

## LA GRAINE ET L'APÉRITIF OU L'INDIGÈNE ET LE SAVANT

Delphine BURGUET  
Doctorante en Anthropologie sociale  
Centre d'études africaines  
EHESS, Paris

### **Résumé :**

Dans les années 1930 et 1940, un laboratoire pharmaceutique installé au Havre fabriquait le Vin de Frileuse, un remède apéritif à base de la graine d'*uvaria* récoltée à Madagascar. A travers la publicité valorisant les bienfaits de cette boisson tonifiante, il est possible de repérer, d'une part, le processus d'acculturation de la nature dite « sauvage », celle venant de territoires colonisés, et, d'autre part, l'opposition qui est faite par l'image coloniale entre le pays colonisateur et la société colonisée.

### **Mots-clés :**

France ; Madagascar ; Vin de Frileuse ; *uvaria* ; *senasena* ; remède ; image coloniale ; colonisation de la nature

### **Abstract :**

#### ***The seed and the aperitif or the native and the scholar***

*Throughout the 1930's and 1940's, a pharmaceutical laboratory settled in "le Havre" manufactured a kind of medicinal aperitif wine called Vin de Frileuse, made from uvaria seeds harvested in Madagascar. Through advertising highlighting the benefits of this invigorating drink, it is possible to identify on one hand, the acculturation process of nature called "savage" from the colonized territories, and, on the other, the opposition that is made by the colonial image between the colonizer and the colonized society.*

### **Key-words :**

*France ; Madagascar ; Vin de Frileuse ; uvaria ; senasena ; remedy ; colonial image ; nature's colonization*

Le présent article traite de l'usage de la graine d'*uvaria*, plante de la famille des annonacées que l'on trouve à Madagascar (et sur le continent africain) où on la connaît sous le nom de *senasena*<sup>1</sup>. Les fruits, l'écorce et la racine sont employés pour l'essence aromatique et les tannins, des constituants actifs<sup>2</sup>. Boiteau et Allorge-Boiteau<sup>3</sup> signalent que les fruits de *senasena*, par leurs graines, ont des propriétés apéritives, stomachiques, toniques et anabolisantes, « favorisant l'assimilation des acides aminés chez les enfants ayant souffert de malnutrition protéique ». Les Malgaches les utilisent sous forme de tisane (*tambavy*). La racine est réputée odontalgique, l'écorce purgative. Nous nous intéressons à la transformation de la graine en un « remède » élaboré dans un laboratoire pharmaceutique du Havre, en France, dans les années 1930. Nous tentons de montrer comment s'opère l'appropriation du végétal en un apéritif alcoolisé à travers l'étude des textes et des illustrations publiés dans les journaux français à cette période. Ainsi, nous nous attachons à présenter les éléments à la fois techniques et contextuels de la mise en valeur du Vin de Frileuse par sa réclame, « le plus fort des fortifiants » grâce à la graine d'*uvaria*.

## I) VIN DE FRILEUSE, LE REMÈDE APÉRITIF

Le Vin de Frileuse est fabriqué à partir de la graine d'*uvaria* de Madagascar étudiée par un pharmacien du Havre, J. M. Coisnard, qui avait soutenu en 1929 une thèse intitulée *Recherches chimiques sur les fruits de l'uvaria catocarpa (Annonacées de Madagascar)* à la faculté de pharmacologie de Strasbourg. L'élaboration du Vin de Frileuse a été possible grâce à la rencontre de ce pharmacien et d'Armand Salacrou, fils d'un herboriste du Havre, Camille Salacrou. Armand Salacrou souhaitait élaborer un fortifiant plus « fort » que la Quintonine, déjà sur le marché. Avant même cette rencontre, il avait en tête le slogan du futur médicament : « le plus fort des fortifiants ». Sa rencontre avec Coisnard lui permit donc de réaliser ce projet d'une boisson pharmaceutique tonifiante. Quelques mois plus tard, la production dépassait les 4 000 bouteilles par jour. La marque est déposée au Tribunal de commerce du Havre par Camille Salacrou, le père herboriste, en janvier 1934<sup>4</sup>.

Camille Salacrou, tout d'abord préparateur en pharmacie, employé d'un pharmacien qui commercialise *La jouvence de l'Abbé Soury*, fut plus tard diplômé de l'école de médecine et de pharmacie en herboristerie. Il installe son officine en 1902 dans le quartier dit « Frileuse » au Havre. Son fils Armand, qui choisit la Sorbonne plutôt que médecine, s'intéressait au commerce de son père et s'impliquait dans ses affaires en gérant la publicité des produits pharmaceutiques élaborés dans son laboratoire. Tout d'abord, il aide à lancer sur le marché la « Marie-Rose », un insecticide contre les poux. Pour cela, Armand Salacrou utilisait la réclame (la publicité), textes insérés dans les journaux :

« Suicide d'un roi.

*Le roi des poux se donne la mort à cause de la Marie-Rose »,*

---

<sup>1</sup> *Uvaria acuminata* Oliver var. *cartocarpa* (Diels) Cavaco et Keraudren. Pour plus de détails sur les caractéristiques de la plante, voir Pierre BOITEAU et Lucile ALLONGE-BOITEAU, *Plantes médicinales de Madagascar : cinquante-huit plantes médicinales*, Paris, Karthala, 1993, 137 p.

<sup>2</sup> Bernard BOULLARD insiste sur les tanins en particulier, *Plantes médicinales du monde : croyances et réalités*, Paris, ESTEM, 2001, page 542.

<sup>3</sup> Pierre BOITEAU et Lucile ALLONGE-BOITEAU, *op. cit.*, page 22

<sup>4</sup> Thierry LEFEBVRE, « La mort parfumée des poux. Petite archéologie de la publicité pharmaceutique radiophonique (Suivi d'un Historique des spécialités de C. et A. SALACROU) », *Revue d'histoire de la pharmacie*, n° 336, 2002, pp. 647-665.

ou encore :

« *Une mort parfumée.*

*C'est la mort des poux dans les nuages odorants de la Marie-Rose ».*

Parallèlement au *Vin de frileuse* et à la *Marie-Rose*, d'autres produits pharmaceutiques ont connu un succès grâce à la réclame : *Le Vermifuge Lune*, *La Jouvence de l'Abbé Soury* et *Le Thé des familles*. Notons que Robert Desnos et Charles Trenet avec lesquels Armand Salacrou s'est lié d'amitié, étaient associés à cette entreprise en tant qu'auteurs de textes publicitaires.

C'est dans les années 1930 que la publicité radiophonique prend son essor avec la création de la société « Informations et Publicité », par Paul Deharme en 1932, qui est ce qu'on appelle une régie publicitaire. Cette société gérait les programmes publicitaires du Poste Parisien et de Radio Luxembourg. Il s'agissait de créer des « lectures » ou des « concerts », notamment pour le *Vin de Frileuse*, établis autour d'un slogan pendant l'émission radiophonique. Signalons « le quart d'heure de récréation », diffusé par le Poste Parisien entre mai 1938 et février 1939, et l'émission « Les plus de quinze ans [de mariage] » sur Radio Cité, sponsorisées toutes les deux par le *Vin de Frileuse*<sup>5</sup>. Charles Trenet composait la musique et écrivait les paroles de chansons d'environ trente secondes, plusieurs par semaine, pour certains communiqués publicitaires<sup>6</sup>.

Notons également la création de sketch radiophonique par Robert Desnos pour le *Vin de Frileuse*. Rédacteur publicitaire aux studios Foniric, il réalisait au jour le jour avec son équipe rédactionnelle les émissions diffusées sur Radio Luxembourg et le Poste Parisien<sup>7</sup> :

« (Bruits de bagarre. Coup contre une porte, vent, tonnerre)

Voix 1 : *Non la maladie n'entrera pas!*

Voix 2 : *Le Vin de Frileuse, véritable arsenal de munitions contre le mal, vous défendra.*

Voix 1 : *Le Vin de Frileuse contient à l'état vivant, donc assimilable, fer, phosphore, sodium, manganèse, soufre, magnésium, nécessaires à la santé de chaque organe.*

Voix 2 : *Nécessaire à la santé totale.*

Voix : *La maladie bat en retraite!*

Crieur : *Vive le Vin de Frileuse.*

Chanté : *C'est l'plus fort des fortifiants.*

Confidentiel (chuchotement) : *Votre pharmacien vend le Vin de Frileuse.*

Voix : *Le Vin de Frileuse met en déroute l'hiver et la maladie.*

Chanté : *C'est l'plus fort des fortifiants.*

---

<sup>5</sup> Thierry LEFEBVRE, 2002, *op. cit.*

<sup>6</sup> La plupart des enregistrements ont été détruits lors des bombardements au Havre en 1941.

<sup>7</sup> Il avait également la charge de la publicité pour d'autres produits pharmaceutiques comme la *Marie-Rose*, le vermifuge *Lune*, la *Quintonine* et le *Thé des Familles*. Parmi les slogans les plus populaires, on retient celui de la *Marie-Rose* : « *L'express s'en va / Les lentes restent... / Utilisez la Marie-Rose / La mort parfumée des poux* » ; ou encore du *Thé des Familles* : « *Pas de santé / sans thé des Familles* ». Ce dernier slogan rappelle celui d'un fabricant de thé malgache : « *Pas de santé sans thé* ».

Confidentiel (chuchotement) : *Votre pharmacien vend le Vin de Frileuse.*

Chanté : *Pour être bien portant / Prenez du Vin de Frileuse / Pour être bien portant / C'est l'plus fort des fortifiants. »*

La voix confidentielle était celle d'une speakerine disant « Votre pharmacien vend le Vin de Frileuse » suggérait une parole chuchotée à l'oreille de chaque auditeur ; procédé contraire aux annonces publicitaires qui se faisaient sur un ton déclamatoire. Le murmure avait été considéré comme une technique innovante et appréciée<sup>8</sup>.

Citons un autre sketch du *Vin de Frileuse* dont l'ambiance rappelle celle des gares de chemin de fer, mode de transport en plein essor et particulièrement valorisée en France et dans ses colonies :

« (Bruits de chemin de fer)  
*Le - Vin - de - Fri - leuse* (3 fois)  
(coup de frein)  
Appelé comme une gare :  
*Le Vin de Frileuse !*  
*C'est l'plus fort des fortifiants ;*  
*Le Vin de Frileuse conduit à la santé*  
*En toute sécurité !*  
*Il coûte six francs la dose pour un litre,*  
*Soit deux sous par jour de plus que les produits moins efficaces !*  
*Vive le Vin de Frileuse, le plus fort des fortifiants ! »*

Voici une autre séquence publicitaire, sous forme de « causerie » très à la mode dans les années 1930 et 1940<sup>9</sup>, qui évoque cette fois-ci la graine d'*uvaria* de Madagascar<sup>10</sup> :

« *Chers Auditeurs,*  
*Nous vous rappelons comment préparer votre cure de Vin de Frileuse.*  
*Premièrement, achetez chez votre pharmacien un flacon de Vin de Frileuse à base d'uvaria de Madagascar.*  
*Deuxièmement, versez cet extrait dans un litre de bon vin de chez nous.*  
*Troisièmement, dégustez votre Vin de Frileuse deux fois par jour avant les repas.*  
*Quatrièmement, faites une cure de 21 jours. Dès le 5e jour, vous vous sentirez transformés. La santé déjà vient à vous.*  
*La cure se fait aussi avec des cachets de Frileuse, sous forme liquide ou en cachets.*  
*Toujours la santé vient vers vous. »*

---

<sup>8</sup> Thierry LEFEBVRE, 2002, *op. cit.*

<sup>9</sup> Concernant la question des causeries pendant la période coloniale, il était apprécié de converser sur des thèmes relevant de pratiques culturelles venant des colonies. En voici un exemple : des femmes, faisant salon à Paris, proposaient une causerie sur les coutumes et les pratiques magiques à Madagascar en deux points : d'une part, coiffures rituelles et populaires, d'autre part, cultes, sorcellerie, envoûtement : « *Samedi 8 février 1947 à 20 h 45 chez Madame Amos, 244 rue de Rivoli. Causerie par Madame G. de Longchamps. Invitation pour 2 personnes* » (fonds Grandidier, Tananarive).

<sup>10</sup> Thierry LEFEBVRE, 2002, *op. cit.*

Jusque dans les années 1920, les médicaments fortifiants étaient pour la plupart destinés aux malades, aux femmes en couche, aux vieillards et considérés comme fortifiants ou tonifiants. Le dernier de ces médicaments à venir sur le marché est justement le *Vin de Frileuse*, les autres disparaissent tous en 1937 lorsque s'affirmèrent les réclames pour les apéritifs à base de gentiane (Suze) et les « vins cuits »<sup>11</sup>. En fait, la réclame du *Vin de Frileuse* fait partie de ces annonces de médicaments qui favorisaient dans le même temps l'alcool. Bien que le produit soit fabriqué par un laboratoire pharmaceutique et considéré comme un médicament, le *Vin de Frileuse* devait aussi être une boisson agréable à consommer, mélangé à du « bon vin de chez nous ». Le lecteur peut voir l'image d'une jeune femme élégante qui prend plaisir à boire le *Vin de Frileuse* dans un verre à vin. La posture est bien celle du plaisir. La souffrance liée à la maladie n'est jamais illustrée dans la publicité pour le *Vin de Frileuse*. Ainsi, le public visé est large : les ouvriers, les employé(e)s de bureau, les sportifs, les étudiants, les personnes en voyage ou au restaurant...

Le *Vin Désiles*, autre remède alcoolisé, est sensiblement proche du *Vin de Frileuse*, tant pour ses vertus pharmaceutiques que pour le plaisir qu'il procure :

« *Ce vin se prend avant, après ou entre les repas, selon qu'on l'emploie comme apéritif, digestif ou tonique, à raison de 2 à 3 verres à Bordeaux par jour (pour les enfants, un verre suffit en plusieurs fois). L'homme débilité y puise la force, la vigueur et la santé. L'homme qui dépense beaucoup d'activité, l'entretient par l'usage régulier de ce cordial, efficace dans tous les cas, éminemment digestif et fortifiant, et agréable au goût comme une liqueur de table* ».

Le dépôt répété de la marque du *Vin Désiles* à la Chambre de commerce montre l'évolution des termes employés pour le désigner où l'argument médical laisse place progressivement à celui du plaisir : le *Vin Désiles* d'abord référencé comme « un produit pharmaceutique », devient « un vin médicinal », puis un « cordial régénérateur » sous le nom de *Cordial Désiles*, définit comme un « vin tonique, apéritif, digestif » et enfin, la *Liqueur Désiles*, « une liqueur de table »<sup>12</sup>.

Le laboratoire qui produisait le *Vin de Frileuse* disposait d'autres moyens publicitaires. De manière attractive, la régie publicitaire d'Armand Salacrou tentait de cibler un public jeune et les gens actifs en proposant des jeux de devinettes, de sept familles et un jeu de l'oie appelé « *Frileuse au mât de cocagne* ». Le texte de ce jeu était le suivant : « *Sportifs, travailleurs, étudiants, tous désirent le bon Vin de Frileuse qui leur apporte force et santé* ». Quatre pions à découper représentent une dactylo, un mécanicien, un étudiant et un sportif. La dernière case du jeu, la trente huitième, est représentée par une bouteille de cette fameuse boisson.

## **II) LE PHARMACIEN, L'ANCIEN COMBATTANT ET LE CHEF DU VILLAGE**

La réclame de ces boissons pharmaceutiques recherchait la caution médicale : « *Interrogez votre pharmacien. Demandez-lui conseil !* » (*Vin de Frileuse*, 1936). Les textes publicitaires valorisaient les qualités pharmaceutiques en produisant des discours de vulgarisation scientifique. La réclame pour le *Vin de Frileuse* a largement valorisé

<sup>11</sup> Myriam TSIKOUNAS, « Quand l'alcool fait sa pub. Les publicités en faveur de l'alcool dans la presse française, de la loi Roussel à la loi Évin (1873-1998) », *Le Temps des médias*, 2004/1, n° 2, pp. 99-114.

<sup>12</sup> Thierry LEFEBVRE et Cécile RAYNAL, « Alexandre Choffé et le *Vin Désiles* », *Revue d'histoire de la pharmacie*, n° 330, 2001, pp. 193-214.

l'aspect médical de la boisson, mais comme nous l'avons évoqué précédemment, elle était aussi considérée comme un apéritif à consommer pour le plaisir. Pendant un temps, un autre moyen de communication a permis au *Vin de Frileuse* de se distinguer des autres boissons pharmaceutiques élaborées dans les années 1930, par la réclame illustrée : il s'agissait de l'histoire de la découverte de la graine sur « la plus belle île de l'empire français », Madagascar, où les protagonistes de l'histoire permettent une construction de l'imaginaire exotique des lecteurs dans le contexte colonial.

**UNE RETENTISSANTE DÉCOUVERTE**



**C'est là que j'ai découvert le Secret de la Santé**

Au cours de recherches scientifiques à Madagascar un savant français remarqua que les Malgaches qui sont la race la plus forte de la grande île faisaient un usage régulier d'une plante inconnue en Europe. Voilà le point de départ des travaux de J. M. Coisnard, docteur en pharmacie, et dont les études sur l'Uvaria ont été couronnées par un Prix de Thèse de Faculté. La formule unique employée pour la préparation de l'extrait, appelé Vin de Frileuse a été déposée au Laboratoire National de Contrôle des Médicaments. Tout a été mis en œuvre pour obtenir le plus fort des fortifiants. Ainsi, le Vin de Frileuse est préparé avec des zestes frais d'oranges afin d'associer la puissance de l'Uvaria aux vitamines de l'orange. En quelque sorte le Vin de Frileuse est un vin vivant : aussi il ne fait pas grossir les personnes qui ont tendance à l'embonpoint ; au contraire, leur donnant des forces, il leur permet de mener une vie plus active grâce à laquelle ces personnes retrouvent, avec la santé des muscles sans graisse. Le Vin de Frileuse a un goût exquis. Bon au goût, bon au sang, il est le médicament qui bouleverse actuellement toute la science par ses résultats immédiats et durables dans tous les cas de fatigue, même très graves. Votre pharmacien vend 9 francs le Vin de Frileuse et la cure complète dure trois semaines. Pour tous renseignements écrire au Laboratoire, 1, rue Racine, Le Havre.

**vin de Frileuse**  
à base d'Uvaria de Madagascar  
**le plus fort des fortifiants**

En 1934, une publicité illustrée intitulée « *Une retentissante découverte* » montre un homme (le pharmacien) d'âge mur, l'air savant, avec lunettes et complet, le visage sérieux, désignant aux lecteurs une carte de Madagascar avec la légende « *C'est là que j'ai découvert le Secret de la Santé* ». L'article explique que le *Vin de Frileuse* a été élaboré de façon scientifique, validé par un prix de thèse de la faculté et dont la préparation a été déposée au Laboratoire national de contrôle des médicaments. La trouvaille de cette graine à Madagascar est, dans cet article, introductif et secondaire. Le fait de voir le pharmacien devant un tableau indiquant la Grande Ile renforce la dimension de la « découverte scientifique ». Aussi, pour que la graine de l'*uvaria* puisse être perçue comme efficace par les consommateurs potentiels, elle devait être reconnue scientifiquement comme une plante médicinale. Voici le texte publicitaire du journal *Le matin* du 2 juillet 1934 :

**Le Matin, le 2 juillet 1934**  
**Fonds Grandidier, Tananarive**

« *Au cours de recherches scientifiques à Madagascar un savant français remarque que les Malgaches qui sont la race la plus forte de la grande île faisaient un usage régulier d'une plante inconnue en Europe. Voilà le point de départ des travaux de J. M. Coisnard, docteur en pharmacie, et, dont les études sur l'Uvaria ont été couronnées par un Prix de Thèse de Faculté. La formule unique employée pour la préparation de l'extrait, appelé Vin de Frileuse a été déposée au Laboratoire National de Contrôle des Médicaments.*

*Tout a été mis en œuvre pour obtenir le plus fort des fortifiants. Ainsi, le Vin de Frileuse est préparé avec des zestes frais d'oranges afin d'associer la puissance de l'Uvaria aux vitamines de l'orange. En quelque sorte le Vin de Frileuse est un vin vivant : aussi il ne fait pas grossir les personnes qui ont tendance à l'embonpoint ; au contraire, leur donnant des forces, il leur permet de mener une vie plus active grâce à laquelle les personnes retrouvent, avec la santé des muscles sans graisse. Le Vin de Frileuse a un goût exquis. Bon au goût, bon au sang. Il est le médicament qui bouleverse actuellement toute la science par ses résultats immédiats et durables dans tous les cas de fatigue même très graves. Votre pharmacien vend 6 francs le Vin de Frileuse et la cure complète dure trois semaines. Pour tous renseignements écrire au Laboratoire, 1 rue Racine, Le Havre ».*

Le 14 juillet 1934, dans le même quotidien, le savant tient un flacon dans la main gauche (probablement la potion) et observe de près un tube à essai tenu dans sa main droite. L'illustration s'accompagne d'un texte similaire au précédent avec un titre faisant les éloges de la science française : « *Nouveau Produit à base d'une plante qui fait des miracles. Découverte de la Science Française : Véritable Révolution dans l'art de soigner l'Anémie* ».

Le *Vin de Frileuse* apparaît encore dans *Le Jour*, le 31 août 1935 sous une forme graphiquement plus élaborée. Trois dates sont mises en avant, accompagnées de titres en gros caractères. La première date est celle de la découverte : « *1927, Découverte du plus fort des fortifiants* », avec le dessin du pharmacien dans la même posture et celui d'un épais livre où il est écrit en couverture : « *Faculté de pharmacie. L'Uvaria de Madagascar. Prix de thèse de matière médicale. Strasbourg. 1929* » (pas de textes). La deuxième date indique l'année de dépôt de la marque : « *1934, Premier flacon vendu...* », suivie d'un texte qui valorise les recherches d'une formule pharmaceutique :

*« [...] Pendant cinq ans des laboratoires modernes travaillaient afin de pouvoir mettre à la portée de tout le monde sous une forme agréable et économique cet extraordinaire médicament et c'est ainsi que le 25 mars 1934, date désormais historique dans l'histoire de la Médecine, on vendait en France, au Havre, le premier flacon de Vin de Frileuse tiré de l'Uvaria. Les résultats de ce fortifiant, grâce à sa pureté et à sa supériorité inimitable étonnèrent tout de suite les plus grands médecins. Sa formule unique qui comporte également des zestes frais d'oranges chargés de vitamines a été enregistrée au Laboratoire National de Contrôle des Médicaments, et, seul en France, le Vin de Frileuse est préparé par un Docteur en pharmacie. »*

La troisième date fait référence au succès commercial du *Vin de Frileuse*. Le texte fait l'éloge de ce médicament exporté dans l'Europe, relatant les lettres de satisfaction de nombreux consommateurs qui ont recouvré la santé et qui invite les lecteurs à interroger leur pharmacien sur les bienfaits du *Vin de Frileuse*, illustré par le dessin d'une femme belle et élancée portant à sa bouche un verre de *Vin de Frileuse* :

*« 1935 : 5 000 000 de flacons vendus  
Dix-huit mois plus tard, le 1<sup>er</sup> août 1935, plus de 5 millions de flacons de Vins de Frileuse avaient déjà opéré des miracles en France, preuve splendide de l'efficacité de ce nouveau fortifiant. Actuellement, le Vin*

*de Frileuse, après avoir étonné la France, conquiert l'Europe. On le vend en Belgique, en Suisse, en Espagne, au Portugal, etc. et c'est la juste récompense d'un long travail de grands savants français.*

*Leurs plus belles récompenses sont les lettres qu'ils reçoivent chaque jour par milliers venant d'hommes et de femmes découragés qui ont retrouvé grâce au Vin de Frileuse la joie de vivre, d'anémiés qui se refont du sang neuf avec une seule cure de Vin de Frileuse, de jeunes filles affaiblies, de jeunes sportifs voulant parfaire leur entraînement, de personnes âgées qui retrouvent leur sommeil et leur appétit, de nerveux qui retrouvent leur calme, bref, en un mot, depuis cette retentissante découverte du Vin de Frileuse l'anémie est en échec.*

*D'ailleurs, un fait prouve l'excellence du Vin de Frileuse. Interrogez tous les pharmaciens de France et votre pharmacien, demandez-lui quel est aujourd'hui le meilleur et le plus fort des fortifiants ?*

*Nous savons que par son expérience personnelle il vous conseillera le Vin de Frileuse.*

*Demandez-lui aujourd'hui son avis. »*

Les « effets d'interactivité » avec la technique du « avant-après » dans la réclame pour le *Vin de Frileuse* avaient donc été largement utilisés : d'aucun témoigne de son état de santé avant puis après l'utilisation de la boisson tonifiante, sous forme de fragments de lettre<sup>13</sup>.

L'encadré qui présente la lettre du témoin valorise à la fois l'aspect colonial et l'exotisme de la Grande Ile, lettre écrite par un ancien combattant de l'expédition de Madagascar, ouvrier agricole dans le Calvados : Jean Marie (ou Sergent Marie). L'illustration est le visage d'un homme au casque colonial avec, au deuxième plan, une « indigène » vêtue d'un *lamba* (carré de tissu noué au-dessus de la poitrine) portant des branches sur sa tête et un « indigène » au chapeau de paille cueillant des plantes. La lettre nous renseigne sur l'usage déjà fait de la graine de l'*uvaria* en 1895 par celui-ci. Le texte est argumenté par l'utilisation ancestrale de la graine par les Malgaches. Mais il est le témoin vivant que le *Vin de Frileuse*, par la présence des produits actifs de l'*uvaria* dans sa formule, est aussi efficace que la graine. L'ayant consommée sous sa forme brute à Madagascar, puis plus tard, sous la forme de Vin de Frileuse, Jean-Marie est la personne idéale pour témoigner de son efficacité :

*« Un ancien combattant de Madagascar nous écrit :*

*Je viens vous dire tout le bien que je pense de votre merveilleux Vin de Frileuse à base d'Uvaria de Madagascar. J'ai fait partie de l'expédition de Madagascar en 1895 et je grignotais déjà des graines d'Uvaria, ainsi que les indigènes le font là-bas pour se fortifier : c'est vous dire qu'il y a longtemps que l'Uvaria a fait ses preuves. Depuis ce temps, j'ai toujours travaillé et j'ai 62 ans. Il y avait longtemps que [je] ne mangeais plus et j'étais sujet à de fréquents étourdissements. J'avais besoin de forces pour faire mon travail journalier. Après avoir essayé tous les anciens fortifiants qui ne me faisaient pas grand-chose, j'ai pris le Vin de Frileuse quand j'ai su qu'il contenait de l'Uvaria de Madagascar. J'ai retrouvé mon appétit, mon estomac fonctionne admirablement et je mange comme à 20 ans. En un mot, j'ai retrouvé du cœur à l'ouvrage. Je vous dois une profonde*

---

<sup>13</sup> TSIKOUNAS, *op. cit.*

*reconnaissance et on peut dire sans hésiter que le Vin de Frileuse a le droit de se dire le meilleur et le plus fort des fortifiants. Je vous autorise à publier cette lettre ».*

En 1939, le 20 avril, dans *Paris-Soir*, dans un article intitulé « *Une plante de l'Empire français* », le marché de Tananarive, le *zoma*, est illustré avec la légende suivante : « *C'est au nouveau marché de Tananarive que les indigènes traitent aujourd'hui leurs affaires* ». A côté, est dessiné un jeune « indigène », vêtu d'un *lamba* qui laisse entrevoir un physique robuste, une « force de la nature », indiquant au lecteur une graine d'*uvaria* qu'il tient entre ses doigts. Mais on retrouve la mise en valeur de l'intérêt porté aux plantes médicinales par les scientifiques : « *Un savant découvre en 1929, dans la plus belle île de l'Empire français une plante dont les qualités fortifiantes dépassent de loin celles de toutes les plantes connues* ». Dans le texte, les arguments se répètent, s'alourdissent par la répétition des bienfaits thérapeutiques de cette graine transformée :

*« Seul le Vin de Frileuse contient l'Uvaria de Madagascar et c'est à l'Uvaria qu'il doit ses qualités absolument uniques » ;*

*« Le Vin de Frileuse, à base d'Uvaria de Madagascar vous redonnera très vite la pleine possession de vos moyens intellectuels et physiques » ;*

*« Votre vigueur, votre force, votre ardeur de vivre, bref ce qu'on appelle médicalement votre « tonus » se seront prodigieusement accrus » ;*

*« Votre tâche quotidienne vous paraîtra légère, vous reprendrez goût à votre travail. Bien mieux, vous n'hésitez plus à aborder de nouvelles activités » ;*

*« Vous vous lancerez joyeux dans un avenir plus riant » ;*

*« vous constaterez rapidement les changements profonds » ;*

*« Si vous êtes affaibli, surmené, si vous manquez d'appétit, si l'anémie vous fatigue, si le travail vous lasse, si la vie vous rebute, vous pouvez vous attendre à un renouvellement total de votre existence ».*

La nouveauté est la vente en pharmacie des cachets de Frileuse contenant tous les principes actifs de l'*uvaria*, facilitant la cure le temps d'un restaurant ou d'un voyage, par exemple. L'article se termine par : « *Chaque jour de retard dans votre cure est une journée perdue pour la vie plus belle que vous souhaitez* ».

De nouveau, une publicité est insérée le 14 mai 1939 dans *Le petit parisien* sous forme d'un entretien avec le sergent Marie. En voici le titre et le chapeau :

*« Le sergent MARIE raconte... comment, en 1895, un chef malgache lui révéla le secret de la graine d'Uvaria, la « plante qui donne du sang ».*

Puis il dit qu'un chef malgache veut lui révéler un secret car « *les Français ont été bons* », il lui présenta ainsi la fameuse graine, appelée *sena-sena*. Le chef du village et l'ancien combattant sont illustrés, la légende dit :

*« En 1895 à Ambohidratrimo (Madagascar). « Avec la plante qui donne du sang... jamais malade ! » dit au sergent MARIE le chef malgache RATSIMBA en lui remettant la graine d'Uvaria ».*

Le reste de la page publicitaire commente la posologie du médicament. Les textes et les illustrations sont donc majoritairement consacrés à l'histoire de la délivrance du secret par un détenteur du savoir des plantes. La notion de scientificité, qui primait dans les

réclames précédentes, laisse place à l'histoire de la transmission du savoir de l'indigène et de la récupération de la graine par la science pharmaceutique.

En 1942, nous avons encore trace du *Vin de Frileuse* dans un article, cette fois-ci, de taille beaucoup plus modeste, ne comprenant, en fait, que quelques lignes de texte sans illustration. Il est le dernier article paru, à notre connaissance<sup>14</sup>. Le vieux chef malgache et l'ancien combattant ne sont plus acteurs de la réclame. Il reste le pharmacien ; ainsi, la dimension médicale garde l'avantage :

*« C'est en 1929 qu'un jeune docteur en Pharmacie soutenait, à la Faculté de Pharmacie de Strasbourg, une thèse sur une plante encore inconnue en Europe, l'Uvaria de Madagascar. Douze ans plus tard, tout le monde connaît en France, le nom de cette plante, car elle est à la base du célèbre fortifiant, le Vin de Frileuse. Si vous vous sentez fatigué, découragé, anémié, n'hésitez donc pas : suivez une cure de Vin de Frileuse. En quelques jours vous sentirez revenir vos forces, et votre moral sera meilleur. Les partisans du Vin de Frileuse vous diront aussi que les résultats de cet excellent fortifiant sont durables. Préparé par un Docteur en Pharmacie, l'extrait de Frileuse est en vente chez votre Pharmacien. »*



Après la Seconde Guerre mondiale, l'image des marques auprès du grand public s'uniformise car les initiatives des laboratoires pharmaceutiques sont limitées par la réglementation des pratiques publicitaires<sup>15</sup>.

*Le Jour*, le 31 août 1935 (détail)  
Fonds Grandidier, Tananarive

### III) LA GRAINE D'UVARIA DANS LE SYSTÈME COLONIAL

L'étude de la réclame pour le *Vin de Frileuse* permet d'éclairer le processus de rationalisation de l'usage des plantes médicinales à Madagascar dans le système colonial. Nous avons vu que la réclame valorisait à la fois la teneur médicale, le plaisir de l'apéritif alcoolisé et la pharmacopée malgache. La publicité s'inscrit dans le contexte social français où la régie publicitaire prend son essor en vue de développer l'entreprise mercantile, cautionnée par la science médicale. C'est aussi à cette période charnière que la publicité met en avant le plaisir de consommer de l'alcool. Pour le *Vin de Frileuse*, nous avons constaté que la dimension médicale de la découverte de la graine d'*uvaria* était prépondérante dans sa réclame. Ainsi, cette étude montre un exemple d'appropriation dite scientifique de la plante exotique, une acculturation des

<sup>14</sup> A la même période, nous trouvons également l'annonce publicitaire pour le *Vin de Frileuse* dans le quotidien régional *Le Courrier du Centre* (Limousin) figurant aux côtés d'autres annonces pharmaceutiques (Julien PIERRE, « Annonces pharmaceutiques des années 1940-1942 en Limousin : Pierre Saumande, "Oublieuse mémoire : en 1940, il y avait aussi la vie de tous les jours !" », *Lemouzi*, *Revue d'histoire de la pharmacie*, n° 339, 2003, p. 503).

<sup>15</sup> Thierry LEFEBVRE et Cécile RAYNAL, « Mémoire d'un laboratoire : les livrets promotionnels des médicaments homéopathiques de l'abbé Chauptre entre 1933 et 1939 », *Revue d'histoire de la pharmacie*, n°321, 1999, pp. 49-58.

simples et de la pharmacopée malgache, qui permet l'invention de remèdes issus de laboratoires pharmaceutiques français<sup>16</sup>. L'imaginaire des lecteurs est suscité par l'histoire de la découverte de la graine avec la délivrance du secret par le chef du village malgache et par le récit de l'ancien combattant qui « grignotait » la graine sous sa forme première. L'illustration graphique de cette histoire est remarquable puisque, d'un côté, nous avons « l'indigène » qui tient une graine entre ses doigts, de l'autre, le « savant » qui brandit un tube à essai de *Vin de Frileuse*. Elle permet de montrer que le savant va chercher loin dans l'empire français les vertus d'une plante pour la transformer. Les protagonistes mis en image permettent de faire le lien entre la matière première et ses dérivés, mais ils renforcent dans le même temps le contraste de l'usage de la plante de la culture colonisée à celle colonisatrice.

La recherche botanique faisait partie des enjeux de l'expansion coloniale en vue d'un développement économique. Les chercheurs en pharmacie s'intéressaient aux plantes pour leurs agents actifs mais certainement pas pour leur dimension symbolique et sociale. A cette période, la chimie fournissait de plus en plus de molécules, ce qui éloignait les scientifiques des matières naturelles<sup>17</sup>. La réclame du *Vin de Frileuse* s'inscrit complètement dans cette démarche de rationalisation de la pharmacopée : la thèse du pharmacien sur la graine d'*uvaria* et la recherche en laboratoire du remède soutiennent cette inscription. Les lecteurs des réclames du Vin de Frileuse pouvaient être « assurés » de l'efficacité du remède par la caution médicale et « rassurés » de la consommation d'une graine venue d'ailleurs par l'appropriation coloniale. Ainsi, les vertus de la plante sont sans cesse valorisées, surtout pour ses bienfaits tonifiants, car la pharmacologie, dans ses années, conquiert une légitimité scientifique. Dans son entreprise de rationalisation du monde, l'Occident tentait de saisir la nature sur des bases expérimentales, bien loin des considérations métaphysiques, ne prenant en compte, nous l'avons dit, les représentations et les systèmes religieux dans laquelle la nature est manipulée. Dans cette conception scientifique, la graine d'*uvaria* échappe à son contexte social. Le pharmacien ou le savant, protagoniste sans cesse présent dans la réclame du Vin de Frileuse, montre aux lecteurs un tube à essai, instrument qui représente de façon significative cette conception scientifique. Ainsi, il symbolise le système colonial que Géraud appelle « un filtre rationnel »<sup>18</sup>.

Les botanistes inscrivaient leur démarche dans le courant colonialiste qui consistait à « dénaturer » la nature, à la civiliser, à la rationaliser. La littérature de voyage du XVI<sup>ème</sup> et du XVII<sup>ème</sup> siècle comporte déjà de nombreuses descriptions de plantes qui ont intéressé les naturalistes. S'appuyant sur ces écrits, les botanistes ont dressé les premiers inventaires de la flore « exotique » depuis leur cabinet d'observation. Certains d'entre eux encouragèrent les capitaines de navire à rapporter des plantes afin de faire progresser la connaissance en botanique de pays lointains<sup>19</sup>.

---

<sup>16</sup> Nous reprenons le terme d'acculturation pour avancer l'idée d'une colonisation des simples de Madagascar (Jean-François GERAUD, « 1658-1910 : coloniser les simples de Madagascar », dans S. FUMA et B. MANJAKAHERY (dir.), *Pharmacopée traditionnelle dans les îles du Sud-Ouest de l'Océan Indien*, Actes du colloque international, 10-13, déc. 2005, Tuléar (Madagascar), Université de La Réunion, pp. 42-54.

<sup>17</sup> Martine BALARD, « La botanique, la pharmacopée et le système colonial (Madagascar, 1942 : état des lieux) », dans S. FUMA et B. MANJAKAHERY (dir.), *Pharmacopée traditionnelle dans les îles du Sud-Ouest de l'Océan Indien*, Actes du colloque international, 10-13, déc. 2005, Tuléar (Madagascar), Université de La Réunion, pp. 11-21.

<sup>18</sup> *Ibidem*.

<sup>19</sup> Dominique JUHE-BEALATON et Agnès LAINE, « Processus d'acquisition et de transmission des ressources thérapeutiques africains dans les sources européennes du XVII<sup>ème</sup> au XIX<sup>ème</sup> siècle », *Outre-mers*, 1<sup>er</sup> semestre 2005, Paris, Société française d'Histoire d'Outre-mer, pp. 47-78.

Aux XVIII<sup>ème</sup> et XIX<sup>ème</sup> siècles, la nature était mise en valeur par les botanistes sous la gestion de l'entreprise coloniale, ce qui enclenchait une « domestication coloniale » de la flore par sa manipulation dite rationnelle. Cependant, à partir des années 1940, un doute s'installe concernant la toute-puissance de la médecine occidentale. Après avoir constaté certains échecs de l'Assistance médicale indigène, les administrateurs coloniaux cherchent une nouvelle orientation prenant en considération le savoir thérapeutique local afin d'améliorer le système de soins<sup>20</sup>. Notons qu'elle est une initiative particulière puisque les autorités politiques et médicales en Afrique comme à Madagascar poursuivaient leur projet de prévention et de guérison sans « égard particulier pour la médecine traditionnelle » tant sous la période coloniale que durant les premières années des indépendances<sup>21</sup>. Dans les réclames destinées à faire la promotion commerciale du Vin de Frileuse, inscrites dans ce contexte colonial, on voit bien que l'usage ancestral de la graine d'*uvaria* n'est pas valorisé, il est même ignoré, et que celui du Vin de Frileuse, lui valorisé, accentue cette distance en matière de thérapie. La graine est mentionnée parce qu'elle permet l'élaboration d'une boisson pharmaceutique française et non parce qu'elle apporte des bienfaits à l'état naturel.

L'étude de la réclame du Vin de Frileuse dans les journaux français des années 1930-1940 montre comment s'opère le processus d'acculturation de la nature « sauvage » et « lointaine », celle venant de pays colonisés, par le système colonial. Il s'agit bien là de la maîtriser pour la civiliser, car il est question d'une démarche civilisatrice. L'image de la femme élégante qui « déguste » un verre de Vin de Frileuse en apéritif contraste parfaitement avec le robuste indigène qui porte entre ses doigts la graine d'*uvaria*. Non seulement le savant transforme la graine en un remède mais il modèle une matière brute « grignotée » en une saveur délicate « sirotée ». Au-delà du succès pharmaceutique, il est également question de valoriser l'utilisation domestique du verre à vin. L'image coloniale met en évidence des postures civilisées construites en fonction de représentations collectives, en utilisant l'habit, les lunettes, le tube à essai, la thèse en matière médicale, le casque colonial, l'élégance, le plaisir, le verre à vin..., et les oppose à des « clichés autochtones » construits, eux, en fonction du contraste recherché, comme le *lamba*, la nudité partielle, la sagesse du chef de village (ou sa soumission), la robustesse du jeune homme...<sup>22</sup> Comme d'autres plantes, l'*uvaria* de Madagascar a connu son heure de gloire grâce à ses propriétés tonifiantes, mais le Vin de Frileuse reste la vedette puisqu'il incarne toute la réussite de la démarche civilisatrice. Les techniques publicitaires engagées par Armand Salacrou et ses collaborateurs artistes mettent en évidence ce système colonial tant au niveau du discours qu'au niveau de l'image. La caution médicale, le plaisir de l'alcool et l'histoire de la graine de l'empire français s'inscrivent dans le contexte socio-politique du moment. Ainsi, l'intérêt des simples de Madagascar permettait le processus de colonisation de la nature.

---

<sup>20</sup> Martine BALARD, *op. cit.*

<sup>21</sup> Jean-Pierre DOZON, « Ce que valoriser la médecine traditionnelle veut dire », *Politique africaine*, déc., n° 28 (*Politiques de santé*), 1987, pp. 9-20.

<sup>22</sup> Rajaonarison explique que dans les années 1930, les Malgaches de Tananarive de classe sociale aisée tentaient de se détacher de l'image coloniale « réductrice et stigmatisante » par le biais de la photographie (Helihanta RAJAONARISON, « L'essor de la photographie de studio à Antananarivo dans les années 1930 », *Images contemporaines dans les sociétés de l'océan Indien occidental*, Etudes Océan Indien, n°44, 2010, pp. 99 – 120).