

Un indicateur social

La consommation de café en RFA et RDA

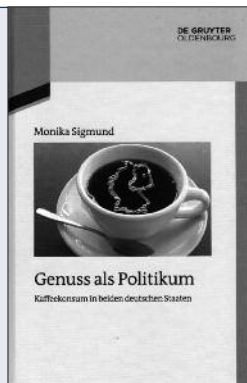
Marie Baumgartner*



L'histoire de la consommation de café en Allemagne est considérée de plus en plus comme un élément de l'histoire de la société et de la civilisation. Pourtant, dans la plupart des études, la consommation du café ne joue qu'un rôle secondaire, alors que le café lui-même fait l'objet de nombreuses publications.

Wohlstandsindikator Kaffee

Im individuellen wie im gesellschaftlichen Selbstverständnis hatte Kaffee im geteilten Deutschland, zwischen Währungsreform und Wiedervereinigung, einen hohen Wert. Die Bundesbürger kritisierten Produktionsbedingungen in der Dritten Welt, in der DDR reichte eine Verschlechterung der Kaffee-



qualität, um massenhafte Konsumentenproteste zu provozieren, was zugleich eine Legitimationskrise des SED-Regimes bedeutete.

Die Historikerin Monika Sigmund zeigt in ihrem Buch, dass Kaffeegenuss in beiden deutschen Staaten weit mehr als ein privater Akt war.

Red.

Dans les deux états allemands, après des années de guerre et de restrictions, de rationnements et de produits de substitutions, la consommation de café en 1945 avait valeur d'indicateur social pour traduire le sentiment de justice et de légitimité ainsi que le cadre de la normalité et du bien-être au sein de la société. Les nombreuses études sur le café, indépendantes les unes des autres à l'Est et à l'Ouest, ne comptent pas moins de 15 000 titres sur la culture, la fabrication et la consommation de café, ainsi que son importance sociale, culturelle et médicale – pourtant, il n'existe pas de monographie sur l'histoire du café en Allemagne et la comparaison interallemande n'a jamais fait l'objet d'une étude commune.

Le travail de Monika Sigmund, axé surtout sur la publicité et le design, comble donc une lacune. Il n'y a pas non plus d'étude sur l'importance du café pendant la guerre, même si l'on sait que les troupes américaines pendant la Première Guerre mondiale étaient équipées de torréfacteurs à tam-

bour pour fournir un café frais aux soldats. Dès la campagne de 1949 pour l'élection des premiers députés du *Bundestag*, une affiche commune du parti chrétien-démocrate et du parti libéral présentait la réforme monétaire de 1948 (avant même donc la fondation de la République fédérale) comme le succès de ces deux partis, avec une partie sombre dans laquelle le mot café était associé au vocable *Ersatz* et une partie plus lumineuse et en couleurs dans laquelle tous les produits de consommation remplissaient le panier des ménagères – sauf le café. Car la promesse de remplacer le *Kaffee-Ersatz* par du bon, du vrai café, symbole de luxe au même titre que les cigarettes et le vin pétillant, restait encore en 1949 peu crédible.

Les Allemands de l'Ouest buvaient cette année-là 168,4 litres de *Muckefuck* (à base d'extraits de plantes torréfiés et moulus comme du café), contre 57,8 litres de vrai café (et 28,3 litres de bière et 18,5 litres de thé). Face à la montée des prix, beaucoup avaient recours au marché noir et à la

* Marie Baumgartner est journaliste.

contrebande. La baisse des impôts en 1953 aura pour conséquence de faire croître les ventes de 36 % et d'augmenter la consommation légale par habitant, sans pour autant causer véritablement préjudice au marché noir. Les Allemands (de l'Ouest) buvaient donc davantage de vrai café, sans renoncer pour autant à l'*Ersatz*, bien moins cher. L'annonce en 1959 de la production d'une graine synthétique, qui ressemblerait à celle du café et aurait la même saveur et les mêmes propriétés, a certes inquiété les importateurs pendant un certain temps, mais les consommateurs ont vite boudé l'innovation.

Il faudra encore de nombreuses années pour que les retraités et les familles peu aisées puissent se payer le luxe, rare, d'un bon café ; leur consommation mensuelle passera tout de même de 22 à 81 grammes entre 1952 et 1956. Les slogans publicitaires traduisent cette lente évolution : *Edu-scho* par exemple vantera sa nouvelle marque, lancée en 1959, en la qualifiant de « *café des jours fériés* », et la revue des négociants en café demandera à ses revendeurs d'accrocher chaque samedi cette pancarte : « *Demain, c'est dimanche ! N'oubliez pas le café en grain !* ». Les statistiques soulignent le phénomène : à Noël, les Allemands buvaient 20 à 25 % de plus de café que les jours normaux. Et le café en grain deviendra bien vite un cadeau qui s'imposera dans les familles pendant des décennies.

Le café en Allemagne de l'Est

La réforme monétaire dans la zone d'occupation soviétique, note Monika Sigmund, n'a pas eu d'impact sur l'économie et encore moins sur la consommation de café. Le plan quinquennal socialiste n'a pas mis fin au rationnement et dans la recherche des produits de consommation de première nécessité définis par le régime, le café n'avait pas sa place. Des accords d'importation seront certes signés avec la France et la Belgique au lendemain de la guerre, mais les firmes ne les respectant pas, les premières ventes officielles de café en RDA datent en réalité de 1951, à raison de 205 tonnes, soit une moyenne de 11,2 grammes par an et par habitant, donc un peu plus de deux tasses sur toute l'année 1951, avec une progression les an-

nées suivantes (71,7 grammes en 1952 et 239,7 grammes en 1953). La barre des 1 000 grammes ne sera dépassée qu'en 1960, ce qui constitue une valeur bien inférieure aux statistiques enregistrées à l'Ouest.

Les Allemands de l'Est buvaient surtout du *Muckefuck*, un ersatz de café : 125 grammes par mois étaient accordés par personne sur présentation d'une carte, mais ce café fera partie des premiers produits rayés des listes de rationnement en 1950. De plus en plus, le thé (soviétique) supplantera le café dans les boissons chaudes. En 1951 la RDA a importé 205 tonnes de café et 340 tonnes de thé ; en Allemagne de l'Ouest, les importations de café étaient 14 fois supérieures à celles de thé. Dans les deux parties de l'Allemagne divisée, le marché noir sera florissant. Et les déplacements d'Ouest en Est, y compris les rencontres sportives, les salons d'exposition et les négociations interallemandes (14,2 millions de personnes de 1953 à 1961), permettront le passage « discret » de paquets de café, grâce aussi à la main-d'œuvre est-allemande (60 000 personnes) employée quotidiennement à Berlin-Ouest jusqu'à l'édification du Mur en 1961.

Les statistiques sur la consommation de café en RDA dans les années 1960 ne révèlent qu'une partie de la réalité quotidienne, car elles ne prennent en compte que du café produit en Allemagne de l'Est et ignorent ces paquets cadeaux en provenance de l'Ouest. La propagande de RDA ne manquera pas de souligner que l'Allemagne fédérale n'hésite pas à vendre son âme pour assurer son bien-être matériel – le tout illustré par deux consommateurs ouest-allemands dégustant tranquillement leur tasse de café alors qu'en arrière-plan le ciel est voilé par le champignon d'une explosion atomique. Et l'image porte un sous-titre sans appel : « *Nous, nous ne risquons rien, nous ne sommes pas politiques* ». Alors qu'il était en passe de devenir à l'Ouest un produit de consommation de masse (et pas seulement les dimanches et jours de fête), à l'Est le café restait un produit de luxe dans un contexte plus modeste de prospérité.

Monika Sigmund, *Genuss als Politikum – Kaffee-konsum in beiden deutschen Staaten*. De Gruyter Oldenbourg, Munich/Berlin, 2015, 242 pages.