



1 350 BOUTEILLES &
40 ANS DE COLLECTION

L'EXCEPTIONNELLE MÉMOIRE DES BISTROTS FRANÇAIS AUX ENCHÈRES

Elles étaient autrefois partout, derrière les comptoirs des cafés, sur les étagères des bistrots et sur les tables françaises. Aujourd'hui, certaines sont devenues quasiment introuvables...

Les 4, 5 et 6 décembre prochains, la maison AIBO ART AUCTION met aux enchères une collection exceptionnelle de 1 350 bouteilles françaises originales, toutes différentes, réunies une à une pendant quarante ans. Un ensemble consacré à **l'âge d'or des apéritifs, digestifs, liqueurs et alcools français, qui raconte autant l'histoire de nos bistrots que celle de nos goûts, de nos habitudes et d'un certain art de vivre.**

« Cette collection s'est construite bouteille après bouteille, au fil de plusieurs décennies de recherches, de hasards et surtout de rencontres.

Derrière chacune d'elles, il y a une histoire : un bistrot disparu, une distillerie oubliée, une famille qui avait conservé une bouteille pendant des générations, un collectionneur ou un passionné qui m'a ouvert une porte.

Certaines pièces m'ont demandé des années de quête avant de les retrouver.

C'est aussi ce qui fait la valeur de cette collection à mes yeux : elle ne rassemble pas seulement des bouteilles rares, mais une multitude d'histoires et de fragments de notre patrimoine populaire. »

Bruno de Serbriant, actuel propriétaire de cette collection d'alcools français.



Le bistrot français raconté par ses bouteilles

Avant d'être des objets de collection, ces bouteilles étaient des objets du quotidien. Apéritifs, digestifs, vins toniques, liqueurs et spécialités régionales occupaient les comptoirs et les étagères des cafés à une époque où la France comptait une multitude de producteurs, de recettes et de marques.

Réunies aujourd'hui dans **un même ensemble, elles composent un étonnant inventaire de la France des bistrots**. Une France faite de comptoirs, de recettes locales, de marques familières ou depuis longtemps oubliées, mais aussi de pratiques et de discours qui racontent leur époque.

Avec ses **1 350 bouteilles sans aucun doublon**, la collection donne surtout à voir la profusion qui caractérisait alors cet univers. Et elle n'en constitue pourtant qu'un aperçu : **selon son collectionneur, cet ensemble ne représenterait qu'un millième de la diversité des bouteilles qui existaient à l'époque**.

" À travers cette vente, c'est un véritable patrimoine populaire français qui réapparaît : celui de ces bouteilles que nos parents et grands-parents voyaient quotidiennement dans les bistrots et qui, sans que l'on y prête alors attention, ont accompagné plusieurs générations de Français "

commente **François-Régis Houel, président, cofondateur d'Aibo Art Auction**.



Quand on prescrivait du vin... aux enfants

Parmi les curiosités de la collection figure un étonnant « vin de beef juice », présenté comme un vin tonique élaboré à base de viande. Plus surprenant encore pour notre regard contemporain : son étiquette évoquait directement sa consommation par les enfants, auxquels elle recommandait de n'en boire qu'un verre à liqueur. Une petite phrase qui suffit à mesurer le chemin parcouru dans les usages, la publicité et notre rapport à l'alcool.

Des objets devenus rares parce que personne ne songeait à les conserver

C'est aussi tout le paradoxe de cette collection. Ces bouteilles n'étaient pas conçues pour traverser les décennies. Elles étaient achetées, consommées puis jetées. Pendant longtemps, **elles « n'intéressaient strictement personne »**, selon les mots du collectionneur. C'est précisément cette banalité d'hier qui fait leur rareté aujourd'hui.

La constitution de cet ensemble prend alors une dimension particulière : préserver méthodiquement ce qui semblait ne pas mériter de l'être. Au fil des années, les bouteilles du quotidien sont devenues **les témoins matériels d'un monde en grande partie disparu**.

Une histoire de marques, mais aussi de graphisme et de réclame

Au-delà de leur contenu, les bouteilles frappent par leurs étiquettes. C'est d'ailleurs leur qualité qui a initialement motivé la constitution de la collection : graphismes, coloris, compositions, typographies et textes publicitaires composent **une extraordinaire galerie de la création commerciale française**.

À une époque où l'affiche, l'étiquette et le comptoir étaient des territoires privilégiés de communication pour les marques, chaque bouteille devait raconter une histoire et attirer le regard. Certaines promettaient force ou vitalité, d'autres mettaient en avant une origine, une recette ou un savoir-faire.

Alignées aujourd'hui, ces 1 350 bouteilles peuvent ainsi se lire comme autant de **petites archives graphiques et publicitaires de la France populaire**.



« Cette collection est exceptionnelle à double titre : par la rareté de flacons datant pour beaucoup de la première moitié du XXe siècle, mais surtout par leur remarquable état de conservation. Certaines étiquettes semblent avoir traversé près d'un siècle sans en subir les effets »

commente **Sébastien Foulard, Expert Spiritueux d'Aibo Art Auction**

Des lots pour faire entrer un morceau de bistrot français dans sa collection

À travers ces bouteilles, c'est aussi toute une histoire des goûts et des comptoirs français qui se raconte. Chaque catégorie témoigne de son époque et de ses habitudes de consommation : **les anisés qui s'imposent après l'interdiction de l'absinthe, les « gros américains » de l'entre-deux-guerres, les triples secs et les liqueurs de fruits et de plantes qui connaissent leur heure de gloire au milieu du siècle, ou encore les rhums venus des colonies françaises.**

La collection raconte également les rituels du bistrot : **les crèmes de fruits que l'on mêlait au vin blanc pour préparer les kirs, les Pippermint popularisés par les frères Get, ou les étonnants Goudrons, que l'on dégustait allongés d'eau de Seltz.** Autant de bouteilles, d'étiquettes et de marques parfois disparues qui font ressurgir tout un imaginaire : celui des cafés, des apéritifs et des comptoirs d'autrefois.

Plus que des alcools anciens, ces lots constituent ainsi les témoins d'une véritable culture populaire française — et autant de morceaux de l'histoire du bistrot à faire entrer dans une collection.

Cette diversité doit permettre à la vente de s'adresser aussi bien aux collectionneurs qu'aux amateurs d'histoire des marques, de graphisme publicitaire, de gastronomie et d'art de vivre français.

INFORMATIONS PRATIQUES

40 ANS DE COLLECTION - 1 350 BOUTEILLES DE SPIRITUEUX

Date : 4, 5, 6 décembre (horaires prochainement disponibles sur aiboartauktion.com)

Lieu : Paris (plus d'informations sur aiboartauktion.com)

Exposition publique : 3, 4 et 5 décembre (horaires prochainement disponibles sur aiboartauktion.com)

Nombre de lots : 1 480

Vente : AIBO ART AUCTION

En vente sur Interenchères et Drouot Live.

[Visuels de la vente disponibles ici](#)



Quelques lots emblématiques de la vente dont les estimations varient entre 500 et 1 500 €

Kina Lillet – Récolte 1950

Un rare flacon historique de Kina Lillet, célèbre apéritif bordelais à base de vins, marqué par l'amertume caractéristique du quinquina. Cette récolte 1950 témoigne de l'ancienne recette de la maison, devenue aujourd'hui particulièrement recherchée par les collectionneurs.

Eau-de-vie Chartreuse 1941

Un flacon ancien et rare de la maison Chartreuse, datant de 1941. Témoin du savoir-faire historique des moines chartreux dans l'élaboration de spiritueux à base de plantes, cette eau-de-vie constitue aujourd'hui une pièce recherchée par les amateurs et collectionneurs de Chartreuse ancienne.

Extrait d'Absinthe 68° - Pernod Fils, Couvet Suisse & Pontarlier - début XXe

Un rare témoignage de l'âge d'or de l'absinthe, produit par Pernod Fils entre Couvet, berceau suisse de la « Fée verte », et Pontarlier, capitale historique de l'absinthe en France. Titrant 68°, ce flacon du début du XXe siècle constitue une pièce emblématique de l'histoire des spiritueux et particulièrement recherchée des collectionneurs.

La Gauloise Liqueur Hygiénique – R. Requier - c. 1930

Une liqueur française ancienne au nom évocateur, produite par R. Requier et présentée à l'époque comme « liqueur hygiénique », selon le vocabulaire alors couramment employé pour vanter les vertus des spiritueux à base de plantes. Ce flacon des années 1930 constitue aujourd'hui un séduisant témoignage de l'histoire des liqueurs françaises et de leur univers publicitaire.

Rhum Saint-Esprit - c. 1940

Un rhum ancien datant des années 1940, évocateur d'une époque où les rhums des Antilles occupaient une place de choix dans les caves et comptoirs français. Par son ancienneté et la rareté des bouteilles parvenues jusqu'à nous, ce flacon constitue aujourd'hui un intéressant témoignage de l'histoire du rhum au milieu du XXe siècle.

Quelques lots insolites

Viandox Super – Consommé à base d'extrait de viande

Un étonnant témoin de l'histoire de l'alimentation française : le Viandox, célèbre préparation à base d'extrait de viande, se consommait aussi bien dilué en bouillon que comme condiment pour relever les plats. Cette bouteille ancienne de « Viandox Super » illustre tout un pan de la culture culinaire et publicitaire du XXe siècle.

Grog Américain

Une curiosité emblématique de l'univers des apéritifs et boissons fortifiantes d'autrefois. Avec son appellation exotique de « Grog Américain », ce flacon témoigne d'une époque où les fabricants rivalisaient de recettes et de dénominations évocatrices pour séduire les consommateurs. Une pièce singulière, autant par son histoire que par son identité graphique.

Goudron Jifran

Une étonnante spécialité d'autrefois, appartenant à la tradition des préparations au goudron végétal, alors appréciées pour leurs qualités aromatiques et auxquelles étaient volontiers prêtées des vertus bienfaisantes. Avec son appellation aujourd'hui insolite, le Goudron Jifran constitue un savoureux témoignage des usages et du marketing du début du XXe siècle.

Les lots pour se faire plaisir dans un budget maîtrisé

les Triples Secs et autres liqueurs de fruits sont estimés entre 50 et 100 €.

