également très estimés.

A la faveur de la loi du 8 floréal an X, la Martinique, comme la Guadeloupe, expédiait vers Marseille « guildives » et « tafias » rebaptisés « rums » par les Britanniques, puis « rhums » en France, réceptionnés dans des barriques en bois de chêne, cerclées de fer, dont la contenance variait de 200 à 400 litres.

Pour faire face à une crise de surproduction sucrière mondiale, les producteurs antillais se tournèrent vers la fabrication soutenue des rhums, un débouché rentable engendrant l'éclosion d'un véritable secteur industriel à Saint-Pierre de la Martinique.

En vogue dans la société de la Belle Epoque, les rhums consommés au verre, en punch,

grog, champoreau, utilisés aussi pour flamber les omelettes et imbiber les pâtisseries, devinrent l'objet de transactions suivies, favorisées par les liaisons des voiliers marchands, cargos et paquebots à vapeur avec les Antilles, et se posèrent en concurrents des eaux-de-vie de vin de la métropole.

Des rhums de toutes qualités, de toutes origines, Marseille, forte de son expérience commerciale séculaire sut devenir une place de conditionnement et de redistribution d'importance, tant en France que dans le bassin méditerranéen.

A côté de la grande marque des « Plantations Saint-James » qui avait une « maison » sur Marseille avec bureaux et entrepôt, rue Neuve Sainte-Catherine, dès les années 1870, on trouvait le « Rhum Vieux de la Grande Distillerie Ch. Rousseau » de Saint-Pierre de la Martinique importé et distribué par Wulfran Puget, d'une honorable famille de grands négociants marseillais avec entrepôt rue Saint-Jacques, celui ou des Frères Gérard, maison fondée en 1838.



Le « Rhum Manikou » (tirant son nom du marsupial de l'ordre des opossums), garanti «Pur Martinique», était lui aussi importé directement par H. Leydet à Marseille depuis 1893, puis par H. Barlatier vers 1910. Emile Meynadier, dont la maison avait été fondée vers 1895, se présentait fièrement comme le seul importateur en France de l'«Old Manada Rum», Grand Prix à l'Exposition coloniale de 1906, « En vente partout ».

Vernet & Cie, au boulevard Camille-Flammarion, proposaient outre leurs « Rhums et tafias de toutes provenances », notamment cubaine, une « Crème de rhum pailleter d'or, liqueur exquise composée de rhums vieux ». Le « Rhum Martinica » était une spécialité de la Distillerie Mirabel fondée en 1885 au boulevard Chave. Enfin, le Syndicat des débitants de boissons de Marseille proposait à ses membres le « Rum Saint-Dyck », marque déposée.

A son tour, la société Cusenier transforma son établissement marseillais en une véritable

usine de fabrication et de conditionnement sur un terrain de près de 5 000 m² au Prado, répondant ainsi aux besoins de l'exportation autour de la Méditerranée, en Extrême-Orient et en Amérique du Sud. Dans sa gamme étendue de « liqueurs de luxe », se trouvaient les curaços (doux, sec et triple sec, parfumés aux écorces d'orange des Antilles), la crème de cacao « liqueur des dames par excellence », les ratafias de cerise, de fraise, de framboise.

Les Bordelais Marie Brizard & Roger avaient également un agent général à Marseille pour la distribution de leurs curaço, cacao et cacao chouao.

Face à la concurrence, pour mieux se faire connaître, les sociétés intéressées par la distribution des rhums s'étaient lancées dans des campagnes d'affichages destinées aux murs et aux palissades des grandes cités urbaines ; leurs petits cartons publicitaires étaient suspendus dans les salles des cafés et brasseries, captant l'attention de consommateurs et les invitant à commander sans façon un « Old Manada Rum » ou un « Manikou ». Pour se distinguer les unes des autres, leurs bouteilles adoptaient des formes particulières, habillées de clissages de raphia et d'étiquettes hautes en couleurs.

Le rhum, qu'on avait baptisé « la fine champagne du pauvre », gagnait grâce à son parfum et à son prix les faveurs de la clientèle populaire. Aussi d'autres maisons de Marseille spécialisées dans les alcools se mirent à intégrer les rhums et les liqueurs des Antilles sur la carte de leurs représentants. Durrand, successeur de la société Picard & Cie fondée en 1835, qui s'affirmait comme la « Maison la plus importante et la plus ancienne de la région » adonnée à la préparation d'une absinthe supérieure, vendait également les rhums martiniquais « Saint-Paul », à l'instar des frères Rivoire, d'abord négociants en vins et liqueurs, puis en absinthe et vermouth, qui firent du « Rhum Saint-Vincent » l'une de leurs spécialités.

Le port de Marseille alimentait non seulement la France entière, mais encore bon nombre de pays étrangers. Après la Grande Guerre, qui avait vu les rhums répondre aux besoins des troupes au front et des épidémies de grippe, en dépit des mesures de contingentement décrétées vers 1925 afin d'assurer, affirmait-on, aux eaux-de-vie de vin et de cidre une protection suffisante, s'en vinrent les rhums concurrents de la Réunion et de Madagascar importés par d'autres maisons marseillaises (Cottureau, Katz, Autran).

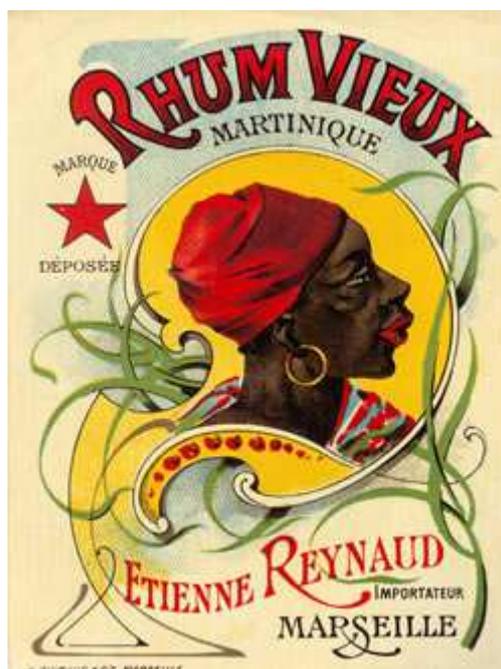
Dans les années 1930, avec la dénomination anglo-saxonne de « Dollar Old Rum », Félix Lautier, dans le quartier de Saint-Just, invitait à la découverte de « Tout l'arôme de la Martinique ». La firme bordelaise « Négrita », présente à Marseille avec un agent-général pour le Sud-Est depuis 1923, mit en bouteilles à partir de 1941 le « Rhum Patrick » portant le prénom de l'un des petits-fils du fondateur Paul Bardinnet.

Les efforts de publicités se poursuivirent au sein des principales marques particulières sous lesquelles les rhums des Antilles étaient vendus, tant dans la métropole que sur les marchés d'exportation. Avec la Seconde Guerre mondiale et l'occupation d'une partie du territoire,

Marseille reçut la totalité des rhums importés en France, faisant l'objet d'un rationnement et remis contre tickets aux consommateurs.

Après la Libération, de nouveaux noms de rhums diffusés par Marseille firent leur apparition : « Saint Gilles », « La chaleur et l'éblouissement des Isles », siège social à Paris - entrepôt à Marseille en 1948, « Thékid » et son slogan « Dégustez, comparez et vous adopterez » importé par la Distillerie Poncié, à Mazargues, sans grands succès d'ailleurs.

Distribués dans une proportion de 70 % pour les usages domestiques (préparation des grogs médicaux et utilisations culinaires), les arrivages sur les quais marseillais consistaient en rhums industriels, plus qu'en rhums agricoles appelés également « grappe blanche ».



Le grand rival des productions françaises, le léger « Ron Bacardi » et sa chauve-souris cubaine porte-bonheur s'installèrent même à La Capelette. La consommation des rhums sur le marché métropolitain alla en diminuant, peu à peu, en butte aux attaques des whiskies et des apéritifs anisés. Il y a quarante ans, on ne comptait plus que cinq importateurs à Marseille : le Comptoir marseillais des rhums, Léon Reynaud, Saint-James, Vernet et Vian & Viel distribuant « Gibelin & Courçon ».

Parmi les derniers rhums liés à son histoire économique, on trouva ensuite « La Mauny » appartenant partiellement à l'ancestrale maison de négoce Bourdillon (SUCAB) et distribué par ses soins avant qu'elle ne disparaisse en 1988. Marseille, il faut en convenir, n'était plus le grand port des Antilles qu'il avait été plusieurs décennies auparavant.

De nos jours, le groupe Pernod-Ricard détient depuis 1993 le rhum cubain « Havana Club », mais aussi le rhum antillais « Vana » présenté dans les années 1930 comme la « Liqueur des vieilles provinces françaises » et le cocktail « Malibu » à base de rhum blanc des Caraïbes et de noix de coco.

De ces activités commerciales d'hier et d'aujourd'hui, de rares publicités rescapées des campagnes d'affichages témoignent. Des artistes ont servi cette histoire séculaire par leurs graphismes colorés.

Rassemblées le temps d'une exposition¹, leurs grandes lithographies de jadis, accompagnées de plus petits formats imprimés sur cartons d'intérieur et de rares étiquettes de bouteilles, permettent de retrouver des visions, paysages ou portraits qui, bien que tendant souvent au stéréotype ou à la caricature, témoignent à leur façon de l'ancienneté des liens tissés entre les Antilles et Marseille. A consommer avec modération, comme il se doit.

Patrick BOULANGER
Conservateur du Patrimoine
Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille-Provence

¹ L'exposition se déroule jusqu'au 20 août 2012 à la Chambre de Commerce et d'Industrie Marseille Provence - Palais de la Bourse, La Canebière - 13001 Marseille
www.patrimoine.ccimp.com