Janis Thiessen, ***Snacks: A Canadian Food History***. Winnipeg, MB: Presses de l'Université du Manitoba, 2017. v + 344pp., Illustrations, notes, bibliographie, index. Papier; ISBN 978-0-88755-799-6, 27,95 $ CAN, PDF; ISBN 978-0-88755-529-9, 25,00 $ CAN, EPUB; ISBN 978-0-88755- 527-5, 25,00 $ CAN.

On dit souvent que les cultures se reflètent dans ce que les gens mangent, et Janis Thiessen, historien à l'Université de Winnipeg, a pris ce dicton à cœur. Inspiré par les contributions modestes mais excellentes du Canada au nouveau domaine émergent des études historiques sur les aliments, Snacks: une histoire de l'alimentation au Canada vise à combler deux lacunes. Tout d'abord, mettre en lumière un aspect particulièrement négligé de l'histoire de l'industrie alimentaire canadienne et, d'autre part, examiner son impact, tant sur la manière dont il a façonné l'évolution culturelle et sociale du Canada.

Le livre se concentre sur les activités des entreprises canadiennes indépendantes de fabrication d'aliments à grignoter du point de vue de leurs propriétaires, de leurs gestionnaires, de leurs travailleurs et, dans la mesure du possible, de leurs consommateurs. Thiessen examine treize sociétés qui ont fabriqué une gamme de collations. Quatre d'entre eux (Old Dutch, Federated Fine Food, Hardbite, Covered Bridge) se sont spécialisés dans les croustilles. Hawkins, une société basée à Belleville, en Ontario, produit exclusivement «Cheezies». Trois sociétés excellentes dans les produits chocolatés sont examinées: Paulins, dans l'Ouest canadien, et Moirs and Ganong, pâtissiers des Maritimes. Un chapitre examine des fabricants de confiseries tels que Robertson's Candy (Nouvelle-Écosse), Scott-Bathgate et Cavalier Candies (du Manitoba) et deux de Terre-Neuve-et-Labrador: Purity Factories et Browning Harvey. Il convient de noter que l'auteur a axé ses récits sur les aliments «durs», et non sur les biscuits et les petits gâteaux entraînant une dépendance, que les Canadiens consomment comme collations toute la journée. Les lecteurs à la recherche d'informations sur l'impact culturel et industriel des gâteaux Vachon, par exemple, ne seront pas servis. En effet, la riche histoire du Québec en matière de fabrication de bonbons n'est jamais mentionnée. Ce livre est entièrement consacré au Canada anglais.

L'étude est fortement ancrée dans la littérature secondaire et s'appuie sur certains travaux d'archivage, faisant largement appel aux fichiers de découpage mis à disposition à divers endroits. Thiessen a également mené plus de soixante entretiens avec des personnes associées aux sociétés en question et leur donne une priorité qui donne au livre un style de reportage agréable. Les grandes lignes de l'histoire de chaque entreprise sont esquissées, mais une grande partie du texte est dédiée aux administrateurs et aux employés de la société. Elle accorde beaucoup plus d'attention à l'évolution du travail (l'adoption progressive de la technologie) qu'aux facteurs qui ont fait de ces entreprises, grandes et petites, le succès.

Dans le but de mesurer l'impact culturel des grignotines sur la culture, le livre comprend également une étude de Kids Bids, une émission télévisée des années 1960 destinée aux enfants de l'Ouest canadien. Kids Bids était sponsorisé par Old Dutch, un effort qui valait clairement l'investissement, cette société consolidant sa position en tant que choix privilégié des consommateurs occidentaux.

L'ambition de Thiessen est large: elle veut faire valoir que les collations ont fait l'objet d'un préjudice de classe. Se référant à de nombreuses études qu'elle considère représentatives d'un consensus, elle affirme que les collations sont perçues comme une «classe ouvrière», objet de dérision parmi les critiques de la classe moyenne, comme des produits non alimentaires «fabriqués» malsains. Au lieu de cela, elle soutient que les collations devraient être considérées comme une victoire pour la classe ouvrière - la plupart des femmes gagnant des salaires inférieurs à la moyenne et peu d'avantages - investissant leur vie dans la fabrication de ces produits avec fierté. Elle ne voit aucun inconvénient dans les produits fabriqués presque entièrement à partir de sucre ou chargés de sel. Les collations devraient être célébrées comme étant plus que des aliments, a-t-elle déclaré, elles sont le produit de travailleurs canadiens et de véritables artefacts de la culture.

Le travail réussit à bien des égards et cette réhabilitation enthousiaste de chips, Cheezies et chocolat doit être chaleureusement accueillie. Mais le sucre élevé fourni par la lecture ne dure pas longtemps, malheureusement. Les arguments, à la fin, ont besoin de beaucoup plus de soutien.

Le recours aux histoires orales montre les limites du genre. La plupart de ce qui est cité par la direction et les travailleurs n'est pas perspicace. Ce n'est certainement pas une étude sectorielle. Les historiens du monde des affaires à la recherche d'un sens stratégique évolutif, d'une explication convaincante des raisons pour lesquelles certaines entreprises ont prospéré et d'autres qui ont échoué, regretteront qu'aucune des entreprises concernées ne soit examinée au moyen d'états financiers. Peut-être n'étaient-ils pas disponibles (ce qui est surprenant compte tenu du nombre de recherches archivistiques), mais il est clair que les dossiers fiscaux n'ont pas été consultés. Quand étaient les bonnes années? Les mauvais? Ces entreprises ont-elles fait mieux dans des temps difficiles ou en période de prospérité? Quelles luttes ont-ils surmontées? Quel a été l'impact des successions de gestion? Les questions commerciales clés restent sans réponse.

Les arguments concernant l'impact culturel des snacks sont difficiles à accepter lorsque les entreprises et les produits les plus importants sur le plan culturel ne sont pas examinés. Thiessen a sélectionné des entreprises canadiennes (à l'exception de Old Dutch, qui appartenait toujours à des Américains et de Hawkins, créée et détenue par des Américains, mais exploitait son usine Cheezie exclusivement pour des goûts canadiens), mais ne défendait pas ses choix. La réalité est que la dépendance du

Canada à la consommation de collations entre les repas a été façonnée non pas par la nature du propriétaire mais par les produits eux-mêmes, quel que soit le propriétaire. Il n'ya pas de discussion sur la société Walter M. Lowney du Canada, les créateurs et les créateurs de longue date de l'irrésistible «Cherry Blossom». Elle a été fondée en 1883 à Boston, mais a ouvert des usines au Canada dans les années 1890 et y a exercé ses activités pendant la majeure partie du XXe siècle. Qui peut nier l'importance culturelle de la «M. "Big" ou le "Crispy Crunch" qui ont été faites par les travailleurs de Cadbury au Canada depuis des générations? Nestlé produit depuis très longtemps les «Big Crisp» et «Aero» au Canada pour les Canadiens. La société américaine Smarties Candy Company, établie à Toronto en 1963, produit suffisamment de «Rockets» pour nourrir la moitié de l'Amérique du Nord. L'écart le plus évident est Laura Secord, probablement le fabricant de collations le plus prospère de l'histoire du Canada, créée à Toronto en 1913 et qui exploite encore une centaine de magasins à travers le pays en tant qu'entreprise emblématique canadienne (elle était détenue par une entreprise américaine). société holding de 1983 à 2010). On pourrait en dire autant de l'impact de diverses collations à base de pommes de terre. "Maple Leaf" (qui appartient maintenant à Cavendish) ou "Miss Vickies" (Pepsico) a des jetons?

Collations: Une histoire culinaire canadienne est une lecture agréable salée et sucrée qui est indéniablement informative à de nombreux égards. Sa principale vertu est d'ouvrir un nouveau champ d'enquête qui relie la culture et les collations. Le Canada fait peut-être partie du «vieux hollandais», mais beaucoup d'entre eux sont «Smarties», «Coffee Crisp» et «Laura Secord». Nous espérons que d'autres études suivront pour approfondir notre compréhension de l'impact de la fabrication de snacks sur le Canada.

Patrice Dutil
Université Ryerson