

DÉPARTEMENT DE LA MEUSE

L'IVRESSE DE LA BATAILLE

La consommation d'alcool
sur le front 14-18

EXPOSITION

du 1^{er} Juillet
au 1^{er} Déc.
2016

MUSÉE
DE LA BIÈRE
STENAY



- RICH/COM -

Entrée payante
museedelabiere.com



VERDUN
2016

Toutes les infos sur meuse.fr



Suivez nous !



Informations pratiques

Exposition du 1^{er} juillet au 1^{er} décembre 2016

Tous les jours de 10h à 12h30 et de 13h30 à 18h

Plein tarif : 5€

Tarif réduit : 3.5€

Gratuit pour les moins de 18 ans

Musée de la Bière

17 rue du Moulin

55700 Stenay

Tél. : 03 29 80 68 78

musee.biere@meuse.fr

www.museedelabiere.com

L'IVRESSE DE LA BATAILLE

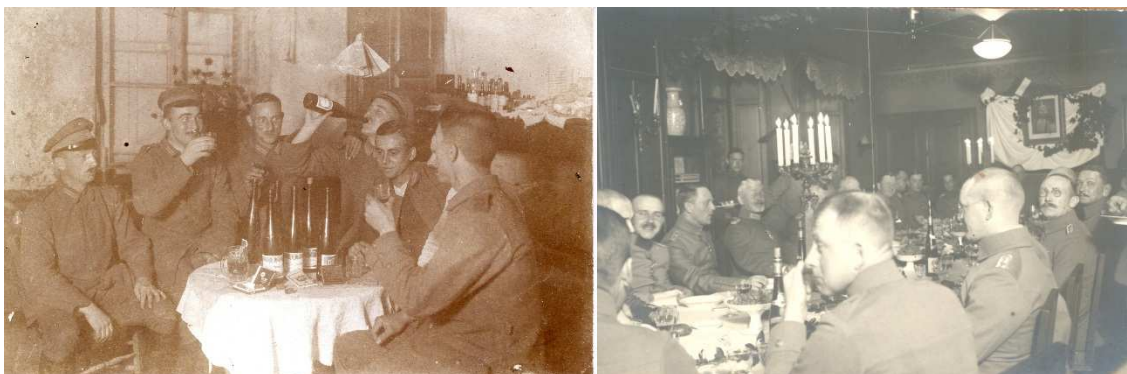
La consommation d'alcool sur le front

14-18

Une exposition au Musée de la Bière de Stenay
du 1^{er} Juillet au 1^{er} Décembre 2016.

Synopsis

À l'instar des courriers et de la nourriture, l'alcool prend une place importante sur le front pendant la Première Guerre mondiale. Dans l'enfer des tranchées, vins, bières et liqueurs sont fournis en masse afin de supporter les mauvaises conditions de vie, soigner les petits maux, entretenir la fraternité entre les hommes ou annihiler les esprits. Les autorités donnent également à certains alcools une dimension patriotique que ne possèdent pas les autres denrées alimentaires. Grâce à la présentation de collections privées inédites et d'objets du Musée de la Bière de Stenay, cette exposition souhaite nuancer les idées reçues. C'est l'histoire du « pinard » et de la « gniole » abordée à travers diverses thématiques : la consommation d'alcool sur le front, en particulier allemand, les processus de ravitaillement et de production ainsi que les impacts du conflit dans l'histoire de l'alcool.





Des collections privées et publiques

En complément des collections du Musée de la Bière, l'exposition bénéficie de prêts exceptionnels de collections privées meusiennes. Des institutions publiques, comme le Département de la Meuse via la collection Diors, les Archives Municipales de la Ville de Stenay et le Musée français de la brasserie à Saint-Nicolas-de-Port ont également contribué à l'élaboration de ce projet. Ainsi, de nombreuses pièces présentées, sont montrées publiquement pour la première fois en Lorraine.

Une scénographie didactique

La muséographie cherche à mettre en évidence les aspects sociologiques de la consommation d'alcool sur le front 14-18 pour ensuite approfondir la consommation de trois alcools : le vin, la bière et les spiritueux. Ces thématiques sont enrichies de supports de médiation numérique et notamment d'un extrait de la série à succès *Apocalypse – La Première Guerre Mondiale* produit par France TV.

Un espace de reconstitution permet également d'appréhender les situations durant lesquelles les soldats consomment de l'alcool sur le front.



Une publication

Des travaux de recherches ont été menés en amont de cette exposition afin d'approfondir ce sujet peu traité dans la bibliographie actuelle. L'apport des connaissances des collectionneurs privés a été à ce titre majeur. Il a permis l'édition d'un petit fascicule d'accompagnement à l'exposition largement illustré. La présentation de typologies, de documents inédits et d'une bibliographie permet d'approfondir les connaissances sur le sujet.

En vente 5 € à la Taverne du Musée de Stenay

Découvrir l'exposition

• Pour tous

Samedi 1^{er} Octobre – 17h

Conférence de Denis Mellinger

« L'Ivresse de la Bataille. La consommation d'Alcool sur le front 14-18 »

Denis Mellinger, co-commissaire de l'exposition, présentera ses travaux de recherches sur la consommation d'alcool sur le front 14-18.

Entrée gratuite

Samedi 12 Novembre – 17h30

Atelier dégustation « Dans la gourde des poilus »

L'exposition montre que la consommation des soldats ne se résume pas à du mauvais « pinard » ou de la mauvaise « gnole ». Tout un panel d'alcools était distribué sur le front. Certains sont encore produits de nos jours. Cet atelier dégustation souhaite vous faire goûter ce que consommaient vos ancêtres : Goldwasser, vin de myrtilles, alcool d'anis, bénédictine, etc.

Animation payante – réservation obligatoire

1^{er} Dimanche du mois – 15h (Septembre – Octobre – Novembre)

Visite guidée gratuite de l'exposition

• Scolaire

Atelier « Prévention Alcool avec les poilus »

A travers la mise en perspective de la consommation d'alcool des poilus, cet atelier permet aux élèves d'avoir une réflexion sur la consommation actuelle et les effets physiques et chimiques sur le corps humain.

Public visé : De la 6^{ème} à la Terminale

Durée : 1h30 à 2h

Lieux : Musée de la Bière

POUR ALLER PLUS LOIN



Les rations d'alcool

Avant la Première Guerre mondiale, l'alcool n'était pas toujours distribué gratuitement dans les armées. Il était seulement dispensé lors des grandes manœuvres ou à l'occasion de fêtes importantes. L'instauration de la distribution quotidienne en France du « quart de vin » à chaque soldat est contemporaine de l'apparition des mouvements « hygiéniste » et « antialcoolique » de la fin du XIX^{ème} siècle. Si leurs partisans condamnent les alcools d'industrie, ils épargnent, avec l'influence des viticulteurs, le « bon vin naturel » dont les bienfaits ne sont pas associés à l'alcoolisme. Tous les experts militaires s'emparent de ces observations et, dès 1914, les règlements des troupes françaises en campagne prévoient l'attribution quotidienne à chaque homme d'un quart de litre de vin et d'environ 6 centilitres d'eau-de-vie. En 1916, après deux ans de conflit, le poids de la guerre devenant insoutenable pour les

hommes et afin de conjurer les contestations, le Haut Commandement prend certaines mesures dont l'augmentation journalière à 50 centilitres de la ration gratuite de vin. Celle-ci atteint 1 litre en 1918.



Ravitaillement et fournisseurs

Dès le début du conflit, la distribution de la ration d'alcool journalière nécessite l'aménagement de moyens exceptionnels. En France, en 1914, 2,7 millions d'hectolitres de vin sont nécessaires chaque jour pour fournir un quart de litre à chaque soldat. L'intendance militaire chargée du ravitaillement regroupe les produits dans des lieux de stockage à proximité des réseaux ferrés où les alcools

sont classés, triés et contrôlés. Afin d'approvisionner les troupes sur le front, un effort national est demandé aux fournisseurs d'avant-guerre. Brasseurs, viticulteurs et fabricants de liqueur perçoivent le potentiel économique et commercial de cette subite augmentation des demandes et répondent massivement à l'appel. Les familles envoient également des colis parmi lesquels il n'est pas rare de trouver des fioles d'alcool. Par ailleurs, les soldats peuvent s'approvisionner sur leurs fonds propres, auprès des débits de boisson ou des cantines qui se multiplient dans la zone des armées. Les soldats y trouvent de nombreux compléments à leur ration quotidienne.



Le courage en bouteille

Pour tromper la soif et la faim et oublier les conditions de vie traumatisantes, les hommes boivent l'alcool qui leur est fourni. De cette manière, ils compensent la brutalité du conflit et l'expérience de la mort quotidienne. La consommation d'alcool des régiments de première ligne suit le rythme imposé par la guerre. Les premiers combats entraînent une consommation destinée à éloigner la peur et l'angoisse. Néanmoins, cette pratique

ne constitue pas le quotidien habituel des soldats. Les fantassins apprennent rapidement que leur

survie tient à la qualité de leur réflexe et donc à leur sobriété. La boisson est plus souvent un automatisme après l'assaut, une phase de décompression après les combats lorsque le soldat se retrouve dans des zones moins dangereuses. L'alcoolisation devient un bouclier artificiel qui permet de supporter la pression et la douleur des pertes. L'alcool apparaît également comme l'un des derniers recours pour mobiliser les hommes et remonter le moral des troupes. Une « alcoolisation incitative » est maniée par les autorités militaires. Il s'agit de donner du courage aux soldats avant la bataille, de les rendre un peu « gris » au moment de l'assaut. L'alcool leur est distribué pour donner la force de se battre et de tuer.



Soigner les maux

Un des premiers usages de l'alcool sur le front est celui du médicament revigorant. Cette perception est inscrite dans la société du début du XX^{ème} siècle. A cette époque, l'industrie invente et diffuse de nombreux distillats de plantes, utilisés en pharmacie pour leurs vertus diverses. Les soldats allemands et français ont massivement recours à ces produits pour soigner leurs petites blessures physiques. Les apéritifs et digestifs sont également les héritiers des boissons médicinales à base de plantes. Longtemps considérés comme des médicaments, ils entrent avec cette caution thérapeutique dans les pratiques courantes du XIX^{ème} siècle. Aussi appelés « amers d'estomac » ou « magenbitter » en allemand, ces alcools sont consommés par toutes les troupes pour leurs effets digestifs et apaisants.



L'alcool entre publicité et propagande

L'État français utilise la consommation de vin comme un élément constitutif du récit national fondé sur une rivalité centenaire avec l'Empire allemand. Le bon « vin naturel » devient le symbole de l'État français qui s'oppose à la civilisation germanique de l'orge fermenté et des alcools industriels. Cette « guerre des alcools », centrée autour de breuvages bien identifiés, permet de stimuler la cohésion des soldats et de distinguer l'ennemi. Le vin et la bière (ou le schnapps) différencie fortement le latin du german et réunissent chaque peuple autour de leur « potion magique ». Au-delà de la propagande étatique, ce type de publicité traduit les souffrances du front et surtout la douleur de l'éloignement. La boisson nationale entretient la nostalgie du territoire qu'il s'agit de défendre. Au quotidien, et particulièrement au sein des troupes allemandes qui combattent dans une contrée étrangère, de petits objets entretiennent le souvenir du « pays ». De nombreuses bouteilles d'alcool et étiquettes sont décorées d'images qui sont familières au soldat et cimentent son sentiment national : portraits de la famille impériale ou royale, héros militaires, dictons ou symboles victorieux.



Construire la fraternité

Le quotidien des soldats est construit sur des valeurs et des pratiques communes constitutives d'un « esprit de corps » : le partage, la solidarité et la fraternisation tissent les liens entre les hommes. Cette convivialité, créée entre autres par la consommation partagée d'alcool, s'inscrit plus largement dans la société fortement masculinisée de l'époque. Ces pratiques rappellent les rites initiatiques du XIX^{ème} siècle dans lesquels l'alcool codifie manifestement l'adhésion aux groupes masculins. De nombreuses situations impliquant le vin, l'alcool ou l'ivresse sont attestées sur le front. La joie de se savoir encore vivant passe par la consommation d'alcool pendant les temps de repos, le soir, devant une partie de cartes ou de quilles. Les soldats boivent pour fêter une promotion, le retour de permission, une bonne nouvelle ou encore se déguisent pour divertir leurs camarades. Il s'agit là de pratiques rituelles et intégratrices qui créent des moments de convivialité et de festivités.



Le vin

Dans les rangs français, le vin devient très tôt un des alcools les plus consommés. Produit de très gros débit, il répond parfaitement au ravitaillement à l'échelle industrielle imposé par la guerre. De mauvaise qualité, il est qualifié de « pinard » en référence au pinot, cépage couramment utilisé en Bourgogne, en Champagne et en Lorraine. Pour beaucoup de soldats venus du nord de la France, le vin est une nouveauté. Une fois la guerre terminée, ils garderont ces habitudes de consommation et populariseront la boisson sur l'ensemble du territoire. Contrairement aux discours propagandistes, les soldats allemands sont aussi de gros consommateurs de vin. Les normes de production ne sont cependant pas celles de la France. Les lois allemandes sont peu contraignantes et autorisent les mélanges et adjonctions de produits chimiques. Au début du XX^{ème} siècle, le Rhin, la Moselle, l'Alsace et la Bavière sont les plus gros producteurs de vin allemand et approvisionnent abondamment les armées. Les viticulteurs de ces régions conditionnent leur production dans des bouteilles au profil allongé, appelées « flûtes » à l'exception de la Bavière qui utilise des bouteilles en forme de « bourse de bouc ».



La bière

La consommation de bière est un véritable art de vivre dans les états allemands du XIX^{ème} et du début XX^{ème} siècles. Les soldats emportent avec eux sur le champ de bataille tout le folklore de la consommation de bière. L'un des plus gros producteurs d'avant-guerre, la Bavière, continue de brasser massivement pendant le conflit. Les six brasseries officielles de l'Oktoberfest de Munich envoient toutes leurs productions sur le théâtre des opérations. En France, l'activité des brasseries est très vite perturbée par les réquisitions de cuivre et de matières premières. La plus grosse part de la production brassicole d'avant-guerre se retrouve dès 1915 dans des territoires occupés par l'Allemagne. Les rares brasseries qui échappent à la

destruction sont occupées afin d'entreposer la bière importée d'Allemagne ou utilisées pour brasser selon la méthode allemande.



Les spiritueux

Un spiritueux est une boisson alcoolisée obtenue par distillation. Ce procédé de fabrication distingue les spiritueux des boissons alcoolisées produites par fermentation (bière, vin, cidre). Les spiritueux se divisent en deux grandes familles. La première, celle des boissons spiritueuses « simples », est plus couramment appelée « eau-de-vie » ou « schnaps » en allemand. La deuxième regroupe les boissons spiritueuses « composées » dont le goût est issu du processus de distillation mais également de substances végétales ajoutées. Comme pour le vin et la bière, l'eau-de-vie servie aux soldats pendant la guerre est souvent médiocre. Elle est popularisée en France sous l'appellation de « gnôle », terme à rapprocher d'un mot franco-provençal, « niöla », qui signifie « nuage » ou « brouillard ». La plupart de ces alcools sont bus dans des bouteilles de poche. Les spiritueux les plus consommés côté allemand sont les alcools de grains auxquels viennent s'ajouter diverses plantes ou épices. Parmi eux, les alcools de blé et les alcools de genièvre produits en cruchons dans la ville de Steinhagen en Westphalie sont les plus populaires.