

APHG - Régionale de Caen

SORTIE de la Régionale au HAVRE 06.06.2015

Pour notre sortie de fin d'année, nous avons en quelque sorte anticipé la réunion des deux régions portant le même nom et nous avons placé cette journée sous le signe du monde marin, en mêlant histoire et géographie.

Nous avons d'abord été accueillis par l'association Frenchlines qui a pour mission d'assurer la pérennité du patrimoine historique des messageries et transport maritimes françaises.

Le premier objet de notre curiosité était de visiter la nouvelle réserve : l'association vient de déménager dans une ancienne d'usine d'électroménager tout à fait représentative de l'architecture du XIX siècle. Cet écrin de cette réserve nous a séduits par sa façade d'origine préservée, sa structure typique faite de béton et remplissage brique, et son caractère imposant. Et pourtant, Frenchlines n'occupe que 2500 m2 sur les 7000 occupés jadis par l'entreprise !

Clémence Ducroix, secrétaire générale de l'association, nous a guidés parmi des caisses qui sont le bien fragile rempart de l'humidité haut normande régnant sur les lieux. Nous avons pu mesurer l'ampleur des archives, 4 kms linéaire de papier par exemple, mais aussi sa diversité grâce à des ouvertures d'armoire et des objets sortis des caisses ; des affiches, de l'argenterie, des maquettes(300), des œuvres picturales, des photographies (70 000), des films(200), , bref une imposante collection allant, selon le mot d'un journaliste présent lors du déménagement , de la petite cuillère à l'imposante maquette. Une conférence était ensuite organisée sur place.

La gastronomie, c'est un sujet sérieux ! Jean-Baptiste Schneider et Dorian Dallongeville nous l'ont prouvé en nous démontrant que les rivalités gastronomiques ont constitué un enjeu pour la conquête de la ligne atlantique nord entre les trois compagnies française, anglaise et allemande que sont la Compagnie Générale Transatlantique, Cunard et Hambourg Amerika Line. Les voyages réguliers entre l'Europe et l'Amérique ont favorisé l'exportation du patrimoine gastronomique national, jouer un rôle de vitrine nationale, et de diffusion et d'appropriation culturelle du modèle gastronomique français.

L'image d'un cuisinier sale et dégoûtant, aux vêtements gras, décrit dans la littérature (« Dieu fournit les aliments et le diable les cuisine », « la honte de la cuisine » selon M .Antoine Carême » le roi des chefs et le chef des rois ») qui règne dans les paquets schips fait progressivement place à celle d'un personnel étoffé, attentif et compétent, présent dans les paquebots transatlantiques tels que ceux de la Compagnie Générale Transatlantique créé en 1861.

Peu à peu, une stratégie se développe qui vise à compenser la relative lenteur du transport de la compagnie française au profit de l'excellence de son art de vivre. On peut en relever quelques traits saillants :

- Des menus de plus en plus élaborés : apparition progressive dans les assiettes de menus festifs (caviar, champagne, langouste, coquillages et crustacés) réservés à la clientèle de la première classe.

- Mise en place du principe d'une véritable carte de menus, comprenant entre autres le maximum de spécialités régionales pour valoriser le terroir français.
- Evolution de l'utilisation des aliments favorisant la baisse de la viande de mouton au profit du bœuf, des abats, du gibier.
- Insistance sur le service à la française (découpage de la viande devant le client) la française

Mais on soigne aussi le décor !

- arts ménagers : la maison Christofle est sollicitée pour dresser la table
- portes, tapisseries, meubles : on s'inspire de Versailles (le paquebot France est appelé le « Versailles de l'atlantique ») car il s'agit de capter la clientèle américaine. L'Art Nouveau, jugée trop novateur, pénètre dans les salons de la deuxième classe, et n'accèdera à la première classe qu'en 1921 alors que cet art est finissant.
- L'apparition des loisirs ; bowling, salles de conversation, de lecture, de coiffure

En conclusion, il est remarquable de noter que les affiches publicitaires évacuent totalement la notion de transport au profit exclusif de la gastronomie. Cette stratégie visant le prestige a un coût financier mais elle peut exister car l'émigration constitue la clé de voûte des compagnies maritimes. La deuxième partie du vingtième siècle verra périr ce mode de transport par les classes aisées, par ailleurs concurrencé par l'avion.

Après un repas à la brasserie du musée Malraux qui nous a permis d'avoir une vue splendide sur le port, nous avons rendez-vous à Port Center. C'est un nouveau lieu havrais qui part d'un constat : les activités portuaires devenant peu à peu un territoire inaccessible aux habitants, il fallait créer un espace permettant une découverte du milieu portuaire et de sa diversité. Sur une plateforme, nous avons d'abord marché sur une photographie aérienne géante du havre et de toute la zone industrialo-portuaire. Notre guide nous a permis d'analyser le fonctionnement du territoire dans toutes ses dimensions. Les baies vitrées permettent d'observer différents métiers en lien avec le port, expliqués dans la salle avec sur des panneaux bien documentés. La visite de l'exposition au rez-de-chaussée plante le décor de la mondialisation avec une série de quatre tableaux illustrant les enjeux du terminal multimodal du Havre. Le choix initial du transport routier apparaît tout à fait spécifique et nous saisissons la problématique des chantiers en cours concernant l'alternative que représente l'alliance du mode ferroviaire et fluvial pour devenir un concurrent sérieux des ports d'Europe du nord.

Notre visite s'est terminée par l'accession au dix-septième étage de l'hôtel de ville : la vue panoramique par beau temps est impressionnante, et la vue si lointaine que nous avons pu apercevoir le CHU de Caen.

Ce fut donc une journée bien remplie avec une cohérence thématique qui nous a obligés à négliger d'autres aspects intéressants de la ville tels que son architecture, son musée d'art, et son passé colonial : ce sera peut-être pour une prochaine fois !

Gérard Lange, secrétaire