

Denis Woronoff, *Histoire de l'emballage en France du XVIII^e siècle à nos jours*

[Valenciennes], Presses universitaires de Valenciennes (Collection « Transports et mobilités »), 2014

Anne-Laure Carré



Édition électronique

URL : <https://journals.openedition.org/artefact/8085>

DOI : [10.4000/artefact.8085](https://doi.org/10.4000/artefact.8085)

ISSN : 2606-9245

Éditeur :

Association Artefact. Techniques histoire et sciences humaines, Presses universitaires du Midi

Édition imprimée

Date de publication : 10 mars 2016

Pagination : 262-263

ISBN : 978-2-271-08753-9

ISSN : 2273-0753

Référence électronique

Anne-Laure Carré, « Denis Woronoff, *Histoire de l'emballage en France du XVIII^e siècle à nos jours* », *Artefact* [En ligne], 3 | 2015, mis en ligne le 03 mai 2021, consulté le 12 mai 2021. URL : <http://journals.openedition.org/artefact/8085> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/artefact.8085>

Ce document a été généré automatiquement le 12 mai 2021.



Artefact, Techniques, histoire et sciences humaines est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale - Pas de Modification 4.0 International.

Denis Woronoff, *Histoire de l'emballage en France du XVIII^e siècle à nos jours*

[Valenciennes], Presses universitaires de Valenciennes (Collection « Transports et mobilités »), 2014

Anne-Laure Carré

RÉFÉRENCE

Denis Woronoff, *Histoire de l'emballage en France du XVIII^e siècle à nos jours*, [Valenciennes], Presses universitaires de Valenciennes (Collection « Transports et mobilités »), 2014, 223 p.

- 1 Cet ouvrage, attendu depuis longtemps, vient combler une lacune sur un sujet important de l'histoire économique que Denis Woronoff qualifie de « point aveugle de l'histoire des entreprises et du commerce » tant il a été ignoré par l'historiographie. En effet, si notre époque se soucie tant d'emballage – soit que nos sociétés de consommation en regorgent soit qu'il manque cruellement aux pays en voie de développement, renforçant leur précarité alimentaire –, l'auteur rappelle que l'enquête historique n'est pas aisée. Les archives sont rares et l'iconographie est une source indispensable dont Denis Woronoff tire un beau parti grâce à une lecture minutieuse de documents variés.
- 2 L'emballage pose de multiples questions et d'abord celle de sa définition. Que doit-on considérer comme emballage : papier, cagette, bouteille bien sûr, mais aussi valise ou conteneur ? Pellicule minuscule et éphémère, il peut aussi être un écrin coûteux, plus imposant que son contenu ! Sous cette variété de formes et de matériaux, l'emballage est présent à différentes étapes de la vie du produit, dès le lieu de production, pendant le transport, dans la boutique et chez le consommateur final. Il est donc aussi support de marque, de publicité et de réglementation.

- 3 Ces différentes facettes sont traitées dans l'ouvrage qui se divise en trois séquences logiquement articulées : *une protection nécessaire* (vers 1770-années 1830), à *l'échelle industrielle* (1830-années 1950) et *succès et excès* (des années 1950 à nos jours). Tous les biens de consommation, produits de première nécessité ou produits de luxe, y sont évoqués, ainsi que les métiers dans leur diversité. L'évolution des différentes filières techniques, bois, papier, verre, fer, puis aluminium et plastiques, est brossée à chaque séquence chronologique. Les rares innovations comme la boîte de conserve ou le blister pharmaceutique sont mises en perspective avec la permanence des matériaux anciens et des formes traditionnelles, bois des cagettes, verre des bouteilles, papier huilé, imprimé, ondulé...
 - 4 Cette histoire de l'emballage conjugue donc une histoire des produits et des matériaux d'emballage, mais elle rappelle combien l'emballage est avant tout le reflet de nos modes de vie et de consommation. En effet, à partir de la monarchie de Juillet, le développement du chemin de fer et celui des magasins de nouveautés puis des grands magasins transforment le secteur de l'emballage. De même, dans les années 1950, c'est la consommation de masse qui marque une nouvelle approche pour ce petit objet du quotidien. Les derniers chapitres insistent plus particulièrement sur les aspects réglementaires et sur la dimension publicitaire du « packaging », terme qui se généralise maintenant dans ce secteur industriel.
 - 5 Si la clarté et la qualité du texte font le plaisir de lecture, il faut encore souligner combien les illustrations, choisies avec soin, rendent la consultation de cet ouvrage agréable. Une bibliographie fournie le complète utilement.
-

AUTEURS

ANNE-LAURE CARRÉ

Musée des Arts et métiers