

Passion en bouteille

Alexandra Perron

Number 169, Summer 2021

Patrimoine et alcool. Boire du pays

URI: <https://id.erudit.org/iderudit/96249ac>

[See table of contents](#)

Publisher(s)

Éditions Continuité

ISSN

0714-9476 (print)

1923-2543 (digital)

[Explore this journal](#)

Cite this article

Perron, A. (2021). Passion en bouteille. *Continuité*, (169), 40–41.

Passion



Il a réuni une collection de 4000 objets liés à la bière, en plus d'être l'auteur de quelques livres sur le sujet. Sylvain Daignault étanche sa soif pour l'histoire en remontant le fil doux-amer de l'industrie brassicole.

ALEXANDRA PERRON

À sa première gorgée de « fond de bière », prise en cachette à 14 ans, Sylvain Daignault n'est pas séduit. L'heureuse découverte vient un an plus tard, en goûtant une blanche de Bruges, achetée à la Société des alcools du Québec. « Les yeux m'ont roulé par en arrière ! » se rappelle-t-il.

Attiré par les multiples facettes du monde brassicole, il commence sa collection au tournant des années 1980, à 19 ans. Les brasseries commerciales troquent alors leurs bouteilles *stubby*, petites et larges, pour des bouteilles « à long cou ». Il faut s'harmoniser avec le marché américain, au grand dam des taverniers d'ici qui doivent réaménager les tablettes de leurs réfrigérateurs.

Lors de cette transition, Sylvain Daignault se met à acheter tous les petits formats avant qu'ils ne disparaissent. Il a aussi un faible pour les bouteilles dont l'étiquette affiche une image de bateau. Par exemple, le voilier de la Molson Export, brassée pour la première fois en 1903.

Une industrie qui rapporte

Pour ce fêru d'histoire, la bière est un filon sans fin. Ne serait-ce que pour explorer l'évolution du développement économique du Québec.

Après la Conquête de 1759-1760, les entrepreneurs qui s'installent à Montréal — les Molson, les Dow, les Dawes — se lancent d'abord dans le commerce de la bière. « Leurs affaires vont tellement bien qu'elles vont financer d'autres activités », indique Sylvain Daignault. Ces immigrants venus d'Angleterre et d'Écosse investissent dans les bateaux à vapeur, les chemins de fer, l'immobilier, etc. Pour sa part, John Molson acquiert notamment une scierie qui l'aide à répondre aux besoins de sa brasserie, la bière étant transportée par barils. Mais une importante pénurie de bois au début du XIX^e siècle transforme cette pratique, rapporte l'auteur dans *Histoire de la bière au Québec* (Broquet, 2012).

Pour la première fois, Molson utilise des bouteilles de verre pour fournir les tavernes, les hôtels et certains commerces. Quant au commun des mortels, il devra attendre

Photographié chez lui un peu plus tôt cette année, Sylvain Daignault présente un plateau de service en étain de la brasserie Dawes.

Photo : Nathalie Rochon

en bouteille

des dizaines d'années avant de rapporter un carton de six contenants à la maison.

Dow, la bière qui tue !

Le monde brassicole possède aussi son lot d'anecdotes, parfois tragiques. En 1966, un fait divers torpille la brasserie Dow, plus que centenaire. *La Presse* rapporte la mort de plusieurs consommateurs de bière à Québec. On soupçonne le sulfate de cobalt ajouté pour créer un beau col de mousse, particulièrement prisé par les gens de la capitale.

Aucune brasserie n'est ciblée à l'époque, mais comme Dow contrôle 85 % du marché de la bière dans la région de Québec, elle attire tous les regards. Au fil du temps, l'anecdote est transformée et exagérée. « Tout le monde avait son histoire sur ce qui s'était passé et racontait n'importe quoi. Avec Paul-Yvon Charlesbois, on a décidé d'aller au fond des choses », indique Sylvain Daignault. Lui et son complice rédigent un ouvrage sur le sujet. *La Brasserie Dow* paraît en deux tomes, *L'ascension* (2018) et *La chute* (2020), aux Éditions GID.

« Le pire, c'est que rien n'a jamais été prouvé. Dow, c'est l'échec d'un exercice de communication », lance le coauteur. Pour juguler la crise, les dirigeants cessent la production à Québec, en plus de rappeler et de jeter toute la bière distribuée dans l'est de la province. « Mais dans l'esprit des gens, ça n'a pas passé », constate-t-il.

Dow devient « la bière qui tue » ! La brasserie, qui doit son nom à l'Écossais William Dow, homme influent à Montréal au XIX^e siècle, périclité. Elle fusionne avec la brasserie O'Keefe en 1974, elle-même rachetée par Molson en 1989. La Dow disparaît définitivement des tablettes en 1998.

Les secrets du marketing

Si certaines bières voient leur réputation ternie, d'autres ont la cote : « La bière parfaite, c'est la Frontenac ». « Elle combat la maigreur », clame une publicité qui s'adresse aux femmes et aux jeunes filles en 1915. Ce genre d'information, c'est du bonbon pour Sylvain Daignault, qui caresse un projet d'écriture sur l'histoire de la brasserie du même nom. Première entreprise du domaine à être détenue par des francophones, elle use de techniques publicitaires d'avant-garde en s'adressant à la gent féminine et en utilisant les capsules de ses bouteilles pour faire tirer des prix.

Cela dit, chaque brasseur tente de se démarquer pour vendre ses produits. Dès 1777, la brasserie anglaise Bass lance le premier logo associé au breuvage houblonné. Son



Cette publicité témoigne de l'évolution de la bouteille de bière commercialisée par la compagnie O'Keefe sur un siècle.

Source : Sylvain Daignault

triangle rouge permet aux hommes de manutention, souvent illettrés, de reconnaître ses tonneaux dans les ports. Au Québec, à partir de 1957, la compagnie Molson devient un important commanditaire de *La soirée du hockey*. Pour sa part, la brasserie ontarienne Sleeman mise sur la transparence de ses bouteilles. Et Black Label (propriété de Molson) multiplie les modèles de canettes, causant du même coup « un véritable casse-tête pour les collectionneurs ».

À propos, qu'en est-il de la collection de Sylvain Daignault aujourd'hui ? À part quelques *stubby*, étiquettes et vieilles publicités, il s'est départi de la plupart de ses artefacts. Il les a offerts au Musée de la bière qui se trouve dans la brasserie artisanale Bedondaine & Bedons ronds. Celle-ci est localisée dans le Vieux-Chambly, en Montérégie.

Enfin, prédit Sylvain Daignault, si l'histoire de la bière est « en bouteille », ce ne sera pas le cas de son avenir. Selon lui, l'ère des contenants de verre tire à sa fin. « On n'en parlera plus dans 10 ans. Toute la bière sera en cannette. C'est plus pratique pour aller au chalet ou en camping », conclut-il. ♦

Alexandra Perron est journaliste indépendante.
