

**Colloque international organisé par la Société française d'histoire maritime,
le musée du Vieux Granville et les archives départementales de La Manche
avec la collaboration des Amis du musée de la Mer,
de la Société d'archéologie et d'histoire de La Manche
et le soutien de la ville de Granville et du conseil général de La Manche**

**IV^e JOURNEES D'HISTOIRE
DE LA
GRANDE PÊCHE**

30-31 octobre 2009

GRANVILLE

(Salle du Hétel)

Du navire à l'étal

Le développement de la grande pêche correspond à une demande commerciale. Il s'agit de satisfaire à bas prix les nécessités de la pratique religieuse, les besoins alimentaires et sanitaires à l'échelle de l'Europe et de ses colonies. Dans ces conditions, l'abondance des morues dans les eaux de Terre-Neuve et de l'Islande constitue un puissant appel à la prédation. Les navires des pays de la façade européenne et de leurs établissements nord-américains se lancent dans une chasse dont l'un des phases les plus importantes est celle de la vente et de la commercialisation du produit.

En France, le débarquement de la morue varie en fonction de sa nature. La morue est déchargée partiellement dans le port d'origine du navire pour satisfaire aux besoins de la région. Dans les faits, l'essentiel de la cargaison est déchargé dans d'autres ports. Au XVI^e siècle, la morue est essentiellement déchargée dans les ports de Honfleur et de Rouen, ce dernier étant le principal lieu de vente. Progressivement se réalise une différenciation : la morue verte est principalement débarquée et vendue à Honfleur, au Havre et à Rouen, alors que les Sablais préfèrent Nantes et Bordeaux où ils retrouvent les Basques dont l'essentiel de la production est destiné à l'Espagne ; la morue sèche, quant à elle, se vend essentiellement à Marseille, et, secondairement à Nantes, La Rochelle ou Bordeaux. À la fin du XVIII^e siècle, la création du canal du Midi et les guerres de la Révolution puis de l'Empire conduisent à l'abandon progressif de Marseille pour Bordeaux. Cette dernière s'impose alors comme le leader incontesté de l'achat et de la commercialisation de la morue sous toutes ses formes.

Cet aperçu chronologique n'offre qu'une vision limitée des problèmes qui se posent à toute une chaîne commerciale partant du navire pour rejoindre l'étal du vendeur au détail, en passant par celui du trieur ou du négociant : Dunkerque arme pour l'Islande mais où se déroule la débarque du produit de la pêche ? Comment est-elle conditionnée pour le voyage ? Hors de France, quels sont les ports, d'armements ou non, qui achètent de la morue ? La vente se fait-elle au cent ou au quintal ? Comment se déroulent les opérations de déchargement ? Quels sont les règlements qui encadrent la vente ? Quel est le rôle des armateurs, de leurs capitaines, des négociants ? Le négociant ayant acheté une à plusieurs cargaisons, comment procède-t-il à la mise en valeur et la vente du produit ? Existe-t-il des intermédiaires, des opérations publicitaires ?

Ces questions pourraient être sans fin. Elles sont surtout une invitation faite à l'ensemble des chercheurs, des témoins et des bonnes volontés, à se joindre à nous pour présenter l'état d'une enquête qui ne se veut pas limitée par le temps.

La richesse de la question étudiée n'implique pas une thématique particulière. Il est laissé une totale liberté aux chercheurs de proposer une communication de leur choix. Il appartiendra au comité scientifique d'en évaluer la pertinence.

IV^e JOURNEES D'HSTOIRE

DE

LA GRANDE PÊCHE

PROPOSITION DE COMMUNICATION

A retourner impérativement avant le 27 février 2009 (délai de rigueur)

à monsieur Gilles DESIRE-DIT-GOSSET, directeur, Archives départementales de La Manche, boulevard Maréchal Juin, 50 000 SAINT-LO.

NOM :

Prénom :

Adresse :

Organisme :

Propose de présenter une communication sur le thème suivant :

Cette proposition doit impérativement être accompagnée d'un résumé à faire figurer au verso de cette feuille, avec indication des sources utilisées. Les propositions de communication seront examinées par le comité scientifique du colloque qui retiendra en priorité les travaux les plus innovants par leur problématique et leurs sources.

La durée des communications ne saurait excéder trente minutes. Le comité scientifique pourra donc être amené à refuser les propositions de sujets, quels qu'en soit leur intérêt ou leur originalité, qui ne lui semblerait pas pouvoir être présenté dans le temps imparti.

Les auteurs dont la proposition de communication sera retenue s'engagent à la présenter aux jour et heure qui leur seront fixés par l'organisation du colloque. Les auteurs demeurent propriétaires de leur texte mais ils réservent, à titre gracieux, la priorité de publication aux actes du colloque. Ils remettront au responsable du colloque le texte de leur colloque (12 pages maximum, corps 10, soit environ 30 000 caractères) si possible sous forme d'une disquette 3,5 pouces ou d'un CD ou DVD ROM, en précisant le type de matériel et le logiciel utilisé. Il sera éventuellement accompagné d'illustrations. Cette remise ne vaut pas engagement de publication de la part des auteurs.

TITRE DE LA COMMUNICATION PROPOSEE

RESUME (20 lignes maximum)

SOURCES UTILISEES :

MATERIEL SOUHAITE * :

Chevalet de conférence	oui	non
Ordinateur	oui	non
Projecteur de diapositive (carroussel)	oui	non
Panier à diapositives (carroussel)	oui	non
Rétroprojecteur	oui	non
Autre (Préciser)	oui	non

* Rayer les mentions inutiles