

Sardines nouvelle vague

Par Renault Stéphane, publié le 27/08/2008

Un vent de renouveau souffle sur la conserve bretonne, en particulier celle du petit poisson d'argent. Au point de rendre l'antédiluviennne boîte de sardines à l'huile furieusement tendance. Tour d'horizon d'une petite révolution littorale...

UN VENT DE RENOUVEAU SOUFFLE SUR LA CONSERVE BRETONNE, EN PARTICULIER CELLE DU PETIT POISSON D'ARGENT. AU POINT DE RENDRE L'ANTÉDILUVIENNE BOÎTE DE SARDINES À L'HUILE FURIEUSEMENT TENDANCE. TOUR D'HORIZON D'UNE PETITE RÉVOLUTION LITTORALE...



illustrées par des artistes, les boîtes de sardines n'ont plus rien de ringard aujourd'hui. Bien au contraire...

© C.Soller/ L'Express

Pratique

Penn Sardin 7, rue Le Breton, 29100

Douarnenez, 02-98-92-70-83.

www.pennsardin.com

A voir aussi : La nouvelle présentation resserrée de l'exposition L'Art de fixer les saisons au port-musée de Douarnenez, consacrée à la mise en conserve des produits de la mer. Un panorama historique, industriel et social, richement documenté.

Port-musée, place de l'Enfer (Douarnenez), 02-98-92-65-20.

www.port-musee.org

Autres temps, autres mœurs. Le classique des placards de nos grands-mères serait-il devenu un quasi-produit de luxe pour bobos ? Mieux, un objet déco en vogue, hissé au rang d'œuvre d'art pour sardinophiles avertis ? A en juger par les rayons des supermarchés et les présentoirs spécialisés des boutiques d'épicerie fine, le temps semble révolu où dame Sardine se contentait de sustenter les pique-niqueurs et de servir de bouée de sauvetage des en-cas du dimanche soir. Dorénavant, elle se doit de séduire les papilles les plus exigeantes, parée de ses plus beaux atours.

Pour s'en convaincre, il n'est que d'observer la mode des séries limitées millésimées. Sardina pilchardus Walbaum se décline désormais en

sardine d'argent, de saison ou de garde - le nec plus ultra - qui " se bonifie avec le temps comme les grands crus, à déguster à partir de l'année prochaine pour apprécier sa pleine saveur confite ". Un produit d'exception, mis en valeur par un packaging de plus en plus sophistiqué. Arguments de vente ad hoc, qui poussent jusqu'à la notion de " terroirs marins".

Au-delà de la marque, un gage de qualité qui assure le connaisseur d'être en présence d'un poisson travaillé à son meilleur - frais, pêché lorsque sa chair est la plus grasse - et " préparé à l'ancienne " : étêté et étripé manuellement, au couteau, séché, frit dans un bain d'huile (pendant 1 min 30, autrefois le temps d'un " Je vous salue Marie " !), égoutté puis mis en boîte entier, apprêté enfin dans l'huile d'olive vierge extra. Ultimes étapes : sertissage, stérilisation. Avant d'être affiné. En clair, une sardine pleine de saveur, qui promet d'être à la fois ferme et moelleuse. Pour les puristes : la vraie, l'unique. Fi des succédanés cuits à la vapeur !

Dès leur création, à partir du milieu du XIXe siècle, consécutive à l'invention par [Nicolas Appert](#) du fameux procédé de conservation des aliments, les premières conserveries ont compris tout le profit qu'elles pouvaient tirer de l'emballage.

Plus encore aujourd'hui - signe des temps et concurrence obligeant - dans un secteur où, par définition, il est impossible d'apprécier de visu la qualité du produit au moment de l'achat. Très tôt, la petite boîte en fer-blanc s'est révélée son meilleur support publicitaire. Rien d'étonnant donc à ce que celle qui fut à ses débuts l'apanage gastronomique d'une élite mondaine et voyageuse retrouve aujourd'hui le courant des bancs fréquentés par les huiles. A l'instar de la très germanopratine brasserie Lipp, qui sert la boîte de sardines millésimées Connétable à l'assiette (voir aussi le Bistrot des sables dans les Bonnes tables).



© J.-C. et D. PRATT/ PHOTONONSTOP/ AFP

Pour autant, la question subsiste : comment un mets, somme toute des plus simples, accède-t-il au statut envié de produit distingué ? Via de nouvelles recettes, mais aussi de nouvelles présentations passées sous les fourches Caudines des études de marché. Avec un impératif : se démarquer. Face à la pression de la grande distribution, d'aucuns ont ainsi fourbi leurs armes pour résister à une offre pléthorique. Et su trouver des " niches ", en jouant la carte du haut de gamme.

La conserve a regagné ses lettres de noblesse

Précurseur, Connétable lança le premier, au début des années 1990, les boîtes de sardines millésimées, illustrées d'œuvres d'artistes.

" C'était d'abord une opération de communication pour faire parler les journalistes ", reconnaît [Edouard Paulet](#), directeur de [Wenceslas Chancerelle](#), la plus ancienne conserverie au monde, à Douarnenez (45 millions de boîtes de sardines par an). Une idée originale, à laquelle d'autres se sont empressés d'emboîter le pas.

Plus récemment, la marque a lancé la gamme Héritage de Bretagne, " pour les bobos parisiens ". Des " recettes authentiques " pour un " plaisir raffiné et digeste ". Vendues dans un étui cartonné et mises en valeur dans des " pôles premium ". Un succès.

Fausse révolution de palais ? Comme la sardine, réputée capricieuse, le consommateur est enclin à vaquer vers d'autres horizons. Et à succomber au chant des sirènes concurrentes. Dès lors, pour l'appâter, rien de tel que la tradition dûment mise au goût du jour. Un constat que confirme [Bernard Hilliet](#), directeur de la Belle-Iloise, à Quiberon : " Dans les années 1960, il y avait 160 conserveries sur le littoral atlantique. Aujourd'hui, il en reste à peine une dizaine. Mais la conserve a regagné ses lettres de noblesse. On parle à nouveau de gastronomie, de plaisir. Pour cela, l'emballage est un formidable vecteur de communication. Nous cherchons à véhiculer des valeurs de qualité, de respect du produit. Mais aussi à exprimer de l'imaginaire. "

Savoir-faire et faire savoir. Ou comment créer une nouvelle image, au sens propre comme au figuré. Un virement de bord souligné par [Valérie Gonidec](#), responsable de la gestion commerciale de la conserverie familiale concarnoise les Mouettes d'Arvor : " Comme d'autres, nous avons essayé de rajeunir la marque. Les séries collectors attirent les collectionneurs et toute une clientèle qui va acheter avant tout un joli décor. Aujourd'hui, la sardine en boîte n'est plus du tout ringarde. Elle est même devenue très tendance. "

Jusqu'aux éditions limitées accompagnant les grands événements de la région : Filets bleus à Concarneau, Brest 2008, Temps fête sur Douarnenez, Les Arts dînent en ville... Après le bio, le label rouge, avec date de pêche et nom du bolincheur sur la boîte, l'ajout de la mention " riche en oméga-3 ", la gamme sans sel, dernières idées côté recettes : les sardines au beurre baratté, à poêler, les marinades, les filets sans peau ni arrête et... les sardines aux truffes. Du nouveau, quitte à surprendre. Sans jamais toutefois brusquer l'attente des amateurs. Car tous les professionnels en conviennent : une sardine dans une boîte ronde ne marchera jamais.