

Ruralia

Ruralia

Sciences sociales et mondes ruraux contemporains

10/11 | 2002

Varia

“ Du frais mis en boîte ” : le cas de la conserve de pâté pur porc Hénaff

Angela Procoli



Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ruralia/299>

ISSN : 1777-5434

Éditeur

Association des ruralistes français

Édition imprimée

Date de publication : 20 juin 2002

ISSN : 1280-374X

Référence électronique

Angela Procoli, « “ Du frais mis en boîte ” : le cas de la conserve de pâté pur porc Hénaff », *Ruralia* [En ligne], 10/11 | 2002, mis en ligne le 10 juillet 2006, consulté le 30 avril 2019. URL : <http://journals.openedition.org/ruralia/299>

Ce document a été généré automatiquement le 30 avril 2019.

Tous droits réservés

“ Du frais mis en boîte ” : le cas de la conserve de pâté pur porc Hénaff

Angela Procoli

Être repérable dans un monde global

- 1 Le processus de globalisation économique met à mal les identités. La recherche des racines, ou la réinvention de celles-ci, est sans doute une manifestation de l'angoisse provoquée par ces changements. Les études anthropologiques sur la société française, que j'ai menées ces dix dernières années, m'ont amené à aborder cet aspect dans le domaine du travail et du bénévolat¹. La sphère agro-alimentaire est aussi un lieu où observer ces mutations, car des résistances identitaires s'y affirment, parfois de façon spectaculaire (voir les démontages de McDo ou les attentats contre cette multinationale). Comme l'ont montré l'anthropologie et la sociologie de l'alimentation, l'acte de s'alimenter mobilise des structures imaginaires fondamentales : si la nourriture devient le corps même du mangeur, le mangeur s'approprie les qualités symboliques de l'aliment². La réglementation de cet acte par des normes et prescriptions qui fixent l'“ ordre du mangeable ”, fait de l'acte alimentaire un instrument permettant à l'individu de s'inscrire dans une collectivité.
- 2 Nous traitons ici le cas d'une entreprise de transformation alimentaire, de taille moyenne, du Finistère, ce qui nous permet de nous confronter aux deux problématiques suivantes, qui prennent un relief tout particulier en Bretagne :
- 3 - la “ crise alimentaire ”, qui est mise en relation avec l'industrialisation de la production agricole et de sa transformation — industrialisation qui serait responsable des épizooties et des contaminations alimentaires (listérioses) dont se font l'écho les médias. Il faut savoir que la Bretagne est la première région agro-alimentaire de France, la plus “ industrialisée ”, comparable, dans ce domaine, à des “ petits ” pays européens comme le Danemark ou les Pays-Bas.

- 4 - la “ crise identitaire ” et les reformulations de l’identité. L’identité bretonne, a été l’objet de nombreuses études ³. On pourrait presque affirmer que l’agro-alimentaire et la pêche sont les seules industries bretonnes (si l’on considère que d’autres industries comme l’industrie automobile à Rennes sont des industries “ globales ”), en tout cas, qu’elles forment une part importante de cette identité.
- 5 Le but de cet article n’est pas de traiter directement de l’identité bretonne, mais plutôt d’examiner d’un point de vue critique ce que certains appellent la “ mise en valeur économique de l’identité ”. En effet dans un monde global, pour vendre ses produits il faut être “ repérable ”. Il y aurait ainsi, comme le montre le sociologue Jean-Pierre Poulain ⁴, dans une étude sur le goût du terroir et le tourisme vert à l’heure de l’Europe, une convergence d’intérêts entre le touriste qui se cherche des racines et les PME locales, surtout agro-alimentaire, qui profitent ainsi de la valorisation du paysage rural. Ainsi les produits locaux, de terroir sont vendus désormais dans le circuit commercial des grands supermarchés, alors qu’il y a vingt ans ils étaient vendus dans des épicerie fines ou quelques boutiques de quartier ⁵.
- 6 À une échelle supérieure, certains pensent à mieux exploiter les atouts culturels de la Bretagne, pour promouvoir l’industrie agro-alimentaire (c’est le but poursuivi par l’association “ Produit en Bretagne ”). En effet, la Bretagne, finistère occidental du continent euro-asiatique est une entité géographique — il est aisé de symboliser intellectuellement ses frontières, du moins celles maritimes — bien identifiée, en France, et dans le monde. Constatant l’absence d’AOC en Bretagne, les auteurs du livre collectif (dirigé par Louis-Pascal Mahé) *L’avenir de l’agriculture bretonne, continuité ou changement ?* — enseignants-chercheurs du département d’économie rurale et gestion de l’École nationale supérieure agronomique de Rennes et chercheurs de l’Institut national de la recherche agronomique — définissent un certain nombre de programmes pilotes pour la Bretagne. Parmi ceux-ci on trouve la mise au point de produits des industries agro-alimentaires à “ image bretonne ” (qui pourrait être protégée) et à “ vocation universelle ”. “ [Ces produits] ne doivent pas être trop typiques d’une culture ou d’une tradition culinaire particulière, ni être des produits de luxe à prix élevé; ils doivent bien voyager et correspondre aux modes de vie et de consommation du "client universel" pour avoir un débouché planétaire. On pourra penser à un fromage à pâte pressée, une conserve du type pâté Hénaff (que l’on retrouve dans la brousse africaine), un biscuit des repas "déstructurés", etc. ” ⁶.
- 7 Avant de revenir sur le pâté Hénaff — objet de cet article —, on peut se demander si l’alliance souhaitée entre l’économique et l’identitaire ne participe pas d’une pensée qui rend les petits entrepreneurs gardiens du patrimoine “ alimentaire et culinaire ”, comme elle transforme les agriculteurs en gardiens de l’espace rural. Le risque n’est-il pas en effet de folkloriser les produits, d’exploiter le champ de ruine des identités à des fins purement commerciales ? L’anthropologue est toutefois plutôt enclin à penser que l’économique est une expression de l’identitaire. Même le discours de *marketing* de la PME peut être analysé comme une expression identitaire locale. Toutefois les choses se compliquent lorsque l’on considère l’objectif utilitariste — se servir d’un patrimoine local (voir même le réinventer) pour dépasser la localité et se lancer dans un marché global. Cet objectif contredit la logique de l’inscription territoriale de l’identité. Il y a en effet dans le discours du *marketing* une opposition entre la quête du global et le fait de garder un cadre de référence local, opposition autour de laquelle se dessinent non seulement

l’ambiguïté mais la fragilité de ce discours. Nous verrons que lorsque ce cadre de référence à la localité est trop fort, la quête de la globalité est un échec.

- 8 D’une certaine façon, la petite boîte bleue de pâté pur porc Hénaff est emblématique des enjeux identitaires qui viennent d’être évoqués. La conserverie Hénaff est installée depuis un siècle à Pouldreuzic, une commune du pays bigouden (Finistère sud). Entre novembre 2000 et juillet 2002, j’y ai mené une enquête de terrain, d’une durée totale de cinq mois⁷. Les données recueillies m’amènent à penser que le pâté pur porc Hénaff, est un produit local, qui n’a aucune vocation globale, contrairement à ce qui est proposé dans le livre de L.P. Mahé. Ce n’est qu’en altérant fondamentalement sa texture et sa présentation (intérieure et extérieure) qu’on en fait une pâte à tartiner pour le petit-déjeuner des anglo-saxons. En fait, ce pâté, le “vrai” produit Hénaff, n’est pas exportable. Ce qu’exporte Hénaff – Hénaff, pour assurer sa survie, vise lui aussi le marché international – rompt avec la tradition et est inconnu en Bretagne, ou dans le reste de la France. Autour de ce pâté pur porc, on voit se construire la mémoire d’un produit. Mais en devenant objet de patrimoine, la boîte bleue n’en devient pas pour autant un objet folklorique. Le vrai consommateur reste le consommateur breton. Le *marketing* moderne, celui des multinationales de l’agro-alimentaire, fabrique de toutes pièces du local pour donner de la couleur à des produits uniformisés. Dans le cas du pâté de porc Hénaff, une utilisation du “local” pour promouvoir les ventes dans le monde entier, est clairement un échec, en raison sans doute d’un excès de “localité”. Ce qui fait que ce produit se retrouve partout dans le monde (jusqu’en Afrique) doit plutôt être rapporté au fait qu’il est consommé par les équipages de la marine nationale et de la marine marchande : le pâté Hénaff c’est le pâté du *mataf*⁸. C’est ce qui fait l’originalité de ce produit, lorsqu’on le compare, par exemple, au pâté de jambon “Larzul”, fabriqué, en pays bigouden, selon les mêmes critères, mais dont la renommée n’a pas dépassé les frontières de la Bretagne.

Histoire d’une conserverie en pays bigouden

- 9 La conserverie est l’une des activités “traditionnelles” de la Bretagne. Elle naît au début du XX^e siècle avec l’invention de l’appertisation (procédure de stérilisation et de mise en boîte) et de l’autoclave. La conserverie représente le prolongement industriel de l’agriculture et de la pêche et est, en cela, une véritable industrie “bretonne”. Il s’agit d’une activité de production locale, dépendant à la fois des structures et des activités économiques bretonnes, même si le produit est diffusé au delà du marché breton.
- 10 L’industrie de la conserve bretonne a été longtemps constituée par une multitude de petites entreprises familiales : il s’agissait essentiellement des conserveries alimentaires du Finistère sud, région d’agriculture et de pêche, traitant selon les saisons, les légumes de la région ou les produits de la pêche⁹. Aujourd’hui, l’activité de ces petites entreprises familiales a décliné. D’une part, la plupart d’entre elles ont été fragilisées par le déclin de la conserve (remplacée par le surgelé), d’autre part, elles n’ont pas pu profiter du développement industriel qui s’est concentré surtout dans le Finistère nord (le Léon, mieux relié à Paris, par ses routes et par l’artère ferroviaire Paris-Brest, et par ses ports aux autres villes européennes). Dans le domaine de l’agro-alimentaire, ce développement a résulté de la formation de puissantes coopératives (fonctionnant comme de grands groupes industriels) – comme la Coopagri de Landerneau – qui gèrent la totalité du processus de production, de l’élevage/culture à la transformation du produit, puis enfin à sa commercialisation, qu’il s’agisse de conserve, de surgelé ou de produit frais.

- 11 Le pays bigouden illustre bien les difficultés du Finistère sud (Cornouaille occidentale) à s'adapter au développement industriel. Dans son étude sur Plozévet, une commune voisine de Pouldreuzic, Edgar Morin décrivait la Bigoudénie des années 1960, comme un “ isolat ethnique ”, resté à l'écart de l'agglomération quimpéroise voisine : “ Le pays bigouden n'est ni une région naturelle, ni une province. Le terme désigne l'ethnie archaïquement fixée sur ce sol sans homogénéité géographique, et qui, bien qu'ignorée par les circonscriptions féodales, ecclésiastiques et départementales, ne s'est pas désintégré au cours des siècles. [...] Le pays bigouden, qui se reconnaît aux hautes coiffes blanches de ses vieilles, couvre approximativement les cantons de Pont-l'Abbé et de Plogastel [...] ”¹⁰. Quarante ans après l'enquête de Morin, les coiffes de dentelle ne sont plus les marqueurs naturels de l'entité bigoudène (la dernière génération de porteuses de coiffe ayant quitté ce monde). Elles réapparaissent à l'occasion de l'importante fête des brodeuses (en juillet), qui se tient à Pont-l'Abbé, une ville dynamique, commerçante et touristique, que Morin définissait déjà comme la “ capitale culturelle ” du pays bigouden. En revanche, le canton de Plogastel (dont fait partie Pouldreuzic), semble présenter encore ce caractère “ fermé ” que Morin attribuait à l'entièreté du pays bigouden : c'est une campagne et un paysage de mer (façade ouest), où, depuis quelques décennies l'activité agricole principale (culture de petits pois et haricots, élevage) a profondément décliné. Cette activité n'a pas été remplacée par un véritable développement touristique, comme dans le canton de Pont-l'Abbé (façade sud), sans doute en raison du caractère dangereux de sa côte (courants marins, sables mouvants) pour la baignade¹¹. Bien que peu favorable au tourisme balnéaire classique, cette côte présente des paysages superbes (comme ceux de Penhors, hameau de Pouldreuzic), qui contrastent avec l'environnement un peu terne du bourg de Pouldreuzic, où seule la belle église peut attirer le regard du touriste. Rien ne laisse deviner que c'est en ce lieu que l'on fabrique le célèbre pâté de porc Hénaff.
- 12 La conserverie Hénaff est située en lisière du bourg, tout près de la route qui conduit, à l'ouest, vers le bord de mer (hameau de Penhors). Son apparence extérieure est plutôt discrète : ni murs, ni barrières, ni grillages. La construction en préfabriqué, où l'on a installé l'abattoir ainsi que les ateliers de fabrication et de transformation de la viande, ne montre pas qu'il s'agit d'une usine. Tout ce qui peut révéler la présence d'une activité industrielle, c'est l'énorme chaudière à charbon, datant de la fondation de l'entreprise. Ce qui attire l'œil du visiteur extérieur qui arrive à l'usine, est la très belle maison de Jean Hénaff, grand-père de l'actuel directeur et fondateur de l'entreprise, où se trouvent aujourd'hui les bureaux. Appelée “ château ” par des employés de l'usine (et “ ministère ” par d'autres), cette maison est la première belle construction (à part l'église) que l'on apprécie en arrivant à Pouldreuzic. Elle fait vite oublier les constructions grises, assez ordinaires, du village. Son style “ breton ” (bordures en granit, murs blancs, toit d'ardoise) annonce celui des jolies constructions du bord de mer. Cette proximité de la mer est d'ailleurs mise en valeur au sein de l'usine : en évoquant les récentes épidémies de fièvre aphteuse — Hénaff a, par mesure de sécurité, utilisé des “ rotoluves ” pour les camions transportant les cochons —, l'on dit que l'usine est à l'abri car “ protégée par la mer ”. En effet, les vents dominants soufflant de l'ouest, l'usine est protégée de toute contamination (transportée par le vent comme le virus de la fièvre aphteuse), puisqu'il n'y a pas d'élevages entre elle et la mer.
- 13 L'histoire de la conserverie Hénaff est, par certains aspects, assez typique. Comme d'autres conserveries du pays bigouden, c'est une entreprise familiale, fondée au moment

de l'âge d'or de la conserve — le début du XX^e siècle —, qui s'est transmise à travers les descendants de l'ancêtre fondateur et qui a eu pendant longtemps un caractère paternaliste (l'on rentrait y travailler en tant que fils ou petit-fils d'employé). Là où son histoire devient moins typique, c'est qu'à la différence de la plupart des conserveries locales, disparues ou réabsorbées au sein des grandes groupes industriels ¹², elle a survécu en réussissant à conserver, une gestion, qui est encore aujourd'hui, en grande partie, familiale (car les actionnaires majoritaires sont toujours les membres de la famille).

- ¹⁴ Les origines de cette industrie sont liées à Jean Hénaff, fils de paysan, qui travaillait comme clerc de notaire dans une commune voisine. À 42 ans, il laisse son métier pour se lancer dans la conserverie. En 1907, il construit une usine dans le bourg de Pouldreuzic, à quelques kilomètres de sa ferme natale, pour mettre en conserve les petits pois et les haricots verts, produits dans les environs. La réussite de cet entrepreneur aurait permis aussi le développement urbain de ce bourg (construction de routes, installation électrique) et aurait ainsi lié la destinée d'une commune à celle d'une famille, qui a toujours affiché son militantisme catholique. L'importance politique de la famille Hénaff (Jean Hénaff et ses descendants ont eu souvent la charge de maire de Pouldreuzic) a contribué à maintenir Pouldreuzic dans la “ tradition blanche ”, en opposition à la “ tradition rouge ” du bourg voisin, Plozévet, où régnait la dynastie des notaires Le Bail ¹³.
- ¹⁵ C'est sur son “ génie entrepreneurial ” ainsi que sur l'appartenance bigoudenne que les descendants de Jean Hénaff, qui gèrent ou qui ont géré l'entreprise, ont construit le mythe de la réussite de l'entreprise. C'était “ un paysan dans l'âme ”, dit son petit-fils Jean-Jacques (l'actuel directeur) “ toujours habillé en costume bigouden et s'exprimant volontiers dans sa langue maternelle, le breton ” ¹⁴. Ses petits-enfants ajoutent que la fondation de l'entreprise a été aussi une bonne œuvre puisque, en donnant du travail aux habitants d'une campagne très pauvre, elle leur a épargné l'exil.
- ¹⁶ Afin de mieux répartir dans l'année une activité très saisonnière (l'usine ne tournait qu'au moment des récoltes), Jean Hénaff met au point en 1914 la recette du pâté de porc. Ainsi Michel, l'un de ses petits-enfants, raconte : “ il se demandait pourquoi si on mettait le lard sous sel et le poisson en boîte, pourquoi on ne pouvait pas conserver aussi la viande ”. La nouveauté c'était non seulement le fait de mettre de la viande en conserve dans un pays qui avait jusque là mis en boîte des légumes frais et du poisson, mais encore — chose unique aux yeux des descendants de Jean Hénaff — celui d'employer un cochon entier (en incluant donc les parties nobles) pour faire du pâté.
- ¹⁷ Grâce à l'installation des machines nécessaires à la fabrication des boîtes vides, la conserverie pouvait tourner toute l'année, alors que la conserve de légumes est saisonnière. La conserve de viande permettait donc d'exploiter à plein les nouvelles possibilités techniques. Très vite l'usine a fortement augmenté sa production. Quatre porcs étaient traités en 1914, un millier en 1925, 492 tonnes en 1939. Après la parenthèse des cinq années d'occupation allemande, où la production s'est arrêtée, l'usine a recommencé à s'agrandir. La crise de la conserve des légumes frais qui a touché toute la région à partir des années 1960 (voir *infra*), a incité les deux frères Hénaff (Michel et Jean-Jacques), qui ont succédé à leur père et leur oncle à la direction de l'usine, à préférer la production du pâté à celle des légumes. Après un voyage fait en 1968 au Danemark, où la visite d'abattoirs, de laboratoires de sélection animale et du marché de la viande les ont rendu conscients des progrès réalisés par ce pays dans la qualité de la viande et dans sa transformation, ils ont décidé d'investir dans la modernisation de toute la chaîne de production du pâté de porc. Aujourd'hui (2002) l'usine abat et transforme 44 000 porcs

par an. 200 personnes y travaillent, dont environ la moitié rassemble des femmes, employées dans les bureaux ou à l’atelier d’emballage. L’autre moitié est constituée des hommes, embauchés sur des postes de manutention, ou à l’abattoir comme “ bouchers ”.

Du cochon à la conserve

- 18 “ La conserve, c’est une matière vivante mise en boîte ”, c’est une phrase qu’on entend souvent dans l’usine. La fréquence de cette remarque se comprend mieux lorsque l’on suit le processus de production. Le porc entre vivant à l’usine Hénaff — tous les jours des camions avec des centaines de porcs, en provenance du Finistère nord, débarquent à l’usine —, alors qu’en général, l’abattage des porcs, fournis par l’élevage industriel, s’effectue dans de grandes unités, appartenant aux secteurs coopératif ou privé, qui livrent les carcasses à des ateliers de salaisons situés à l’extérieur de la région ¹⁵. Cette valorisation du porc *vivant* contraste fortement avec le fait qu’aujourd’hui ce dernier n’a plus de valeur marchande : ce qui a un prix c’est la carcasse du porc *mort*. On peut en mesurer le taux du muscle (avec des appareils de mesure *ad hoc*), et ainsi lui donner une valeur. Autrefois c’était le poids de l’animal vivant qui comptait, on payait le porc *sur pied*. Ce changement est apparemment dû à la demande du consommateur qui veut un porc “ maigre ” et non plus un porc “ gras ”.
- 19 Si l’usine Hénaff paie le porc pour ses muscles, en fait, son choix est celui d’un porc gras, tout au moins, plus gras que les porcs charcutiers d’aujourd’hui. “ En quelques dizaines d’années le porc s’est amaigri. Pour nous, il fallait retrouver un porc plus gras ”, affirme Michel Hénaff. En effet, le porc charcutier (par exemple de race Piétrain) est un porc musclé ayant un arrière-train surdéveloppé et une cage thoracique si petite qu’il en devient “ cardiaque ”. Comme le porc charcutier ne convient pas, Hénaff suit deux stratégies. Premièrement, il s’approvisionne dans des élevages de “ multiplication ”, c’est-à-dire des élevages qui fabriquent des races de porcs gras — typiquement la “ truie étoile ” de race Large White Landrace, qui est destinée à la reproduction et non à la consommation humaine. Deuxièmement, Hénaff cherche à orienter la sélection animale (réalisée au niveau de l’Institut technique du porc) pour obtenir un animal plus “ harmonieux ”, ayant une morphologie plus “ naturelle ” que le porc charcutier actuel. Ainsi, Michel Hénaff, qui, au sein de l’usine, s’est occupé pendant longtemps de l’achat des porcs, explique que le “ cochon idéal ” est le sanglier, qui a une “ cage thoracique et un arrière-train normaux ”. La critique du porc charcutier d’aujourd’hui ne signifie pas qu’il faille retourner au porc breton d’autrefois, le blanc de l’Ouest ¹⁶, car celui-ci était excessivement gras. Aujourd’hui, le cochon qu’affirme vouloir Hénaff est un cochon “ naturel ”, fabriqué “ industriellement ”.
- 20 Le processus de production du pâté commence donc par la maîtrise du cycle de reproduction de l’animal (la sélection) et se poursuit, une fois le cochon débarqué à l’usine, dans la maîtrise de sa mise à mort. L’abattage de l’animal est précédé par une préparation du cochon pour qu’il puisse fournir la meilleure viande. Cette préparation fait appel à des techniques de *déstressage*, car le stress, qui provoque l’accumulation d’acide lactique dans la viande, nuit à sa qualité. En assurant le “ bien-être ” de l’animal, cette préparation cherche à effacer, ou, tout au moins, à retarder le moment où l’animal s’aperçoit de sa fin, nous explique-t-on. Ainsi les porcs, débarqués chez Hénaff, sont gardés à jeun, douchés et surtout, mis au repos au sein de la “ famille ” où ils ont été élevés (les lots de cochon, issus de fermes différentes, ne sont jamais mélangés). Le

lendemain, on les introduit dans l'abattoir, un lieu très bruyant (le bruit des machines est celui typique d'une usine) et très “ masculin ” (les bouchers sont toujours des hommes). Les cochons y accèdent en passant par un couloir où ils stationnent pendant quelques minutes (le moins possible, car l'odeur du sang de l'abattoir les stresse). L'abattage est très rapide : en quelques secondes, le cochon est électronarcosé, saigné et accroché par les pieds à la chaîne où la transformation de sa chair est mise en œuvre. “ On ne voulait pas d'abattage sauvage ”, dit Michel Hénaff, indiquant ainsi qu'on a voulu effacer la brutalité de l'acte de mise à mort, ce qui contraste avec la violence spectaculaire de la tuée d'autrefois¹⁷. En revanche, la violence réapparaît dans le travail à la chaîne (une dizaine de cochons tués par heure). L'aspect sanglant (le sol et les murs sont rouges des flots de sang répandus) de cette zone de l'abattoir “ en fonctionnement ” contraste avec son aspect “ aseptisé ” (comme dans un hôpital, le sol et les murs sont recouverts de carrelage blanc) en fin journée, lorsque tout a été nettoyé. Une porte coulissante peut, à tout moment, cacher la “ tuerie ” (c'est le terme utilisé par les ouvriers de l'usine¹⁸). Le corps sanglant du cochon entre, d'abord, dans l'énorme bac d'échaudage, où sa couenne est nettoyée dans l'eau bouillante, et après dans l'épileuse. Il en ressort, complètement transformé, prenant une couleur blanc-rose. Accroché de nouveau à la chaîne, il défile devant les différents bouchers de l'abattoir qui l'ouvrent et le vident de ses abats, l'examinent et mesurent le poids musculaire. Ensuite, la carcasse s'achemine vers le réfrigérateur où commence le processus de refroidissement de la viande, pendant 48 heures. Le refroidissement permet d'avoir une chair plus “ ferme ” et, donc, plus facile à découper : “ une viande flasque, affirme Michel Hénaff, ne peut pas être travaillée ”. Le désossage et le découpage de la chair sont réalisés dans un atelier froid. Cette opération nécessite un savoir-faire qui se rapproche de l'art du chirurgien, car elle requiert une connaissance précise de l'anatomie de l'animal et une grande dextérité. “ Une viande est plus saine et a un goût meilleur si elle est bien coupée dans les os ”. Une viande “ bien coupée ” est une viande bien désossée, qui n'a pas été morcelée : sa coupe a été faite d'une main ferme et décidée. Les techniques de l'atelier froid doivent être tenues secrètes, puisque ne peuvent y pénétrer que les bouchers découpeurs.

- 21 La chair une fois découpée, est mélangée aux épices. Cet assaisonnement est, depuis trente ans, réalisé par Germaine, la sœur de Jean-Jacques Hénaff, d'après une recette (un mélange d'épices) que son père lui a transmise et que seuls son frère Jean-Jacques et elle-même connaissent. De cet atelier, la chair animale ressort ainsi transformée et assaisonnée dans de grands bacs, prête à être mise en boîte. La mise en boîte, automatisée, est surveillée par des ouvrières en chemise et coiffe blanches.
- 22 Pour être transformées en conserve, ces boîtes sont ensuite acheminées dans une aile de l'usine plus éloignée où elles vont passer par la phase d'“ appertisation ”, c'est-à-dire une stérilisation à la chaleur, en vase clos, dans un autoclave. La stérilisation proprement dite est précédée d'une opération de contrôle, où est vérifiée la qualité du sertissage du couvercle sur la boîte. Une étanchéité imparfaite conduirait, en effet, à l'explosion de la boîte dans l'autoclave. Aujourd'hui automatisée et contrôlée par ordinateur, le contrôle du sertissage était précédemment réalisé au “ toucher ” (on passait l'ongle tout autour du serti). Regroupées en paniers, les boîtes sont introduites dans les autoclaves, installés dans une zone protégée par des barrières métalliques. Là encore, tout le processus de stérilisation est automatisé : le seul poste de travail est celui du surveillant, un homme chargé de vérifier, par voie informatique, la température et la pression de l'eau à l'intérieur de l'autoclave. L'opération d'“ appertisation ” est extrêmement importante car

elle achève le processus de transformation de la chair, commencé avec les opérations de découpage. C’est une opération complètement automatisée, où sont contrôlés les paramètres suivants : la température, qui doit monter régulièrement pour atteindre le “ pallier ” de 116°C, pour ensuite redescendre ; la pression, entraînée par l’augmentation de température (il faut veiller à ce que la boîte ne se déforme pas) ; le temps de stérilisation, qui varie en fonction de la taille de la boîte (la boîte d’un kilo reste quatre heures dans l’autoclave). Tout excès (de temps ou de température) compromet la réussite de l’opération, car “ la conserve est une matière vivante ” qui risque de devenir “ caramélisée ” (marron) si elle est trop stérilisée.

- 23 Après appertisation, les boîtes de pâté Hénaff passent à l’atelier d’emballage, où le travail redevient presque exclusivement féminin (quelques postes de manutention sont toutefois réservés aux hommes). Enfin, le pâté reste stocké dans le dépôt de l’usine pendant six semaines avant d’être expédié. “ Notre pâté mûrit pendant deux mois, comme un bon vin ”, dit Michel Hénaff.
- 24 Les emballages, la forme et les couleurs de la boîte de pâté méritent quelques commentaires, car ils rappellent ceux des conserves de poisson. La boîte de pâté Hénaff, “ la petite boîte bleue ”, ne peut être confondue avec celle d’aucun autre pâté. La boîte du pâté de jambon fabriqué par Larzul (une conserverie avoisinante) est jaune et rouge, couleur plus attendue pour une conserve de viande. Michel Hénaff vient d’ailleurs de sortir une recette où le pâté remplace le thon : les œufs durs sont farcis avec du pâté et de la mayonnaise. Si le lien avec la mer voisine (Penhors est à trois ou quatre kilomètres environ), protectrice des contaminations (on l’a évoqué *supra*), est rappelé par la couleur bleue de la boîte de pâté, ajoutons que la publicité d’Hénaff présente le paquet de six boîtes comme une “ provision de bord ”, sur fond de cabine de bateau.

Le pâté de porc, les autres conserves et le frais

- 25 L’ancêtre fondateur Jean Hénaff avait commencé son activité industrielle en mettant en conserve les petits pois, qui représentaient dans cette région la principale culture légumière. Cette production s’est arrêtée au début des années 1970, car la concurrence de l’Oise et de la Somme est devenue trop forte. Ces deux départements disposent de parcelles de terre très étendues (environ 100-150 hectares) sur lesquelles plusieurs batteuses peuvent avancer en même temps, permettant ainsi d’obtenir des coûts de production plus avantageux qu’en Bretagne, où, même après le remembrement, les parcelles restent, par rapport à ces départements, très petites¹⁹. La concurrence de l’Oise porte aussi sur la qualité, car son petit pois fin est préféré sur les marchés urbains au pois finistérien plus gros²⁰. Ce changement d’orientation correspond aussi à l’arrivée à la tête de l’entreprise de Jean-Jacques Hénaff (rappelons qu’il est l’un des petits-fils Hénaff) qui vient d’achever ses études de management aux États-Unis. Il met en place une “ nouvelle gamme ” de conserves. Soucieux de renouveler et d’augmenter la production, il cherche par ces nouveaux produits à atteindre de nouveaux consommateurs et à développer une politique exportatrice. En mettant en conserve d’autres viandes que celle de porc, il espère aussi pouvoir conquérir les marchés des pays de culture musulmane. Les nouvelles conserves sont des “ plats cuisinés ” (coq au vin, langue de bœuf, bœuf aux carottes, langue de porc cuite dans plusieurs sauces, émincé de rognon) et d’autres pâtés (pâté de jambon fumé, pâté de campagne, rillettes à l’ancienne, pâté de foie, mousse de canard et différentes terrines), mis au point par Michel Hénaff, frère de Jean-Jacques, qui s’est

formé dans une école de charcuterie et à l'école de la viande et de la conserve. Même si ces produits ne sont pas nouveaux sur le marché, Michel Hénaff nous dit qu'il a apporté des améliorations à ces recettes déjà connues pour en faire des produits “ Hénaff ”. Il ajoute aussi que ces produits sont l'objet d'un travail de “ recherche développement ” intense dans la cuisine-laboratoire de l'usine alors que cela n'est pas le cas du pâté pur porc. C'est une façon de dire que la recette du “ PPH ” (c'est ainsi qu'on appelle le pâté Hénaff à l'usine) est immuable.

- 26 Un nouveau produit se distingue du pâté de porc par sa boîte. Alors que la boîte de celui-ci est toujours ronde, la forme de la boîte de celui-là est variable : ronde, ovale ou rectangulaire. Si la couleur bleu est celle du PPH, les plats cuisinés et les autres pâtés sont mis dans des boîtes respectivement oranges et blanches. Outre la présentation, ce qui différencie les nouvelles conserves du pâté de porc c'est le mode de fabrication : on utilise alors une “ viande foraine ”, même quand la viande de porc entre dans la préparation : “ jamais on ne prélèvera de porcs de chez nous ”, nous dit Germaine Hénaff (sœur du directeur). On ne peut pas affirmer plus clairement le caractère unique de la boîte bleue, puisque, en conserverie, les porcs qui arrivent vivants et qui passent par l'abattoir de l'usine sont destinés exclusivement à la fabrication du pâté Hénaff. À la différence du pâté pur porc, qui, bien que produit national, est surtout consommé en Bretagne, les nouveaux produits, souvent ignorés des consommateurs bretons, sont plus “ globalisés ”, dans leurs ingrédients (qui viennent de partout) et dans la variété des marchés lointains qu'ils atteignent²¹. Ils marquent donc une rupture avec la tradition Hénaff d'une conserve préparée à partir d'un produit frais et local et dont la recette, inventée par le fondateur de l'entreprise, ne doit jamais changer. Ainsi le mode de fabrication des nouvelles conserves est constamment renouvelé pour pouvoir suivre au plus près la demande du marché. Le changement continu n'empêche pas que les derniers produits mis au point soient qualifiés de “ traditionnels ” ou “ à l'ancienne ” (pâté de foie, pâté de campagne traditionnel, rillettes à l'ancienne), pour peu certaines matières “ nobles ” (par exemple un certain pourcentage de lait frais) entrent dans leur composition. Ainsi les recettes du pâté de jambon ou du pâté de campagne évoluent, en pourcentage de gras, de textures et d'ingrédients, en fonction des goûts des consommateurs²². Même leur boîte d'emballage est continuellement modifiée, car “ l'on vend d'abord l'emballage ”, comme le dit le responsable de la fabrication de ces nouveaux produits. Alors que le PPH, dont on dit que c'est “ une énigme du marketing, un produit hors norme ”, ne doit pas changer, les autres produits, dont les recettes sont mises au point dans la cuisine-laboratoire, doivent être constamment “ adaptés à la demande des consommateurs et des distributeurs ”. Si l'adaptabilité est censée assurer leur survie, toutefois l'échec est possible et admissible : “ tous les produits ne réussissent pas ”, reconnaît le responsable du service commercial²³. Il s'agit donc de produits “ sans mémoire ”, sans identité, dont “ il n'y a plus de traces une fois qu'ils ont fait leur cours ”. Ils sont emblématiques des produits agro-alimentaires qui, à l'heure actuelle, ont “ une vie courte ” mais qui peuvent avoir un rayon de diffusion très large. Ce sont donc ces nouveaux produits, flexibles, qui permettent à la maison Hénaff de conquérir des marchés éloignés où le succès du pâté pur porc est loin d'être garanti. Ce dernier est un produit “ trop local ” pour pouvoir être exporté tel quel “ ailleurs ”. Lorsque le pâté devient un produit d'exportation, c'est l'un des produits Hénaff parmi les autres et non “ le ” produit Hénaff par excellence, comme on l'entend au niveau local. Ce n'est plus le produit fabriqué selon une recette ancestrale, mais un bloc de viande de porc dont on adapte la recette au goût du pays où on le diffuse. Ce n'est même plus, à

proprement parler, un “ pâté ”, qui reste de toute façon un produit trop français pour être exporté ailleurs. Dans les pays anglo-saxons, c’est un *chopped pork*, c’est-à-dire quelque chose que l’on tartine²⁴ où les éléments constitutifs, le gras, la gelée et la viande, sont mélangés, alors que le PPH présente trois strates bien distinctes de ces mêmes éléments. Malgré tous ces efforts, la responsable du service export reconnaît que le pâté pur porc reste un produit “ difficilement exportable ”, même dans les pays francophones, comme la Wallonie, où l’on consomme du pâté frais et pas de pâté en conserve.

- 27 Trente ans après l’introduction des “ nouvelles conserves ”, Hénaff va encore innover. Face à la crise de la “ conserve ”, dont la consommation diminue depuis les années 1970, en raison de l’arrivée du surgelé, la direction de cette entreprise a décidé de diversifier davantage sa production et d’introduire un nouveau produit qui pourrait, à première vue, apparaître en rupture avec la tradition de la conserverie. Il s’agit en effet de viande de porc fraîche présentée sous forme de palets ou de saucisses. Pour traiter le frais, il a fallu installer, au sein de l’usine, un autre abattoir, où les porcs ne sont pas épilés (comme les porcs destinés à la fabrication du pâté) mais “ sont dépouillés de leur peau, qui peut-être source de contamination ”. Il a fallu aussi créer un autre atelier où la chair animale est transformée “ dans la foulée ”. C’est un produit “ fragile ” qui présente des risques nouveaux, tout particulièrement celui d’une éventuelle “ rupture de la chaîne du froid ”. Toutefois, dans ce cas, la “ nouveauté ” ne rompt pas avec la tradition. En effet, le maintien de la qualité de la viande fraîche nécessite un contrôle continu de la température de la carcasse, une opération qui est aussi réalisée dans la fabrication de la conserve de pâté de porc. La production du produit frais mobilise donc un savoir-faire qui s’inscrit dans la tradition des métiers de chez Hénaff. Cette nouvelle fabrication est toutefois beaucoup plus exigeante que celle de la conserve : la crainte des contaminations, du “ pourrissement de la viande ” est telle que les règles d’hygiène sont particulièrement draconiennes. Aucune personne étrangère n’est autorisée à rentrer dans l’atelier du “ frais ”, un local que l’on cherche à préserver de toute impureté, et dont la température est celle du réfrigérateur (5°C). L’emballage du frais requiert de nombreuses précautions : la tenue des ouvrières — gants, masques, coiffes, combinaisons de couleur bleu ciel — fait penser à la tenue du personnel d’une salle chirurgicale.
- 28 Non seulement le produit frais hérite de savoir-faire mis au point pour le pâté pur porc, mais encore il partage avec celui-ci le même caractère de “ localité ”. Ainsi, les palets et saucisses frais de chez Hénaff sont produits avec les mêmes cochons utilisés pour le pâté de porc. Cette localité du “ frais ” est renforcée par la distribution et la consommation du produit qui est exclusivement bretonne : le risque d’une rupture de la chaîne du froid s’accroissant avec la distance, ces produits n’atteignent pas le marché parisien.
- 29 Le “ frais ” et la conserve de pâté “ pur porc ” possèdent donc de nombreuses caractéristiques communes : la matière première “ locale ” (pureté de la viande par la localité) ; la mise en œuvre de techniques de conservation par le froid (maintien de la pureté) ; une distribution exclusivement locale (le “ frais ”) ou surtout locale (le pâté), en tout cas non-globale. Le pâté de porc Hénaff est, après tout, une viande “ fraîche ” qui est “ mise en conserve ”. À la différence des plats cuisinés et autres conserves qui, préparés à partir de surgelé, marquent une rupture avec la tradition, la production de viande fraîche se place dans un rapport de continuité avec la tradition du pâté pur porc. Comme ce dernier, les palets et saucisses sont un produit entièrement Hénaff, conjuguant “ pureté ” et “ localité ”, sur lesquelles se construit la qualité.

Produire la pureté

- 30 Pourquoi une conserverie se met-elle à faire du “ frais ” ? Ce n’est certes pas pour conquérir des marchés extérieurs puisque, pour des raisons techniques, leur diffusion ne peut dépasser la Bretagne. L’investissement dans un produit local — il a fallu quand même s’équiper en machines, créer une autre chaîne d’abattage — contraste donc avec une politique visant à conquérir les marchés mondiaux. L’introduction du frais, limité au “ local ”, n’est donc pas un phénomène anodin. Il s’inscrit dans un discours sur la recherche constante du pur, du non-contaminé, que partagent les employés et la direction de Hénaff²⁵. Avec le pâté pur porc, le frais sert à construire l’image même de l’entreprise Hénaff.
- 31 Dans l’usine, tous s’accordent à dire que la conserve est un produit supérieur au surgelé. C’est un principe indiscuté, surtout d’un point de vue *sanitaire*. L’appertisation, nous dit Michel Hénaff, élimine radicalement la listéria, car “ plus de deux minutes à 70 degrés suffisent pour combattre ce microbe et nous stérilisons à 116 degrés ”. La listéria peut se développer, ajoute-t-il, dans la préparation des salaisons, quand “ les gens manipulent mal ”, laissant entendre que c’est ce qui peut se passer dans la préparation du surgelé. Enfin il souligne que les vitamines se conservent mieux dans la conserve que dans le surgelé. Son discours va donc à contre-courant d’une opinion assez largement répandue qui fait du surgelé un produit plus sain que la conserve²⁶. Pour lui, les défaillances dans le transport du surgelé (les remontées de température) passent inaperçues (autrement dit, le surgelé est trompeur), alors que la technologie de la conserve permet de suivre de près toutes les évolutions d’un produit, dans sa fabrication, sa maturation et son éventuelle décomposition lors d’une défaillance de l’opération d’appertisation/sertissage.
- 32 Faire de la conserve, c’est donc produire un aliment pur, en tout cas, plus pur que le surgelé. Faire du frais, c’est s’exposer aux risques de contaminations lors de la fabrication et de la distribution qu’éliminent, pour la conserve, le passage à l’étuve et l’enveloppe protectrice de la boîte. Donc, réussir le frais, c’est produire de la viande pure par excellence. Ce n’est peut-être pas un effet du hasard si le deuxième abattoir, réservé à la production de viande fraîche, a été construit à l’ouest des bâtiments préexistants, dans la direction de la mer, qui, comme on l’a vu plus haut, protège l’usine de l’impur. L’implantation spatiale des bâtiments peut donc avoir une signification symbolique quant à la recherche de la pureté. C’est ce que montre aussi la disposition des locaux de la chaîne de fabrication du PPH (de l’abattoir à l’atelier d’emballage, en passant par l’atelier de découpe et d’assaisonnement). Il s’agit de toujours progresser vers plus de pureté. Ainsi une viande désossée ne doit jamais retourner dans un local où sont stockées les carcasses (voire vers l’abattoir, qui est un local souillé), car cela compromettrait la qualité (la pureté) de la viande.
- 33 La purification de la viande passe aussi par le bien-être animal, c’est-à-dire le déstressage du porc. Ces porcs proviennent d’élevages industriels, que j’ai visités, où les animaux, vivant dans la promiscuité, développent une forte agressivité (ils se blessent, se dévorent la queue et les oreilles), à tel point que les éleveurs parlent d’animaux cannibales, ou d’animaux rendus sauvages²⁷. C’est un aspect que les gens de Hénaff connaissent certainement, mais qu’ils n’abordent pas. Or un animal stressé transforme son glycogène en acide lactique, ce qui donne un mauvais goût à la viande. “ L’animal stressé par excellence est l’animal chassé, dont la viande a un goût de sauvage et se conserve mal ”,

affirme Michel Hénaff. On comprend mieux alors que tout le travail accompli chez Hénaff, pour “ calmer ” l’animal (par des douches) et effacer la violence de la mise à mort, vise à purifier l’animal, en enlevant tout caractère sauvage à cette chair que nous allons consommer²⁸.

* * *

- 34 La conserverie Hénaff, une entreprise implantée depuis cent ans à Pouldreuzic, – productrice du célèbre pâté pur porc, consommé essentiellement dans le Grand Ouest – cherche à assurer son développement et sa survie dans un monde globalisé par l’innovation et la diversification. Les nouveaux produits qu’elle lance sur le marché, pâtés et plats cuisinés préparés à partir de viande foraine congelée d’une part, et viande de porc fraîche issue de porcs finistériens abattus sur place (comme le pâté pur porc), d’autre part, sont toutefois de nature très différentes. Le premier type de produit, destiné à l’export, est assez peu connu du consommateur régional ou français. Le deuxième type de produit, le frais, ne peut être transporté à longue distance et, de fait, il ne connaît qu’une diffusion locale. Nous avons montré dans cet article que la véritable rupture avec le passé de l’entreprise se situe dans la fabrication d’une conserve destinée à l’export et non dans celle de viande fraîche, production surprenante dans le cas d’une conserverie. En effet, la continuité entre la production du pâté pur porc et du frais réside dans le caractère commun des processus de fabrication et des savoir-faire. L’entreprise Hénaff ne produit pas que des conserves. Elle produit aussi du symbolique, dans l’agencement de ses locaux industriels (on a vu l’importance du positionnement par rapport à la mer), dans le discours des personnels de l’entreprise, dirigeants et employés. Hénaff cherche avant tout à produire de la pureté. Le rôle (symbolique) du frais, qui en raison des difficultés de fabrication est une viande de haute qualité, est de signifier que la conserve de pâté pur porc, – le seul vrai produit Hénaff –, est un produit pur, puisque, comme on l’affirme dans l’entreprise, “ le PPH c’est du frais mis en boîte ”. Même si la politique affichée de l’entreprise est celle d’une ouverture sur le monde, il est clair que la stratégie de survie de l’entreprise, au niveau symbolique, passe par une recherche de la pureté, qui ne peut être réalisée que dans l’enracinement.

NOTES

1. Angela PROCOLI, “ Le travail "pur" des faiseuses de l’adoption ”, dans *Anthropologie et société*, volume 24, n° 3, 2000 ; Angela PROCOLI, *Anthropologie d’une formation au Conservatoire national des arts et métiers. La fabrique de la compétence*, Collection Nouvelles études anthropologiques, Paris, Éditions l’Harmattan, 2001.
2. Claude FISCHLER, “ Éditorial : magie, charmes et aliments ”, dans *Autrement*, série mutations, n° 149, 1999.

3. Pierre-Jean SIMON, *La bretonnité. Une ethnicité problématique*, Terre de Brume, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1999 ; Ronan LE COADIC, *L'identité bretonne*, Terre de Brume, Rennes, Presses universitaires de Rennes, 1998.
4. Jean Pierre POULAIN, “ Goût du terroir, tourisme vert à l'heure de l'Europe ”, dans *Terrain*, n° 1, 1997, pp. 18-26.
5. Martin de LA SOUDIÈRE, “ Dis moi où tu pousses... Questions aux produits "locaux", "régionaux", de "terroir", et à leurs consommateurs ”, dans Nicole EIZNER [dir.], *Voyage en alimentation*, Paris, ARF éditions, 1995, pp. 155-166 (p. 158).
6. Louis-Pascal MAHÉ [dir.], *L'avenir de l'agriculture bretonne. Continuité ou changement*, Rennes, Éditions Apogée, 2000, p. 128.
7. Cette recherche s'inscrit dans un programme plus vaste traitant de la relation entre l'homme et l'animal d'élevage, la Bretagne occidentale (Finistère et Côtes-d'Armor) étant la première région de France pour l'agro-alimentaire. Une enquête dans une usine de transformation de la viande comme Hénaff se justifie dans la mesure où celle-ci permet de mieux comprendre le traitement de l'animal de rente. Les transformateurs et les consommateurs exercent en effet une forte pression sur le monde de l'élevage car la recherche d'une viande de “ qualité ” de la viande impose des choix dans la sélection animale (à travers l'Institut technique du porc) et des normes de “ bien-être animal ” (hygiène, conditions de vie).
8. Le rôle de la diaspora bretonne — liée à l'histoire coloniale française — dans la diffusion du pâté Hénaff mériterait aussi d'être analysé.
9. Renaud DULONG, *Le régionalisme en Bretagne*, Rapport d'enquête, Paris, École pratique des hautes études, septembre 1973, p. 90.
10. Edgar MORIN, *Commune en France, la métamorphose de Plodémet*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1967, p. 40.
11. Toutefois, en raison de la houle et du vent, les plages attirent une population de surfeurs et de véliplanchistes expérimentés.
12. Cela a été le cas, par exemple, de la conserverie William Saurin, autrefois entreprise familiale, et qui a été rachetée par divers grands groupes industriels et financiers : cédée d'abord au groupe Lesieur, puis au groupe Saint Louis, puis à Danone, puis encore à Paribas affaires industrielles, et enfin au groupe CCA en 2001.
13. Edgar MORIN, *Commune en France...*, ouv. cité, p. 43.
14. Jean LALLOUËT, “ Trois générations de Hénaff. Une recette qui défie les modes ”, dans *ArMen*, n° 2, 1986, pp. 2-17 (p. 2 et p. 6).
15. Jacques PINARD, “ L'avenir d'une région d'industries alimentaires anciennes : la Bretagne ”, dans *Hommes et terres du Nord*, n° 4, 1989, pp. 257-261 (p. 258).
16. Le blanc de l'Ouest est l'une des races qui n'ont pas été choisies par les industriels. Réduit à un petit nombre d'effectifs, c'est une race “ sauvegardée ” au sein du Parc régional de l'Armorique et que l'on retrouve souvent dans le cadre des élevages “ bio ”.
17. Yvonne VERDIER, *Façons de dire, façons de faire. La laveuse, la couturière, la cuisinière*, Paris, Éditions Gallimard, 1979.
18. Il ne faut peut être pas mettre dans l'expression tuerie trop de sentimentalisme. Tuerie pourrait être ici synonyme d'abattoir, sens que ce mot avait autrefois. Notons que dans le *Petit Larousse* de 1923, tuerie avait deux acceptions : carnage, massacre, abattoir. Toutefois, dans le *Petit Larousse* de 1991, seule la première est indiquée. Le sens ancien du mot pourrait avoir été conservé grâce au breton bigouden *an turi* (issu évidemment du français tuerie) qui désigne l'abattoir.
19. Aujourd'hui la taille des fermes du Finistère est de 20 ou 25 hectares.

20. Edgar MORIN, *Commune en France...*, ouv. cité, p. 122.

21. Selon des statistiques qui m’ont été communiquées par Jean-Jacques Hénaff, les ventes de conserves (chiffres bruts en tonnes et % relatifs) de pâté pur porc et d’autres pâtés/rillettes Hénaff se distribuent comme suit (septembre 2002) :

Conserves de pâtés Grand Ouest (5 départements bretons) Reste de la France Exportations Pâté pur porc

Total : 2 143 t. 1 500 t.

69 % 1 071 t.

(50 %) 642 t.

30 % 21 t.

1 % Autres pâtés/rillettes

Total : 1 285 t. 360 t.

28 % 231 t.

(18 %) 720 t.

56 % 205 t.

16 %

22. Les recettes, qui datent de 1981 (pâté de campagne) et de 1991 (pâté de jambon), ont été changées en 1999. Elles peuvent être modifiées si des évaluations gustatives effectuées auprès de groupes de consommateurs montrent que des améliorations sont souhaitables.

23. On retrouve le même type de “ logique ” dans le cas de cadres en formation, où leur capacité d’adaptation permanente (la flexibilité) est censée leur assurer la survie professionnelle : Angela PROCOLI, *Anthropologie d’une formation au Conservatoire national des arts et métiers...*, ouv. cité.

24. En revanche, en France le pâté a toujours été consommé comme hors-d’œuvre. Sa consommation en sandwich est une mode récente.

25. La quête de la pureté s’étend aussi au milieu des éleveurs des cochons hors-sol : Angela PROCOLI, “ Du risque de contamination à la recherche de la bonne distance entre l’homme et l’animal. Le cas du cochon hors-sol en Bretagne ”, à paraître dans *Terrain*, 2003.

26. Les conserves “ domestiques ” (celles de nos grands-mères) mal stérilisées pouvaient donner lieu à des empoisonnements mortels par botulisme.

27. Angela PROCOLI, “ Du risque de contamination à la recherche de la bonne distance... ”, art. cité.

28. Autres références bibliographiques : ASSEMBLÉE NATIONALE, *Rapport fait au nom de la transparence et la sécurité alimentaire de la filière alimentaire en France*, rapport n° 2297, enregistré à la Présidence de l’Assemblée nationale le 29 mars 2000 ; Florence BURGAT, *L’animal dans les pratiques de consommation*, collection Que sais-je ?, Paris, Presses universitaires de France, 1995 ; Jean-Pierre DIGARD, *Les Français et leurs animaux*, Paris, Librairie Arthème Fayard, 1999 ; Fañch ELEGOET, “ Une géographie des mutations de l’agriculture bretonne de 1955 à 1990 : diversité spatiales et trajectoires locales ”, dans *Cahiers économiques de Bretagne*, n° 4, 1992, pp. 1-36 ; Jean-François GOSSIAUX, “ La production de la tradition. Un exemple breton ”, dans *Ethnologie française*, tome XXV, n° 2, 1995, pp. 248-255 ; Jean-Jacques HÉNAF, “ Hénaff, adaptation d’une entreprise du Pays bigouden à son environnement concurrentiel ”, dans *Le Pays bigouden à la croisée des chemins. Actes du Colloque de Pont l’Abbé 19-21 novembre 1992*, Brest, UBO/CRBC, 1993, pp. 461-470 ; Paul HOUÉE, “ Mutations des campagnes bretonnes ”, dans *Économie et humanisme*, n° 279, 1984, pp. 7-30 ; Gérard LENCLUD, “ La tradition n’est plus ce qu’elle était ”, dans *Terrain*, n° 9, octobre 1987, pp. 110-123.

RÉSUMÉS

Le pâté de porc Hénaff reste l'un des aliments symboles de la tradition alimentaire bretonne. Suivant une recette centenaire, il est préparé à partir d'une viande fraîche de voisinage. Toutefois, dans un souci d'élargir sa présence sur le marché global, la direction a lancé depuis quelques années une nouvelle gamme de pâtés et plats cuisinés, produits à partir d'une viande foraine congelée. Plus récemment, rompant, en apparence, avec la tradition de la conserverie, Hénaff s'est lancé dans la commercialisation de viande fraîche (saucisses et palets de porc), fabriquée, comme le pâté pur porc, à partir de porcs finistériens, dont la diffusion se limite à la Bretagne. À partir de ces données l'article analyse la production symbolique d'un espace où sont préservées la qualité et la pureté par la recherche de l'enracinement, même si la politique affichée de l'entreprise est celle d'une ouverture sur le monde. À ce titre le frais et le pâté pur porc (" du frais mis en boîte "), qui apparaît comme la seule vraie conserve Hénaff, sont emblématiques de cette quête du pur par le local.

Angela PROCOLI, "Canned fresh meat": the case of canned pure pork Hénaff pâté

The Hénaff pâté remains one of the symbolic foodstuffs in the tradition of Brittany. The recipe is a hundred years' old and it is prepared from fresh meat reared in the neighbourhood. However, over the last few years, the management aiming at the world market launched a new range of pâtés and ready to serve dishes containing frozen meat of foreign origin. More recently, in an apparent break, with the tradition of canning, Hénaff began to market fresh meat (sausage and pork hamburger-style), manufactured, as its pâté predecessor, from the meat of locally bred pigs. From this data, the article describes a symbolic area of production where purity and quality are equated with roots in a well-defined area, even though the firm's proclaimed policy aims at the world at large. Along that line, fresh meat and the pure pork pâté ("canned fresh meat"), which appears as the only genuine Hénaff product, are typical of a quest for purity as equated to a well-defined geographic area.

INDEX

Index chronologique : XXe siècle

Index géographique : Bretagne