

Raymont Tanguy
Sorbonne Université
Histoire

Terroir, industrie et aménagement du territoire : le succès de l'aviculture autour de Sablé-sur-Sarthe dans les années 1970.

*Article produit dans le cadre de la bourse de recherche en histoire régionale
attribuée par la Région Pays de la Loire*

Résumé :

Dans le contexte économique difficile de la fin des Trente Glorieuses, les villes situées en milieu rural de l'Ouest de la France sont tenues de dynamiser leurs activités afin d'enrayer l'exode des habitants, attirés par les métropoles. Pour nombre d'entre elles, l'industrialisation est la solution. L'entreprise LDC, nouvellement créée et spécialisée dans l'abattage et le conditionnement de volailles, bénéficie de ce contexte à Sablé-sur-Sarthe. Elle est particulièrement soutenue par l'administration sabolienne et le maire-député Joël le Theule. L'implantation de sa première usine dans la zone d'activité sabolienne relève donc d'une réelle volonté politique et révèle la volonté d'associer campagne et ville via l'industrialisation. Le lien tissé entre l'entreprise LDC et les producteurs locaux des volailles de Loué en constitue une parfaite illustration. On assiste à une réelle coopération entre les différents acteurs : la production, l'élaboration de produits nouveaux et la publicité mise en place sont organisées de manière conjointe.

« Prenant ensuite la parole, M. Joël Le Theule se félicita de voir producteurs et commerçants associés pour le bien de la région »¹

Joël le Theule évoque ici le partenariat de l'entreprise LDC et du SYVOL (Syndicat des volailles fermières de Loué). Il est maire de Sablé-sur-Sarthe depuis 1957 et député depuis 1967. Son action est essentielle pour le développement des activités industrielles de la ville. Ancien ministre et gaulliste convaincu, il partage totalement les principes d'industrialisation des campagnes et de décentralisation voulues par les gouvernements successifs². Sa déclaration met en exergue le partenariat efficace entre producteurs et transformateurs avicoles locaux sur lequel se concentre notre étude.

Le groupe LDC est issu de la réunion de deux abattoirs situés dans le Maine. Malgré un début de mécanisation et la création de nouvelles installations au 4, rue Pasteur à Sablé-sur-Sarthe³, l'entreprise Lambert, spécialisée dans le traitement des volailles, ne bénéficie pas d'un décollage conséquent. L'entreprise Dodard, centrée sur les mêmes activités, partage les mêmes difficultés. Elles ne sont pas en mesure de répondre à la demande croissante dans leurs installations de l'époque. L'association des deux entreprises se déploie à cette période et la nouvelle société est créée le 25 octobre 1968⁴. Le SYVOL est une organisation créée en 1950⁵ dont la finalité consiste en la préservation de la production de volailles en Sarthe et des sociabilités qu'elle permet. Les valeurs renvoyant au terroir et à la ruralité étant opposées à l'industrialisation du secteur. Les objectifs réels sont multiples : l'amélioration de la production des volailles fermières de la région de Loué, la promotion des ventes, le dépôt, l'utilisation et la défense d'une marque syndicale, l'obtention d'un label de qualité⁶.

Les abattoirs Lambert et Dodard sont déjà en lien avec le SYVOL avant leur réunion. Auguste Lambert est par exemple un des volaillers ayant joué un rôle dans la création du Syndicat. Il est présenté comme un fervent défenseur du projet, notamment par sa proximité avec les éleveurs, qu'il côtoie à la foire pour s'approvisionner. Néanmoins, il a tout intérêt à soutenir le projet. L'installation de l'abattoir Lambert à Sablé en 1964 garantit un accès privilégié sur les productions du Syndicat⁷. L'entreprise Dodard, principalement axée sur des productions qualitatives, commercialise également des productions du SYVOL.

1 Source imprimée, *Ouest-France*, 22 janvier 1974, p.8

2 Rosier M., « Joël Le Theule conseiller général », dans *La Province du Maine*, n°87, 2010, pp.195-204

3 De Renac A. et P., *Aide l'enfant à grandir*, La Contemporaine, 2000, p.33

4 Idem., p.45

5 Jeanne Dufour, *Agriculture et agriculteurs dans les campagnes mancelles*, MGT, 1981, p.491

6 Duval A., « En Sarthe, le Syndicat des volailles fermières de Loué », *Regards sur l'espace rural, Région Pays de la Loire*, 1979, pp. 191-195

7 De Renac A. et P., *Aide l'enfant à grandir*, La Contemporaine, 2000, p.30

L'intérêt de cet article est ainsi de mettre en avant les mécanismes qui permettent le succès de l'association d'un organisme qui se revendique artisanal et d'un néo-groupe industriel au cours des années 1970.

Les principaux éléments mis en avant par les partenaires économiques sont d'abord les qualités gustative et sanitaire des produits, garanties par l'ensemble du processus de fabrication du produit et l'obtention de labels de référence. La volonté de coller aux exigences des consommateurs permet de rendre pérenne cet avantage concurrentiel. La grande distribution est alors séduite par l'offre conjointe des partenaires commerciaux.

Les viandes de volaille sont régulièrement pointées du doigt au cours du 20ème siècle et la garantie de leurs qualités est un moyen choisi afin de gagner des parts de marchés. Le groupe LDC cherche ainsi dès 1973 à diversifier son offre en ce sens. Les directeurs poussent alors pour : « la création de nouveaux labels de qualité »⁸. L'objectif est de les combiner à ceux existants pour « le poulet fermier de Loué »⁹, obtenus en 1960 et 1966¹⁰. Une telle démarche permet de répondre à la demande de clarté des consommateurs tout en se distinguant des concurrents. Dans ce domaine le groupe apparaît également comme étant un des leaders nationaux. Ainsi, la politique de labellisation est poursuivie avec la collaboration essentielle du SYVOL, car ce sont les productions du Syndicat qui peuvent être labellisées. Ce dernier en bénéficie également, ce qui permet de souligner la fructueuse collaboration des deux acteurs : « Depuis 1973, la diversification des productions stimule la croissance qui dépasse 30% par an en moyenne. »¹¹. La démarche est donc extrêmement précoce à l'échelle du groupe LDC qui tire avantage de l'agrandissement du Syndicat et de la participation nouvelle d'éleveurs divers. Les dindes noires de Noël en 1972, les pintades en 1973, les canards Barbarie en 1974 et enfin les poulets noirs en 1978¹² obtiennent successivement le label. Le groupe bénéficie grandement de cette diversification qui colle à la diversité des usages. L'entreprise place par ailleurs des photos des étiquettes de ces produits au sein de certains de ces dépliants publicitaires (voir ci-après)¹³.

8 Source imprimée, *Ouest-France*, 12/12/1973, p.16

9 Idem.

10 Duval A., « En Sarthe, le Syndicat des volailles fermières de Loué », *Regards sur l'espace rural, Région Pays de la Loire*, 1979, pp. 191-195

11 Duval A., « En Sarthe, le Syndicat des volailles fermières de Loué », *Regards sur l'espace rural, Région Pays de la Loire*, 1979, pp. 191-195

12 Idem.

13 Archive, documents présentation LDC, archives région Pays-de-la-Loire, carton 36W118



Celles-ci sont riches d'informations et nous renseignent d'autant plus sur les orientations du groupe sabolien. Différents éléments caractéristiques des produits ayant obtenu un label rouge sont en effet visibles sur cette image et correspondent à des éléments également présents dans les différents cahiers des charges des labels¹⁴. Évidemment le nom du produit est toujours clairement identifiable sur l'ensemble des étiquettes. Plus étonnant, la description des techniques et procédés particuliers de production mis en œuvre est détaillée. Pour les étiquettes des productions du SYVOL, elle est placée en bas à droite du logo central. Il est rappelé que l'élevage a lieu à la ferme et en extérieur, la méthode d'engraissement et l'âge à l'abattage des volailles. Le nom de l'organisation collective des acteurs impliqués dans la production (le Syndicat donc) est également présent, sur les bords des étiquettes. Le nom de l'organisme indépendant de contrôle qui atteste que le cahier des charges est respecté est précisé. Il est situé en haut de l'étiquette pour le poulet Grande Maison et à gauche du logo central pour les volailles de Loué. Il est à noter que, si la délimitation d'une aire exclusive de production n'est pas clairement établie sur les étiquettes, elle est un autre élément clé des cahiers des charges des produits labels.

L'ensemble de ces éléments distingue les volailles labellisées de celles de qualité moindre, d'où leur mise en valeur sur les étiquettes. On note ici une logique d'entraide publicitaire entre le groupe et le Syndicat. Les relations contractuelles favorisent en effet l'apparition de campagnes publicitaires à l'avantage de l'ensemble des parties¹⁵. Le groupe assure ses clients de la « qualité » de ses productions par la présentation de produits emblématiques, alors majoritairement fournis par le

14 Pilleboue J., « Les produits agro-alimentaires de qualité : remarques sur leurs liens au territoire » dans *Sud-Ouest européen*, 1999, pp. 69-83

15 Bouamra-Mechemache Z., Duvaleix-Treguer S. et Ridier A., « Contrats et modes de coordination en agriculture » dans *Economie rurale*, numéro 345, 2015, pp. 7 - 28

SYVOL. La volonté semble ainsi d'ancrer ces productions dans un espace renvoyant au terroir, aux campagnes françaises, dont les produits auraient simplement bénéficié de la modernité pour assurer leur hygiène. La volonté du Syndicat et du groupe apparaît alors clairement. L'objectif est de produire des volailles de qualité supérieure, à même d'être achetées à un prix supérieur par les consommateurs : « C'est dans ce créneau du haut de gamme où les volailles représentent encore l'image historique de consommation festive que le SYVOL choisit d'évoluer. Une majorité de ces produits est d'ailleurs consommée pendant le week-end et à l'occasion de fêtes »¹⁶. L'association des volailles de Loué aux fêtes est par ailleurs extrêmement intéressante puisque la création du Syndicat fait notamment suite à la perte d'importance de la foire de l'Envoi, qui se tenait peu avant les festivités de fin d'année calendaire à Sablé-sur-Sarthe¹⁷. La volonté de ne pas s'éloigner des orientations originelles de la production des volailles est ainsi conservée. Le groupe LDC s'appuie totalement sur cette communication afin de se démarquer sur les marchés.

Le groupe s'attache également à répondre à une demande nouvelle des consommateurs. En effet, il devient important tôt dans les années 1970 de se positionner avec des produits innovants. Au fur et à mesure que le groupe se développe, de nouveaux produits sont donc commercialisés. Les limites aperçues sont ainsi dépassées par la réponse à une demande : « de produits plus élaborés, incorporant plus de valeur ajoutée »¹⁸. L'industrie avicole bénéficie de ce fait d'une hausse des usages ainsi que d'une évolution qualitative de la demande, ce qui est bénéfique pour le groupe LDC. La modification des rapports de force dans la distribution exacerbe directement cette modification de la demande.

Par exemple, la disparition du vendeur au détail en tant qu'intermédiaire entraîne l'apparition de produits « en libre-service », c'est-à-dire directement prêts à la vente. La proportion de produits alimentaires de ce type atteint 45% du total en 1977¹⁹. Une telle évolution favorise les industries agro-alimentaires, et particulièrement les entreprises de transformation, ce qui explique que le groupe sabolien cherche à être en mesure de proposer des produits originaux et perçus comme tels provenant de son abattoir. Le développement des produits prêts à cuire est par exemple à souligner. Ainsi, on note en 1979 que les membres du Syndicat ont suivi cette évolution via leurs productions : « La présentation en prêt-à-cuire se développe rapidement et représente 40% des ventes [du

16 Duval A., « En Sarthe, le Syndicat des volailles fermières de Loué », *Regards sur l'espace rural, Région Pays de la Loire*, 1979, pp. 191-195

17 Guyard J.-P., « La volaille à Loué, de la basse-cour au marché » dans *La vie Mancelle*, n°452, 2017, pp.22- 23

18 Fouquet A., « L'évolution de la demande viande en quantité et en qualité », dans *Économie rurale*, N°85, 1970. pp. 165-176;

19 Persuy P., « Les formes modernes de distribution : leur rôle dans l'évolution du système agro-alimentaire. » dans *Économie rurale*, N°121, 1977, pp. 39-43

SYVOL] »²⁰. L'importance nouvelle de cette présentation est symptomatique des orientations voulues par le groupe LDC et par concomitance par le Syndicat dès la fin des années 1970. L'expansion des ventes n'est en effet pas envisagée par le Conseil d'Administration du SYVOL sans le concours des entreprises d'aval²¹ dont le groupe sabolien est le chef de file. Les produits sont ainsi présentés d'une manière moderne, la photographie suivante en constituant un exemple.



La mention « Prêt à cuire » est clairement lisible sur l'étiquette et indique ainsi l'adaptation de la production non seulement aux productions du SYVOL mais à l'ensemble de celles du groupe LDC. La volonté consiste alors à toujours améliorer leur offre – déjà très riche²²²³ – en faveur des consommateurs.

Les relations de l'entreprise avec les entreprises de distribution sont également favorisées par cette stratégie commune. Si les campagnes publicitaires sont à même de séduire les consommateurs, les distributeurs peuvent être à leur tour le public visé. Une brochure leur étant destinée présente par exemple les récompenses reçues par le Syndicat pour ses productions. Sans surprise, la qualité est de nouveau le premier élément mis en avant : « Deux études de marchés récentes montrent que consommateurs et distributeurs placent les volailles de Loué sous Label Rouge dans le haut de la gamme des rayons volailles »²⁴. Il est ici à noter que la préférence des consommateurs mais

20 Duval A., « En Sarthe, le Syndicat des volailles fermières de Loué », *Regards sur l'espace rural, Région Pays de la Loire*, 1979, pp. 191-195

21 Duval A., « En Sarthe, le Syndicat des volailles fermières de Loué », *Regards sur l'espace rural, Région Pays de la Loire*, 1979, pp. 191-195

22 Le groupe commercialise 90 dénominations de produits de volailles et une gamme gibier en 1978.

23 Archive, Brochure présentant le SYVOL, archives régionales Pays de la Loire, carton 36W118

24 Archive, Brochure présentant le SYVOL, archives régionales Pays de la Loire, carton 36W118

également celle des entreprises de distribution sont mises en avant. Plus encore, afin d'achever de convaincre de potentiels acheteurs, la qualité gustative est associée à la qualité du processus de fabrication : « l'organisation pour la défense des animaux d'abattoirs (O.A.B.A.) vient d'attribuer au SY.V.O.L. le prix du Professeur HEPP pour les bons soins apportés à nos volailles (tant en élevage qu'en abattoir) »²⁵. Le syndicat garantit ses productions : elles sont saines et savoureuses mais aussi produites dans le respect des animaux. La démarche constitue encore un moyen de s'éloigner des clichés associés à l'élevage industriel, bien qu'il fasse totalement partie de ce mouvement. Le groupe LDC est également mis en valeur à travers l'obtention de ce prix.

Sa zone d'activité est également mieux située que celles de ses concurrents (bretons notamment), car plus proche des zones de consommation. L'implantation de l'abattoir à Sablé représente ainsi un autre avantage stratégique favorisé par la municipalité : « L'évolution de Sablé se poursuit comme prévu et, à partir de 1975, elle sera grâce aux sociétés Bel, Casino, L.D.C. (volailles), grâce à l'abattoir municipal (boucher-expéditeur Ménager fils) l'un des principaux centres de transformation de produits agricoles de l'Ouest »²⁶. Joël le Theule met ici l'accent sur la situation favorable de la ville. Elle est en effet située sur les tracés des nouvelles autoroutes reliant Nantes et Rennes au Mans²⁷ et Angers à Paris via Le Mans²⁸. La localisation du site lui permet de multiplier ses débouchés commerciaux. En 1978, 10% des productions sont exportées, 10% sont dirigées vers des vendeurs grossistes, 35% sont distribuées via des détaillants et 45% sont écoulées par des grands et moyennes surfaces²⁹. Des produits de meilleure qualité sont ainsi vendus de manière plus efficace et diversifiée par le groupe, et ce malgré une baisse des prix des productions alimentaires généralisée³⁰.

L'implantation d'un nouvel abattoir par le groupe LDC à Sablé-sur-Sarthe permet ainsi à l'ensemble des parties d'en tirer bénéfice. Le SYVOL obtient d'abord un débouché sûr et constant pour ses productions. Il permet au Syndicat de croître en effectifs et en production (voir annexe 1). L'entreprise de transformation s'appuie de manière conséquente sur des produits de qualité, n'hésitant pas à en faire sa première marchandise en quantité (voir annexe 2) et à appuyer sa communication dessus. La synergie qui se met en place entre les deux acteurs économiques permet une adaptation rapide aux nouveaux enjeux de l'aviculture : la labellisation est rapide et permet à de

25 Idem.

26 Source imprimée, *Ouest-France*, 21 mai 1970, p.8

27 Source imprimée, *Ouest-France*, 1^{er} septembre 1972, page 7

28 De Renac A. et P., *Aide l'enfant à grandir*, La Contemporaine, 2000, p.50

29 Archive, dossier presse LDC, archives régionales Pays de la Loire, carton 36W118

30 Lebossé J.-C., Ouïsse M., « Les politiques d'intégration de l'agriculture artisanale au mode de production capitaliste. », dans *Économie rurale*, N°102, 1974, pp. 3-24

nombreux produits de se distinguer. L'adaptation aux nouvelles attentes des consommateurs est également favorisée et les entreprises de distribution sont séduites par les innovations proposées. La position géographique de Sablé-sur-Sarthe finit de consacrer le groupe comme une entreprise de transformation conséquente et ainsi de bénéficier de la politique mise en place par la municipalité : l'emploi est préservé en ville et dans les campagnes. Néanmoins, si cette stratégie est efficiente sur ce point, elle crée des conditions déséquilibrées et difficilement réversibles entre les différents acteurs (au profit de l'industriel transformateur) à même d'engendrer des différends dans un contexte moins favorable³¹.

31 Voir Raymond T., *L'histoire contemporaine du groupe LDC, Une approche de la transformation des viandes de volailles en France (v.1960 – 2018)*, mémoire de Master 2, Sorbonne Université, 2022

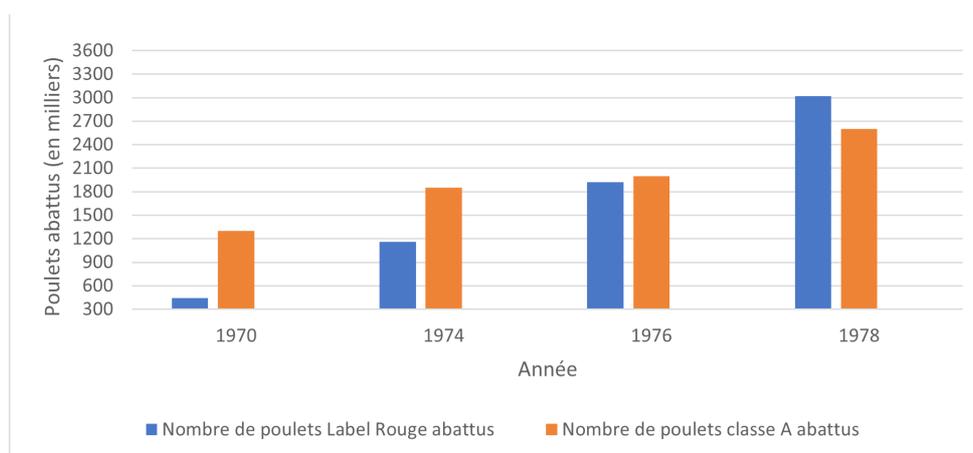
Annexes

Annexe 1

Année	Volailles produites	Nombre d'adhérents
1963	15.000	ND
1967	250.000	50
1972	1.000.000	ND (plus de 50)
1977	4.500.000	250
1978*	5.500.000*	300*

La croissance du SYVOL : hausse du nombre d'adhérents et du nombre de volailles produites pour les décennies 1960 et 1970³²

Annexe 2



Orientation stratégique du groupe LDC : le passage à une prédominance des produits labels au cours de la décennie 1970

**Archives régionales des Pays de la Loire consultées dans le cadre
du mémoire de Master 2 dont est issu l'article**

Carton 34W58, source imprimée, *Journal des Pays de la Loire*, n°7, 1992

Carton 34W62, source imprimée, *Journal des Pays de la Loire*, n°35, août-septembre 1996

Carton 34W67, source imprimée, *Le Régional*, n°14, 1991

Carton 36W114, Constitution d'un *Who's who* des Pays de la Loire, archives régionales Pays-de-la-Loire

Carton 36W118, documents de présentation LDC et SYVOL, 1979

Cartons 36W175 et 182, source imprimée, *Les entreprises de plus de 200 salariés des Pays de la Loire*, 1976 et *Panorama sur les entreprises de plus de 200 salariés des Pays de la Loire*, 1979