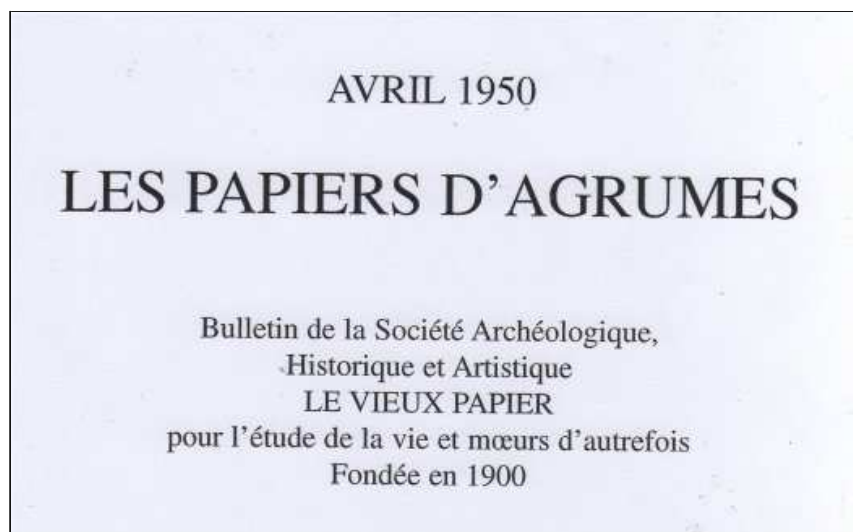


Legufru-labelofolie

Le site des légufru-labelophiles fous

Les papiers d'agrumes

(Avril 1950)





Les Papiers d'Agrumes

Le commerce des « agrumes » — mot que nous avons pris à la langue italienne, mais qui, au fond, est peut-être d'origine provençale et qui désigne d'un nom générique les oranges, les citrons, etc... (1) — ne date en France, et plus spécialement à Paris, que du second tiers du XVIII^e siècle.

Sans doute, le cédrat de Judée, *pomum aurantium*, était connu de Virgile ; sans doute aussi, vers 1150, la Sicile et la région de Séville plantaient leurs premiers limoniers ; sans doute enfin, dès le XVI^e siècle, Nice cultivait des oranges amères et des citrons qui, à titre de condiment, de bigarrades, prenaient place dans la grande cuisine française ; mais au grand siècle classique, les oranges étaient encore si rares dans nos régions que, pour plaire à la Reine-Mère, qui les adorait, Mazarin frettait chaque année un navire, confié au frère de Tallement des Réaux, qui gagnait Lisbonne et en rapportait un plein chargement. L'astucieux ministre rentrait d'ailleurs facilement dans ses frais en revendant la plus grosse part de la cargaison, sous un prête-nom, à la Foire Saint-Germain.

Les élégantes, qui avaient le notable avantage de posséder une de ces oranges, avant d'oser y porter la dent, l'emmenaient avec elles en promenade et jusque dans leurs réceptions mondaines. La *Lucrèce* du *Roman bourgeois* de Furetière (1666) n'estime pas que c'est trop d'une promesse de mariage pour envelopper le fruit qu'elle détient.

C'est en 1684, — et bien que les achats d'orangers aient commencé en 1675 — que Louis XIV fit élever à Versailles la première orangerie, imité peu à peu par les princes et les ducs, mais il s'avéra bientôt que les fruits qu'on y récoltait n'étaient point bons à la consommation.

Les essais de plantations méditerranéennes, au-dessous de ce 49^e degré de latitude qui marque la limite d'expansion des arbres de pleine terre,

(1) On trouve diverses études sur l'étymologie d'« agrume » dans la revue « Grand-gousier », de notre collègue le Dr Gottschalk (année 1938 : n° 5 et 1940 : n° 1 et 5). Nous le remercions de ses communications.

furent d'ailleurs gravement compromis par les terribles gelées de 1700, qui détruisirent la plupart des bosquets.

Les seules oranges mangeables que connurent les contemporains de Boileau, lui-même fort amateur de la soupe aux citrons et jaunes d'œufs, venaient, comme nous l'avons vu, du Portugal, dont la production parvenait, relativement vite, par mer, au Havre de grâce.

Dans ses *Tableaux de Paris*, parus à partir de 1781, Louis-Sébastien Mercier nous entretient avec enthousiasme du « commerce nouveau », « car », dit-il, « il y a quarante ans ces belles pommes d'or étaient rares en France et se vendaient vingt sous pièce ».

Il nous en parle surtout lorsqu'il nous décrit le Pont-Neuf. En effet, les « orangères », qui font pyramider ces « belles pommes du jardin des Hespérides, qui semblent être les fruits du jardin du bon Henri », se tiennent face à la statue, à l'entrée de la place Dauphine. L'auteur se réjouit de ce qu'alors, grâce à la multiplicité des échanges, ces fruits « aussi beaux que salutaires » arrivent par milliers et qu'on puisse en manger tout l'hiver, car « les acides doux conviennent très bien aux habitants de la capitale, en ce qu'ils corrigent toute putridité ». C'est grâce à cette médecine « qui ne rebute ni le goût ni l'estomac » qu'il s'est guéri « d'une espèce de consommation ».

Mais le chroniqueur ne se limite pas à des observations d'hygiène alimentaire. En peintre, il remarque que « quelquefois la neige couvre les toits sous lesquels les oranges se vendent et que ce contraste paraît les rendre plus agréables à la vue ». En musicien, il note que dans la clameur confuse des cris de Paris : « Portugal ! Portugal ! » a trouvé sa place entre : « Voilà le maquereau qui n'est pas mort, il arrive ! » et le fameux : « Voilà le plaisir des dames ! » (1). Les vendeurs de tisane, qui veulent avoir la vogue, mêlent au réglisse de leur fontaine des tranches de citron, Mercier nous en informe. Enfin, et comme pour se justifier, il n'omet pas de nous faire assavoir que Monsieur de Voltaire, lui-même, lors de son retour triomphal à Paris, s'est émerveillé de cette multiplication imprévue des marchandes d'oranges.

Célébrer l'acidité des pommes d'or nous semble un singulier trait de louange, mais il n'y a aucune ironie chez le mémorialiste : c'est que, pour leur permettre d'arriver en bon état, les producteurs d'alors n'expédiaient au loin que des fruits cueillis verts, ceux de la deuxième récolte qui s'opère généralement en décembre. Quant aux agrumes de printemps, les plus doux, ils ne se consommaient que sur place et demeuraient inconnus des Parisiens.

••

A peu de chose près, la situation s'est prolongée durant tout le XIX^e siècle. Les oranges, surtout en province, restaient une rareté acidulée.

J'ai connu ainsi une très vieille femme qui conservait sous globe, à côté de sa couronne de fleurs d'oranger, une des deux oranges qu'on lui avait offertes le jour de son mariage. Seules alors, les « oranges du Limousin », vulgo : pommes de terre, étaient sur toutes les tables.

Du temps de Napoléon III, l'orange (2) et le citron coûtaient quatre

(1) Parmi les « Cris de Paris » que le Comte de Caylus grave d'après les dessins d'Edme Bouchardon, figure « la marchande d'oranges », portant sur le ventre un plateau d'osier chargé de fruits ronds.

(2) « L'orange fait penser au bon chien de Nivelles.
Son jus s'en va quand on la pèle ».
rimait Briollot (dit « le citoyen Coqueliquot »).

à cinq sous, ce qui était l'équivalent du prix d'un litre de bon vin. Hors le budget d'étrennes, publié par « L'Eclipse » du 10 janvier 1868 :

« A la fille de notre portier : une orange..... 0 fr. 20 »,

un fait d'histoire littéraire en fait foi : la critique véhémement adressée par Maxime du Camp à Flaubert parce que « Madame Bovary » dépensait



mensuellement 25 francs de citrons pour soigner ses mains : « C'est beaucoup trop ! cela fait un cent de citrons ! ».

Puisque nous en sommes aux particularités littéraires et linguistiques, relevons encore que le « Larousse » du XIX^e siècle ne connaît sous le nom « agrume », qu'une espèce de prune employée pour faire les « pruneaux d'Agen ». C'est aussi pendant ces cent ans que « limonier » a cédé définitivement le pas à « citronnier » ; que « l'orangine », encore défendue par les Goncourt, a été remplacée par « l'orangeade » ; et que les botanistes ont certifié, sans rire, que l'« oranger » est le seul et exclusif végétal du genre « citrus ».

Lorsque nous remontons dans les plus anciens de nos souvenirs d'enfant, nous retrouvons les oranges attachées aux jours fastes de Noël et du Jour de l'An.

La Valence, « *la belle Valence* », (car l'Espagne avec le parachèvement du réseau ferroviaire, avait détrôné le Portugal), se vendait les soirs d'hiver, sous les portes cochères, dans la lueur jaune d'une lampe à verre bulbeux. Assis autour des sapins illuminés, les enfants sages, en attendant minuit, recevaient un pain d'épices glacé et des oranges. Oranges toujours si acides que lorsqu'elles étaient remplacées par des « *mandarines* » chargées du prestige de tout l'Extrême-Orient, le sourire contraint des enfants sages cédait à un vrai sourire de jubilation. Le raffinement semblerait bien mince aux garçonnets et aux fillettes d'aujourd'hui.

••

La coutume d'enrober les agrumes dans un papier de soie est récente. Plus récent encore l'usage d'imprimer une vignette sur le papier. Il remonte, semble-t-il, — et l'on peut déplorer l'imprécision qu'offrent les souvenirs des importateurs — à la veille de ce qui fut nommé « *la Grande Guerre* », et peut-être même seulement aux premiers mois de 1915.

Le seul document certain qu'on puisse verser aux débats m'a été signalé par notre ami Thiébaud, qui pour n'être ni prince ni argien, n'en est pas moins « *l'Argus* » du « *Vieux Papier* » :

Notre « *Bulletin* » de Janvier 1917, dans la partie « *Variétés* », et sous la signature P. F., signalait, d'après un journal espagnol, que le consul allemand de Valence refuserait désormais tout sauf-conduit aux navires ibériques qui transporteraient des marques d'agrumes « *servant la cause des Alliés* ». Telles, celles portant les figurines « *Roi de Belgique* », « *Prince Léopold de Belgique* », « *Jellicoë* », « *Lors Kitchener* », « *Banderas de los Aliados* », « *Miss Cawell* » (1), enfin, un groupe où la Reine d'Espagne, d'origine britannique, était placée à côté d'Alphonse XIII. La communication était illustrée par la reproduction d'une marque mandarine de 1916 représentant le faisceau du lecteur entre les initiales de la République Française, le tout entouré de lauriers.

Si l'initiative commerciale de décorer le papier semble avoir appartenu à l'Espagne, l'Italie ne tarda pas à suivre sa rivale, et après 1918, plus spécialement entre 1920 et 1935, se situe l'âge d'or de la production des vignettes.

Celles-ci relèvent, disons-le aussitôt, des meilleures traditions de l'imagerie populaire, étant conçues par des artisans qui veulent aider à la diffusion des produits d'un négociant en cherchant à plaire à la population d'un Etat ou d'une région du globe. Ils lui présenteront soit des thèmes qui flattent son amour-propre ou célèbrent ses gloires, soit des sujets qui l'amuse ou lui plaisent par leur couleur. Le même désir de séduction se retrouvera dans les inscriptions : « *Vive les Alliés* » porte la sanguine destinée à la France de 1918, si « *Welt meister* » est réservé aux Berlinoises de 1938. La bonne volonté y remplace souvent les connaissances linguistiques : « *Todos va mieux* » proclame l'une, et l'autre « *Cette orange a été couillie pour vous* » ; mais, après tout, ce français de génisse andalouse ajoute à la couleur locale et amuse les collectionneurs.

(1) Hélas, la plupart de ces « *incunables* » du papier d'agrumes, ont disparu, sans laisser de traces.

Ceux-ci étaient fort peu nombreux lorsque, en 1932, M. Jean Selz publia, dans le N° 28 de la revue « *Arts et Métiers graphiques* », une étude courte, mais abondamment illustrée qui révélait aux curieux quel intérêt s'attachait à la glane des papiers d'agrumes. Cet article faillit créer des vocations d'agrumistes, mais s'il détermina quelques amateurs à tenter



le ramassage, la plupart d'entre eux ne poursuivirent point leur effort, si bien qu'à l'heure actuelle on peut compter sur les doigts les collections de quelque importance, c'est-à-dire dépassant le millier, alors qu'on peut admettre que le total des vignettes différentes publiées jusqu'à ce jour se situe entre cinq et huit mille.

Le nombre ne surprendra que pour autant qu'on n'aura pas songé aux fluctuations du goût, à la multiplicité des événements dont on a espéré tirer profit, et au fait que certains producteurs usent de huit ou dix marques, de couleurs ou de dessins différents, selon les espèces d'oranges (navels, sanguines, ovales, sans pépin, etc...) et les qualités des citrons.

••

La guerre civile espagnole avait déjà porté un coup très sensible à la génération des images nouvelles ; la guerre de 1940, l'occupation, la hausse mondiale des frais d'impression, la taxation française qui imposa un prix unique aux familles d'agrumes quelle que soit leur qualité, joints à une transformation du désir des fruitiers qui préférèrent les fruits calibrés aux fruits racés, ont presque ruiné en 1947-1948, au moins dans notre pays,

un usage qui ne demandait qu'à renaître, car mis à part les avantages de la publicité, l'emballage individuel des fruits peut seul éviter que la pourriture ravage des caisses entières, en même temps qu'il assure la propreté continue des produits.

La situation en 1950 s'est bien améliorée. On a vu reparaitre les papiers d'agrumes à vignettes, si le coût de l'impression est cause de la multiplication de papiers blancs.

On doit pourtant signaler que les producteurs algériens, qui tiennent de plus en plus une place prépondérante sur notre marché, après avoir d'abord suivi le mouvement général, ont renoncé à envelopper les agrumes, dès avant la crise de 1928, lorsque les oranges vendues 0 fr. 50 à Paris ne leur étaient payées que 0 fr. 13. Les territoires nord-africains poussent à la généralisation de la tendance moderne qui se contente de coller une étiquette plaisante sur les caisses et de maculer les écorces d'un timbre gras portant le nom, ou les initiales, de l'expéditeur.

Si cette tendance se développait, il deviendrait inutile de courir les Halles, les épiceries et les voitures de quatre-saisons.

Le demi-quarteron des vieux agrumistes regretterait le bon temps où il suffisait de tendre la main pour ramasser des figurines venues, non seulement d'Espagne et d'Italie, mais de Chypre, du Brésil, de la République d'Equateur, des Etats-Unis, etc...

Sans doute, la plupart de nos marchands des faubourgs arrachent tous les emballages, aussitôt les caisses ouvertes, car la clientèle parisienne, méfiante, n'aime point acheter sans voir ce qu'elle achète : « *L'habit ne fait pas le moine* » est, un de nos plus anciens proverbes. Mais en Italie, par contre, la « *carta* », c'est ainsi que nos voisins nomment le papier d'entourage, la « *carta* », souvent rutilante et toujours agréable, fait vraiment vendre le fruit, à tel point (le trait nous a été rapporté, il y a bien longtemps, par M. Magnien, notre collègue lyonnais, qui lui aussi collectionnait) que dans quelques magasins de Vérone ou de Venise, de rusés commerçants encadrent leur étal de boîtes remplies de boules de foin habillées de ces cartes prestigieuses, oranges fantômes, mais réclame « *di primo cartello* ».

Il est vrai que ces papiers italiens sont parmi les plus séduisants que l'on puisse trouver, et par la taille, et — nous l'avons déjà indiqué — par la vigueur du coloris.

Les papiers espagnols sont surtout remarquables par le fini de l'impression et la diversité des sujets. Ils constituent la base principale d'une collection : 50 % environ.

Les papiers de l'Afrique du Nord, dessinés au trait et tirés en rouge, étaient touchants de naïveté, mais manquaient d'invention. Ceux du Transvaal et de l'Amérique du Nord, bruns le plus souvent, rivalisent de lourdeur et de sécheresse. Ceux de l'Amérique du Sud font un notable effort pour présenter le visage souriant de leurs frères latins.

Quelques agrumes portent des adresses françaises, mais ce n'est là qu'une astuce de vendeur, qu'une naturalisation trompe-l'œil : ils sont originellement espagnols, quelle que soit la virtuosité de nos imprimeurs sur « *mousseline* » et celle de nos papetiers.

♦♦

On aimerait connaître les noms des éditeurs et des modelistes. Hélas ! les images sont, en règle générale, anonymes, qu'elles sortent des ateliers de Beyrouth, de Rio de Janeiro, de Carcagente ou de Valence.

Nous ne connaissons guère, concernant les artistes, que deux exceptions : « la Poulbot », signée comme il se doit par l'artiste montmartrois et certaines épreuves anciennes du « *Heraldo de Carcagente* », elles aussi signées, mais de façon illisible.

Les Italiens se singularisent en indiquant souvent le nom des officines de Palerme, de Catane, de Naples, « *Aurora* », « *Campione* », « *Falsetto* »,



« *la Vittoria* », « *la Cartotecnica* », spécialisées dans la production des vignettes.

Elles sont imprimées à la rotative, sur le rouleau continu d'un papier proche du papier à cigarette et que les exportateurs d'au delà des mers n'ont pas encore réussi à imiter. Puis la longue bande est coupée en feuilles de 50 sur 75 centimètres. Le sujet s'y trouve répété six, huit ou dix fois, d'où la largeur différente des marges. Les grandes feuilles sont serrées en paquets et expédiées aux producteurs qui, semble-t-il, chacun pour son compte, les recourent au massicot et assurent l'enveloppement des fruits. Celui-ci, au moins pour les oranges, et si surprenant que cela puisse paraître, est fait à la main, la machine ne sachant envelopper qu'à la manière des papilotes, les bouts tournés en sens inverse. De pauvres vieilles, peu ou point payées, après avoir, la veille, mouillé les papiers, à l'exception d'un angle par où elles les prennent, replient les deux bords de la feuille sur le fruit, puis,

saisissant dans les doigts les extrémités libres, le roulent le long de la cuisse. Cinq femmes arrivent, en une journée, à jeter dans les couffins où elles sèchent, plus de quatre tonnes d'oranges.

M. Jean Selz croyait pouvoir affirmer que 40 % des papiers d'agrumes étaient édités en trichromie, bleu, jaune et rouge ; 20 % en bleu et rouge ; 20 % en or et rouge, or et jaune, or et bleu. Ces proportions sont contestables et changent selon les époques : l'Espagne royaliste et nationaliste a multiplié les or et rouge, les républicains y avaient volontiers ajouté le violet. Les impressions en quadrichromie ne sont pas rares, non plus que les monochromes d'un prix de revient inférieur. En fait, la palette employée est d'une extrême richesse.

••

Aussi incontestable est la diversité des figurines, car, contrairement à ce que l'on peut supposer, les marques purement typographiques sont relativement peu nombreuses, moins de 20 %. Les 80 % restants abordent tous les sujets : ici, la scène capitale d'un opéra ; là, un chapeau haut de forme (celui de l'Oncle Sam) ; à côté, un avion, une orange triomphant dans un ciel d'étoiles ; plus loin, Adam et Eve, la photographie du fils de la maison, brassard de premier communiant au bras ! des animaux (du gorille à l'huitre), des cartes à jouer, le Maeneken-piss, Victor-Emmanuel « premier soldat d'Italie »... Rien de ce qui est humain n'est étranger aux agrumes.

Le premier danger qu'offre une telle masse de documents hétérogènes, c'est de déborder le collectionneur.

Notre ancien collègue, M. Langlassé, qui fut sans doute le premier en date des agrumistes, mais qui s'occupait de trop de collections pour avoir ramassé tous les incunables aujourd'hui disparus de notre spécialité, — à la mémoire de qui pourtant je tiens à rendre l'hommage qui est dû aux précurseurs, — M. Langlassé avait tenté de les classer par lieux d'origine.

Nous croyons, et nous nous sommes trouvés d'accord avec ceux des agrumistes que nous connaissons, que mieux vaut classer par sujets. Le classement par lieux d'origine, s'il peut intéresser l'économiste, est sec, ne frappe ni les yeux ni l'esprit, et même est incomplet et incertain, car près d'un dixième des images n'a point d'état-civil.

Ce n'est pas dire qu'il ne faille jamais tenir compte des villes d'où proviennent les agrumes. Grâce à elles, on peut établir un ordre alphabétique qui est d'un puissant secours à l'intérieur de certains groupes, tel celui des « écussons », tels ceux des « motifs graphiques purs », qui, sans cela, demeureraient inextricables. Mais cet ordre alphabétique doit demeurer soumis autant que possible à des considérations plus pittoresques.

L'avantage principal du classement par sujets est de faciliter peu à peu la naissance de groupes plus étroits, autour de thèmes plus précis, et en conséquence plus curieux et plus intéressants.

••

Nous avons ainsi réparti notre actuelle collection de quelque 4.500 pièces en 55 catégories différentes, que nous allons faire connaître, à simple titre d'indication, dans le dessein de montrer quelle est la variété des sujets traités, dans le désir de faciliter les débuts des collectionneurs éventuels.

On s'étonnera peut-être de la façon inattendue dont nous avons dressé

notre liste. Ce n'est pas simplement pour surprendre qu'elle est telle qu'elle se présente :

Il est particulièrement intéressant de placer en tête les centres d'intérêt nouvellement créés, afin qu'ils soient alimentés de préférence lors de l'acquisition de pièces inédites ; mais, pour ne pas avoir à modifier continuellement



le numérotage des catégories anciennes, nous avons soin de laisser à celles-ci les premiers chiffres.

Lorsque rentrera un papier nouveau, il suffira de consulter la liste pour inscrire sans hésitation dans un angle, avec le millésime, le numéro du dossier où il trouvera sa place. La seule précaution à prendre est de classer toujours, et d'autorité, la figurine qui peut comporter divers thèmes, dans la rubrique de rang le plus élevé : ainsi, un écusson couronné sera classé à « écussons » (N° 36) plutôt qu'à « couronnes » (N° 30), tandis que la croix (N° 27) surmontée d'une couronne (N° 30) sera classée à « couronnes ».

Il va sans dire que ces groupes ne sont pas d'importance numérique égale. L'un, le 54^e par exemple, ne compte guère qu'une quinzaine d'exemplaires, l'autre, le 29^e, dépasse largement la centaine.

Nous ferons suivre les rubriques de la lettre R quand elles sont riches, de la lettre P quand elles sont peu nombreuses, de la lettre A quand il est nécessaire de les reclasser intérieurement par noms de pays, puis de villes d'origine.

- 56. —
- 55. — Gloires et renommées.
- 54. — Médailles (P).
- 53. — Dieux et Saints.
- 52. — Guerre 1914-1918 (P hélas !)

