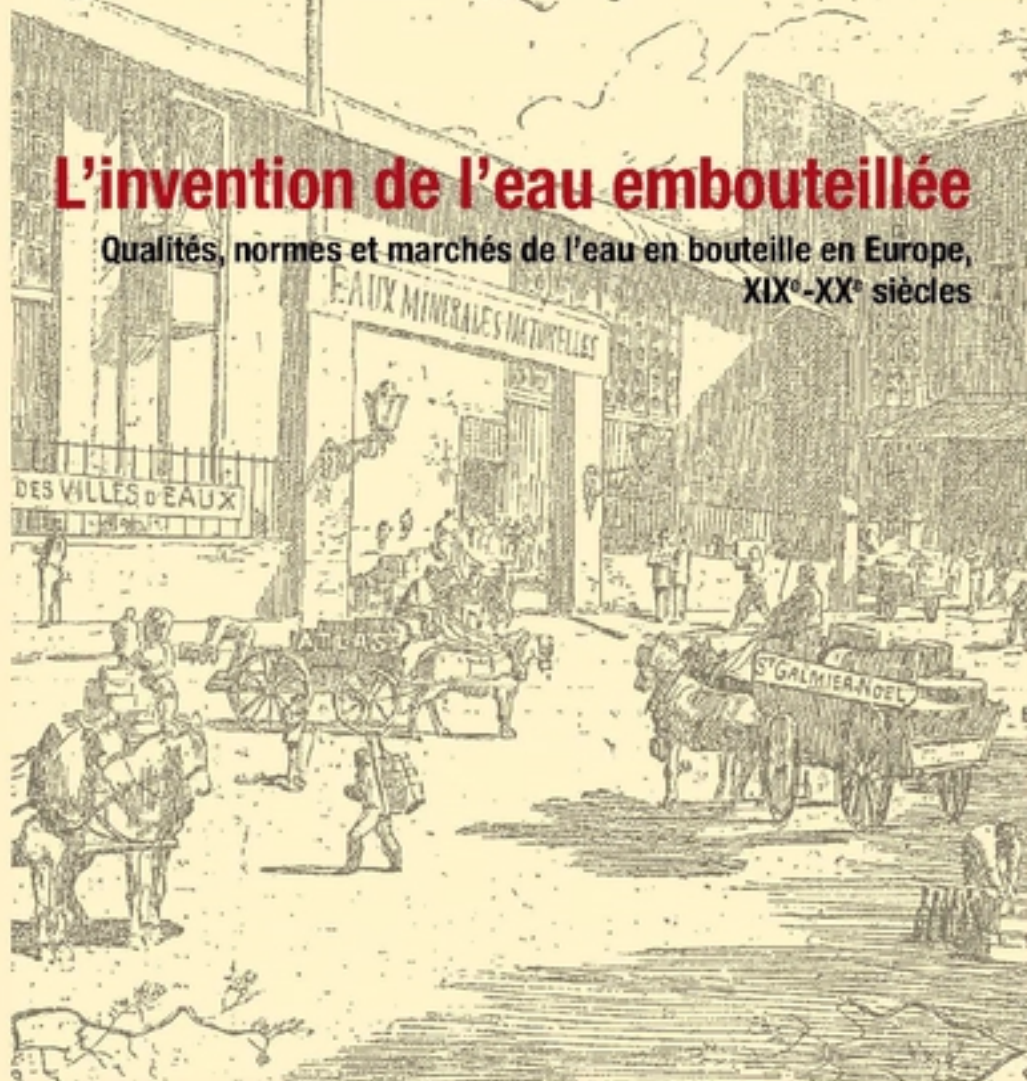


L'EUROPE ALIMENTAIRE

Nicolas Marty

L'invention de l'eau embouteillée

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



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 CHAUVÉAU, « 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 Lebensmittel Qualität 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 CHAUEAU, *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. BIJER *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'automation, 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 HEISCHKE-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, CHESSEL, 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, *Branchen-report 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.