

**Thierry Bonnot**  
**écomuséedu Creusot-Montceau**  
**(Saône-et-Loire)**

**DES PRODUITS INDUSTRIELS DE L'USTENSILITE**  
**A L'ESTHETIQUE**  
**Lorsque la céramique utilitaire bascule vers le beau**

**Constitution de la valeur esthétique de l'objet banal**

**Compte-rendu final**

**Recherche pour la Mission du Patrimoine Ethnologique.**

Appel d'offre 2000 : Ethnologie de la relation esthétique ; les moments critiques de l'élaboration et de l'appréciation esthétiques.

## ***Préambule : objetset esthétique, questions de méthode***

Dans le cadre de l'appel d'offres « Ethnologie de la relation esthétique », j'ai proposé une recherche concernant des objets céramiques dits *utilitaires* –je reviendrai en détail sur ce qualificatif– et anciens et leur traitement esthétique par leurs usagers quotidiens. La question de la relation esthétique posée à propos d'objets matériels –qui plus est d'objets domestiques relativement courants– pose un ensemble de problèmes méthodologiques qui font courir le risque d'imposer au terrain une problématique artificielle, alors que l'ethnologie s'efforce de trouver dans l'observation du terrain les bases de son questionnement. En clair, il a été très difficile au cours de cette enquête d'éviter l'écueil méthodologique consistant à « tirer » l'étude des objets vers la question esthétique plutôt que de chercher à découvrir la question esthétique nichée au cœur des matériaux ethnographiques collectés.

Cette difficulté n'est sans doute pas propre à mon terrain, mais il me semble que l'ethnologie de la culture dite matérielle est particulièrement propice à ce risque épistémologique. Lorsqu'on n'aborde pas directement le monde de l'art, et que l'on traite d'objets matériels, l'enquête ethnologique sur la question esthétique a finalement le choix entre deux méthodes : soit elle traite esthétiquement un sujet selon ses propres critères (c'est-à-dire selon la formation intellectuelle et le bagage culturel de l'enquêteur, partagé globalement par ses pairs, appliquant sa propre conception du beau aux objets qu'il étudie), soit elle questionne les valeurs esthétiques des enquêtés (qu'est-ce que l'interlocuteur considère comme beau, sur quels critères se base-t-il, etc.) s'exposant sans cesse à la tentation de porter jugement sur les goûts esthétiques d'individus issus d'une autre classe sociale. « *Le goût classe, et classe celui qui classe : les sujets sociaux se distinguent par les distinctions qu'ils opèrent, entre le beau et le laid, le distingué et le vulgaire, et où s'exprime ou se traduit leur position dans les classements objectifs* » (Bourdieu, 1979 ; VI) La rédaction de ce rapport a été dans ce cadre un exercice périlleux de neutralisation des effets de distinction nés des échanges autour de la question esthétique.

Au cours de l'enquête, j'ai rencontré trois types de réaction face à la question esthétique posée relativement aux objets matériels, et tout particulièrement quand il s'agissait d'objets d'un usage –actuel ou passé– courant : soit la notion même d'esthétique est absente (« *je ne me suis jamais posé la question* ») ; soit elle impressionne (« *Oh la la !*

*Vaste sujet !* ») ; soit elle dérange les critères habituels de traitement des objets (« *ça me gêne de parler d'esthétique pour ces choses là.* »). Les objets choisis comme centraux dans cette enquête ne sont pas a priori des objets à vocation esthétique – c'est d'ailleurs ce qui fait la pertinence de cette problématique. Cette antinomie apparente est à l'origine de ces réactions de gêne ou de surprise ; c'est également ce qui explique que les entretiens menés explicitement sur la question esthétique aient peu à peu dérivé vers d'autres objets, voire d'autres perspectives – L'objet d'art, la création.

Certains éléments de ce rapport pourront paraître s'éloigner de la problématique d'origine, mais permettent d'éclairer celle-ci de façon plus théorique, ouvrant des perspectives sur l'objet-artefact en tant que chose, et aux relations esthétiques entretenues avec lui par ses usagers. Tout au long de l'enquête, il m'a fallu à la fois tenir les objets au plus près, c'est-à-dire fixer mon attention sur les produits céramiques à partir desquels j'avais élaboré ma problématique, tout en restant ouvert à d'autres objets, que mes interlocuteurs mettaient en avant dès que nous en venions à parler d'esthétique. Il s'agissait seulement, en bonne méthode ethnologique, de ne pas s'interdire a priori d'examiner ce que m'apportait le terrain, de ne pas imposer artificiellement des limites trop strictes à ma démarche d'enquête. C'est également dans cette logique que seront ici développées quelques réflexions sur la question esthétique issues de l'étude d'une œuvre littéraire et d'un essai juridico-philosophique : ces textes ne traitent pas de céramique, mais leur portée problématique ne peuvent qu'enrichir nos propres interrogations.

Le lien le plus direct et le plus évident entre esthétique et objet matériel repose sur la forme et la couleur de celui-ci, ses caractéristiques morphologiques les plus immédiatement perceptibles par le sujet face à l'objet. Se laisser obnubiler par ces considérations aurait été une erreur fondamentale dans le cadre de mon enquête. La valeur esthétique, on le verra, dépasse largement le seul registre formel, et c'est pourquoi cette question n'occupe qu'un chapitre de ce rapport. Quant à considérer la relation esthétique comme exclusive, ce qui reviendrait à dire par exemple qu'un objet traité esthétiquement ne pourrait plus l'être fonctionnellement, l'enquête a montré que l'idée initialement retenue d'un *basculement* entre utilité à esthétique n'était pas pertinente, ou du moins pas en termes tranchés. L'ustensilité elle-même participe de la construction sociale et symbolique de la valeur esthétique accordée aux objets. Chaque détenteur d'objet exprime sa version

de l'esthétique de l'objet en disant pourquoi ça lui plaît ; et très souvent, les notions morphologiques le plus communément invoquées pour traiter de l'esthétique n'entrent pas en jeu. D'autres registres, le temps, les techniques, les références individuelles et notamment familiales sont apparus tout aussi élémentaires dans la constitution d'une relation esthétique aux objets matériels.

## ***Présentation du terrain***

Cette recherche s'appuie sur une enquête de terrain menée principalement dans le département de Saône-et-Loire, en grande partie dans le bassin industriel de Montceau-les-Mines et Le Creusot. Quelques données comparatives ont été également rassemblées à partir de visites dans la Drôme et le Beauvaisis.

Je ne reprendrai pas ici dans le détail la présentation du terrain de l'enquête<sup>1</sup>, dont certaines caractéristiques apparaîtront tout au long de ce rapport. Contentons nous d'énumérer quelques données indispensables à la bonne compréhension de mes propos. Les objets céramiques dont il sera question ici sont les produits d'industries basées dans la région de Montceau-les-Mines et Le Creusot, ainsi que dans les villes de Digoïn et Paray-le-Monial, à l'ouest du département, près de la Loire. La quasi totalité de ces usines ont fermé leurs portes dans les années 1960.

Le bassin industriel situé au cœur du département de Saône-et-Loire s'est développé au cours du XIXe siècle autour de deux pôles, la métallurgie des établissements Schneider au Creusot et l'extraction houillère du bassin de Blanzy-Montceau. L'industrie céramique, si elle a profité de ce développement de façon directe et indirecte, ne fut donc qu'une activité secondaire dans cette région, même si on peut parler d'une importante concentration d'entreprises –principalement de tuileries– entre 1870 et 1960 à proximité des deux villes principales du bassin. Cette concentration s'organisa le long d'un axe est-ouest économiquement fondamental pour l'activité industrielle, le canal du Centre, creusé entre la Saône et la Loire à la fin du XVIIIe siècle. Cette voie de communication participa de plusieurs façons à la prospérité de l'industrie céramique : d'abord en mettant en évidence des gisements d'argile, puis en offrant aux entreprises un moyen de transport efficace pour l'expédition des produits finis comme pour l'approvisionnement en matières premières (argiles et charbon).

Sur le premier point, l'usine située dans la commune de Pouilloux, au lieu-dit le Pont-des-Verne<sup>2</sup> sur le canal du Centre, offre un exemple éclairant. Pierre Langeron,

---

<sup>1</sup> Je renvoie à mon rapport intermédiaire, août 2001.

<sup>2</sup> Bonnot, Th. 2000. *Le Pont-des-Vernes, une fabrique de produits céramiques à Pouilloux*, écomusée de la CUCM.

entrepreneur en travaux publics, participa au creusement du canal du Centre dès 1783, fournissant notamment des remblais, puis devenant en 1784 le principal entrepreneur du creusement de la tranchée de Gévelard<sup>3</sup>. Cet homme connut ensuite quelques difficultés financières liées à ces travaux, et n'intervient plus après 1787. A proximité de Pouilloux, Pierre Langeron constata la richesse du sous-sol, et notamment la qualité et la plasticité des argiles blanches locales. Sa carrière s'achevant donc avant le début du XIXe siècle dans les travaux publics, Pierre Langeron se lance dès les années 1820 dans la production céramique, utilisant les gisements découverts quelques années auparavant. La fabrique de cruchons de grès et de cruches à bière attestée dès 1826 au Pont-des-Vernes perdurera dans cette activité jusqu'à 1957, demeurant plus de 130 ans sous la direction des Langeron, descendants directs de Pierre.

Les rives du canal du Centre constituèrent donc l'arête centrale de l'industrie céramique de Saône-et-Loire, incitant les observateurs du début du XXe siècle à donner l'appellation « Vallée de la céramique » à cette région<sup>4</sup>. C'est principalement le long de la Bourbince, rivière dans la vallée de laquelle fut creusée la partie sud-ouest du canal – versant Océan – que s'installèrent les usines spécialisées dans la poterie de grès, produits qui retiendront ici notre attention.

### ***Les fabriques de poteries de grès de la vallée de la Bourbince***

Deux secteurs géographiques sont plus spécialement concernés par la fabrication de poteries de grès, tous deux situés le long de la Bourbince. Le premier de ces secteurs, en partant du point de partage en direction de l'ouest, est celui qui s'étend de Pouilloux à Palinges en passant par les communes de Ciry-le-Noble et Gévelard. Le second est constitué par la région de Paray-le-Monial (8934 habitants<sup>5</sup>) et Digoïn (9192 hab.).

---

3 Carnets d'ateliers de Ciry-le-Noble et Gévelard, rédigés par les commis supervisant les travaux. Archives départementales de Saône-et-Loire, série C, supplément canal du Charolais (C 632-127, 128 et 130).

4 Arduin-Dumazet, auteur des *Voyages en France*, évoque en 1901 « *cette longue chaîne d'usines qui pourrait faire donner au défilé formé par la Dheune, le seuil de Longpendu et la Bourbince, le nom de vallée de la céramique* ». Arduin-Dumazet, 1901. *Voyage en France ; Basse-Bourgogne et Sénonais*, Paris, Berger-Levrault. Chapitre II, « La vallée de la céramique », pages 17 à 31.

5 Tous les chiffres de population donnés dans ce rapport sont ceux du recensement de 1999.

## Digoin et Paray-le-Monial

Pour ces deux villes, l'industrie céramique est un secteur professionnel prépondérant et encore en activité. Trois entreprises à Digoin –Allia sanitaire, faïencerie de Digoin– Sarreguemines, S.A. des Grès et Poteries de Digoin– et deux usines à Paray-le-Monial –Fauchon–Baudot et Paray Céramiques– entretiennent la permanence d'une production entamée dès le XVIIIe siècle avec la faïencerie. Cette "tradition" céramique locale a suscité la création de deux sites patrimoniaux : le Centre de documentation céramique de Digoin et le musée Paul Charnoz à Paray-le-Monial. Le premier se consacre essentiellement aux produits de la faïencerie, le deuxième est dépositaire de la mémoire de l'usine de fabrication de carrelage fondée en 1877 par Paul Charnoz, remarquable par ses productions de carreaux de grès polychromes colorés dans la masse.

La fabrique de poteries de grès de Digoin est à l'origine une entreprise familiale fondée en 1875, devenue société anonyme en 1904. Les bâtiments de l'usine sont situés entre la voie ferrée Chagny–Moulins et le canal du Centre. L'entreprise compte au début du siècle une centaine de salariés, effectifs qui fluctuent pour parvenir à environ 200 personnes au milieu des années 1970 avant d'entamer une décrue qui se poursuit aujourd'hui –moins de 100 personnes en 1995, une soixantaine en 1999. Au début de l'année 2002, cette entreprise est au bord du dépôt de bilan. Les productions de la première moitié du XXe siècle relevaient de la poterie culinaire, horticole, à usage chimique, et du conditionnement pour l'agro-alimentaire. Aujourd'hui demeurent le créneau de la poterie horticole et celui des « *arts de la table* » –plats, pots à eau, assiettes, etc.

La poterie Labaune était une petite entreprise familiale créée en 1878 en bordure immédiate du canal à Paray-le-Monial : elle demeure dirigée par la famille Labaune jusqu'à sa fermeture en 1950. Elle regroupe seulement une dizaine d'ouvriers à la fin du XIXe siècle, 25 vers 1930 et une trentaine encore après 1945. L'éventail des productions est quasiment le même que celui des Grès et Poteries de Digoin : poteries de grès destinés à la table, saloirs, crémiers, soupières et poteries horticoles. Après la deuxième guerre mondiale sera créée la gamme des grès flammés ornementaux, à laquelle on donnera une marque, les grès Reflex. Ces produits se retrouvent de nos jours sur le marché de la brocante.

## De Palinges à Pouilloux

La grande majorité des objets rencontrés au cours de cette enquête proviennent des usines de Palinges, Ciry-le-Noble et Pouilloux. Nous n'entrerons pas ici dans le détail chronologique de l'histoire des principales entreprises de ce secteur<sup>6</sup>, mais essaierons seulement de dégager les lignes de force de cet ensemble industriel très homogène quant à ses productions et ses structures industrielles. Il s'étend de façon linéaire entre Pouilloux à l'est et Palinges à l'ouest, en suivant la Bourbince, le canal du Centre et la voie SNCF, trois axes approximativement parallèles orientés est/ouest qui désenclavèrent ces villages ruraux dès la première moitié du XIXe siècle. Le canal traverse ici le territoire de quatre communes : Pouilloux, Ciry-le-Noble, Gévelard et Palinges ; vers 1890, elles regroupent ensemble 6 000 habitants –6358 encore en 1999. Les fabriques de céramique s'installent d'abord à Palinges, avec l'usine du Montet, fonderie qui s'oriente vers la céramique autour de 1810, et à Pouilloux dès les premières années du siècle. Les autres usines sont créées dans la deuxième moitié du XIXe siècle –Bossot à Ciry-le-Noble en 1856, Chèze à Palinges en 1860, Diossin en 1880. A l'apogée, grossièrement entre 1895 et 1915 cette région qui s'étend sur une longueur d'à peine 15 km regroupe quinze unités de fabrication céramique produisant majoritairement du grès et des réfractaires. Chaque site ne peut pas être considéré comme industriel, mais certains –usine Bossot, le Montet, Vairet-Baudot– approchent ou dépassent la centaine d'ouvriers. Dans l'ensemble, nous avons ici affaire à des petites et moyennes entreprises, puisqu'aucune ne dépassa un effectif de 150 ouvriers. Toutes ces entreprises sont de structures familiales, avec parfois une longévité étonnante comme celle de la famille Langeron, qui dirige l'usine du Pont-des-Vernes de sa création à sa fermeture en 1957 et de la famille Ruault-Pajot, propriétaire du Montet des années 1820 à 1927. Jean Bordelais rachète l'usine à cette date et la dirige jusqu'à son décès en 1967, son épouse prenant la succession jusqu'à la fermeture du site en 1976. Les frères Bossot, puis leurs fils se partagent entre 1856 et 1930 l'exploitation de plusieurs usines et la famille Chèze produit du grès à Palinges de 1860 à 1962.

La chance de ces industriels fut de pouvoir exploiter les gisements d'argile de la vallée –carrières de Ciry-le-Noble et Palinges, puis Perrecy-les-Forges et Saint-Aubin-en-

---

<sup>6</sup> Pour des renseignements plus précis, voir Itinéraires du Patrimoine n°151 : *L'industrie céramique des rives du canal du Centre, Saône-et-Loire*, éditions du Patrimoine et écomusée de la CUCM, 1997.



Charollais- et de bénéficier d'un accès immédiat au canal du Centre, la plupart des usines n'étant séparées de la voie d'eau que par un chemin de halage. Les argiles de ce secteur sont d'une part des terres très claires, grésantes et réfractaires, parfaitement adaptées à la fabrication de poteries à pâte imperméable, de l'autre des terres fusibles propres à la fabrication de récipients et de pavement antiacides. Ces caractéristiques ont déterminé la diversité des produits de ces usines : la poterie de grès au Montet, au Pont-des-Vernes, de l'usine Chèze, des usines Bossot ; les récipients destinés à l'industrie chimiques -Le Montet, Chèze, Vairet-Baudot , Pont-des-Vernes ; les briques antiacides -Vairet-Baudot, Bossot et Piessat à Gévelard ; les tuyaux de grès -Vairet-Baudot, Chèze et Bossot ; les tuiles de grès glaçuré, spécialité de l'entreprise Bossot. Cette liste n'est pas exhaustive, mais permet de saisir globalement le créneau commercial occupé par ces entreprises. Certaines usines axèrent leur production dans un secteur plus spécifique -les cruchons à liqueur pour Langeron, les bouteilles à encre et pots à moutarde pour Bossot, la brique antiacide pour Vairet-Baudot- mais toutes conservèrent une certaine variété dans leur catalogue, allant même, pour l'usine du Montet, jusqu'au funéraire -poteries et plaques mortuaires en faïence- et au sanitaire dans les années 1960/1970.

Très comparables dans leurs productions et dans leurs structures sociales, les usines du secteur Palinges/Pouilloux le furent aussi dans leur évolution économique. Après une relative prospérité dans les années 1870/1880, elles connurent une crise à la charnière des deux siècles, traduite par des grèves en 1899 et 1900, puis retrouvèrent entre 1910 et 1930 un marché assez florissant avant de péricliter lentement entre 1940 et 1960 environ, l'exception du Montet ne se prolongeant que d'une dizaine d'années -1976.

## ***Terre, céramique et esthétique***

### Définitions

Le fait que les objets visés par l'enquête soit des produits céramiques n'est pas neutre au moment de considérer leur charge esthétique. La définition la plus classique de la céramique rattache directement ce matériau à la terre : « *La céramique (de κέραμος, argile, terre à potier) est l'art de façonner l'argile et d'en fixer les formes par la cuisson* » (*Encyclopedia Universalis*, corpus 4, p 505). Cette définition est celle de l'article « *céramique* » de l'encyclopédie. L'article « *céramiques industrielles* » la corrige dans le même volume :

*« Jusqu'à la fin de la première moitié de ce siècle, la céramique était définie comme l'art de fabriquer des poteries en utilisant la propriété de l'argile de donner avec l'eau une pâte plastique devenant solide et inaltérable après cuisson. Parfaitement adaptée à la céramique traditionnelle, cette définition est obsolète [...] A l'heure actuelle, la céramique peut être définie comme l'art de fabriquer des objets inorganiques non métalliques en mettant en œuvre dans leur processus d'élaboration un traitement thermique à haute température. »* (Ibid. p 508)

Selon cette définition issue de ce qu'on pourrait appeler les sciences dures –physiques et chimie notamment– la production céramique englobe non seulement les terres cuites, faïences et porcelaines, mais également le verre, et les matériaux techniques nommés ici *néo-céramiques*: carbures, borures, nitrures, composites divers, etc.

Cet écart de définition entre une perception traditionnelle et une vision moderne d'un même matériau est très révélatrice de la valeur symbolique accordée au lien céramique/objet céramique–argile/terre. Ce lien exprime souvent un attachement esthétique à la céramique comme matière, et la matérialité d'un artefact constitue évidemment le cœur de son identité et du système de représentations développé autour de lui.

La terre, c'est vivant

Les collectionneurs rencontrés montrent un goût particulier pour « la *terre* », au-delà de la céramique : « Moi, j'ai la passion de la céramique, parce que la céramique, c'est la terre, c'est vivant. Tout ce qui est terre m'est prétexte à collection ». Michel C., en préretraite depuis quelques mois, se consacre plus longuement à ses passions artistiques, la peinture et le modelage. Il a déjà réalisé quelques statuettes d'argile, qu'il envisage de cuire bientôt en construisant un four électrique avec des amis. Il utilise des argiles de la région du bassin minier, qu'il a récoltées durant sa période d'activité professionnelle à EDF-GDF. Le creusement des tranchées pour le passage des conduites de gaz met à jour des gisements d'argile qu'il sait très bien localiser. Hermétiquement fermée dans des sacs plastiques, la terre demeure plastique et il peut la modeler plusieurs mois après son extraction. « Celle ci et celle là [une statuette figurant Saint Martin et l'autre un vieux touareg] je les ai faites avec de la terre d'ici, de Blanzky, dans les carrières de l'ancienne tuilerie. Je préfère travailler avec les terres trouvées dans la région qu'avec des terres achetées toute prêtes... » Dans son activité créative s'exprime ainsi son attachement à la région : et qu'est-ce qui représente mieux une région que sa terre ?

La « *terre* » signifie ici *argile*, élément minéral correspondant à une définition précise qu'on peut résumer par *silicate d'alumine hydraté*. Nous avons donc affaire à une combinaison minérale déterminée qui très souvent est désignée, par raccourci, par le terme *terre*, censé englober tous les minéraux connus. Sur le plan sémantique, c'est un moyen de rapprocher une matière transformée –la céramique– d'une matière naturelle. Cette tactique discursive est un des modes d'appréhension esthétique des objets céramiques. L'approche quasi mystique de la céramique est entretenue par les industriels et les acteurs culturels et/ou touristique qui présentent communément la céramique comme une fusion entre éléments fondamentaux : *terre, eau et feu*.

« *Depuis les temps anciens, les arts céramiques accompagnent l'histoire des hommes, dont ils rattachent l'existence à la fois à la terre-mère et à l'au-delà. Dans toutes les mythologies, l'homme est tiré du limon et modelé par un dieu.[...] C'est sans doute en raison de l'alchimie des trois éléments vitaux - la terre, l'eau et le feu- que les arts céramiques participent à la fois du mystère des forces naturelles et de la technicité des forces humaines, se plient à tous les rêves et satisfont à toutes les nécessités de la vie quotidienne.* » (Federico Mayor, directeur général de

l'UNESCO, 1989)<sup>7</sup>

Matière fondamentale et fondatrice pour l'humanité, issue de la terre génitrice, la céramique est indissociable de son histoire, elle en est même un éclairage :

*« De tous les objets subsistant du lointain passé, rien n'est plus révélateur du degré de civilisation que la céramique. Mêlée aussi bien à la vie de tous les jours qu'aux rites religieux, retrouvée dans les habitations comme dans les tombes, elle suit tous les chemins de l'humanité, au point que, en l'absence de documents écrits, c'est à un type de poterie caractéristique qu'on se fie pour suivre la marche d'un peuple. [...] L'art du potier, l'un des premiers que créa l'homme, continuera sans doute aussi longtemps que lui »* (H. Levasseur, 1969)<sup>8</sup>

C'est une activité fondatrice, à haute valeur symbolique. L'argile est considérée par plusieurs civilisations comme une des bases matérielles de la création.

*« Les principaux matériaux utilisés pour fabriquer les objets indispensables à l'homme (métaux, argile, bois, laine, etc.) avaient un statut particulier : ce sont précisément eux qui ont servi de matière première originelle pour la création du monde et de l'homme lui-même »* (Baïbourine, 1996 ; 643)

Céramique et tradition

Ce statut de matériau intimement lié à l'humanité est défendu et mis en valeur par les professionnels sur le registre de la tradition et du savoir-faire.

*« L'ancêtre a connu la Terre avant toute autre richesse. Elle fut son premier matériau, les Arts du Feu ont germé avec les premiers foyers où elle s'est durcie - parfois pour l'éternité. Rien d'autre que la terre cuite- poterie, statuette ou tablette- ne subsiste pour nous révéler la trace de certaines civilisations enfouies. »*<sup>9</sup>

Dans le même ordre d'idée, l'ensemble de la politique promotionnelle de certains fabricants régionaux est axée sur la « tradition bourguignonne de la terre cuite », comme l'atteste cet extrait du catalogue des Tuiles Lambert –un des derniers sites industriels céramiques subsistant sur les rives du canal du Centre, à Chagny– :

7 F. Mayor, in *Métiers d'art* n°38, mai 1989 ; catalogue de l'exposition *L'Europe des céramistes* p.7.

8 Postface à Tardy, *Les poteries et les faïences françaises*, Troisième partie ; Paris, 1969. P III et IX.

9 P. Vitale, 1949 : « Terre cuite 19...60 », in *L'industrie céramique*, numéro spécial « Briques et tuiles de France ».

« *Entre ciel et terre, la tuile a conquis son univers. Matériau de toujours, fait d'argile, d'eau de feu et de produits naturels, la Tuile Terre Cuite possède des pouvoirs symboliques et matériels depuis la nuit des temps [...] Elle a traversé les époques et les civilisations pour arriver jusqu'à nous. A l'instar du cuir et des bois précieux, elle se patine pour valoriser le patrimoine.* »<sup>10</sup>

L'objet « tuile de terre cuite » est ici le prétexte à une forme de récupération par l'industrie de valeurs artisanales et traditionnelles aux antipodes du culte productiviste de la performance technique. La céramique, issue de la transformation de l'argile, serait donc un matériau "naturel", une valeur authentique en réaction à l'artificiel qui caractérise la société industrialisée.

Ce type de discours, comme ceux précédemment cités, est un mode d'esthétisation de la matière, et donc des objets qui en sont constitués. Ce système de représentation et de valorisation esthétique des objets de terre cuite, de faïence ou de grès se retrouve en filigrane chez la plupart des collectionneurs et des marchands, ainsi que parmi les acteurs du patrimoine.

De la terre "du pays" au "Big-bag"

Dans la vallée de la Bourbince, l'argile est une ressource locale qui a incité, on l'a vu pour Pouilloux, les industriels du XIX<sup>e</sup> siècle à s'installer dans le secteur. Au Montet (commune de Palinges), c'est le métallurgiste Laujorrois qui, en utilisant la terre locale pour la fabrication de creusets de fonderie, a découvert ses propriétés réfractaires et s'est lancé dans cette production. Initialement, c'est donc bien à partir d'argiles de qualité découvertes et exploitées localement qu'a débuté la fabrication des poteries de grès. Ces argiles sont généralement très claires, du blanc au jaune pour celles qui sont utilisées dans les poteries. Elles « *cuisent blanc* », pour reprendre la terminologie des céramistes, quoique sur ce point précis, l'examen des productions datables par leur marque de fabrique atteste sur ces deux siècles d'une nette évolution vers un blanc de plus en plus pur. Les produits les plus anciens ont une pâte de couleur grise ou jaune orangée, selon leur provenance, parfois très sombre. Les plus récents, sont de pâte véritablement blanche.

---

10 Catalogue Tuiles Lambert, décembre 1989 : *Tuiles Lambert, la personnalité de votre maison*. La comparaison terre cuite/bois précieux et cuir renvoie directement à Baudrillard (1968 ; 52 à 59) : « *Les valeurs d'ambiance : le matériau* »

Au fil des années, les manufactures firent évoluer leurs poteries vers plus de blancheur, passant d'une matière première directement mise en œuvre à un mélange cuisant de plus en plus blanc, pour s'approcher de ce qu'on nomme *faïence fine* ou *porcelaine opaque*, termes qui font bondir les puristes mais correspondent à une réalité au moins commerciale.

L'évolution de la couleur des pâtes argileuses ne correspond pas seulement à un perfectionnement de la préparation, mais également à la délocalisation de l'approvisionnement en matière première. Même si nous manquons de données sur la fin du XIXe siècle, il semble que progressivement les entrepreneurs se soient fournis en argiles exogènes, de couleurs plus claires, pour les mélanger aux terres de la région. Les producteurs de poteries de grès ont lancé leurs entreprises à partir des carrières d'argile leur appartenant, et ont installé leurs usines à proximité immédiate de ces carrières : leur lien avec le produit fini naissait donc dès l'extraction de la matière première. L'industriel céramiste devait avoir une expérience de l'argile aussi grande que les potiers artisanaux dans leurs ateliers, qui lui permettait de connaître la réaction au feu de la matière première et son potentiel industriel –sur un plan qualitatif aussi bien que quantitatif. Ce lien s'est distendu au fil des générations ; l'argile n'étant plus locale, c'est l'exploitant de carrière qui doit connaître la terre et proposer au propriétaire de l'usine le produit le mieux adapté à ses besoins.

L'entreprise Revol de Saint-Uze (Drôme), fondée à la fin du XVIIIe siècle pour exploiter des gisements locaux d'argiles à grès clairs, a couvert les mêmes marchés que les usines de la vallée de la Bourbince durant tout le XIXe siècle et jusqu'à la fermeture de celles-ci. Mais l'industrialisation et surtout la rationalisation productiviste des années 1960, ainsi que les choix commerciaux effectués par l'entreprise –créneau de l'objet publicitaire et exigence afférente de rigueur morphologique– ont fait abandonner l'exploitation des carrières locales. Aujourd'hui, une seule préparation argileuse est utilisée pour tous les produits Revol, composée de kaolin, argile, silice, feldspath : mais ces quatre composants arrivent à Saint-Uze sous forme de poudres entreposées en silo, ou de granulés en gros sac d'une tonne, les *Bigs Bags* contenant argile et kaolin. L'entreprise fabrique de la « porcelaine à feu », principalement de la poterie culinaire, à la pâte très blanche après cuisson. Les ouvriers ne connaissent donc l'argile que sous forme de granulés en sacs

plastiques, ou comme un liquide (barbotine) ou encore une pâte à modeler grisâtre (galettes extrudées) : plus de carrières, plus de fosses, plus de préparation si ce n'est le conditionnement des matériaux déjà travaillés par le fournisseur. L'extraction de la terre de Saint-Uze n'a pas été abandonnée du fait de l'épuisement des carrières, mais par souci d'efficacité industrielle : la préparation d'une terre brute de carrière est soumise à trop d'aléas qui freinent la production continue et ralentissent le développement et la modernisation de l'entreprise. De la même façon, même si les céramistes de la vallée de la Bourbince ont exploité avant tout les gisements locaux, ils ont eu recours dès la fin du XIXe siècle à des matières premières exogènes, et il est plus que vraisemblable que s'ils avaient pérennisé leurs entreprises, ils auraient été amenés à adopter les mêmes solutions rationnelles que Revol. Cette logique relativise, d'une part, la corrélation trop souvent perçue comme automatique entre la création d'entreprises de production céramique et la présence d'argile –le facteur principal d'installation des usines serait la possibilité d'exploiter sur place les matières premières, alors que la présence de voies de communication essentielles et la proximité de gisements importants de combustibles furent au moins aussi prépondérants– et d'autre part le lien intime entre la terre, la terre *du pays*, et les objets céramiques issus des usines locales. Fabriquées localement, mais avec des terres venues d'Allier, de Troyes ou d'Allemagne, les poteries de la vallée de la Bourbince ne perdraient elles pas aux yeux des amateurs une part de leur valeur symbolique ?

Produit réputé naturel, sain, vivant et chaleureux, la céramique est sémantiquement liée à la Terre elle-même, puisqu'elle en est constituée, et comme elle, est réputée éternelle. Cette qualification valorisante du matériau est une construction sociale profondément ancrée dans l'imaginaire collectif et palpable sur le terrain, dans les discours et les écrits : elle ne doit pas être négligée dans la perspective problématique qui est la nôtre, même si l'étude des procédés de préparation de l'argile et de l'évolution chromatique du brun vers le blanc –plus globalement du sombre vers le clair– démontre que l'objet céramique s'est progressivement éloigné de la terre –matière brute extraite du sol– pour ne plus être qu'un agglomérat de poudre et de granulés.

## ***Production et créations***

Le fait à la main

L'une des valeurs fondamentales intervenant dans la construction du rapport esthétique aux objets céramiques est issue du mode de façonnage des poteries de grès. Jusqu'aux années 1920, voire pour certains produits jusqu'à la fermeture des usines dans les années 1960, chaque poterie (bouteille, cruchon, bocal...) était tournée manuellement. La totalité des amateurs et collectionneurs, ainsi que des marchands de ces objets ont la certitude que tous les produits étaient faits à la main, comme le sont les céramiques depuis la nuit des temps, tournées sur des plateaux de bois, entraînés par une grande roue actionnée par le pied du potier. Mais le tour utilisé dans les usines de la vallée sans doute dès le milieu du XIXe siècle est techniquement très différent de cette machine ancestrale.

Le métier du tourneur n'est pas celui du potier : c'est la frontière entre l'artisanat et l'industrie qui se matérialise ici par l'utilisation de deux machines distinctes. Le tour utilisé était un tour à pédale, aménagé dans un bâti de bois servant de banc au tourneur. Celui-ci, en appuyant sur une planche nommée pédale, actionne une tringle métallique qui fait tourner par l'intermédiaire d'un vilebrequin une petite roue verticale placée à l'avant ou à l'arrière du tour ; cette roue, par engrenage, entraîne la rotation d'un volant horizontal relié par courroie au grand plateau sur lequel repose l'axe du plateau de tournage. Le tour à pédale est en fait une adaptation industrielle du tour à pied : la démultiplication obtenue par le jeu d'engrenages permet d'accélérer la rotation du plateau sans accroître l'effort physique fourni par le tourneur –ce qui l'aide à se concentrer sur la précision de sa gestuelle– et par-là même, de régulariser ce mouvement en augmentant le rendement. Il y a donc un fossé technique entre l'atelier du potier traditionnel et les usines de la vallée : c'est le fossé existant entre artisanat et industrie.

Le tourneur va donc façonner une poterie à partir d'une boule de pâte argileuse : *« On commençait par planter sa mesure, pour connaître la hauteur de ce qu'on avait à faire. Pour le diamètre, on se servait d'un compas. On mettait la boule sur le tour, on mouillait de temps en temps et on la montait en mettant les mains dedans et autour. On finissait avec un estèque pour donner la forme de l'épaulement et le goulot. »* L'*estèque* est un



morceau de métal plat tenu verticalement contre la poterie : tout en continuant d'assurer la vitesse régulière de la rotation, le tourneur affine la forme de son produit. Dans une balle, un bon tourneur faisait 25 cruchons, soit une *planche*. « *Quand le tourneur avait fini son cruchon, il le posait sur une planche en bois, et il les alignait. Un bon tourneur faisait dix ou douze planches par jour.* »

Un cruchon « potable »

Georges T. a appris son métier de tourneur à l'usine Langeron au lendemain de la deuxième guerre mondiale. Il assistait un tourneur expérimenté dans ses tâches de manutention, et en contrepartie, l'ancien passait un moment, chaque soir, à enseigner son savoir-faire au plus jeune. Cet apprentissage durait environ un an. Au bout de ce laps de temps, selon le mot judicieux de Georges, il est parvenu à faire « quelque chose de potable ». Il parvint alors à tourner son premier cruchon : c'était la production principale de l'usine à cette époque, et sa forme simple –corps droit, petit goulot, pas d'anse ni de relief complexe– en faisait l'exercice idéal. Sur la bouteille crue, il avait inscrit au stylet son prénom, son nom et la date de son exécution. Le cruchon a suivi ensuite la procédure industrielle normale : biscuit, émaillage, cuisson ; mais au lieu de partir au tri et à l'expédition, il a été emporté par son producteur direct. Nous sommes ici très proche de ce que le compagnonnage désigne comme le "chef-d'œuvre" de l'apprenti, à ceci près que le travail produit n'a rien d'exceptionnel –le chef-d'œuvre devait regrouper la plupart des difficultés du métier sur un seul objet– mais à l'inverse tient sa valeur du fait qu'il est *conforme à l'ensemble d'une série industrielle*: c'est précisément parce qu'il n'est pas exceptionnel qu'il est considéré comme chef-d'œuvre. Le produit réussi est celui qui ressemble le plus aux autres produits de la même série, et qu'on ne peut distinguer par aucune anomalie.

Objet marqué, objet unique, ce cruchon revêt tous les caractères d'une œuvre signée par son créateur.

« *L'objet, en devenant objet marqué, acquiert une valeur d'objet unique, il prend "corps". La marque, aussi discrète soit-elle, lui confère une origine, le rattache à un procès de production, de création, dont elle est le terme final* » (Heinich, 1993 ; 38).

Pourtant son actuel détenteur, qui est son producteur direct, celui qui lui a donné sa forme de ses mains, y voit surtout le témoin matériel d'une importante étape de sa vie professionnelle. Il n'est intervenu dans la création du cruchon qu'au moment de son façonnage, en l'occurrence du tournage. Il n'a pas choisi ni préparé la matière première, il n'a pas choisi l'aspect du produit fini, il n'est pas intervenu dans l'émaillage ni dans la phase essentielle qu'est la cuisson. L'apprenti s'est conformé aux consignes d'un tourneur expérimenté, lui-même exécutant les ordres du patron de l'usine, qui répondait à la commande d'un client –le liquoriste fabriquant l'alcool contenu dans ce type de cruchon ou le quincaillier proposant à sa clientèle des cruchons chauffe-pieds à fermeture hermétique. L'objet est unique, il est signé et daté, identifié explicitement à un individu, mais demeure un produit industriel ou plutôt la représentation d'un produit industriel, puisqu'en l'occurrence il n'a jamais été ni commercialisé, ni utilisé dans aucune de ses fonctions potentielles. On voit bien ici où réside la valeur esthétique d'un tel objet : elle est dans sa charge mnésique, plurielle –vie individuelle, vie professionnelle, histoire collective...– et dans sa morphologie tout sauf originale –puisque la normalité, régularité des formes et de la contenance faisait loi.

#### La normalisation des formes ; calibrage et coulage

Dès la deuxième moitié du XIXe siècle, avec la généralisation de la machine à vapeur et les progrès corrélatifs de la mécanisation, les fabricants céramiques cherchent à moderniser la fabrication des poteries. Les industriels de la vallée de la Bourbince, Jean-Baptiste Baudot, directeur de l'usine des Touillards à Ciry-le-Noble et Emmanuel Pajot, propriétaire de l'usine du Montet à Palinges déposent entre 1868 et 1873 plusieurs brevets pour des machines à mouler les poteries<sup>11</sup>. Mais il faudra attendre l'après-deuxième guerre mondiale pour voir fonctionner des mouleuses de ce type. On retiendra que dès les années 1860/1870 les fabricants de poteries ont cherché à s'extraire de l'artisanat et du façonnage manuel systématique.

C'est en 1922 que furent installés dans l'usine Langeron du Pont-des-Vernes les ateliers de coulage et de calibrage, qui prirent une extension croissante jusqu'à la deuxième guerre mondiale. Le calibrage est une technique de façonnage consistant à placer la pâte argileuse

---

<sup>11</sup> Archives de l'INPI ; brevets n°82 771, 94 233 et 100 431.

malléable dans un moule de plâtre en rotation constante, et à faire descendre dans ce moule un *calibre* –forme en métal liée à la machine par un bras articulé– qui va “creuser” la pâte et lui donner sa forme intérieure<sup>12</sup>. La rotation du moule est provoquée par un système d’engrenages ou de friction entraîné électriquement. En 1944, officiaient au Pont-des-Vernes 8 tourneurs à main –travail au tour à pédale– et 2 tourneurs “*mécaniques*” utilisant des machines à calibrage. Le calibrage correspond à une exigence plus grande de la clientèle quant à la contenance des récipients pour conserve et à de nouveaux systèmes de fermeture dits hermétiques. Parallèlement, certaines marques de produits alimentaires commencent à réfléchir à l’impact promotionnel de la forme des emballages et cherche à singulariser leur produit (yaourt, rillettes, moutarde, etc.) par l’esthétique du récipient. C’est ainsi que le yaourt *Pacha, Amora, Jacquemin* (moutarde), *Géo*, et autres marques commandent à l’usine du Pont-des-Vernes des pots et bocaux dont la forme leur est exclusivement réservée. On retrouve ces formes dans un répertoire de modèles dessinés et cotés sur calque, datant des années 1940 et 50, qui servaient à la fabrication des moules pour calibre et donnaient aux tourneurs des mesures précises en fonction du retrait subi par l’objet à la cuisson. Ce sont plus de 200 types de poteries qui sont référencées, chaque numéro de 1500 à 1720 déclinés en une série de contenances –1500/ 63 cm<sup>3</sup>, 1500/ 125 cm<sup>3</sup>, etc.– en volume ou en poids et dont le profil est dessiné à l’échelle 1 au dixième de millimètre près<sup>13</sup>. Certains modèles ne diffèrent que par d’infimes détails, au niveau de leur rebord ou de leur épaulement, et l’on prend la mesure, en examinant ces documents, de la précision indispensable au façonnage de ce type de produit. Avec le calibrage, l’usine du Pont-des-Vernes entre véritablement dans la production sérielle telle que l’industrie moderne la définit.

Le *coulage* consiste à verser dans un moule de plâtre la *barbotine*, préparation argileuse à l’état liquide. Après absorption de l’eau par le plâtre subsiste une croûte d’argile qui adopte fidèlement les reliefs du moule. Les ateliers de coulage furent installés dans la région à la même époque que le calibrage. C’est une technique qu’emploient surtout les fabricants de faïence et de porcelaine, car elle permet l’obtention de formes

---

12 Cette définition est celle du calibrage *en creux*, le seul utilisé par l’usine Langeron ; pour la vaisselle, et surtout les plats et assiettes, le procédé utilisé est le calibrage *sur bosse* : le moule de plâtre donne la forme intérieure de l’objet, le calibre sa forme extérieure.

13 Ces précieux documents furent donnés en 1995 à l’écomusée de la CUCM par Jacques Langeron. Archives écomusée, cotes A 945/1 et A 945/2.

complexes, sans collage d'anses ou de bec verseur. Mais elle nécessite une préparation très maîtrisée de la barbotine qui ne doit ni se fendre ni faire de bulles lors du séchage. L'usine du Montet utilisa beaucoup cette technique après 1927 et la prise de direction par le faïencier Jean Bordelais. Les produits coulés sont des produits ornementaux, des miniatures ou des imitations de faïence –vases, tirelires, jardinières, mignonnettes, cendriers.

La référence au tour à potier et à la fabrication manuelle des objets est une forme d'esthétisation des produits industriels par recours aux techniques artisanales, parfois assimilées à la créativité artistique. Le contact direct entre un individu, parfois identifié, et l'argile/matière première, enrichit l'objet d'une humanité, lui incorpore le destin d'un homme voire d'un lignage, car les tourneurs l'étaient souvent de père en fils. C'est l'objet-personne (Heinich, 1993), mais c'est aussi l'objet représentant l'archaïsme technique, le temps long, voire le lien avec l'antiquité. En évoquant les produits céramiques des XIXe et XXe siècles avec certains de mes interlocuteurs, je retrouvais dans leur discours des références très éloignées chronologiquement de cette période. Ainsi Robert M., agriculteur retraité : « *Ça remonte aux Gaulois les cruches, les pots et les machins comme ça. Il y en avait beaucoup et l'huile, il recevaient tout en poterie, je l'ai vu en Côte-d'Or, à Alésia, là où Vercingétorix...* » Cette continuité typologique entre la céramique gauloise et les poteries de grès du siècle de la révolution industrielle n'est pas sans fondement, au moins sur un plan fonctionnel, mais elle relève largement d'une représentation du passé aboutissant à insérer l'objet dans une histoire longue durée, histoire en l'occurrence technique, régionale –Alésia, aujourd'hui Alise-sainte-Reine, en région Bourgogne- et nationale –Vercingétorix.

## Un céramiste amateur

A la mort de sa sœur, c'est Madame D. qui a hérité de la maison familiale et de l'ancienne usine Chèze, au Fourneau, lieudit de Palinges. Elle est la fille de Gabriel Chèze, petit-fils du fondateur de l'entreprise en 1860. Mme Deschamps et son mari se sont progressivement, d'abord contraints et forcés, appropriés les lieux –bâtiments industriels plus ou moins délabrés, immense maison d'habitation à trois étages, jardin, dépendances aujourd'hui en partie aménagées en gîte rural– sans y résider en permanence, habitant Dijon. Propriétaires depuis 1996, ils ont depuis un ou deux ans accru la fréquence et la durée de leurs séjours à Palinges.

Parmi les objets céramiques stockés dans la cour et les bâtiments de l'usine et ceux utilisés ou exposés dans la maison d'habitation, les poteries fabriquées par Gabriel Chèze occupent une position symbolique exceptionnelle. Ses moulages céramiques et une partie de ses poteries émaillées datent d'avant son mariage en 1913. Médecin aliéniste, il était né en 1880.

Les moulages conservés dans la maison familiale représentent des Bouddha assis de différentes tailles, une madone et une petite fontaine : ces bibelots étaient coulés à la barbotine et reproductible en série. Après la première guerre mondiale, Gabriel Chèze passait ses vacances dans la maison familiale, et s'adonnait alors à la poterie dans son atelier aménagé dans les bâtiments de l'usine, en utilisant les équipements et les matières premières de l'usine qui fabriquait des cruchons, des bouteilles à encre et des récipients pour l'industrie chimique. Outre les moulages, il fabriqua également des poteries tournées, principalement des vases, travaillant sur les glaçures plutôt que sur les formes. « *Mais lui*, nous dit sa fille, *on ne savait jamais ce qui allait sortir du four, c'était du flammé.* » Selon ce procédé, chaque produit flammé est unique, puisque que jamais sa glaçure ne sera identique à celle d'un autre. Selon Mme D., ce que faisait son père était de la poterie artistique, dont il inventait les formes et les décors, qu'il tournait sur son propre tour –un tour à pédale identique à ceux utilisés par les tourneurs de l'usine, et des autres usines de la région– et qu'il cuisait dans deux petits fours à moufle, généralement utilisés par les faïenciers pour préserver l'éclat des couleurs des barbotines. Son atelier, aménagé dans les bâtiments industriels, a été conservé, avec son tour, ses outils, ses flacons de poudres à émailler, des moules de plâtre, des modèles et les deux petits fours appuyés contre le mur

de l'usine. Gabriel Chèze a participé à plusieurs expositions –peut-être à Lyon, où il effectua ses études de médecine– dans lesquelles il exposait et vendait ses œuvres, dont certaines sont pieusement conservées dans la maison de Palinges, mises en valeur sur le buffet de la salle à manger, ou soigneusement alignées sur des étagères.

Poterie artistique n'est pas synonyme d'œuvre d'art pour Mme D : « Non, ça n'était pas vraiment des œuvres d'art. Moi, je suis attachée à ça parce que ça vient d'ici, c'est sentimental ».

Les grès Demeunot

Madame D., suite à l'achat d'un vase portant la marque énigmatique *Demeunot, Le Montet, Palinges*, a rédigé cette note à mon intention :

*« Origine du nom : « Georges » Pussillieu était le fils de M. Pussillieu, notaire, résidant au manoir de Meunot (Bragny) ; se faisait appeler « de Pussilliou ». Sans doute son frère, Robert, était marchand de charbon au bourg de Palinges. Deux enfants: Henri, en retraite, Mâcon ; Jean-Paul, beaucoup plus jeune (17 ans de moins) kiné à Montceau. Je crois que M. Pussillieu aimant le grès a essayé (entre autres choses), le grès d'art. Il venait tourner et cuire ici ; je ne connais pas l'époque, ni si cela se situait avec mon grand-père Jean-Baptiste, avec mon père pendant l'été, ou avec mon oncle Rémy. »*

G. Puissillieux –orthographe exacte après vérification– s'était donc inventé une marque, en avait fait faire un tampon pour l'imprimer au fond de ses œuvres, de la même façon que les industriels locaux marquaient leurs produits de leur nom et du lieu de production. Plutôt qu'une signature d'artiste, c'est une marque de fabrique qu'il inscrivait dans l'argile crue.

J'ai retrouvé le nom de Puissillieux en enquêtant sur les productions de l'usine du Pont-des-Vernes à Pouilloux, au sujet d'un vase décoré avec des reliefs moulés, couvert de glaçures bleues et jaunes, parfois à reflets métalliques. C'est un vase assez répandu, que l'on retrouve photographié sur une planche de catalogue de 1925 avec la référence *GF 38*, ce qui atteste de son caractère industriel et sériel. Selon Nicole V., « *c'était M. Puissillieux, un beau-frère à mon oncle Jean Langeron qui avait fait les Arts Décos, qui avait conçu le décor* ». Le même Georges Puissillieux, parent lointain des industriels céramistes Langeron, fut donc créateur de poteries dans l'usine Chèze et créateur d'un modèle de vase de

l'entreprise du Pont-des-Vernes.

Ce que l'enquête a mis en évidence à partir des techniques de production spécifiques à l'industrie céramique des années 1820 à 1960 environ –c'est-à-dire des techniques encore archaïques, empruntant très largement à l'artisanat potier malgré des contraintes nouvelles– c'est la part de créativité, réelle ou reconstruite par mes interlocuteurs, qui a pu se développer en marge ou au cœur de l'usine.

Nous sommes alors en présence de créateurs/producteurs, sans pouvoir trancher de façon déterminante entre ces deux statuts, tout comme il est délicat –et d'autant plus a posteriori– de trancher entre le statut d'œuvre et ce lui de produit pour les objets matériels eux-mêmes. Car les objets qu'ont légués ces « *ouvriers* » (Moulinié, 1999) ne sont plus considérés par leurs actuels détenteurs comme des produits de telle ou telle usine, mais ils rejoignent presque l'objet d'art, création céramique ou poteries d'art, dans le même esprit que les artisans-artistes des ateliers de poterie. Ces tourneurs et modeleurs croisés dans l'histoire de chaque usine peuvent être des ouvriers fabriquant en dehors de leur tâche productive des « bricoles », pots à tabac ou cafetière, comme ils peuvent être des familiers des chefs d'entreprise s'essayant au grès d'art. La créativité, en l'occurrence –en gardant sur les objets un regard dénué de tout jugement esthétique– transcende les classes sociales.

La connaissance que nous avons de ces créateurs et de leurs œuvres-produits est largement issue de narrations de tiers, donc de reconstructions imprégnées d'affectif et de représentations sociales. L'ethnologue doit considérer ce qui lui est narré comme un matériau pour sa réflexion, non comme un ensemble d'informations techniques sur les modes de production ou sur l'élite dirigeante des entreprises locales. Dans les discours sur les objets, transparait aujourd'hui une volonté de restituer un sens esthétique à ce qui est souvent perçu comme dénué d'attraits, voire ce qui inspire la répulsion : l'industrie. Que nous disent les descendants des familles d'industriels ? : notre usine, l'usine de ma famille n'était pas seulement le lieu où des ouvriers tournaient en série des cruchons aux dimensions strictement déterminées mais aussi un lieu où pouvait s'exprimer le génie créatif de quelques uns. Cette injection d'esthétique dans un ensemble de lieux, d'univers sociaux et techniques qui en sont apparemment dépourvus montre combien il est difficile de traiter cette question avec assez de recul pour demeurer pertinent.





## Bricoles, typica et objet unique

Façonné manuellement par un individu identifié, comment l'objet pourrait-il être traité différemment d'une création ? Ainsi cet ancien tourneur potier de l'usine du Pont-des-Vernes, qui a conservé de nombreux objets céramiques issus de cette production, accorde-t-il une valeur toute particulière au pot à tabac réalisé par son grand-père, tourneur lui aussi. Il s'agit d'un pot avec couvercle, décoré de fines écailles et de motifs végétaux moulés, le tout couvert d'une glaçure brune. Sur le couvercle, un moulage représente un nid d'oiseau posé sur une branche d'arbre, sur laquelle rampe un serpent. Cet objet n'était pas destiné à la commercialisation. Il a été fabriqué par le tourneur à partir de chutes d'argile, en-dehors de ses heures habituelles de travail. Le patron autorisait ces pratiques : la réalisation d'un tel objet est trop complexe pour être effectuée totalement clandestinement. De plus, il n'était pas possible de cuire ce type de céramique secrètement, parmi les autres produits de l'usine. Le tourneur l'avait fabriqué pour son usage personnel ou pour offrir. Quoiqu'il en soit, il a rapporté son « œuvre » chez lui, et l'objet est devenu un objet de famille. Dès lors, on pourrait croire qu'une telle création serait dotée d'une originalité absolue, puisque le tourneur avait la liberté des formes et des couleurs qu'il donnait à son produit. Pourtant, ces pots à tabac non commercialisés, des bricoles ou perruques, se retrouvent en de nombreux exemplaires dans la région, et tous adoptent peu ou prou le même modèle : toujours sensiblement la même contenance, la même couleur, le même décor réalisés à partir de chutes d'argile sous forme d'écailles ou de « macaronis » ; surtout, toujours l'arbre et le serpent sur le couvercle, presque toujours l'oiseau dans son nid. Si l'aspect morphologique d'ensemble de l'objet se retrouve dans les catalogues de certaines entreprises, similaire à celui de pots à tabac commercialisés, d'où provient cette iconographie systématique ?

Le motif du serpent grim pant le long d'un tronc d'arbre ou s'enroulant autour d'une branche, sans remonter jusqu'aux chapiteaux romans, se retrouve en 1940 dans des circonstances bien particulières, durant la débâcle de l'armée française à laquelle fut mêlé Arthur Koestler : « *L'ennui au cantonnement crée de nouvelles modes et de nouveaux engouements. D'abord, tout le monde jouait à la manille, puis ce fut la pêche dans le gave ; maintenant, ils ont tous commencé à sculpter des cannes. Un serpent s'enroule*

*jusqu'à la poignée, des feuilles courent entre les spirales et une inscription pyrogravée sous la tête du serpent dit "Souvenir de Susmiou, guerre de 1939-1940". Toutes ces cannes sont faites exactement sur le même modèle. Quelqu'un en a eu l'idée, les autres l'ont imité; personne n'a essayé de trouver autre chose.*»<sup>14</sup> Koestler se trouvait à ce moment de son récit dans le sud de la France. J'ai retrouvé dans ma famille une canne, réalisée sur le même modèle et dans les mêmes circonstances par un soldat qui se trouvait alors dans le nord-est du pays. Il semble donc qu'un style s'est diffusé dans les troupes françaises –et chez les soldats adverse ?– durant ces quelques semaines du printemps 1940, reprenant le motif du serpent, que l'on retrouve également sur les pots à tabac de nos tourneurs potiers, sans qu'on puisse établir un lien entre les deux phénomènes. L'origine pratique de ce motif est d'abord à chercher dans sa facilité de réalisation : il est évidemment plus aisé de sculpter un serpent le long d'une canne de bois que de figurer tout autre animal aux formes complexes, et la remarque vaut également pour la céramique. Sur le plan symbolique, une recherche plus approfondie mériterait sans doute d'être menée, le serpent figurant au tout premier plan du bestiaire biblique.

Nous avons affaire, avec ces cannes comme avec les pots à tabac, à des *typica*, définis par Raymonde Moulin en opposition aux *unica* :

*« On trouve les typica en de nombreux exemplaires, non identiques (au sens où tous les produits d'une série industrielle sont identiques au prototype) mais répétitifs, du fait même qu'ils se définissent par un ensemble de traditions techniques, d'expériences et de savoir-faire concernant l'adaptation de l'objet à son usage. »*

(Moulin, 1978 ; 244).

Pour revenir à l'*unica* dont nous sommes partis, le pot à tabac du tourneur de l'usine Langeron, il est devenu aujourd'hui une œuvre représentant à la fois un homme, un ouvrier créateur et un savoir-faire transmis sur trois générations. Son actuel propriétaire, petit fils de son producteur direct, le singularise en l'isolant des autres céramiques alignées chez lui. Il a accepté avec méfiance de le prêter pour l'exposition consacrée à l'entreprise du Pont-des-Vernes, à condition d'avoir l'assurance que des précautions exceptionnelles seraient prises pour son transport, et qu'il bénéficierait d'une protection à toute épreuve (vitrine fermée). La valeur esthétique de cet objet réside à la fois dans son unicité, dans les savoir-

<sup>14</sup> A. Koestler, *La lie de la terre*, in *Œuvres autobiographiques*, Paris, R. Laffont coll. Bouquins, 1994 ; p.1146.

faire incorporés et dans la personnalité de son « auteur ». C'est donc à la fois une relique et une œuvre :

« *Régime des choses, régime des personnes sont donc les deux grands pôles entre lesquels oscillent les objets selon le traitement qui en est fait [...] Il est trois façons pour un objet de posséder les propriétés d'une personne : premièrement en tant qu'il agit comme une personne, comme c'est le cas des fétiches ; deuxièmement, en tant qu'il a appartenu à une personne, comme c'est le cas des reliques ; troisièmement, en tant qu'il est traité comme une personne, comme c'est le cas des œuvres d'art.* [cas de la relique] : *l'important c'est que l'être soit cher -faute de quoi on pourrait l'oublier- et qu'il ne soit plus -faute de quoi on n'aurait pas besoin d'un objet pour le représenter.* » (Heinich, 1993 ; pp. 27-29)

#### Une pièce unique sacralisée

Roger B. est natif de la commune de Palinges. Exerçant la profession de coiffeur à Lyon, il a conservé au village la maison familiale et y passe des séjours réguliers avec son épouse, séjours de plus en plus fréquents depuis sa retraite. Des productions céramiques locales, il met d'abord en avant la rareté, voire dès qu'il le peut, l'unicité. La dextérité des tourneurs et leur potentiel créatif font des objets qu'ils fabriquaient autant de petits chefs-d'œuvre. Tout en haut de l'échelle des valeurs de Roger B. se situe une cafetière de grès à la glaçure dite jaspée, parsemée de petites taches sombres. Ce type de motif n'est pas courant dans la région, contrairement à d'autres pays potiers –Vallauris, Savoie, Dauphiné, du XVIIe siècle aux années 1950<sup>15</sup> – où elle constituait un style à part entière. Dans le salon aménagé dans la très vaste salle de séjour de Roger B., au-dessus de la télévision, une niche dans le mur abrite cet objet d'exception. Peut-être ce renforcement a-t-il jadis accueilli une statuette pieuse, comme c'est encore souvent le cas dans les murs extérieurs des habitations des régions méditerranéennes ? Le fait est que la cafetière revêt un caractère quasi sacré : « *C'est une pièce unique qui a été fabriquée chez Bossot par mon grand-père tourneur potier, pour le mariage de ma mère ; elle ne s'en est jamais servi, on la laisse là en souvenir.* » Il est difficile de hiérarchiser les caractéristiques de l'objet que

15 « *Poteries jaspées* », exposition au musée de Cliousclat (Drôme), avril-novembre 2002 ; catalogue à paraître en juin 2002, éditions Glénat et Musée Dauphinois.

son propriétaire veut mettre en avant. Dans l'ordre de son énonciation, c'est d'abord une pièce unique, et l'on retrouve ici son goût prononcé pour le rare : quoi de plus rare qu'une pièce unique ? Et comment mieux la mettre en valeur qu'en l'isolant ainsi ? A cette valeur d'unicité s'ajoute une double charge familiale, puisque c'est le grand-père de Roger B. qui est à proprement parler *l'auteur* de cette cafetière, et qu'il l'a tournée dans des circonstances particulières directement liées à la naissance de Roger lui-même, le mariage de ses parents. Le fait que sa mère n'ait jamais utilisé l'objet dans sa fonction renforce aux yeux de mon interlocuteur son statut d'objet rare, puisqu'il n'a en sorte été "souillé" par sa vocation utilitaire à aucun moment de sa biographie.

Ici, du fait de la configuration des lieux, la sacralisation de l'objet est explicite. Dans d'autres cas elle est moins claire, mais tout aussi réelle : isoler un objet, le mettre en exergue individuellement, c'est ajouter une valeur à son potentiel esthétique, dans les mêmes conditions que le musée qui éclaire et met sous verre un objet et un seul sous prétexte qu'il est rare, voire unique en son genre, ou simplement parce qu'il est sensé être reconnu unanimement pour ses qualités morphologique. Relique familiale, la cafetière jaspée est également le témoin d'un savoir-faire local, et par sa présence, enracine l'habitant des lieux plus solidement à sa localité d'origine.

La notion d'objet d'art

Face à des objets fabriqués à la main, ou dont leurs propriétaires et une grande partie de leurs manipulateurs sont persuadés qu'ils ont été fabriqué à la main –ce qui, sur le plan des représentations symboliques, revient au même– j'ai été souvent confronté à la question de la création –ou de l'intention créatrice du producteur– voire à la question de l'art et de l'objet d'art. Au-delà du mot d'artiste couramment utilisé pour qualifier les tourneurs potiers, c'est véritablement la question de l'art qui se pose aux usagers de ces objets.

*« Dans les cas cruciaux, la vraie question n'est pas : "quels objets sont (de façon permanente) des œuvres d'art?", mais : "Quand un objet est-il une œuvre d'art?", -ou plus brièvement, comme dans mon titre : "quand y a-t-il art?". Ma réponse est que, tout comme un objet peut être un symbole -par exemple, un échantillon- à*

*certains moments et dans certaines circonstances et non à d'autres, de même un objet peut être une œuvre d'art à certains moments et non à d'autres. [...] Normalement, la pierre n'est pas une œuvre d'art tant qu'elle est sur la route, mais elle peut l'être, exposée dans un musée d'art. Sur la route, elle ne remplit habituellement pas de fonction symbolique. Dans le musée d'art, elle exemplifie certaines de ses propriétés -par exemple, des propriétés de forme, de couleur, de texture. [...] D'autre part, un Rembrandt peut cesser de fonctionner comme œuvre d'art si on l'utilise comme couverture ou pour remplacer une fenêtre cassée. »*

(Goodman, 1992 (1977) ; 78).

L'idée d'un objet « fonctionnant » comme objet d'art peut nous être très profitable dans le cadre de notre réflexion sur les objets utilitaires « fonctionnant », chez les collectionneurs ou dans les vitrines du musée, comme création et pièce unique. L'accessoire comme œuvre d'art grâce à Duchamp et à ses ready-made ou l'œuvre d'art comme accessoire, une toile de maître comme couverture, la question de l'objet d'art comme catégorie fut posée avec acuité en 1926 par le litige –initialement commercial et douanier, finalement philosophique– opposant le sculpteur Brancusi au gouvernement des USA. Bernard Edelman (2001) a étudié ce conflit procédurier dans le détail.

En 1926, une œuvre de Brancusi, *Oiseau dans l'espace*, acquise par un collectionneur américain, est taxée par un douanier de New-York comme un article manufacturé, à hauteur de 40% de sa valeur. L'acheteur et le sculpteur assignent l'état américain en justice. Avant le procès lui-même, se développa une controverse médiatique, qui « *se cristallisa dans une opposition à première vue simpliste: le "bon sens" contre "l'aberration", sinon même l'imposture; et cette opposition prit la forme d'un conflit esthétique: art figuratif contre art abstrait. D'un côté, il y avait l'Américain pragmatique et sain d'esprit pour qui un chat est un chat et non pas une "idée" de chat; de l'autre, l'Européen décadent, nihiliste et un tant soit peu pervers, qui n'est jamais vraiment assuré qu'un chat soit vraiment un chat [...]. Sous le conflit esthétique se jouait en réalité un conflit théologique: ici, Dieu était vivant et il fallait l'honorer en imitant sa Création, là, Dieu était mort, et l'homme devait exprimer ce drame métaphysique.* » (pp.12-13) La question se pose d'abord autour de la notion d'utilité, la taxe portant sur les objets

utilitaires étant spécifique, puis sur l'utilité de l'art. On en vient à poser au droit la question : qu'est-ce que l'art ?

p39 : « La cour devait donc statuer sur une question d'une effroyable simplicité : "Oiseau dans l'espace" était-il une œuvre d'art ? Ou, autrement dit, à quoi reconnaît-on une œuvre d'art ? » (p. 39)

L'article 1704 du Tariff Act définit les œuvres d'art selon des critères hétérogènes : esthétique, professionnel (production de sculpteurs professionnels), technique (production manuelle), de destination (objets non utilitaires). Mais « le vrai critère de distinction était industriel : tout ce qui est fabriqué mécaniquement, « en chaîne », ne peut être de l'art, tout ce qui est exécuté à la main, à deux exemplaires tout au plus, peut, le cas échéant, être de l'art. » (p. 47)

Juridiquement, la loi américaine établit une distinction entre le beau et l'utile, pour pouvoir déterminer le taxé et le non-taxé, mais « quid si cet objet utile était "beau" ? Une horloge ou un vase, par exemple ? eh bien, on pouvait dire qu'il était "beau" de surcroît, mais que sa beauté ne changerait rien à l'affaire. Et on était ainsi inévitablement amené à une autre distinction : d'un côté, il y aurait le "Grand Art" exclusif de toute utilité, de tout intérêt pratique, et, de l'autre côté, les "arts appliqués" qui servaient un intérêt, et qui pouvaient être indifféremment beaux ou laids. » (p. 51-52). Nous sommes ici au cœur de la distinction sur laquelle s'attarde certains de nos interlocuteurs entre l'objet céramique dénué de tout potentiel esthétique, strictement lié à sa fonction, et l'objet dont les caractéristiques morphologiques et la singularité formelle peut laisser envisager une *intention* artistique du producteur. Cette « problématique de "l'intention" » que B. Edelman retrouve tout au long du procès Brancusi nous ramène aux réflexions de Deforge (1990), mais également à notre terrain d'enquête, et à la nuance jamais clairement établie entre le don artistique du tourneur (« Ce travail me plaisait bien, parce que c'est un peu un travail artistique. Ce Monsieur Carré, le tourneur, il était d'une adresse ! Vraiment doué ») et le savoir faire manuel de ces ouvriers de l'industrie céramique. A qui revenait l'intention de produire du beau ? Au patron de l'usine, à son client commanditaire, au tourneur ?

La difficulté pour Brancusi et ses défenseurs était de démontrer que l'*Oiseau dans l'espace* était autre chose qu'un simple morceau de métal qu'aurait pu avoir poli un habile ouvrier. Difficulté d'autant plus grande que l'œuvre ne ressemblait en rien à un oiseau tel qu'on peut en voir dans la nature : « *Oiseau dans l'espace* ne risquait pas de fondre dans la

nature, puisque la nature ne l'avait pas engendré, même dans ses plus invraisemblables combinaisons. »(p. 62) Traditionnellement, l'art était avant tout imitation de la nature ; sorti de là, il n'y avait pas œuvre d'art. La logique des accusateurs de Brancusi est la suivante : son « œuvre » est du travail bien fait, mais qui ne représente rien ; or, il n'y a pas d'art sans représentation. Y avait-il toutefois *œuvre d'artiste* ?

La question posée par le tribunal était : *Oiseau dans l'espace* est-il une œuvre originale ? Cette question est posée, biaisée, par l'avocat des USA : p83 « *cette "œuvre" aurait-elle pu avoir été fabriquée par un ouvrier ? Requérait-elle une "compétence artistique" ? De deux choses l'une en effet: ou bien un habile métallurgiste aurait pu la fondre, la polir, etc., et elle était le résultat d'un simple savoir-faire -et donc non originale- , ou bien seul un artiste aurait pu la fabriquer -et elle était originale. Détournement remarquable car, de ce fait, l'originalité devient une question "technique" et la création une question de "compétence". Il ne s'agira plus de savoir ce qu'a voulu l'artiste, quelles étaient ses intentions, mais s'il a travaillé en artiste, fabriqué en artiste.* » Pour la jurisprudence américaine, le travail du sculpteur relève du génie, celui de l'ouvrier du tour de main et de l'ingéniosité.

Les deux parties ont une divergence de vue sur la matière : pour les USA, la matière est inerte, pour l'artiste (Brancusi) elle est inspirée, voire vivante. Selon l'artiste, le processus de transformation de la matière en objet d'art passe par la conception, la fabrication, pour parvenir à la recréation (polissage et limage). Ainsi, le cerveau et la main ne font qu'un.

C'est, pour le droit américain, l'imitation de la nature qui caractérise l'art. Il se réfère au concept de mimesis pour distinguer l'œuvre d'art et le beau-utile. « Concrètement, d'un point de vue platonicien, *Oiseau dans l'espace* serait une double monstruosité : n'imitant rien, il donnerait, de surcroît, une image dénaturée du monde –ni bon, ni beau mais absurde » (p107). Pour désigner l'art abstrait, l'avocat des USA parle de « forme brute » : « Par "forme brute", l'avocat laisse entendre que l'oiseau de Brancusi est une sorte de totem nègre, un objet primitif qui annulerait toute la culture occidentale et qui nous ferait quasiment revenir à l'ère du silex taillé. » (p.135) L'art abstrait comme régression ? C'est un argument qui fera florès, dans d'autres circonstances, quelques années plus tard. Finalement, la cour tranche en faveur de Brancusi. « C'est donc sur la victoire de la forme que s'achevait ce parcours mouvementé. » (p 142).

Cette digression apparemment très éloignée de nos préoccupations soulève pourtant une question fondamentale quant aux artefacts et à leur valeur esthétique et artistique. Car la limite entre un objet usuel et un objet esthétique, voire un objet d'art, ne peut reposer uniquement sur sa forme, car comme l'affirme Panofsky,

*« l'élément formel est présent dans tout objet sans exception, puisque tout objet est fait d'une matière et d'une forme ; et l'on voit mal comment déterminer avec une précision scientifique dans quelle mesure, en un cas donné, l'accent est ou non porté sur cet élément forme. C'est pourquoi l'on ne peut pas, et l'on ne doit pas, tenter de définir le moment précis où soit un appareil, soit un véhicule d'informations commence à devenir une œuvre d'art[...] Ainsi, la ligne de démarcation où s'achève le domaine des objets pratiques, et où commence celui de l'art, dépend de l'« intention » des créateurs ».* (Panofsky, cité par Genette, 1997 ; 163-164)

Citant également ces phrases de Panofsky, Bourdieu les discute et en élargit la portée :

*« Est-ce à dire que la ligne de démarcation entre le monde des objets techniques et le monde des objets esthétiques dépend de "l'intention" du producteur de ces objets? En fait cette "intention" est elle-même le produit des normes et des conventions sociales qui concourent à définir la frontière toujours incertaine et historiquement changeante entre les simples objets techniques et les objets d'art. [...] Mais l'appréhension et l'appréciation de l'œuvre dépendent aussi de l'intention du spectateur qui est elle-même fonction des normes conventionnelles régissant le rapport à l'œuvre d'art dans une certaine situation historique et sociale en même temps que de l'aptitude du spectateur à se conformer à ces normes, donc de sa formation artistique. »* (Bourdieu, 1979 ; 30)

Ces réflexions théoriques sur l'art nous éclairent sur les objets de notre enquête et sur la relation esthétique qu'entretiennent avec eux certains de nos interlocuteurs, se basant sur leur connaissance des techniques de fabrication et l'idée qu'ils se font de « l'intention » du producteur direct –l'ouvrier tourneur– ou du concepteur –le céramiste dans son atelier, travaillant sur ses moules ou le rendu de ses glaçures. En fonction des liens symboliques qu'ils entretiennent avec les objets et l'histoire de ces objets, en fonction aussi de leur propre parcours social, scolaire et artistique, les détenteurs actuels des poteries de grès leur



construisent un statut complexe d'objets de quasi-art, puisque peu ou prou fruit d'un processus créatif.

## ***La forme et la couleur***

### L'identification par la glaçure

Si les grès dits traditionnels –Puisaye, Normandie– sont assez identifiables par leurs nuances de coloris bruns –de l'orangé clair au noir, couleurs des terres grésées– les poteries de grès fin dont il est question ici, produits à partir d'argiles claires, étaient systématiquement couvertes d'une glaçure et offrent une variété de couleurs beaucoup plus étendue. La glaçure est composée de minéraux fusibles et de vitrifiants ajoutés à des oxydes métalliques pour la couleur, réduits en poudre et délayés à l'eau, ceci pour les lier à la céramique. Les propriétés de vitrification de ce mélange rendent l'objet totalement imperméable et lui donne le cas échéant une couleur déterminée par le type d'oxyde métallique employé : la glaçure est en fait une couverte vitrifiée, un verre posé sur la céramique. Dans le cas des poteries de grès, son application s'effectuait sur le produit ayant subi une première cuisson autour de 800°C, le biscuit. Sur le plan typologique, la couleur permet empiriquement aux connaisseurs et aux usagers ou anciens utilisateurs quotidiens de ces produits de distinguer les poteries strictement utilitaires dites « blancs » – en fait plutôt gris ou beige, selon la couleur de l'argile couverte d'une glaçure transparente– et les poteries à vocation ornementale dites « flammés ». Une troisième catégorie est souvent distinguée, celle des « bleus » généralement des bouteilles à liqueur bicolores. La glaçure apporte à l'objet une plus-value esthétique indiscutable, quoiqu'ayant initialement surtout une fonction d'étanchéité et de facilitation du nettoyage des récipients de grès.

Les anciennes ouvrières ayant travaillé dans l'atelier dit « vernissoir », en référence au vernis<sup>16</sup>, appellation impropre de la glaçure, conservent de ce travail des souvenirs mitigés. Pour certaines, c'était une sorte d'opération magique, puisque « avant d'être cuit, le bleu et blanc c'était gris et rose ». Pour d'autres, ayant occupé ce poste dans les dernières années de l'usine Bordelais (1960-1970) c'était une tâche harassante, salissante, voire dangereuse : elles travaillaient au pistolet, dans des cabines, dans une atmosphère poussiéreuse susceptible de provoquer à terme des maladies respiratoires graves. Pour Emilienne M., « ...il y avait plusieurs couleurs, avec des pinceaux, on peignait dessus et puis... la même chose que si vous faisiez de la peinture, quoi ! » Ce rapprochement entre peinture et travail de l'ouvrière à l'émaillage est un moyen de valoriser le travail industriel

---

<sup>16</sup> Référence à la poterie dite vernissée ?

en le tirant vers l'artisanat d'art –voire l'art pictural– et en le rapprochant des ouvriers faïenciers décorant les assiettes à la main.

#### Le décor des faïences

Pour les antiquaires et pour les collectionneurs, les faïences sont très difficiles à dater et à attribuer à un centre de production, surtout pour quelqu'un qui débute dans le métier comme Brigitte D. : « Quand on a regardé tous les dessins, après il y a les époques, et puis les régions ; parce que le problème des faïences, c'est qu'à une époque, les créateurs de motifs partaient de la faïencerie et faisaient une espèce de tour du compagnon, ils allaient vendre leur savoir-faire, alors automatiquement, il y a des choses qu'on retrouve par exemple entre Lunéville et d'autres parties de la France ; enfin, moi, je sais que je me fais encore assez souvent piéger parce que je suis pas encore assez connaisseuse, et des fois je me dis tiens, ça c'est ça et puis je me fais avoir parce que effectivement il y a des motifs qu'on a retrouvé à une époque dans différentes faïenceries, tout simplement parce que les gens tournaient. » Pour les spécialistes, l'attribution à tel ou tel centre de production est également très délicate : elle s'effectue souvent grâce à la connaissance d'un peintre, qui décorait les produits sur biscuit. Les petites manufactures ne recourant aux services que d'un seul décorateur, les spécialistes parviennent à reconnaître sa manière de dessiner tel motif, et en connaissant son parcours géographique par d'autres documents, peuvent dater les productions et les attribuer à une manufacture. Ainsi la familiarité avec un individu créateur, agissant dans un cadre collectif –social et culturel– en adoptant par exemple les modes picturales de son époque, permet-elle d'enrichir les savoirs sur l'histoire des techniques et des goûts esthétiques.

Ce lien direct entre créateur/décorateur et objet décorés n'existe pas pour les grès industriels, ni pour les faïences de grande série de la fin du XIXe siècle. Les motifs décorant certains objets sont appliqués au tampon, et la créativité réside en amont de la production. Les coups de pinceaux dont parle Emilienne M. sont seulement l'application d'une glaçure différente sur la couleur de fond : la réaction entre les deux lors de la cuisson provoque un résultat aléatoire qui donne les produits flammés. Aucun talent de dessinateur, aucun don de stylisation n'étaient donc requis pour cette tâche.

## Les flammés, produits pour plaire

Les flammés constituent une catégorie de production répandue surtout à partir des années 1920. Pour l'entreprise Langeron, ils auraient été introduits dans le catalogue par Octave Langeron, administrateur de la S.A. dès 1922. Ces produits à vocation ornementale demeurent pour Jacques G., collectionneur de céramiques, « les poteries qui ont le plus un caractère esthétique, pour plus de gens...ça va satisfaire plus les gens, enfin la majorité des gens ». Pour lui, l'objet esthétique, « c'est l'objet de décoration, qu'on va mettre en montre parce qu'il a un caractère reconnu. » Il doit bénéficier d'« une reconnaissance un peu générale », dépassant la seule appréciation du connaisseur. Alors que celui-ci va accorder une valeur à des objets a priori non esthétiques –valeur reposant notamment sur les critères de classification retenus pour la collection– le simple amateur va se laisser séduire par des objets ornementaux, *initialement conçus pour séduire*. Il existe là un décalage esthétique entre intention du producteur, réception de l'utilisateur et requalification par le collectionneur. Cela n'empêche pas Jacques G. d'apprécier certaines nuances de glaçure des produits Langeron : « Bon, j'ai quand même des préférences... Voyez, moi, ces assortiments-là [fond orangé assez vif, coulures brunes à éclats pailletés] me plaisent bien. Le bleu très foncé, qui était leur grande spécialité, me plaît beaucoup moins. J'aime bien leurs marrons, je n'en ai pas beaucoup, je n'en ai pas tellement vu ailleurs ; je dois en avoir un ou deux ». Cette préférence esthétique montre sa connaissance de l'ensemble de la production Langeron : il préfère les couleurs les plus rares, laissant le « fameux bleu » aux non-connaisseurs. « Leur vert de bouteille d'encre, il est horrible. J'ai trouvé des tessons avec le vert en question, mais il est horrible... »

## Le bleu

La nièce du dernier directeur de l'usine Chèze, qui a directement participé au travail de l'entreprise, m'a avoué qu'ils avaient « essayé le bleu. Mais le bleu Langeron, c'était inimitable... » Cette façon d'associer une couleur –ou parfois un type de produit– non seulement à une entreprise, mais à un patronyme, en l'occurrence celui de la famille ayant dirigé l'usine du Pont-des-Vernes des années 1820 à 1957 revient à identifier un style et un

savoir-faire à un individu, comme c'est le cas pour les décorateurs de faïence. Quelques kilomètres plus loin, à Palinges, l'actuel propriétaire des lieux me présente un des essais d'émaillage qu'il a réalisé à partir de préparations stockées dans des barils depuis la fermeture de l'usine du Montet : « Ça, c'est le bleu Bordelais [du nom des derniers industriels], tous les voisins et les gens des environs appellent cette couleur le bleu Bordelais. On m'a même dit que c'était breveté, j'ai cherché un peu, mais je n'ai rien trouvé. Je pense qu'en fait, ils se sont tous un peu inspirés du bleu de Sèvres ». Nous retrouvons cette référence au « bleu de Sèvres » dans la famille Langeron. La fille d'Octave Langeron, Nicole V. conserve de son père le souvenir d'un grand technicien de la céramique, et d'un esthète des émaux, animé par une quête : « *Toute sa vie, il a recherché le bleu de Sèvres ; c'est pour ça qu'on trouve tant de bleu. Mon père ne voulait pas que les émaux se mélangent* ». Octave Langeron avait effectué un stage de plusieurs mois à la manufacture de porcelaine de Sèvres. En 1922, « *avec son cousin Paul<sup>17</sup>, ils se sont partagé le travail : à mon père la technique, à Paul l'administratif* ». Dans ce partage transparaît la dichotomie entre les tâches nobles et ingrates de l'industrie : d'un côté la technique, le travail de la matière, la création, les savoir-faire prestigieux, l'atelier, les fours ; de l'autre la paperasserie, les factures, les finances, la clientèle, les bureaux poussiéreux, les banques, les créanciers. C'est Octave Langeron qui aurait imposé à l'entreprise la production de grès flammés et de toute la gamme de poteries dites « *fantaisies* » –vases et services de table très colorés, bibelots, cendriers, pots à tabac, coupes à bonbons. Avant lui, les produits étaient monochromes, et de formes simples ; après son arrivée, la production a évolué vers plus de diversité, de chatoyements d'émaux, vers une certaine jeunesse esthétique. La grande majorité des céramiques du Pont-des-Vernes à vocation ornementale –vases ou accessoires de table– sont couvertes d'une glaçure de fond bleu, flammée de brun ou de gris micassé –aspect brillant.

Les productions anciennes de Saint-Uze font également l'objet de collections. Au cours du XIXe siècle, les liquoristes ont commandé aux fabricants de récipients céramiques des flacons imitant la porcelaine anglaise et ses motifs floraux imprimés au tampon. La glaçure de ces flacons était pour partie bleue, le reste de l'objet laissant apparaître la blancheur des terres de la région. Pour les collectionneurs, ce sont les « *bleus de Saint-Uze* », d'ailleurs

---

17 Le prénom Paul de la raison sociale « S.A. des établissements Paul Langeron » est celui du grand-père du directeur de 1937 à 1957, cousin d'Octave. Cette répétition des prénoms entre les générations conduit à des confusions quant à la datation des produits, et à des reconstructions identitaires autour des marques de fabrique –objets identifiés à un individu, pas à une entreprise.

de plus en plus difficiles à trouver sur les étals des brocanteurs.

Bleu Langeron, bleu Bordelais, bleu de Sèvres, bleus de Saint-Uze, bleu Ming pour les spécialistes de faïence chinoise, il n'y a jamais eu de dépositaire exclusif de cette couleur dans l'art céramique. C'est dans le secteur de la faïence que les décors à glaçure bleue obtenue à partir d'oxyde de cobalt sont les plus répandus mais il est vain de chercher à distinguer les objets par leur seule couleur ou par la qualité des glaçures : « [...]il est généralement préférable de se référer à l'évolution des styles plutôt que de vouloir caractériser chaque fabrique, tout centre faïencier étant enclin à copier les modèles à succès pour assurer la vente de ses produits. Décors et motifs ne sont pas caractéristiques d'un lieu ou d'une manufacture, mais bien plutôt d'une époque, manifestations d'un "horizon" chronologique. » (Rosen, 2000 ; 20) C'est ainsi que se succéderont aux XVIIe et XVIIIe siècles différentes modes ornementales de faïences, la plupart utilisant largement la couleur bleue. Il n'y a pas de dépositaire exclusif du bleu, ni chez les faïenciers, ni chez les producteurs de grès fin. Selon Jacques Langeron, fils de Paul, c'est sur le brillant que portait l'attention de l'entreprise : « Nous étions les seuls de la région, à ma connaissance, à faire des recherches, des essais dans le domaine des émaux. On filtrait l'émail par tamisage successifs avec du tissu de soie, car plus le grain est fin, plus la couleur est de qualité. Pour les émaux, il y avait surtout un savoir empirique transmis oralement dans l'usine : untel a essayé telle formule, a remarqué telle réaction, etc. » Dans les archives de l'entreprise, sont conservés quelques carnets écrits de la main de Paul Langeron dans les années 1940-1950. Il y a noté quelques formules de glaçures avec les proportions –données en brouettes– d'oxydes métalliques pour la couleur, de feldspaths et d'argiles de différentes provenances pour le fondant. Selon ces carnets, le broyage dans des moulins mécaniques pouvait durer plusieurs jours. L'attention extrême portée à la préparation des glaçures par l'industriel est finalement assez mal connue par les amateurs actuels de ce type de céramique ; c'est pourtant la source principale de la qualité esthétique qu'ils reconnaissent aux émaux. Michel C., quant à lui, particulièrement séduit par le bleu Langeron, y voit quasiment une performance artistique, puisqu'aucun des produits flammés qu'il conserve chez lui n'est semblable à l'autre : « Je pense pas qu'on ait pu faire deux vase comme ça, non ? La forme, si, mais dans la couleur... ? C'est à l'imagination du gars qui faisait... ? Le gars qui avait l'habitude de faire ça, il avait certainement des préférences, et à mon avis

dans sa tête, il devait essayer de faire quelque chose de... » Face aux objets et à leur relative diversité de couleurs, l'amateur invoque la créativité des ouvriers chargés d'appliquer les émaux, réfutant la conception sérielle de la production de l'entreprise Langeron. Des couleurs issues de « l'imagination du gars qui faisait » accèdent automatiquement à une valeur créative proche de l'art pictural.

#### Faïences, grès et créativité du moulage

En 1927, Jean Bordelais, propriétaire d'une faïencerie à Digoin, se porte acquéreur de l'usine du Montet, à Palinges. Cet établissement fut la plus ancienne fabrique industrielle de céramique de la vallée de la Bourbince, puisqu'elle commença à produire dès 1811 des creusets réfractaires et des cruchons de grès. Les productions de cette entreprise étaient alors très comparables à celle des autres usines de la région, avec notamment une importante production de bouteilles d'eau minérale, de bouteilles de cidre, et de cruchons pour la liqueur de genièvre exportés aux Pays-Bas. Tous ces produits étaient tournés et cuits dans des fours circulaires à étages, assez semblables aux fours de faïenciers. Jean Bordelais fera évoluer la production de l'usine vers la faïence et les produits ornementaux et horticoles, puis vers le funéraire et le sanitaire après 1945.

D'après son fils Paul, J. Bordelais passait des heures dans son atelier à dessiner des décors pour les faïences, à créer des modèles de vase qu'il façonnait afin d'en tirer des moules et de pouvoir les intégrer au catalogue. L'industriel se comportait en créateur, sinon en véritable artiste : du moins est-ce la représentation qu'en donne son fils, l'image qu'il veut laisser à l'histoire. Car de ses "créations", nous n'avons retrouvés que quelques coupes dites jardinières ornées de motifs floraux très classiques, et quelques moulages de pique-fleurs zoomorphes, dans l'esprit des décorations de pelouse type nain de jardin. Sans porter de jugement esthétique sur les œuvres de J. Bordelais, notons seulement la volonté de ses descendants de distinguer son travail de celui d'un *véritable* industriel, de ne pas assimiler ses productions à la série manufacturée, mais d'en faire un *presque-artiste*.

Jean Bordelais est décédé en 1967. Son épouse assura sa succession jusqu'à la fermeture de l'usine en 1976. Propriétaire du site –bâtiments industriels, hangars de stockage, maison de direction...– à partir de la fin des années 1980, Paul Bordelais chercha

surtout à se débarrasser d'une partie de l'équipement technique en le vendant aux ferrailleurs, et à faire fructifier son héritage en ouvrant ses halles de stockage aux brocanteurs. Il tenta également d'émailler et de faire cuire à un artisan potier des produits conservés dans l'usine crus ou biscuits –vases, pichets fantaisies, statuaires. Puis, à la fin des années 1990, il mit le site en vente. C'est son fils Jean-Paul qui s'en porta acquéreur en 2001. Agé d'environ 35 ans, chef de projet informatique, il résidait à Paris avec sa femme, près de la place de la Bastille. Il a décidé de changer de vie, pour « *se sortir du virtuel* » informatique, en profitant de ce bien familial situé en zone rurale. Il se présente couramment comme le « *petit-fils de Jean Bordelais, faïencier au Montet* » : son identité familiale gomme une génération –son père Paul ne s'est jamais occupé de l'entreprise, il a quitté Palinges très tôt pour la région parisienne–, afin de légitimer sa présence dans la maison directoriale et son projet pour le site. Car son objectif est ambitieux, tenant à la fois du rêve (« C'est nos délires ») et du réalisme commercial (« Si ça accroche, on fera une société ») ; il envisage en fait avec sa femme de réhabiliter les lieux afin d'en faire un musée et un lieu de production-vente de poteries. Pour promouvoir ce projet, il a créé un site internet où il propose de faire connaître l'histoire de l'usine et de ses produits, proposant même à la vente des pièces encore stockées ou des biscuits. La partie historique consacrée à Jean Bordelais est ainsi rédigée : « *ancien élève des arts déco, il fut un céramiste avec une compétence indiscutée. Il fit fonctionner la petite fabrique de son père à Digoin jusqu'en 1934. Il acheta l'usine du Montet le 18/07/1927 et entrepris de la moderniser tout en continuant à fabriquer cruchons et bouteilles de grès ; l'entreprise se lance dans le funéraire, l'ornemental, la vaisselle de faïence et le sanitaire qui constituera l'essentiel de la production dans les années 1960-1970. [...] Conservant quelques tourneurs, il s'orienta vers l'ornemental, et mis en pratique le moulage. On lui doit de superbes vases flammés entre autre balconnières, jardinières* ».

Jean-Paul Bordelais reconnaît volontiers les qualités esthétiques discutables –si l'on s'en tient au « bon goût » contemporain dont on connaît la relativité– de certains produits ornementaux des dernières années de production, notamment le mauvais goût des couleurs de certains émaux –bleu moucheté de blanc, au toucher granuleux, rose assez écoeurant... Mais il n'est pas insensible aux charmes des faïences de son grand-père, et c'est dans ce créneau qu'il compte s'aventurer, en essayant d'abord d'émailler et de cuire ce qui ne l'est



pas encore, puis le cas échéant, de produire à partir des moules existants ou de moules à refaire à partir de « mères de moules »<sup>18</sup>. Il considère les faïences créées par son arrière-grand-père, du moins celles qu'il suppose avoir été produites par la faïencerie familiale de Digoin, comme des produits d'une valeur supérieure aux autres. Non parce qu'ils sont plus anciens –conçus et fabriqués avant 1927– mais parce que leurs qualités esthétiques sont celles de la céramique la plus unanimement reconnue pour la beauté de ses décors et de ses formes.

C'est la technique du coulage qui pour Jean-Paul Bordelais mérite d'être valorisée sur le site. Pour lui, le travail de création se situe dans la conception et la réalisation du moule de plâtre, souvent très complexe dans le détail de ses formes, plutôt que dans la production de l'objet céramique proprement dite. Pour chaque objet rencontré au cours de notre visite de l'usine désaffectée, il sait dire s'il a retrouvé le moule, complet ou non, le modèle, la mère de moule : le nombre d'exemplaires conservés par type d'objets ne lui importe guère, puisque la reproductibilité de chaque type dépend de la possibilité d'utiliser son moule. Dans ce processus technique, celui de la céramique de grande série industrielle, la créativité se situe en amont de la production, dans le dessin des modèles et la fabrication du moule. C'est à ce moment que s'expriment les qualités esthétiques du céramiste, et ce sont précisément ces qualités que tient à mettre en valeur le petit-fils de Jean Bordelais, dans sa reconstitution un peu idéalisée d'un passé industriel qu'il n'a pas connu.

---

18 La mère de moule est une figuration le plus souvent en plâtre du futur produit fini, autour de laquelle sera coulé le moule de plâtre. C'est dans ce dernier qu'est versée la barbotine (argile liquide), afin d'aboutir au produit céramique final.

## Fonctions

Le postulat de départ de cette enquête était basé sur l'existence éventuelle d'une rupture entre la relation fonctionnelle aux objets céramiques et l'appréciation purement esthétique des mêmes. Car les artefacts étudiés ici étaient des *ustensiles*, au sens où ils ont été conçus et produits en vue d'une utilisation précise, a priori dénuée de toute intention esthétique. Y aurait-il en l'occurrence incompatibilité entre ustensilité et esthétique ?

La destination fonctionnelle initiale : contenir

La production de bouteilles destinées aux alcools est une part essentielle du marché couvert par les usines de la vallée de la Bourbince à partir du milieu du XIXe siècle. En Saône-et-Loire, les deux principaux distillateurs ayant utilisé le cruchon de grès pour commercialiser leurs produits sont Naltet et Simon, entreprises de Chalon-sur-Saône. « *Thomas Naltet est né en 1817 au hameau de Grandmont (commune de Pierre-de-Bresse) et toute la famille est loin de se douter que ce nom fera le tour de France et sortira même de nos frontières sur des cruchons de grès renfermant la fameuse "Prunelle Naltet"* »<sup>19</sup>. Le début de la production de cette prunelle date de 1864 ; dès cette date, l'alcool est conditionné dans des cruchons de grès. « *En 1904, la marque "Prunelle Naltet" est déposée et c'est aussi le début de la concurrence puisque d'autres fabricants de prunelle n'hésiteront pas à utiliser le fameux cruchon qui a fait le tour de la France et est même allé à l'étranger.* » Le cruchon de grès est le représentant matériel –solide– du produit qu'il contient –liquide. La liqueur est identifiée grâce à son contenant et, il faut le préciser, par une étiquette papier mentionnant explicitement le distillateur. Mais si le contenant est l'emblème de son contenu, il est en quelque sorte englouti par lui en tant que produit, puisqu'il n'est plus un *produit de la fabrique Langeron*, mais un *cruchon à prunelle Naltet* subissant ainsi une sorte de dérive identitaire. C'est également un dessaisissement d'identité du céramiste au profit du liquoriste, dont l'image de marque repose finalement plus sur la poterie que sur son produit lui-même. Dans la même ville de Chalon-sur-Saône, un autre distillateur a recours aux mêmes récipients de grès, c'est l'entreprise Simon Aîné,

<sup>19</sup> *Spécialités bourguignonnes du temps passé*, par Claude Elly : I. « La Prunelle Naltet (1864-1969) », *Le Courrier de Saône-et-Loire* du 20 août 1977. III. « La distillerie Simon Aîné (1862-1959) », *Ibid.* 6 septembre 1977.

qui commercialise de 1862 à 1959 une prune dans le même cruchon. Autre produit Simon, la « *prunelle au cognac présentée dans une bouteille de grès bleue et blanche* ». Ce type de bouteille, vendue avec un bouchon de grès bleu, est un modèle déposé par l'entreprise Langeron, mais des produits très similaires étaient fabriqués par l'usine drômoise Revol : ce sont les fameux « bleus de Saint-Uze » tant recherchés par les collectionneurs. Cette entreprise nous donne un autre exemple de récipient ayant perdu par la commercialisation toute référence à son producteur : le pot *Ricard*. Revol, initialement spécialisé dans le flaconnage pour liqueurs et parfums, a lancé dès l'entre-deux-guerres une gamme d'objets publicitaires « sous la même heureuse diversité de formes, nuances et décoration, depuis le cendrier classique ou d'originale fantaisie, le broc à glace pour les apéritifs, jusqu'aux bibelots divers de présentation artistique » (extrait du catalogue 1952). Parmi cette diversité, « le fameux pichet à eau de Ricard qui trônera pendant des décennies sur les zincs des bistrot »<sup>20</sup>. Ici encore, le céramiste s'efface derrière son commanditaire, et l'objet s'identifie au nom qu'il arbore et qui n'est pas celui de son producteur. L'entreprise Revol s'était fait une spécialité de cette gamme d'objets publicitaires, souvent également utilitaires. L'usine du Montet dirigée alors par Jean Bordelais fit également quelques tentatives dans ce domaine, avec notamment une petite mappemonde ornée de la marque Amora. Mais cet objet n'était pas un moutardier, donc ne pouvait être utilisé pour vendre le produit qu'il vantait : c'est un bibelot, sans autre utilité que la décoration et la « réclame » pour une marque.

Pour mes interlocuteurs ayant eu partie liée, de près ou de loin avec les fabriques céramiques, pour les collectionneurs et les connaisseurs, le cruchon à liqueur est un produit phare des usines de grès de la vallée de la Bourbince, associant donc dans le même mode de représentation contenant et contenu. On perçoit à quel point la phase première de commercialisation de l'objet, alors produit marchand, étape biographique dont le processus le mène du four de l'usine au comptoir d'un café-restaurant ou au buffet d'une salle à manger bourgeoise en passant par la distillerie, participe de sa construction sociale, le « marque » pour les temps à venir et influence son identité, sa définition même : les manipulateurs de tel objet le nommeront ainsi « *cruchon à liqueur* » ou « *cruchon Naltet* » jusqu'à sa présentation dans les vitrines du musée, négligeant finalement son statut de

---

<sup>20</sup> *Revol évolution*, lettre d'information n°14, 1998.

production de grès. Le cas des bouteilles à encre est assez similaire, dont la forme, la couleur et certains détails comme le triple rainurage au niveau de l'épaule ou la forme du goulot caractérisaient à la fois le fabricant et le type d'encre. La marque imprimée sur la poterie de grès n'était pas celle du fabricant céramique, mais celle du fabricant d'encre : nous avons pu recenser une grande partie des clients des poteries de la région en retrouvant dans les bâtiments industriels subsistants des tampons encreurs ou estampeurs à l'enseigne de distillateurs et de conserveries alimentaires. Ce mode d'identification des objets est une sorte de déni d'identité locale de la part du fabricant, une façon de rendre le contenant le plus absent possible au profit du contenu. Le contenant, englouti par son contenu et donc par la fonction de contenir, est délocalisé, coupé de son origine matérielle et identifié non plus par sa production, mais par sa destination commerciale.

Ce ne sont pas les seules qualités *formelles*—profil, couleur— des récipients pour liqueur qui sont ici en cause, mais bien leurs caractéristiques *esthétiques*, sobriété pour le cruchon, élégance et distinction des formes et du décor par référence à la porcelaine pour l'amphore, caractéristiques visant à valoriser le contenu, à l'époque des balbutiements du marketing.

De l'ustensile au bibelot

Le catalogue des productions Revol de 1952 est riche en références esthétiques, malgré la fonctionnalité revendiquée des objets commercialisés. Prestige et raffinement s'allient sans se contrarier à l'efficacité des objets dans leurs fonctions :

*« Une expérience plus que centenaire, au cours de laquelle se sont poursuivies études techniques et améliorations incessantes, nous permet d'offrir à l'industrie prestigieuse des producteurs de liqueurs, cognacs, armagnacs et des distillateurs de parfums, une collection nombreuse et éclectique de récipients qui, à une présentation esthétique raffinée, allient des qualités éprouvées pour le logement et la parfaite conservation des spiritueux et tous produits similaires.*

*Ces qualités, en dehors des soins expérimentés apportés à nos fabrications, sont dues à la nature même de la matière spécifiquement locale que nous employons, une porcelaine grésée, revêtue intérieurement de glaçures ingerçables et vitrifiées à 1300°, offrant le maximum de garantie d'étanchéité, d'hygiène, de résistance aux*

*acides, et ne donnant ni goût ni odeur aux produits qui lui sont confiés.*

*Elles sont complétés, extérieurement, par la diversité et le charme de la décoration soit en émaux de tous coloris, soit par une palette chatoyante de grès flammés »*

Sont définies ici les différentes glaçures proposées, parures extérieures des objets. La suite de ce texte de présentation est très intéressante dans le cadre de notre enquête :

*« Nos modèles, soit de formes classiques, soit d'une fantaisie artistique de goût affiné, après avoir servi d'écrin aux bijoux qui, diamants, émeraudes, rubis ou topazes, scintillent dans les liqueurs de grande classe, constituent par la suite des bibelots d'art qui ne sont pas déplacés dans les vitrines des amateurs les plus exigeants »*

En une phrase, nous sommes ici face à un raccourci de ce que Kopytoff (1986) appellerait la « *well-lived-life* », traduisons la vie-bien-vécue ou la vie idéale, d'une bouteille de grès fabriquée à Saint-Uze, avec comme fil rouge le luxe et la beauté, depuis sa fonction « d'écrin » à celle de bibelot mis en vitrine, sans rupture esthétique entre l'étape fonctionnelle de ce parcours biographique et le passage dans l'univers de l'inutilité et de l'exposition aux regards. Admirables dans leur fonction, les céramiques Revol le demeurent alors même qu'elles sont hors d'usage : du superbe ustensile, elles passent au superbe bibelot, digne de collection et d'exposition. Il n'y a pas ici de « basculement » de l'utilitaire vers l'esthétique, puisque les objets sont esthétiques dans leur utilité, et ce texte de 1952 marque bien que le traitement esthétisant de ce type de produit industriel n'attend pas la fin d'activité de l'usine qui l'a fabriqué. Depuis le bar à liqueurs jusqu'à la vitrine de l'amateur exigeant, il n'y a qu'un pas, dans la continuité, autorisé par l'ambition esthétique du céramiste.

Cette volonté d'excellence à la fois fonctionnelle et esthétique, concernant également « une gamme d'articles variés pour la publicité par l'objet, sous la même diversité de formes, nuances et décoration, depuis le cendrier classique ou d'originale fantaisie, le broc à glace pour les apéritifs, jusqu'aux bibelots divers de présentation artistique », eut pour l'entreprise Revol des répercussions sur les techniques de fabrication et sur la conception même du métier de céramiste. Nous avons vu qu'aujourd'hui les matières premières arrivent sur place sous forme de poudres et de granulés, conditionnés en « Bigs bags » – dont certains proviennent d'Asie – alors même que la localisation de l'usine mère était

directement liée à la présence d'argiles de qualité à Saint-Uze même.

L'extraction des terres locales a été abandonnée parce que leur préparation et les qualités du produit fini étaient trop aléatoires, au niveau du rendement industriel mais également au niveau des couleurs des céramiques. Le recours à des argiles non saint-uziennes tient donc à la fois du technique et de l'esthétique : technique pour ce qui est de la tenue au feu des produits ; esthétique pour les couleurs du produit fini et la régularité des glaçures. Car les céramiques Revol, qui étaient à l'origine de l'entreprise classées dans la catégorie des grès, sont devenues au fil des décennies des porcelaines : depuis la fin des années 1970, l'entreprise porte d'ailleurs le nom de *Revol Porcelaine*.

Concevoir ou créer ?

Avec le conditionnement en petites quantités de produits à forte valeur ajoutée, phénomène directement lié à la révolution industrielle, sont apparues des préoccupations détachées des strictes nécessités fonctionnelles. Il ne s'agit plus seulement pour le producteur du contenu de commander un contenant aux caractéristiques *fonctionnelles* efficaces (volume, dimensions extérieures, facilité d'utilisation et de transport...) mais aussi de concevoir ou de faire concevoir un récipient aux caractéristiques *formelles* satisfaisantes.

Dès la fin du XIXe siècle, certains produits surent ainsi se distinguer esthétiquement de leurs concurrents. Après 1950 encore, les céramistes recevaient des commandes dont les conditions étaient surtout liées à la forme et à la couleur des poteries. Ainsi en octobre 1958, l'usine Chèze reçoit une commande émanant de la maison Denoix, à Brive, dont le produit phare est le *Suprême Denoix*, « *la reine des liqueurs de fruits* ». « *Monsieur, pourriez-vous nous fabriquer, à vos meilleures conditions, 1 cruchon fantaisie de la forme indiquée par le dessin ci-joint, ou d'une forme plus facile à exécuter pour vous, en grès couleur violine, contenance environ 75 centilitres. Vous nous aviez fourni autrefois un cruchon carré de cette matière. Nous serions preneurs d'environ 1000 pièces. Veuillez nous indiquer si cela vous est possible, le prix et le délai de fabrication.* » Le dessin joint au courrier, fait au crayon de façon assez grossière, nous montre une sorte de cruche à deux tubes verseurs – l'un au diamètre plus ouvert que l'autre – encadrant une anse. La forme est atypique et la couleur demandée inhabituelle : la fin des années cinquante et

le début de la décennie suivante verra se développer ce type de commande « *fantaisie* ». Les formes et les couleurs se diversifient, les goûts changent et le marketing impose la “modernité” jusque dans le domaine des ustensiles domestiques. Mais l’entreprise ne peut satisfaire cette demande : « *Messieurs, j’ai l’honneur de vous accuser réception de votre lettre du 21 et du croquis joint. Mon tourneur ne pouvant faire des pièces selon ce croquis, et ne disposant pas d’un spécialiste modelleur sur plâtre pour réaliser les moules nécessaires, je ne vois pas la possibilité de vous faire offre. Avec mes regrets, veuillez agréer, messieurs, mes empressées salutations.* » L’usine Chèze n’a pas les compétences techniques nécessaires pour réaliser ce type de produit et se cantonne alors dans la production de chauffe-pieds, de briques chauffeuses –qui ont le même usage– et de pots pour conserve.

Pour faire admettre à Jacques G. les qualités esthétiques de certains objets de sa collection de poteries, je désigne un petit pot à moutarde, à glaçure jaune et brune. Il admet qu’il y a là une intention de produire du beau : « C’était la volonté esthétique du client, oui. C’est-à-dire que certains produits étaient destinés à mettre en valeur un produit de consommation. A la fois le mettre en valeur et le faire reconnaître parce que c’est une forme particulière. C’est vrai que les moutardes, c’est un peu le cas ». En excellent connaisseur de ce type d’objets, Jacques G. sait que la valeur esthétique de ces céramiques naît de la volonté commerciale du commanditaire : le céramiste n’a en l’occurrence que l’obligation du travail bien fait, sans aucune latitude créative.

Dans le système de production et de commercialisation des objets céramiques qui nous intéressent ici, c’est le client du fabricant, c’est-à-dire le producteur du contenu qui choisit les caractéristiques morphologiques des récipients commandés en fonction de critères commerciaux, techniques et esthétiques, voire de goûts personnels. Le céramiste répond à ces exigences en fonction de ses propres possibilités techniques, structurelles – propriétés de ses matières premières, argiles et glaçures– ou conjoncturelles –pénurie de main-d’œuvre qualifiée, problèmes d’approvisionnement. Il n’intervient finalement que de façon secondaire dans cette phase de création ou de pseudo création. Tout semble fait, dans cette catégorie d’objets au moins, pour neutraliser la référence au producteur du contenant. La clientèle exige même dans certains cas que les caractéristiques morphologiques des produits permettent d’en identifier le contenu en faisant abstraction de toute spécificité du

contenant. L'effet sur l'identité de l'objet est évident : les cruchons à liqueur furent au cours de leur parcours biographiques au moins autant des « *produits Naltet* » ou « *produits Bonal* » que des produits Langeron ou Chèze, tout comme le pichet à eau s'identifie à Ricard, et pas à Revol, son fabricant.



## Esthétique du conditionnement

La relative prospérité des fabricants de poteries de grès au XIXe siècle et durant la première moitié du XXe est due pour une bonne part au développement du conditionnement alimentaire en petites quantités. Ce mode de commercialisation est pourtant assez récent, postérieur aux années 1950. C'est précisément la période où s'effondre le secteur industriel qui retient notre attention. Car le conditionnement en récipients de grès est coûteux notamment par ses techniques de production peu automatisées et grandes consommatrices de main-d'œuvre. Et si l'on observe la nature des produits contenus dans les bouteilles et pots produits dans la vallée de la Bourbince, on constate qu'il s'agit pour une bonne part de denrées, sinon de luxe, du moins dont la consommation était réservée à une classe aisée de la population. L'eau minérale, le cidre, les eaux de vie, mais aussi l'encre, la moutarde, la charcuterie, le cirage, la bière, et dans un autre registre, les produits chimiques, tous ces produits à forte valeur ajoutée offraient une marge suffisante à leurs fabricants pour soigner l'emballage en choisissant d'une part un matériau coûteux et en imposant au céramiste des critères esthétiques stricts – brillant de la glaçure, couleurs, forme. Mais avec le développement du commerce de masse, tous les produits alimentaires ont adopté ce mode de conditionnement à l'unité. La production dite « *de luxe* » fut le dernier atout de la maison Langeron, l'entreprise du Pont-des-Vernes : « Les anciens clients comme Amora ne demandaient plus des produits utilitaires courants fabriqués en masse, mais des pièces de luxe réservées aux produits chers et spécifiques comme la moutarde à l'ancienne ou les rillettes traditionnelles. Ils continuaient à acheter Langeron notamment pour le brillant particulièrement renommé des émaux, qui étaient dits "classe des cires". L'autre qualité était la finesse du grès, proche de la porcelaine » nous confie Jacques Langeron, fils du dernier directeur de l'usine.

Il existait donc encore dans les années 1950 un créneau commercial pour les produits de grès, mais il n'était plus dans le produit courant, rentabilisé par les grosses quantités vendues : il était dans le pot ou le flacon à l'esthétique soignée, l'emballage jouant alors un rôle d'appel dans ces années où le marketing prenait son plein essor. Il y avait encore un marché dans les produits « *fantaisie* », les vases et les pichets à glaçure colorée, destinés par exemple aux grands magasins parisiens. Dès les années 1920, on trouve dans

les livres de compte de la S.A. Paul Langeron les références des *Nouvelles Galeries* ou du *Printemps*, qui achetaient par petits lots des poteries de grès flammés. Mais ce marché était négligeable pour l'entreprise.

Le créneau de l'emballage « *traditionnel* » existe encore de nos jours, selon le directeur de la S.A. des Grès et poteries de Digoïn. Il divise la production de grès de son entreprise en deux catégories. D'abord la gamme « *moderne* », des grès culinaires destinés au service de la table : des plats ovales ou ronds, supportant les passages au four ; les terrines, les moutardiers, les plats à escargots. Tous ces produits sont faits à partir d'une pâte argileuse très blanche, dite porcelaine à feu : c'est l'équivalent des faïences fines, fabriquées avec des matières premières riches en kaolin. Ils sont couverts de glaçures colorées, aux couleurs très vives, jaune, rouge, bleu.. ; ces céramiques sont destinées surtout à l'exportation.

L'autre catégorie de production est constituée par les grès « traditionnels ». La tradition se trouve ici dans la forme, la fonction et la couleur de l'objet. Ce sont des récipients similaires aux productions des premières années du XXe siècle, des cruchons, des brocs, des bocaux, que le consommateur retrouve au supermarché remplis de pâté fin –recette « *à l'ancienne* »– de moutardes de luxe, de liqueur ou de bière d'appellation, ou encore de fromages « *de pays* ». Ces poteries réinvestissent des fonctions a priori désuètes pour redonner une image saine et authentique à des produits de consommation de qualité supérieure. Et la couleur traditionnellement attachée au grès, c'est le brun. Les grès de Puisaye, de Normandie ou du Beauvaisis sont ainsi colorés du fait de la nature des argiles et de leur réaction au feu. Les types de four utilisés par les potiers de ces régions et la cuisson au bois donnent aux céramiques des nuances de brun du très clair au presque noir, souvent moucheté ou marbré : c'est le véritable *flammé* dû aux « coups de feu » subis par l'argile. Pour se rapprocher de ces couleurs faisant directement référence au grès et pour diminuer le coût des glaçures, les producteurs de grès fin de la région, dont les argiles cuisaient blanc, ont utilisé l'émaillage au sel, qui donnait également des bruns assez aléatoires. Les grès traditionnels de Grès et Poteries de Digoïn sont couverts d'une glaçure brune, et mouchetée de points plus foncés pour retrouver cet aspect « originel » du grès ancien. Accompagné de quelques « subterfuges » –comme par exemple une empreinte circulaire au fond des assiettes, sensée figurer le travail du tourneur alors que ces produits sont évidemment calibrés ou pressés– cette couleur est réservée aux céramiques dites

rustiques, récipients pour produits alimentaires ou vaisselle commercialisés en priorité sur le marché national. Le grès, participant au XIX<sup>e</sup> siècle à la modernisation du commerce de l'alimentaire, revêt aujourd'hui le statut d'emballage traditionnel, destiné à valoriser esthétiquement son contenu en lui ajoutant une part d'*authenticité*

#### Esthétique et ustensilité

Dans l'absolu, selon Jacques G., l'objet esthétique « doit réjouir l'œil de beaucoup de gens ». Mais cette propriété ne se limite pas aux objets conçus et réalisés pour être beaux. Il n'y a pour lui aucune incompatibilité entre objet esthétique et objet industriel de série : « Vous avez dans l'électroménager des aspirateurs que je trouve extrêmement jolis, beaux. Je regardais dernièrement, parce que je voulais en acheter un : il y a des grille-pain qui sont beaux. Les voitures c'est la même chose. On sent que derrière il y a des équipes qui se sont penchées sur le sujet ».

Francis Ponge a su mettre en évidence l'esthétique de l'ustensilité :

*« Il existe un rapport certain entre ustensile et utile -et d'autre part entre ustensile et ostensible. Un ustensile est donc quelque chose d'utile, généralement exposé de façon ostensible (par exemple au mur de la cuisine). [...] L'outil est un instrument qui sert aux arts mécaniques. L'ustensile est toute espèce de petit meuble servant au ménage, et principalement à la cuisine. [...] C'est un objet modeste, léger, nettement spécialisé dans son utilité, assez peu brillant, un peu clinquant toutefois, de petite envergure et qui se tient en mains sans leur peser beaucoup. Il est d'ailleurs entendu qu'il ne présente rigoureusement aucun intérêt en dehors de son utilité précise. »<sup>21</sup>*

Considérer esthétiquement un ustensile pose un problème quasi éthique, que Gérard Genette (1997 ; 162, note) expose ainsi :

*« Le traiter en pur objet esthétique (« décoratif ») implique que l'on fasse une impasse totale sur sa fonction pratique originelle, à supposer qu'on la connaisse. »*

Mais cette remarque n'est pertinente que si l'on considère que « *faire l'impasse sur la fonction* » de l'objet signifie ici renoncer à *l'utiliser* dans sa fonction et non renoncer à *faire connaître* sa fonction : car les détenteurs d'objets initialement utilitaires devenus

<sup>21</sup> F. Ponge, 1961. *Méthodes*, Paris, Gallimard ; 1999, la Pléiade, pp. 643-644.

objets décoratifs ne font pas l'impasse *discursive* sur cette fonction, incorporée qu'elle est à l'objet, donnée fondamentale voire unique de son identité (pot à tabac, cafetière, crêmière, etc.). Le traitement d'un objet utilitaire en objet esthétique n'est pas l'annihilation totale de sa fonction. De même peut on discuter l'assertion de Pomian sur les objets de collection. La collection est selon lui

*« un monde étrange d'où l'utilité semble bannie à jamais. On ne peut, en effet, sans commettre un abus de langage, étendre la notion d'utilité au point d'en attribuer une à des objets qui ne font que s'offrir au regard [...]. Même si dans leur vie antérieure elles avaient un usage déterminé, les pièces de musée ou de collection n'en ont plus. Elles s'assimilent ainsi à des œuvres d'art qui sont dépourvues de finalité utilitaire. [...] Tout se passe donc comme si l'on ne poursuivait qu'un seul but : amasser des objets pour les exposer au regard. »* (Pomian, 1978 ; 4)

L'enquête nous a appris comment l'exposition aux regards des objets peut être considérée par leurs manipulateurs sur le même plan utilitaire que les fonctions d'ustensiles (« Aujourd'hui, ces objets là, ça sert de décor. »), et nous savons d'autre part que l'utilité d'un objet, fut-il objet de collection, ne peut pas être « *bannie à jamais* » : la trajectoire d'un artefact n'est qu'un va-et-vient incessant entre « *l'usuel et l'inutile* » (Bertaux, 1993) et tant qu'un objet est physiquement utilisable, tant que son intégrité physique n'interdit pas une utilisation quelconque y compris la plus passive pour l'objet –réceptif destiné à recueillir l'eau d'une fuite de siphon par exemple– l'évolution à venir de son statut peut l'amener à revenir à l'ustensilité.

La relation esthétique comme dévoiement

Le phénomène subi par les objets anciens dont on fait aujourd'hui un usage a priori inadéquat, usage décoratif ou utilisation dans une fonction différente de leur destination première, a souvent été décrit comme un avatar de la « société moderne ».

*« Qu'en est-il des objets qui ont perdu leur fonction utilitaire ou que l'on utilise plus : faucilles, faux, fléaux, jougs [...] ? Leur propriétaire les mettait autrefois au rebut ou les brûlait lorsqu'il n'en avait plus l'emploi. De nos jours, on en fait des objets utilitaires (un lustre d'une roue, un porte-parapluies d'une hotte en bois, un porte-journaux d'un berceau...). Des outils désuets vont servir à des fins décoratives et*

*rappeler un mode de vie préindustriel, expression d'une nostalgie à une époque où les relations entre hommes et objets sont de plus en plus éphémères.*» (Niederer, 1984; 154)

Ce phénomène fut dénoncé par les historiens et ethnologue comme une dérive nocive, un détournement d'objets à des fins illégitimes :

*« Une industrie du “souvenir” fleurit ainsi sur les ruines de la tradition vraie. La terre des pots et les techniques de façonnage, les vernis, les décors et les techniques de cuisson seraient-ils les mêmes qu'autrefois, tout n'en serait pas moins radicalement différent: le pot à beurre et le plat de jadis étaient d'usage courant en un temps où ils n'avaient pas de substitut, ils ont disparu parce que leurs substituts étaient de matière plus résistante, de prix moins élevé et d'utilisation plus durable ; ceux d'aujourd'hui sont dépourvus de toute ustensilité vraie, ils n'ont plus de destination économiquement justifiée et servent seulement à composer des décors, comme si leurs acheteurs voulaient vivre par procuration dans un passé dont seuls subsisteraient les signes extérieurs de la qualité plastique. Pire, sans doute, que cette dégénérescence par changement de destinataire est le détournement des œuvres à des fins autres que celles pour lesquelles elles ont été originellement conçues. »*

(Cuisenier, 1975 ; conclusion)

Ce détournement relèverait d'une mode, à laquelle Raymonde Moulin a trouvé un nom, la « rusticomanie » :

*« Dès lors qu'ils sont arrachés définitivement à l'univers de l'utilité -et particulièrement à cette utilité falsifiée, détournée de la finalité première, qui fait florès dans la rusticomanie actuelle- les objets appellent sur eux le regard pur et désintéressé de l'esthète»* (1978; 245)

Selon ces dénonciations de la civilisation contemporaine dans ses pratiques falsificatrices vis-à-vis des objets du passé, l'esthétique représente une altération de l'objet usuel, elle constitue une perspective qui dénature la chose. L'esthétisation d'objets anciens sous prétexte de leur ancienneté serait un dévoilement, ou, selon le mot d'un collectionneur constatant qu'un couvercle inadapté avait été placé sur un pot à conserve, une « hérésie ». En l'occurrence, l'hérésie vient de la fonction initiale du pot, destiné à conserver hermétiquement des denrées alimentaires, et équipé dans ce but d'un couvercle armé de griffes de laiton s'emboîtant dans les rainures du rebord. En l'absence des griffes

métalliques, ce couvercle se présente sous la forme d'un disque céramique légèrement bombé, dont la couleur de glaçure correspond à celle d'un autre pot sur lequel le collectionneur en question l'avait posé en recherchant une harmonie esthétique indispensable à un objet de décor. Mais l'aberration fonctionnelle, le contresens biographique –par rapport à la biographie de l'objet– produit par l'association incongrue entre ce pot-ci et ce couvercle-là démolit symboliquement cette harmonie, la « vérité de l'objet » l'emportant sur ses qualités esthétiques.

La notion de « détournement fonctionnel » ne résiste pas à l'examen, surtout pour ce qui est des récipients céramiques. Les bouteilles de grès m'ont été successivement présentées sur le terrain comme des cruchons chauffe-pieds ou des bouteilles à liqueur : « Mais les gens faisaient ce qu'ils voulaient, ils pouvaient aussi mettre du vin dedans ». François B. a récemment acheté à un artisan potier de la vallée de la Saône un service en grès à glaçure bleue avec effet de moucheté dû à la cuisson au bois. C'est d'abord l'esthétique qui a retenu son attention, mais chaque objet est identifié à une fonction par leur créateur. « C'est la bonbonnière, mais on s'en sert de sucrier. La coupe à fruits, on s'en sert de plat pour la viande ou pour les légumes. Les assiettes, elles sont trop grandes pour des assiettes, on s'en sert de plats, mais rarement d'assiettes ». Dès l'achat et leur première entrée en fonction, les ustensiles sont utilisés en dehors de leur destination fonctionnelle initiale, celle pour laquelle leur fabricant les a conçus et produits. La fonction « réelle » des objets constitue surtout un mode d'identification et de désignation, en aucun cas une règle ou une obligation utilitaire. L'ironie avec laquelle l'utilisateur évoque ses usages traduit de surcroît une forme de résistance aux conventions, amusement que l'on retrouve souvent parmi les détenteurs de bouteilles d'encre transformés en pieds de lampes ou de tout autre récipient devenu « bol pour faire boire le chien ».

#### Rusticité et patine

Au sujet des cruchons de grès collectionnés malgré leur absence de valeur esthétique, Brigitte D. ne s'étonne pas de l'engouement rusticomaniaque : « Ça fait partie d'une tradition régionale, donc il y a toujours des gens qui sont à la recherche de ça. Je ne trouve pas ça moche, non ; c'est plus rustique, disons. Mais ça, ça correspond un peu moins à ce

que je fais, je ne me suis pas tellement intéressée à ce qui était rustique. Je reconnais que ce n'est pas ce que je cherche... » Il y a une mode du rustique, comme il y a une mode du kitsch, à laquelle l'antiquaire raccroche son commerce, par préférence personnelle, par goût plus que par souci de rentabilité : « Moi, ici, j'envisage d'arrêter, parce que le problème c'est que l'emplacement ne correspond pas du tout à ce que je fais ». Economiquement, le bassin minier n'est pas florissant, et le type d'objets vendus par Brigitte D. correspondrait plutôt à des villes plus importantes, Chalon-sur-Saône, ou même Dijon. « La région là-haut est beaucoup plus pourvoyeuse de belles choses, ça c'est sûr, ils ont des pièces plus importantes. » Parmi ces pièces –faïences, beaux meubles, marqueterie, etc.– le rustique n'a pas sa place.

L'ustensilité et l'usure physique qu'elle suppose peuvent devenir une valeur esthétique, notamment pour le collectionneur d'outils qu'est aussi Jacques G. : plus l'outil a servi, plus il est esthétique : « Un outil forgé à la main, qui a servi pendant 50 ou 100 ans, plusieurs générations d'ouvriers, c'est devenu un objet esthétique. Du fait de l'aspect qu'il a pris à force d'être utilisé... Si vous prenez une hache de sabotier par exemple, qui a fabriqué des milliers de sabots, avec le manche qui a de la patine... » L'usure, née d'un usage pas forcément intensif, mais s'étalant sur une longue période, qui a imprimé dans le corps de l'objet le travail quotidien de l'artisan, est un atout esthétique primordial. « Sur un objet comme ça, vous avez beaucoup de gens qui vont tomber d'accord. Certains vont le trouver joli comme objet de décor qu'on peut mettre dans une vitrine. Il ne faut pas qu'il soit trop gros... » Pour Jacques, l'objet esthétique par excellence, hors objet d'art, celui qui le séduit spontanément, c'est le compas : « Un compas me tire l'œil souvent... tout le temps. Je le regarde ou je ne le regarde pas, parce que j'en ai tellement qu'il ne m'intéressera pas forcément, mais c'est vrai qu'il y en a, je ne peux pas résister. J'achète. Parce que c'est un objet que j'aime... la forme... Moi je les trouve beaux ». Le compas est un outil, dont les caractéristiques formelles sont très strictement tributaires de sa fonction. Pas d'autre couleur que celle du métal dont il est constitué, des lignes élégantes dues à son utilisation –tracer des cercles, mesurer des écarts–, nulles fioritures, bref, un objet d'une rare sobriété, englouti par sa fonction. C'est donc entièrement dans sa fonction, très technique et très « pointue », que le collectionneur constitue sa relation esthétique avec l'objet. « *Les qualités esthétiques que l'on reconnaît à un objet ne ressortissent pas*

*exclusivement à des critères formels. Elles sont aussi, et même avant tout, associées à une fonctionnalité qui est attribuée à cet objet.* » (Mauzé, 1999 ; 86).



L'objet quotidien contre le bel objet

Les musées dits *musées de société* et les écomusées sont des « *musées témoins de l'homme dans la société; Tous valorisent le patrimoine industriel, technique ou ethnologique, étudient les cultures populaires ou professionnelles et collectent les objets qui en sont les témoins.* »<sup>22</sup>

« *Les musées de société se distinguent des autres musées par les patrimoines qu'ils mettent en valeur et surtout par la démarche qui les anime.[...] Parfois, des meubles rares, de la vaisselle précieuse et même des œuvres d'art voisinent avec les outils et les objets de tous les jours ou bien encore avec la simple parole de ceux qui les ont fabriqués ou utilisés. Tous témoignent des différentes manières de vivre et de travailler, d'hier et d'aujourd'hui.* »<sup>23</sup>

La place de l'objet dans ce type de musée est donc *théoriquement* différente de celle qu'il occupe dans les musées d'art : les objets sont là pour *témoigner*, ou plus précisément pour *représenter*. Pour représenter quoi ? Pêle-mêle une époque, des modes de vie, des rituels festifs, des pratiques alimentaires, un groupe humain, un conflit social, un métier, etc.

Le musée narre l'histoire des hommes et de leur société par le biais des objets, censés contenir ou détenir la vérité de cette histoire, chargés finalement de représenter les hommes dans leur quotidien.

Le partage épistémologique entre technique et société se retrouve également dans la distinction établie communément entre les beaux objets et les objets "banals". Travaillant à l'époque sur le projet du Musée des Arts et des Civilisations, Maurice Godelier exprimait sur ce point une conviction bien arrêtée :

« *Le projet du Musée des Arts et des Civilisations, actuellement en cours de définition, montrera des objets qui appartiennent à des sociétés vivantes: des objets de la vie quotidienne à côté des beaux objets. [...] Les anthropologues refusent souvent l'idée que la jouissance d'un objet traditionnel ait à voir avec sa connaissance. Pourtant, c'est un fait: beaucoup de gens qui visitent les musées sont sensibles à la beauté des objets exotiques. [...] Les anthropologues critiquent*

<sup>22</sup> *En avant la mémoire*, dépliant de présentation publié en 1995 par la Fédération des écomusées et des musées de société.

<sup>23</sup> *A la rencontre des musées d'aujourd'hui*, guide des écomusées et des musées de société, 1998.

*ce silence de l'objet choisi pour sa beauté. Parfois même, ils n'ont que faire de l'émotion esthétique: ils réclament le droit de ne montrer que les objets sur lesquels ils ont des informations suffisantes. A mon avis, ils ont tort d'éliminer cette première appropriation de l'objet à travers le plaisir esthétique. L'idée que je défends pour le futur Musée des Arts et Civilisations est de parvenir à cumuler ces deux aspects: le plaisir de voir et celui de savoir, car l'opposition entre les deux a trop duré.»*<sup>24</sup>

Comme il existe (il existait ?) un grand partage entre l'ethnologie du proche et l'ethnologie exotique<sup>25</sup>, il semble exister un grand partage entre les beaux objets et les objets du quotidien, entre les objets pour le regard et les objets pour la science, entre objets esthétiques et objets pratiques ou utilitaire.

Objets, hommes et techniques

La muséographie traditionnelle a élaboré un système de représentations autour de la rupture artificielle entre homme-société et objets-techniques. La notion de réseau telle qu'a pu la développer Bruno Latour met en cause cette dichotomie. Les réseaux sont « *à la fois réels comme la nature, narrés comme le discours, collectifs comme la société* » (Latour, 1991 ; 15). Les objets sont des éléments de ces réseaux, et les en isoler revient souvent à les esthétiser en se condamnant à ne saisir qu'une parcelle de la complexité du social. Un des effets de l'action culturelle des écomusées est d'avoir banalisé et popularisé l'exposition, et plus précisément l'exposition comme mise en vitrine et en lumière d'objets en tant que médium idéal voire exclusif de diffusion des savoirs, et d'avoir par là entériné l'esthétisation d'objets-documents.

Cette esthétique muséographique a été dénoncée comme une *anesthésie* (Thévoz, 1984), dans le sens où l'auteur d'exposition chercherait à l'utiliser comme un stupéfiant, un euphorisant « pour neutraliser les réactions négatives du spectateur devant certains objets choquants, et plus généralement devant le caractère *paradoxal* (étymologiquement : qui va à l'encontre de l'opinion commune) de toute exposition digne de ce nom. » (Ibid. ; 170).

---

24 Maurice Godelier, « Un musée pour les cultures », propos recueillis par Nicolas Journet, in *Sciences Humaines*, hors série n°23, déc. 1998-janv. 1999.

25 Gérard Lenclud, « Le grand partage ou la tentation ethnologique », in Althabe, Fabre & Lenclud (éds.), *Vers une ethnologie du Présent*, Paris MSH, 1992 ; pp. 9-37.

Dans le cadre de notre enquête, le caractère paradoxal réside dans la mise en valeur d'objets très banals, voire triviaux comme peut l'être le cruchon chauffe-pieds ou le « moine hôpital », récipients de grès destinés à un usage intime puisque utilisés au fond des lits. Ce paradoxe apparaît très régulièrement au cours des entretiens avec d'anciens ouvriers des usines de fabrication céramique ou des familiers des ustensiles de grès : « Nous, vous savez, on en a tellement vu, on n'y fait pas tellement attention » quand ce n'est pas « Moi, j'en n'ai pas gardé du tout, des grès, j'aime que les faïences ». De l'indifférence au rejet, les sentiments de mes interlocuteurs varient selon les souvenirs qu'ils ont gardés de leur travail ou de l'époque où ils utilisaient ces objets. En tout état de cause, l'intérêt des instances culturelles et muséales pour ce type d'objets les surprend, pour le moins.

Les théoriciens du musée ont depuis les années trente cherché à mettre en garde contre cette esthétisation par expulsion du contexte. Denis Hollier (1993), en étudiant les articles de la revue *Documents* a parfaitement analysé les distinctions établies entre l'objet-document et l'objet d'art :

*« Par définition, un document est un objet dénué de valeur artistique. Dénué de ou dépouillé de, selon qu'il en a ou n'en a jamais eue une. Mais c'est de deux choses l'une : un objet est soit un document ethnographique, soit une œuvre d'art »* (Hollier, 1993 ; 155).

Le rapport au Beau des ethnographes travaillant pour cette revue est dénué de toute ambiguïté, du moins en ce qui concerne les objets-témoins. Tandis que l'idéologie de Paul Rivet quant à la réorganisation du Musée d'ethnographie de la fin des années 1930 est « foncièrement anti-esthétique », M. Griaule incite l'ethnographie à « *se méfier du beau, ce qui est bien souvent une manifestation rare, c'est-à-dire monstrueuse, d'une civilisation* ». Le collecteur anthropologique doit suivre un seul mot d'ordre quant à la beauté des objets auxquels il accorde son intérêt :

*« Ne jamais privilégier un objet parce qu'il est "beau", ne jamais en exclure un autre parce qu'il paraît insignifiant, ou répugnant, ou informe. [...] Aucun objet, si informe apparaisse-t-il, ne sera exclu [du musée de l'Homme]. Tout ce qui est mérite d'être documenté. Il y a une forme de compassion, un mouvement de charité épistémologique, dans ce parti pris des petites choses. La science console les*

*humbles réalités du mépris que leur oppose l'élitisme des esthètes* » (Ibid ; 167-168).

Dans ce cadre épistémologique, l'utilité, la valeur d'usage d'un objet ne réside pas exclusivement dans sa fonctionnalité du moment qu'on lui accorde une valeur esthétique ou fétichiste, comme le démontre Georges Bataille dans un de ses articles pour la revue *Documents*:

*« Car la chaussure est effectivement un objet utile (il sert à marcher, etc.). Mais ce n'est pas pour marcher que le fétichiste "utilise" la chaussure. Elle a pour lui une valeur d'usage qui commence paradoxalement [...] au moment où elle ne sert plus à marcher. C'est la valeur d'usage d'une chaussure hors d'usage. »* (Ibid. ; 164-165)

Ainsi des objets céramiques, ustensiles initialement affectés à une fonction précises, sont aujourd'hui utilisés pour le décor domestique : « ça sert de décor », nous disent leurs usagers actuels, qui parfois connaissent parfaitement la destination fonctionnelle initiale de ces choses, destination dénuée de toute nuance décorative.

Une vente : la valeur utilitaire comme recours

L'interaction acheteur-vendeur autour d'objets anciens fait intervenir des arguments spécifiques, évidemment très différents de ceux du marché de première main. Selon BD, et l'idée qu'elle se fait de son métier, l'objet de brocante qui est acheté pour servir, c'est la « cochonnerie », l'objet d'occasion vendu par les non-professionnels (vaisselle, jouets...). Pour elle, la distinction brocante-antiquité/vide-greniers-puces repose entre autres sur le potentiel utilitaire des objets vendus.

Un jeune couple -la trentaine- est entré dans la boutique de Brigitte D. durant un de nos entretiens. Ce ne sont visiblement pas des connaisseurs. Peut-être sont-ils passés là par hasard, et sont-ils entrés simplement « pour voir ». Ils se renseignent d'abord sur le prix d'une table vue en vitrine, mais abandonnent rapidement, refroidis par le coût prohibitif. Brigitte D. me dira après coup qu'il s'agit d'un meuble Louis-Philippe, ayant nécessité un important travail de restauration, d'où son prix ; un connaisseur n'aurait pas été surpris.

La jeune femme est attirée par un pichet en barbotine, très coloré, figurant un chat, coûtant environ 350 francs. Son compagnon n'est pas convaincu, et l'antiquaire doit intervenir pour valoriser l'objet et tenter de « forcer la main » :

« Là, on est plutôt dans la collection, mais ça n'empêche pas de s'en servir. Le thème du chat, c'est plutôt féminin ; vous avez aussi les grenouilles, les grenouilles, ça plaît bien. Je vous fais remarquer que c'est du Saint-Clément [le couple ne connaît pas cette référence]...c'est-à-dire que c'est de très bonne qualité, ce sont des barbotines d'excellente qualité. » Elle s'adresse plus particulièrement à l'homme : « Je trouve ça marrant d'utiliser un pichet en forme de chat à l'apéritif, pour servir le Ricard ». Lui répond : « On boit plutôt du Whisky. »

Après maintes tergiversations, la jeune femme finit par céder et achète le pichet, 300 francs. Mais son compagnon, jusqu'au bout, reste sceptique sur la réelle utilité de la chose : « ça sera plutôt pour la déco ». Sous-entendu : vous avez réussi à convaincre ma femme de l'acheter, mais vous ne me convaincrez pas de me servir de cette chose. « C'est difficile quand il y a un couple, parce qu'il y en a toujours un qui veut empêcher l'autre d'acheter, de se faire plaisir ; là c'est pareil, ça m'énerve, vous avez vu, lui, qui n'arrêtait pas de dire "on n'en a pas besoin" mais si elle en a envie ! » La notion d'envie, de plaisir d'acquérir un objet revient très souvent, y compris pour elle-même ; on retrouve aussi dans cette transaction son interprétation des rapports féminin-masculin, et l'importance qu'elle lui accorde dans ce métier. Elle a repéré certains types d'objets accrochant plutôt l'œil des femmes, les objets qu'elle-même prend plaisir à vendre, à l'esthétique plus sophistiquée, destinés au décor domestique qu'elle cherche à promouvoir.

Cette courte scène montre que même pour des objets anciens et obsolètes, le recours à l'argument utilitaire peut s'avérer payant si l'argument esthétique ne fonctionne pas, ce que me confirme Brigitte D. : « Bien sûr, mais ça, ça fait partie des arguments ; parce que si on n'a pas quand même quelques arguments dans notre poche... » Mais ça n'est qu'un argument faute de mieux, qui n'intervient que lorsque le désir de l'objet n'est pas suffisant, lorsque l'éventuel acheteur n'éprouve pas assez d'attirance pour l'objet et sa valeur non fonctionnelle –et notamment esthétique. C'est ce que confirme Jean-Claude B., qui a exploité brièvement un magasin d'antiquités dans la même ville : « Il faut raconter une histoire, quand on vend un objet ; on ne vend pas du pain, on ne vend pas des tee-shirts, il n'y a pas de côté fonctionnel, on ne peut pas justifier ça par un besoin, donc il faut raconter une histoire... » La fonctionnalité de l'objet est pour ainsi dire dévalorisante pour un objet ancien, sauf dans la mesure où la fonction est assez « typique » ou archaïque pour rattacher l'ustensile à des périodes très anciennes.

Pour ce qui est du pichet-chat, l'antiquaire n'a jamais fait référence durant la transaction ni à l'authenticité ni à l'ancienneté de l'objet, et pour cause. Elle a su tableur sur la méconnaissance des objets manifestée par les clients. Faisant référence à Saint-Clément, faïencerie ancienne, elle a omis de signaler qu'il s'agissait en l'occurrence de la reproduction contemporaine d'un modèle de Saint-Clément fabriquée par un artisan bénéficiant d'une licence. L'objet lui-même peut avoir été produit l'année dernière, même s'il s'agit d'un modèle du siècle dernier.

La fonction est donc seulement invoquée par les brocanteurs pour tenter de vendre un objet ancien lorsque le recours à la valeur patrimoniale semble ne pas faire d'effet. Un cruchon est d'abord présenté comme très ancien : « ça, je ne sais pas si vous connaissez, mais c'est vieux, c'est très vieux ; voyez la marque, c'était une usine de Pouilloux qui fabriquait ça. » Un autre argument, esthétiquement valorisant, suit le plus souvent : « Ces trucs là, c'était tout fait à la main ». Enfin, si l'acheteur potentiel semble n'être pas encore convaincu : « C'est du grès, vous voyez, il n'est pas fendu, vous pouvez y aller. Vous mettez de l'eau fraîche dedans, l'été, le grès ça garde bien la fraîcheur » ou encore « pour mettre de l'alcool, de la goutte de prune, c'est l'idéal, bien bouché, ça conserve bien. »

## ***L'objet-temps, l'objet-region***

Le temps est l'un des registres essentiels de la constitution symbolique d'un objet matériel en objet esthétique, même si cette évolution peut apparaître comme un simple effet de mode :

« Le propre de l'esprit artiste est d'être à la remorque d'une mode. Incapable de découvrir des trésors, il est prêt à admirer ce que d'autres aiment à condition que le temps ou la valeur marchande donne une pseudo-consécration à des objets souvent admirables. Tel qui méprisait voici quelques dizaines d'années les charmantes images d'Epinal en fait aujourd'hui collection, car ce sont les manifestations populaires qui pâtissent le plus de ces vogues soudaines »<sup>26</sup>

La « pseudo-consécration » dénoncée ici par Robert Desnos se retrouve fréquemment mise en cause également au sujet des poteries de grès et de tout autre objets anciens aujourd'hui considérés comme "exposables" par le musée et les collectionneurs. C'est le décalage entre objet quelconque et objet digne d'attention qui dérange le plus les familiers de ce type d'ustensile.

### L'ancienneté contre l'esthétique

La valeur supérieure prise par un objet banal mais ancien au détriment d'un objet à l'esthétique soignée est considérée comme un paradoxe, notamment par les anciens ouvriers des usines, qui savent tout le soin accordé au brillant et aux couleurs des glaçures par leurs employeurs. Emilienne M. compare une bouteille à liqueur de forme assez massive, bicolore (brun sur la panse, blanc au-dessus de l'épaule jusqu'au goulot), avec une bouteille de forme beaucoup plus élégante, à la glaçure flammée : « Ça, c'est vieux, vieux... Il y en avait de plusieurs grandeurs ; il devait en avoir quatre dimensions comme ça.[...] Le plus de valeur, c'est ça, parce que ça, c'est très, très vieux ; ça a même plus de valeur que ça ». La valeur qui est ici invoquée est à la fois la valeur économique sur le marché de la brocante et la valeur-temps, valeur absolue pour tout amateur d'histoire locale. Sa dernière phrase souligne l'apparente aberration : une bouteille sans intérêt

---

26 R. Desnos, « Imagerie moderne », Documents n°7, décembre 1929 ; *Œuvres*, Paris Gallimard Quarto, 1999, pp. 459-461.

esthétique, d'une grande banalité, a acquis une valeur supérieure à un objet à la glaçure soignée dont la vocation esthétique est évidente et dont elle sait qu'elle était recherchée par le fabricant. De surcroît, elle considère le flammé comme un type d'objet correspondant à ce qu'elle sait des critères esthétiques du « bon goût » ou du goût le plus largement partagé par ses contemporains. C'est aussi l'idée de Jacques G., même s'il l'interprète différemment en tant que connaisseur : l'objet esthétique, « c'est l'objet de décoration, qu'on va mettre en montre parce qu'il a un caractère reconnu. [...] Cette bouteille, je la trouve jolie, mais une autre personne va regarder ça, va dire "bof", et puis elle va se tourner vers les grès flammés, qui ont plus le caractère esthétique, pour plus de gens, me semble-t-il. Ça va satisfaire plus les gens, enfin la majorité des gens ». C'est le jugement esthétique du non connaisseur, représentant le bon goût, qui se fixe de préférence sur les céramiques à vocation esthétique, en l'occurrence les poteries ornementales flammées. Jacques G. en bon connaisseur des grès de cette région, réserve son attachement à d'autres produits, dont la valeur ne réside pas dans la morphologie. Le flammé, lui « trouve ça plutôt moche », se distinguant ainsi du commun des non-connaisseurs. Quant à Lucienne S. elle dévalorise le flammé parce que cette gamme de production représente une période trop récente pour ses goûts pour l'ancien : « Celui-ci, il est de marque Maïténa, donc il est plus récent, mais il est joli tout de même... » C'est seulement *malgré* son manque d'épaisseur historique que l'objet est esthétiquement appréciable, et l'on sent dans le discours de Lucienne qu'il ne se situe pas à la même hauteur que les poteries supposées les plus anciennes sur l'échelle de son goût personnel.

Dans ces trois jugements portés sur le même type d'objet, l'ancienneté produit la valeur de l'objet contre l'esthétique. Des objets esthétiquement pensés par leurs fabricants, conçus pour l'embellissement du décor domestique, paient ici la brièveté de leur histoire, cette brièveté ne serait-elle que supposée faute de références historiques très fiables.

Le métier d'antiquaire : relooker les objets

Même si la mise en valeur d'un certain passé à travers les objets n'est pas la motivation principale de Brigitte D. dans son travail d'antiquaire, elle admet ne pas négliger la valeur temps incontournable pour son commerce : « On se rend compte malgré tout qu'on revient à une espèce de tradition des choses et on se dit que finalement c'était pas si mal que ça.



Parce qu'on a affaire à des gens qui veulent soit continuer la tradition, ou la réinstaurer, je pense que dans la recherche des gens sur les brocantes, il y a toujours la volonté de garder le passé. »

Ce rapport à la tradition entre également en jeu dans la définition même des professions de ce secteur commercial. Dans le marché de l'objet ancien se distinguent plusieurs types de commerçants, qui se classent entre eux, empiriquement plutôt que juridiquement, selon leurs méthodes de travail, les prix pratiqués et le type d'objets vendus. Un brocanteur n'est pas un antiquaire, même s'il a pignon sur rue, un marchand n'est pas forcément un professionnel, même s'il commerce sur une foire aux puces. Le développement de ces foires et des vide-greniers depuis quelques années suscite des inquiétudes dans la profession, ainsi que les dépôts-ventes, qui récupèrent au hasard des acquisitions nombre d'objets susceptibles d'intéresser les antiquaires. « Les vide-greniers, c'est quand même assez récents. C'est un changement dans la profession, un changement négatif pour l'espèce de concurrence déloyale. Certains peuvent très bien connaître la marchandise, mais enfin on voit un peu tout et n'importe quoi à n'importe quel prix. » Dans le « tout et n'importe quoi » déploré par cette antiquaire, il y a de nombreux objets très contemporains, dénués de toute valeur esthétique et patrimoniale.

Hormis la question des prix pratiqués, qui n'entre pas directement dans le cadre de cette étude, la distinction entre l'antiquaire et le brocanteur se situe au niveau du traitement accordé aux objets. « En principe l'antiquaire il propose une marchandise en état ; il y a une remise en état, il y a toujours une restauration. Un brocanteur, lui, vend souvent dans l'état. La série d'assiettes fêlées par exemple, où il va y *avoir des accrocs sur les faiences, lui il va la vendre, il va la brader et puis voilà. Nous* [les antiquaires] soit on ne les reprend pas soit on les fait restaurer. »

Cette restauration-remise en état de l'objet, au-delà du simple nettoyage, peut aller jusqu'à l'amélioration esthétique, notamment quand il s'agit de meubles. « Il y a des objets sur lesquels, parfois, on est bien obligé de réintervenir, soit pour les ramener un peu à la vie, soit parce qu'ils ont besoin d'être un peu relookés. Bon, si c'est un objet très ancien évidemment on n'intervient pas trop, parce qu'il faut garder l'authenticité, mais à part ça, il y a des objets qui peuvent n'être pas très anciens, si on les remanie un petit peu, à ce moment là, ils passent très bien. Ils peuvent avoir un aspect plus ancien, ils peuvent avoir

un aspect plus moderne .» Il s'agit en fait de « leur donner un peu ce qui est dans l'air du temps actuel ; parce que dans les patines, il y a plein de possibilités, c'est ça qui est intéressant .» Accrocher des objets anciens à l'air du temps, c'est tenter d'adapter les témoins d'un temps long à une mode éphémère, c'est jouer sur les temporalités en modifiant l'esthétique de l'objet.

## Une tuile améliorée

Le "relookage" d'objets peut aller jusqu'à une modification d'aspect très poussée, totalement absurde par rapport à l'usage initial de la chose. Telle cette tuile mécanique à emboîtement, dont le motif central figure un poisson. Techniquement, ce motif axial en relief est destiné sur une tuile à faciliter l'écoulement des eaux pluviales ; le plus souvent, il s'agit d'un motif géométrique simple, comme le losange qui a laissé son nom à ce modèle, la tuile « losangée ». Ici le fabricant jurassien a utilisé un moule portant empreinte d'un corps de poisson, avec assez de détails —écailles, nageoires, tête— pour qu'on puisse être certain qu'il s'agit d'un salmonidé, truite ou ombre, poissons abondants dans les rivières du Jura. Ces tuiles ont été fabriquées mécaniquement par l'industriel, à des milliers voire des millions d'exemplaires selon le volume de production de l'usine. La boutique d'antiquités de Chalon-sur-Saône qui l'expose en vitrine, parmi des faïences et des cristaux de grande valeur, la propose au prix de 200 francs. Elle porte des traces d'usure attestant qu'elle a été posée sur une toiture : ce n'est pas une tuile publicitaire, ni un élément de décor, mais bien un accessoire de couverture. Elle est pourtant extrêmement propre, d'une couleur pain d'épices inhabituelle pour ces produits de terre cuite, et elle brille un peu. L'antiquaire justifie cet aspect : « Je les ai cirées parce qu'elles n'étaient pas présentables telles quelles, elles avaient de la mousse, des éclats... Mais un coup de paille de fer à sec et c'est parti, elles retrouvent leur aspect naturel... » Leur aspect naturel ? Quelques mois plus tard, j'ai eu l'occasion de voir une de ces tuiles, ramassée dans un dépôt de matériaux par un jurassien. Il y en avait des centaines, abandonnées à qui voulait en prendre, après le démontage d'une ancienne toiture. D'une couleur orange très claire, usée par les intempéries et surtout les longues périodes de gel que connaît ce département, l'aspect naturel de la tuile au poisson était loin de celui qu'elle avait dans la vitrine chalonnaise. Deux ou trois exemplaires furent donnés à l'écomusée du Creusot-Montceau par leur collecteur, alors même que nous avions déboursé 200 F pour la tuile vernie de l'antiquaire. Celui-ci reconnaît : « C'est sûr que pour celui qui recherche la nature des choses, il n'aurait pas fallu la vernir... Mais elle n'était vraiment pas présentable. » Le souci du présentable dépasse l'exigence d'authenticité de certains puristes, collectionneurs et connaisseurs, qui recherchent la « nature des choses ». L'amélioration esthétique « dénature » la tuile-ustensile ? Disons plutôt qu'elle est une adaptation à sa nouvelle fonction d'objet de

décor : « C'est très joli, moi j'en avais une quarantaine, j'en ai mis une sur un mur chez moi, c'est décoratif ». Ce passage du monde de l'utile à celui de la parure, accompagné d'un embellissement de l'objet, constitue un véritable changement de statut qui justifie un accroissement de la valeur économique. L'objet témoin ramassé dans un dépôt ne coûte rien ; l'objet de décor « relooké » vaut 200 F.

Mises en scène d'objets ; boutique, catalogue, collection...

« En boutique, en principe, on a déjà des choses dont la qualité est forcément supérieure. L'intérêt, c'est bien sûr l'authenticité d'une chose ; il y a toujours un aspect esthétique, bien sûr, parce que vous pouvez avoir des choses qui sont très authentiques mais pas forcément belles, il faut que les choses aussi n'aient pas de défauts, qu'elles ne soient pas abîmées : parce qu'en boutique, si vous présentez des faïences fêlées, ça ne passe pas. » Brigitte D. a conçu l'aménagement de sa boutique –qui se nomme « Scènes d'intérieur »– comme un intérieur bourgeois des années 1940-1950. Elle cherche à se spécialiser dans les objets de décoration domestique, les beaux meubles, les bibelots, les tableaux, les lampes... Sa vitrine ne ressemble en rien à celle des brocanteurs et débarrasse-greniers ayant pignon sur rue dans la ville. La vaisselle brille, Les assiettes et les plats de faïence sont sur des présentoirs, les meubles sont patinés et lustrés, les bibelots impeccables ; à peine trouve-t-on un léger désordre, soigneusement maîtrisé voire organisé, sur un buffet et un fauteuil, ou quelques livres sont empilés et des revues anciennes –en parfait état– négligemment (?) étalées. N'est-ce pas le seul désordre toléré dans un intérieur bien tenu ? De surcroît, la date de parution des revues (années 1950) permet de dater l'ensemble, servant ainsi de référence chronologique. On est loin du décor du dépôt-vente qui se trouve juste de l'autre côté de la rue, proposant souvent le même type d'objet, et plus loin encore des boutiques de brocanteurs pleine d'un bric-à-brac inextricable et poussiéreux (« Eux, c'est tout en dépôt comme ça ; c'est brut. »). Le prédécesseur de Brigitte D. dans ce magasin, qui sélectionnait lui aussi ses objets, m'avait dit en parlant d'un brocanteur de la région, avec qui il échangeait pourtant informations et marchandises, « on ne fait pas le même métier ».

Les objets de foire aux puces ne sont pas les objets de boutiques. « Il y a des styles qu'on trouve plus en boutique que sur une brocante. Tout ce qui est puce, c'est ce dont je ne veux

absolument pas en magasin ; quand on va sur des foires de professionnels, alors là on décide quand même de sortir avec des bibelots qui sont intéressants. Alors je prends des objets dans la boutique, parce que je sais que je vais avoir affaire à un autre public. C'est vrai qu'il y a un profil, quand même, par rapport à notre marchandise ; c'est le feeling, il faut avoir quand même une espèce de petite analyse de la région, de la période... » Car ce sont surtout les foires aux puces qui attirent les amateurs de local, et pas seulement les connaisseurs de choses anciennes. Michèle C. fait partie de ceux qui rencontrent leur plaisir de la chine sur les puces plutôt que dans les boutiques : « Moi, sincèrement ce que j'aime mieux, c'est tout ce qui est puce. D'abord c'est un autre plaisir, et puis c'est là qu'on peut se permettre de dire....C'est pas pareil, pour moi c'est pas le même plaisir. » Sur une foire aux puces, du fait de la qualité inégale des objets proposés, l'acheteuse peut se permettre « de dire », de marchander, ce qu'elle n'oserait pas faire en boutique ou dans certains salons d'antiquaires. La frontière entre les deux types de marché –ou plutôt les deux types d'espaces marchands– est tracée par le niveau des prix pratiqués : « Tiens, dimanche on en a fait une, et bien on a marchandé une bricole du Creusot, c'était le pilon <sup>27</sup>. Oh, il était beau, il était bien fait ; 250 francs. Il était trop cher, il ne voulait pas baisser, hein, c'est vrai qu'il était beau... Moi je croyais que ça allait être 50 francs, je le prenais... Ce n'est plus puce, 250 francs ». Sans pouvoir tracer une limite chiffrée entre ce qui est et « ce qui n'est plus puce », l'acheteuse expérimentée s'est fixée empiriquement un palier au-delà duquel, même si l'objet est particulièrement beau et bien fait, elle refuse de se laisser tenter.

Lorsque l'antiquaire sort de sa boutique, elle n'emporte que les objets qu'elle pense pouvoir vendre à l'endroit où se déroule la foire ; ses goûts personnels n'interviennent pas, ni le choix commercial effectué pour son magasin. A certaines occasions, comme par défi, elle propose à la vente des objets qu'elle juge détestables : sur les puces, elle « évacue tout ce qu'on ne peut pas mettre ici [en boutique] ». « Quand on arrive sur une puce, on peut avoir un lot de cochonneries, comme on dit, qui va être resté par terre dans un coin ; mais il y a des jours je me fais une gloire de dire, eh bien aujourd'hui j'ai décidé de vendre ça ». Le savoir-vendre de l'antiquaire réside dans sa capacité à « évacuer » les cochonneries,

---

<sup>27</sup> Bricole = perruque ; objets réalisés par les ouvriers sur leur lieu de travail, avec des outils et des matériaux de l'usine, en dehors de la production de l'entreprise. Le « pilon » est une reproduction miniature du marteau-pilon Schneider, emblème de la ville du Creusot.

mais aussi à proposer une « marchandise » de qualité, et parvenir à la vendre malgré son prix élevé. Et dans cette sélection, le rapport esthétique aux choses joue un rôle primordial.

Le type de marchandise proposée est leur mise en scène sont deux clés du métier : « Moi, c'est comme ça que j'ai appris, la première puce que j'ai faite, j'avais un stand qui n'était pas du tout puce, et j'avais pas mal de professionnel qui sont venus déjà dans la matinée, ça m'a permis de travailler, et puis j'ai eu des gens qui étaient plus connaisseurs dans l'après-midi, alors j'ai dit finalement, c'est une puce sans être une puce ; c'est comme ça qu'on arrive après à savoir où se placer et avec quoi. Si c'est vraiment un vide-grenier, alors là je n'ai aucune chance de travailler. » Pour ce qui est de l'agencement des objets vendus, Brigitte est évidemment plus à son aise dans sa boutique, où elle exprime son sens de la décoration ; pour les foires, l'environnement est tout différent : « Sur les foires, j'emmène rarement des meubles, parce qu'il faut déménager, redéménager sur place, remettre en magasin, et les meubles risquent de prendre des coups, il faut qu'ils repassent à l'atelier... Sur mon stand, sinon, je préfère mettre un système par couleurs, qui se mettent en valeur les unes les autres, couleurs matières, formes, ils faut que les volumes.... J'ai des tables, je mets rarement des choses par terre, il n'y a que sur des déballages d'été... Je cherche quand même à bien présenter ma marchandise ». Lors de foires professionnelles, elle installe un fond de stand, une tenture ou un tableau, dont elle choisit les couleurs en harmonie avec les objets vendus. Les objets s'insèrent dans un système décoratif, une esthétique d'ensemble.

#### Collection et jugement esthétique

Pour me montrer le manque d'attrait esthétique des poteries de grès les plus banales de sa collection, Jacques G. me montre un pot à la glaçure incolore, aux formes droites, sans épaulement ni reliefs : « Celui-là, si je le mets tout seul, dans une brocante, au milieu de tas d'objets, il va me rester sur les bras. A moins de tomber sur un collectionneur. » C'est le type d'objet qui n'a aucune valeur esthétique individuelle, que le marchand ne pourra promouvoir qu'auprès d'un connaisseur qui aura une série à compléter. Cet objet, dans la masse des choses anciennes exposées sur une brocante, ne sortira pas du lot par ses caractéristiques morphologiques : sa valeur esthétique est ailleurs, dans sa biographie et

dans l'épaisseur contextuelle qu'il génère.

Les amis de Jacques G. sont essentiellement des parisiens. L'effet produit sur eux par l'impressionnante –au moins sur un plan quantitatif– collection de céramiques exposée dans son salon est le plus souvent mitigé : « Je vois bien les gens qui viennent chez moi, que j'invite, bon. Ils prennent ça mais ils mettent des fleurs dedans. Ils s'en servent de vase. » Utiliser comme vase des pots contenant jadis de la moutarde ou du cirage est littéralement aberrant pour le connaisseur. Cela montre bien que l'objet lui-même est déconsidéré esthétiquement, puisqu'on ressent le besoin de le garnir de fleurs pour décorer. « Il y en a très peu qui trouvent ça particulièrement joli. Mais par contre, quand il y en a beaucoup, ils disent "Ho laaa..." ; ils restent cinq ou dix minutes devant à regarder et après c'est fini. Je n'ai pas encore trouvé de personne qui m'ai dit : "ça, c'est beau". La plupart des gens les trouvent tristes. Je parle des parisiens, ici (à Pouilloux) il ne faut pas trop le dire, parce que... C'est peut-être pour ça qu'à Paris ils sont moins chers ». L'alignement, le nombre, l'accumulation des séries impressionnent ; pas les objets eux-mêmes, que le goût esthétique commun trouve « tristes », dont Jacques G. reconnaît lui-même que « ça n'est pas très gai ». « Je n'ai pas non plus consulté des centaines de personnes. Mais encore dernièrement, il y a un couple d'amis qui est passé chez moi, c'est vrai qu'ils ont été impressionnés par le nombre de modèles et tout ça, mais bon. C'est des poteries, quoi. » Le haussement d'épaules accompagnant ces quelques mots exprime la banalité des ustensiles telle qu'elle est déplorée par les amis parisiens. Finalement, ce ne sont que de vulgaires poteries, pourquoi s'échiner à collectionner ces machins-là, alors qu'on peut collectionner des timbres, des monnaies ou tout autre objet plus digne d'intérêt ? « Par contre, ils étaient très intéressés de savoir qu'est-ce que c'était, à quoi ça servait... » L'objet d'un intérêt savant n'est pas esthétiquement attrayant : savoir à quoi ça servait, là réside la richesse de ces « vulgaires » poteries, pas dans leurs qualités formelles.

Toutefois, si c'est la connaissance des objets, de leur histoire, de leur fonction, qui constitue leur valeur, il y eut un moment où Jacques G. ne disposait pas de ces éléments : « A la limite, j'ai commencé ça, mais j'aurais pu ne pas le faire. Les premiers que j'ai trouvés, je n'avais pas la maison puisque quand je venais ici j'étais chez mes parents à Sanvignes. » C'est en venant pêcher dans la rivière Bourbince, qui coule 100 mètres au-dessous de l'ancienne usine, que Jacques a découvert ses premières poteries. Il travaillait déjà en région parisienne et passait ses vacances dans le bassin minier, chez ses parents. Il

a ensuite su que les anciens bureaux de l'usine Langeron étaient à vendre, puis a fait le rapprochement entre les poteries et l'usine du Pont-des-Vernes. Sa motivation première en collectant ces céramiques jonchant le fond de la rivière n'était donc en rien historique ou patrimoniale : il les donnait à ses parents qui les mettaient sur des étagères « pour faire joli ». « Je n'avais pas la maison [mais] ça ne m'empêchait pas quand j'en trouvais dans la rivière de les ramasser, et puis de les mettre de côté. Donc, quelque part, je les trouvais déjà intéressants. C'est pas des trucs destinés à la poubelle. » En dehors de l'esprit collectionneur et des préoccupations savantes du connaisseur se dessine une échelle des valeurs classant les objets eux-mêmes, dans leur « choseité » dirait-on (Bazin, Bensa, 1994).

Tout en bas de cette échelle, les objets destinés à la poubelle, auxquels on ne prêterait aucune attention, qui n'ont aucun intérêt, ni esthétique, ni savant ; au-dessus, les objets a priori intéressants, soit qu'ils se rangent dans la rubrique du « ça peut toujours servir », soit que leurs caractéristiques formelles, satisfassent au goût du jour ; en haut de l'échelle, l'objet de collection et l'objet esthétique, dont le système des valeurs diffère. Entre ces trois niveaux s'échelonne un ensemble complexe d'intervalles et de degrés plus ou moins subtils de classement, répondant à une grande variété de critères sociaux, symboliques et affectifs.



## Flânerie esthétique et quête obsessionnelle

En-dehors de la collection d'art, l'esthétique paraît être une ligne de partage déterminante entre les « vrais » collectionneurs, collectionneurs d'objets anciens se revendiquant comme tels, et le collectionneur réfutant le qualificatif. La collection est un « monde à part », dans lequel la quête de l'objet revêt un caractère spécifique, qui peut être qualifiée selon les cas d'obsessionnel, de frénétique, de monomaniaque, nettement distingué de la chine, autre forme de quête a priori moins structurée, plus directement liée au plaisir de la "chasse", de la prédation. Jean-Claude B., cadre supérieur demandeur d'emploi, a « toujours été chineur », et s'avoue « collectionneur de collections ». Même s'il revendique, dans son cas une motivation de départ plutôt noble (« la collection, ça part d'une idée, d'une impression ») il admet le caractère obsessionnel du véritable collectionneur, qui veut « amasser, amasser, amasser sur un même sujet, et qui n'a qu'une quête, c'est d'avoir la somme, la totalité de ce qui a pu se faire ». L'objectif est alors d'aligner la série complète. Dans ce sens, la chine et la collection sont deux choses assez radicalement différentes. L'une est une activité presque dilettante, de flâneries volontiers conviviales admettant une forme d'esthétisme dans sa pratique comme dans la nature des objets chinés ; l'autre est une « frénésie ; collection, passion, obsession » comme dit Jean-Claude au sujet d'une collection de voitures miniatures : « C'est la seule fois où j'ai été vraiment bouffé ». Dans la pratique, plus de promenade physique ou spirituelle, seulement une quête dévorant chaque instant de loisirs, sans parler des dépenses engendrées dont on sait que pour certaines catégories d'objets elles peuvent mener à la ruine.

Cet extrémisme de l'esprit collectionneur repousse certains amateurs d'objets, qui répugnent à être considérés comme des « vrais collectionneurs », alors même qu'ils en possèdent toutes les caractéristiques. Michel C. m'avait été présenté par un brocanteur comme un collectionneur de céramiques locales. Mais lors de nos entretiens, il a toujours pris soin de se distinguer dans sa démarche : Collection est « un bien grand mot » auquel il préfère celui de « rassemblement d'objets », en soulignant le caractère esthétique de sa quête. « J'aime la couleur, je peins depuis longtemps, j'ai fait partie de l'Atelier, le groupement artistique de Montceau...J'aime le bleu, c'est pour cela que j'aime ces poteries émaillées, surtout les bleus... » La série n'est pas un moteur de sa quête, et même s'il sait qu'il existe quelques céramiques à glaçure bleue de marque Maiténa qui manquent à son

« rassemblement », dont certaines qu'il a « laissé passer » du fait de leur prix trop élevé, il songe à cesser d'accumuler. « Mais si j'en trouve aujourd'hui un qui a des formes différentes, si le prix me convient et que j'ai quatre sous dans le porte-monnaie, ce qui n'est pas toujours le cas, et bien, j'achèterai. » Ce sont les formes de l'objet qui le décideront à acheter, le prix servant de régulateur, et c'est dans le cadre des promenades dominicales avec son épouse, au hasard des foires aux puces et des brocantes, que la rencontre de l'objet manquant aura lieu, non après une longue traque. Michel C. tient à maintenir son attrait pour les céramiques dans une perspective esthétique : recherche de couleur et de formes, dédain de l'accumulation sérielle, attention raisonnable au prix sont autant de règles qui lui permettent de ne pas tout à fait tomber du côté de la collection.

Souvenir d'une mère et d'une fête des mères

Lucienne S., habitant à Pouilloux, collectionne les faïences depuis son enfance, et les grès depuis que son mari lui a fait connaître la production de l'usine locale du Pont-des-Vernes. Comme elle le dit, « *tout ce qui est terre [lui] est prétexte à collection* ». Lors d'une visite à son domicile, je remarque dans la cuisine, lieu où est exposée sa collection, un objet mis à l'écart, posé dans un cache-pot sur la tablette basse d'un guéridon. C'est un petit vase de grès, de forme globulaire, couvert d'une glaçure flammée mate de tons vert et bleu. Il pourrait provenir des fabriques de la vallée de la Bourbince, et donc s'intègre à la collection ; pourtant, il n'y est pas physiquement intégré.

« Ça, je l'ai gardé parce que c'est mon premier cadeau de fête des mères, le premier cadeau que j'ai fait à maman. Vous savez, la fête des mères, c'est 1941, c'est Pétain. Je l'avais acheté en mai 1941 à Epinac, au bazar, pour l'offrir à ma mère. Il vient sans doute de la région. Et quand maman est décédée, voici 2 ou 3 ans, on a déménagé la maison et je l'ai retrouvé. Je l'ai reconnu et j'ai dit : "ça, c'est mon premier cadeau de fête des mères, je le garde." » L'objet matérialise le lien de mère à fille ; cette dernière l'a jadis offert à sa mère, et en hérite apparemment légitimement une soixantaine d'années plus tard.

L'objet est invisible, dans le sens où il n'est pas « donné à voir » aux visiteurs, pas exposé, il est à l'écart, quasiment dissimulé, presque relégué : souvenir très personnel, intime, qui ne peut faire l'objet d'une exposition ? Pudeur ou retenue due au contexte politique de son acquisition –refoulement de cette matérialisation du pétainisme, rejet d'une période trouble

? Ou plus “simplement” mise à l’écart d’un objet esthétiquement peu plaisant, peu assorti au reste de la collection ? Cet objet se trouve en tout état de cause placé au carrefour d’une histoire individuelle –la biographie de Mme S., sa jeunesse à Epinac– d’une histoire familiale –souvenir d’une mère et d’un cadeau qui lui a été fait, relique, objet-personne– d’une histoire collective –la première fête des mères, devenue depuis une date socialement reconnue– de la “grande” histoire ou Histoire avec un grand H –l’histoire politique de la France, le douloureux épisode de Vichy et, partant, l’occupation allemande– de l’histoire des industries céramiques locales.

Cet enchevêtrement de valeurs permet à l’objet d’échapper au statut de déchet, il entre dans la catégorie des objets « dignes d’être conservés » ; mais ses caractéristiques morphologiques ne lui offrent pas l’accès à l’exposition, à la mise en valeur esthétique.

#### Une collection céramique éclectique

La collection d’objets céramiques de Lucienne S. se divise en plusieurs catégories : les grès du Pont-des-Vernes, amassés sur un placard haut dans la cuisine ; les assiettes et les plats de faïence accrochés aux murs de la cuisine et de la salle à manger ; les faïences exposées dans des vaisseliers vitrés dans le salon. Dans la salle à manger, quelques objets sont mis en exergue, immédiatement visibles et appréciables par le visiteur : une tuile faïtière chinoise en terre cuite vernissée, ornée d’un personnage à cheval et aux coloris chatoyants, est posée sur une commode ; sur le buffet, incliné sur un présentoir, un plat de faïence que sa propriétaire attribue à la faïencerie des Pys (commune de La Motte-Saint-Jean, près de Digoin, en activité de 1770 à 1775) ; à côté, une coupe en argile peinte provenant du Maroc ; accrochés aux murs de la pièce, de assiettes et plats de faïence de Moustiers, de Saxe, des faïenceries de l’Est. « Mais je n’ai pas de Charolles, à mon grand regret ». La faïence de Charolles est l’une des plus réputées du département, recherchée par de nombreux collectionneurs et dont certaines pièces atteignent des sommes importantes. La première fabrique de la ville a été fondée en 1844, produisant jusqu’aux années 1890 de la faïence commune, puis sous l’impulsion de la famille Molin, des faïences de luxe finement décorées (Rosen, 2000). Une partie de la gamme des produits relève de la faïence artistique, décorée manuellement. Pour une collectionneuse de céramique, attachée à sa région et à son passé, pouvoir exposer une pièce de Charolles serait un grand honneur.

Mais les limites financières que Lucienne S. s'est imposée et la rareté des objets de cette provenance ne lui ont pas pour l'heure permis d'assouvir ce désir.

Cette pièce est réservée à l'esthétique plutôt qu'au local : les rares céramiques de provenance locale, les Pont-des-Vernes, présents parmi les faïences sont des petits objets, des mignonnettes –petites bouteilles destinées à présenter aux détaillants des échantillons de liqueur– ou des petits vases, ou encore ce petit pot pour pâté fin, avec couvercle, à la glaçure bleue très soignée : « Celui-ci, j'ai décidé de lui faire les honneurs du salon parce qu'il le mérite ! » Bibelot élégant, d'une couleur assez exceptionnelle, cet objet atteint esthétiquement la qualité des faïences ; les autres grès présents ici le doivent à leurs dimensions réduites –small is beautiful ?

Les autres poteries de grès du Pont-des-Vernes, collectionnées par Lucienne S. pour « ne pas que ça se perde », sont dans la cuisine. Cette pièce comporte deux niveaux, séparés par quelques marches d'escalier, de sorte que le regard du visiteur se porte directement sur la collection exposée sur un meuble du niveau bas. Même si la motivation revendiquée de cette collecte est liée à la sauvegarde d'un patrimoine local, auquel le mari de Lucienne, natif du village de Pouilloux, est tout particulièrement attaché, l'esthétique n'est pas étranger à la démarche de la collectionneuse, au point qu'elle avoue : « Aujourd'hui, je suis aussi heureuse d'avoir un Pont-des-Vernes qu'une belle faïence ». Elle a au fil des acquisitions élaboré son propre système de références, esthétique et chronologique en même temps : « Si je sais que c'est fabriqué à la main, si je vois que c'est "signé" <sup>28</sup> Paul Langeron Pont-des-Vernes, je me dis ça c'est d'avant, c'est plus vieux, et si c'est plus vieux je suis très contente. Mais des fois je me dis tant pis tu le prends quand même ; mais quand ils sont plus anciens je les trouve beaux ». Ses critères de reconnaissance de l'ancienneté d'un objet se basent sur la marque de fabrique, qu'elle suppose correspondre à certaines périodes d'activités de l'usine, et sur les éventuels défauts de fabrication, attestant du façonnage manuel, donc de l'archaïsme technique d'avant la grande industrie. Son attachement aux objets repose donc sur une combinaison entre technique et historique –ou plus précisément chronologique– débouchant sur une esthétique ; ce qui revient aux équivalences interchangeable : cet objet a un défaut ; donc il est fabriqué à la main ; donc

---

28 Lucienne S. désigne ici une marque de fabrique apposée sur le fond de l'objet au tampon encreur, où la raison sociale de l'entreprise est inscrite en lettres cursives, donnant ainsi l'impression que Paul Langeron a lui-même « signé son œuvre ».

il est ancien ; donc il est beau.

Se greffent à sa collection quelques céramiques qu'elles qualifient de « jolie » ou « marrantes », données par des membres de la famille ou des amis qui savent qu'elle collectionne : « C'est des gens qui me les ont donnés sachant que je m'intéressais aux céramiques, ils me les ont donnés au lieu de les casser ». Mais l'affection qu'elle porte à ces objets « exotiques » repose sur les mêmes critères que les Pont-des-Vernes : « ça, ça vient du Maroc : le marchand ne voulait pas me la vendre, il ne la trouvait pas belle. Mais un truc qui a des défauts, qui est fait à la main, c'est... » La phrase est inachevée, mais on en saisit le sens : un objet qui est fait à la main, c'est toujours beau, ou du moins, c'est toujours intéressant. Nous nous trouvons ici face à un décalage fondamental et récurrent entre la production et une certaine forme d'esthétisme, décalage que l'on retrouve sous différentes formes, dans différents contextes, et concernant divers types d'objets. Le fabricant –commanditaire ou producteur direct– doit respecter un cahier des charges plus ou moins formel, soumis à des contraintes notamment utilitaires –régularité des dimensions, de la contenance, des couleurs, des décors éventuels. L'esthète amateur d'objets anciens ou collectionneur éclectique est en quête de patine, d'usure, de défaut imprimant dans l'objet le travail de l'homme. Pour lui par exemple, une anse posée de travers constituera une plus-value indiscutable pour un pichet sur le plan de la temporalité et –corrélativement– des techniques, alors même que ce défaut de fabrication a pu valoir une réprimande à son producteur direct. Pour un ancien tourneur potier des usines de la vallée de la Bourbince, comme pour le marchand marocain, le bel objet est l'objet réussi, correspondant à la demande du client ; pour Lucienne S. le défaut génère du beau, parce qu'il génère du temps.

La mise en série, le raté et le laid

Pour le collectionneur, c'est l'ensemble des formes, organisées en série, qui produisent un effet esthétique. Individuellement, l'objet n'a d'intérêt que dans la mesure où il permet de compléter une série, de comprendre une fonction, de répertorier une nouvelle marque de fabrique ou un nouveau modèle. Au sujet d'un petit pot de conserve, Jacques G. explique : « *Moi, je le trouve intéressant parce que c'est un exemplaire de plus, un modèle nouveau qu'on pourrait raccrocher à celui-là, ou à celui-là...et ce qui serait intéressant, c'est de savoir qui l'a fabriqué. C'est plutôt ça qui m'attire, là-dedans. Si on prend par exemple* La Mère l'Oie [une marque de pâté, utilisant des petits pots très élégants avec couvercle], *pris individuellement, c'est assez beau, c'est une petite poterie...Mais si on peut aligner la série complète, c'est autre chose... »*

Si la mise en série peut constituer une opération esthétique, la mise en exception – hors série – est également pour l'objet un mode de qualification esthétisant. Un collectionneur s'attache ainsi à l'objet unique, ou du moins qui « sort de l'ordinaire ». Dans un ensemble d'objets constitué de produits fabriqués en série, où tous les éléments individuels sont le plus semblables/réguliers possible dans leur aspect et leurs dimensions – la contenance surtout – l'objet unique acquiert une valeur supérieure. Même pour le collectionneur rigoureux qu'est Jacques G., le raté a son charme et, esthétiquement, revêt plus d'intérêt que l'objet parfaitement réussi. « Parce qu'il y a du très moche qui a son charme. Ça, c'est très moche. C'est horrible, ce truc mastoc, énorme ; mais c'est tellement horrible que c'en est attendrissant. »

Il est séduit par une bouteille à encre sur laquelle la glaçure irrégulière a dessiné des coulures et laisse apparaître la rugosité du grès, ou par cet agglomérat de tessons, collés par la cuisson à une bouteille marron biscornue, résultant sans doute d'un écroulement dans un four et formant une sorte de sculpture abstraite : « *Ça, j'aime bien, ce truc cassé, là... L'assemblage en fait une forme décorative, plaisante pour moi.* » Ce raté de cuisson est une pièce unique, absolument originale et difficilement identifiable par le non averti, inassimilable à une série : l'objet tend vers l'art par son abstraction même et par l'aberration technique qui l'a généré, par sa laideur peut-être.

Brigitte D. se déclare incapable de mettre en vente dans son magasin un objet qu'elle trouverait véritablement laid. Mais un collègue lui a récemment demandé de prendre en dépôt un pichet en faïence fine, à la glaçure jaune brun, dont la forme anthropomorphe représente un visage caricatural et grimaçant. Pour me le montrer, elle doit aller le chercher derrière une assiette de faïence où elle le dissimule aux regards des clients. « ... *Et pourtant ça c'est un objet de collection ; mais ça moi non, c'est pas du tout* [mon style]. *C'est collectionné par des collectionneurs de pichets, ou de cette signature là* [marque de fabrique : Bernard, France]. *Autant y a des tas de choses que je pourrais admettre chez moi, mais alors ça, non !* (rire) *Je le cache, alors que je sais qu'il y a des gens qui le recherchent.* » L'objet est étiqueté 850 francs, somme qui ne peut effectivement correspondre qu'à une cote spécifique liée à la marque. Sa « laideur », notion évidemment relative, n'est pas réhivitoire, et son côté « kitsch » pourrait même éventuellement séduire quelques amateurs originaux. Le moche peut donc, en brocante, avoir la cote.

### *Un récit exemplaire : Madame de, nouvelle de Louise de Vilmorin.*

Avant de conclure, je souhaiterais évoquer ici une œuvre de fiction restituant dans un court récit toute la complexité du statut social et symbolique d'objets matériels, et démontrant par l'exemple –fut-il fictif– qu'un objet ne peut jamais être doté d'une seule qualité ou d'un seul système de valeurs, c'est-à-dire ne peut jamais ressortir d'un seul registre de traitement –production, création, mémoire, commerce, etc. Le récit en question est une nouvelle de Louise de Vilmorin, à partir de laquelle Max Ophuls a tourné un film, « *Madame de* ». A priori, cette histoire était assez éloignée de mes préoccupations ethnologiques. Pourtant, au fil de son déroulement et de ses rebondissements, il m'est apparu comme une sorte de modèle de trajectoire sociale d'objets matériels, très pertinent dans le cadre d'une réflexion sur l'esthétique étant donnée la nature des objets en question. Après avoir vu le film et pris quelques notes, je me suis référé à la nouvelle et j'ai constaté que le dénouement différait, même s'il était dans les deux cas, tragique. Les quelques éléments de réflexion livrés ici, sauf mention spécifique, proviennent de la lecture du livre<sup>29</sup>. C'est pour mettre en évidence les relations entre les objets de mon enquête, la pluralité de leurs statuts, et la richesse symbolique du statut des objets centraux de *Madame de* que j'ai placé ce chapitre dans ce rapport, et non en annexe, ce qui aurait pu apparaître comme un ajout artificiel.

### *Des objets-parures dans un monde ostentatoire*

L'intrigue évolue autour d'une paire de pendentifs initialement offerts à une comtesse, Madame de , par son mari, général de cavalerie. Le livre donne peu d'indices sur l'époque durant laquelle se déroulent les événements, mais rend parfaitement compte du milieu social des principaux protagonistes. Nous sommes à Paris, dans la très haute bourgeoisie et la noblesse, signifiée par la seule particule du patronyme de l'héroïne, sans doute dans les premières années du XXe siècle –c'est en tout cas l'époque qu'a retenue Ophuls, comme l'atteste les décors et les costumes choisis pour le film. Ce milieu social est un monde d'ostentation : « *Dans un monde où le succès et le renom*

---

<sup>29</sup> Louise de Vilmorin, 1951. *Madame de*, Paris, Gallimard ; collection folio 1980.



*d'une femme dépendent moins de sa beauté que de son élégance, Mme de était, avec beaucoup de grâce, la plus élégante des femmes.»* (p.13) Fortuné, M. de est fier de cette élégance et ne refuse rien à sa femme, qui abuse de cette confiance en s'endettant à son insu : « *Elle osa d'autant moins en parler à son mari qu'elle lui mentait depuis plus longtemps et qu'il avait toujours été fort généreux envers elle. Ne voulant perdre ni le prestige qu'elle avait à ses yeux, ni la confiance dont il la croyait digne, elle estima que seule la vente secrète d'un bijou pourrait mettre un terme à sa situation.* » (p.14)

*Des bijoux gagés : souvenir d'un amour ou cadeau conformiste?*

Le choix des bijoux donne déjà une indication précieuse sur leur statut : « *Elle ouvrit ses coffrets et, trouvant imprudent de se défaire d'un bijou de famille ou d'une quantité de bijoux de moindre valeur dont la disparition serait inexplicable, elle décida de vendre une paire de boucles d'oreilles faite de deux beaux brillants taillés en forme de cœur. C'était un superbe cadeau qu'elle avait reçu de M. de au lendemain de leur mariage.* » (p. 14)

Dans ce milieu bourgeois et conservateur, se défaire de bijoux de famille serait « *imprudent* » sur un plan symbolique et social – nous retrouverons cette norme plus loin – imprudence équivalente à la disparition d'une grande quantité de bijoux de moindre valeur : nous avons ici une indication précise sur le rapport qualitatif entre objets de statuts différents, puisqu'un seul bijou de famille équivaut à une quantité d'autres bijoux, sans que ce rapport soit basé sur la valeur vénale. Madame de accepte par contre de se séparer d'un cadeau de son époux – « *superbe* », qui plus est – offert à une époque dont on aurait pu supposer qu'elle lui rappellerait des souvenirs affectifs forts, lendemain d'un mariage pas encore affecté par l'usure du temps. Le comte a acheté les bijoux pour les offrir à sa jeune épouse, peut-être par amour véritable, plus vraisemblablement – étant donné le milieu dans lequel il évolue et les mœurs de ce milieu propice aux mariages arrangés – par conformisme social : il a fourni à son épouse une parure garantissant son prestige social par son élégance. Cette dernière hypothèse semble confirmée par le manque d'attachement de Madame à ces bijoux auxquels elle tient assez peu pour les revendre afin de payer une dette. A ce moment précis, les objets ne valent pour elle que par leur équivalent en argent – par leur valeur d'échange –, contrairement à d'autres bijoux dont elle refuse de se séparer parce qu'elle leur est plus attachée.

Plus tard dans le récit, Madame de invoquera ce choix pour attester de son manque

d'attachement amoureux à son époux légitime : comme son amant lui reproche de lui avoir caché que ces bijoux n'étaient pour elle « *pas libres de tout passé* » –dans le sens où ils témoignaient de l'amour du mari–, Madame de se défendra ainsi : « *Je ne tenais qu'à vous ! Et ce bijou ne l'avais-je pas vendu ?* » (p. 43). Ayant vendus les bijoux, donc les ayant réduits à une valeur d'échange atténuant, voire annihilant leur charge affective initiale, elle estime les avoir libérés de leur passé, elle s'en est détachée comme elle semble s'être détachée du souvenir des premières amours avec son époux.

### Quiproquos

Pour justifier la disparition des bijoux, elle joue à son mari une petite comédie lors d'une soirée au théâtre, et prétend les avoir perdus. Puis, pour récupérer la somme d'argent correspondant à la valeur de ces bijoux, Madame de les propose au joaillier qui les a conçus et vendus à Monsieur de . Le bijoutier accepte difficilement, et par crainte de déplaire au général, va discrètement lui revendre. Pour Monsieur, la valeur vénale des bijoux est toujours secondaire, puisqu'il acceptera au cours du récit à trois reprises d'acheter ou de racheter les objets pour les offrir ou les faire offrir ensuite, donc pour à chaque fois perdre sa mise. Mais il préfère perdre de l'argent, ce dont il ne manque pas, que porter atteinte à son honneur ou enfreindre la norme sociale. « *M. de avait une maîtresse, une belle Espagnole qu'il commençait à désaimer et qui partait le jour même pour l'Amérique du Sud et puisqu'en vendant ses cœurs de diamant Mme de venait de lui prouver qu'elle n'y tenait guère, il trouva opportun d'en faire cadeau à cette belle maîtresse comme pour la remercier de s'en aller avant de l'avoir contraint aux ennuis d'une rupture.* » (p.17)

En Amérique du Sud, la belle Espagnole se ruine dans les casinos, et finit par vendre les boucles d'oreilles, rachetées immédiatement par un riche diplomate européen. Nommé en France, celui-ci rencontre Madame de et s'en éprend. Ils entament une relation intime, d'abord vertueuse et sans se cacher de Monsieur de , puis deviennent amants. Pour prouver son amour, l'ambassadeur tient à offrir un gage : « *Le jour de Noël vous recevrez de moi un de ces petits souvenirs, un de ces petits cadeaux, apparemment sans importance, qu'un mari peut permettre à sa femme de recevoir d'un ami. Mais ce cadeau que je vous apporte à présent est un gage de notre amour et c'est pourquoi il est très pur, très beau et doit rester secret.[...] Gardez-les, cachez-les, confondez-les surtout et sachez que je suis*

*heureux de vous donner un bijou que vous ne pourrez porter que lorsque nous serons seuls.* » (p. 26-27) La distinction établie par l'ambassadeur entre le cadeau sans importance, acceptable par le mari, et les bijoux qu'il offre à sa maîtresse en exigeant qu'elle les cache –bijoux qui ne sont autres que les pendentifs en forme de cœur– atteste de la valeur accordée à l'un et aux autres, valeur tributaire de la norme sociale et de la *connaissance* des objets –connaissance de leur valeur économique, de leur valeur d'échange : Monsieur de acceptera qu'on offre à sa femme des bijoux peu onéreux, pas des objets de prix, la frontière étant fixée implicitement par la norme sociale.

### *Objets de mémoire*

Pour ne pas inutilement alourdir le propos par une multitude de détails, je résumerai brièvement les rebondissements suivants. Monsieur de voyant réapparaître aux oreilles de sa femme ces bijoux qu'il connaît bien comprend immédiatement la supercherie, oblige l'ambassadeur à les reprendre, puis à les revendre au bijoutier afin de les récupérer par ce biais. Nous voyons se succéder et se superposer ainsi les statuts symboliques et les charges sociales de ces objets à l'histoire foisonnante : manifestation ostentatoire d'une liaison adultère (« *nos deux cœurs à mes oreilles vous diront que nous sommes unis et que je suis à vous.* » dit Madame de à son amant ); preuves de mensonge pour Monsieur de (« *Vous avez, par vos mensonges, transformé ce bijou en source de dépit; j'en éprouve de la colère et vous serez punie.* » p. 35); preuve de duplicité de sa maîtresse pour l'ambassadeur (« *il ne lui pardonnait pas d'avoir accepté de lui, en gage de sa ferveur, un bijou qu'elle avait autrefois reçu de son mari, un bijou qui devait lui rapporter l'écho de ses premières amours, des premières faveurs qu'elle avait accordées et des premiers secrets de sa vie conjugale. [...] et il sentit son cœur se vider de tout amour à la certitude que Mme de n'aurait pas répugné à mêler leurs souvenirs à eux, à d'autres souvenirs dont la pensée le blessait.* » p. 32). Plus que le mensonge, l'ambassadeur est affecté par le fait que des objets puissent cristalliser à la fois des souvenirs attachés à son amour et des souvenirs liés à un amour antérieur. Des objets ne sauraient être chargés de valeurs mnésiques aussi contradictoires (amour légitime, mariage de raison <sup>1</sup> amour adultère, passion).

### *Objets de famille, objets inaliénables*

En punition de son infidélité, après avoir racheté les bijoux, Monsieur de     contraint son épouse à les offrir à une nièce venant d'accoucher. La mort dans l'âme, elle s'exécute : *« La jeune mère ouvrit l'écrin, elle poussa un cri de surprise et de joie et tout l'assistance, ronronnant des compliments et des remerciements, se pencha sur les diamants qui devenaient, en ce jour, des bijoux de famille. »*(p.36) Les objets acquièrent par ce don un statut prestigieux dans un tel milieu social, et supposé être un statut définitif : on ne saurait, dans ce monde-là, se séparer de bijoux de famille <sup>30</sup>, inaliénabilité qui n'est pas sans rappeler celle que connaissent les objets entrant dans les collections publiques. Mais le neveu est réputé *« sans égard pour les traditions de la famille »* et sa jeune épouse *« exaltée et fort aventureuse [...] fille d'un homme de mauvaise réputation »*. C'est le non conformisme social (ici, une femme apparemment choisie hors de la classe sociale du mari, qui « déroge » en quelque sorte) qui permet à l'histoire des objets d'enchaîner les rebondissements, comme lors de chaque épisode ; le grain de sable de l'attitude a-normale, hors norme par rapport aux conventions de classe. En effet, quelques temps plus tard, la nièce vient avouer à Madame de     que le jeune couple se trouve *« aux portes d'un désastre »*. Ruinée, elle vient proposer à sa tante de lui vendre les boucles d'oreilles offertes par elle. Ainsi des objets inaliénables seront ils aliénés, vendus finalement au bijoutier, qui les rendra –moyennant paiement– une quatrième fois à Monsieur de     pour éviter tout scandale.

### *Objets-personne, reliques*

L'histoire s'achève par la mort de Madame de     <sup>31</sup>, rendue neurasthénique et désespérée par la fin de sa liaison avec l'ambassadeur –rupture due aux fameux bijoux. Les deux principaux protagonistes du drame se retrouvent ensemble au chevet de la mourante à l'instant où elle rend le dernier soupir : *« Mme de     , dans un mouvement d'agonie, allongea ses longs bras sur le drap, poussa un soupir et mourut. Ses mains s'ouvrirent montrant dans leurs paumes deux cœurs de diamant, comme si elle eût voulu donner deux*

30 Ce qu'avait déjà montré le choix initial de Madame de     , gageant un cadeau de son mari plutôt que des bijoux de famille.

31 Le film d'Ophuls diffère ici de la nouvelle de Vilmorin : il s'achève par un duel entre Monsieur de     et l'ambassadeur, les bijoux ayant été placés par Madame de     comme des ex-voto –encore un statut social distinct pour les bijoux– dans une chapelle pour éviter ce drame.

*cœurs à l'inconnu. L'ambassadeur et Monsieur de échangèrent un regard : "Elle est morte, prenez ce cœur qu'elle vous donne, dit Monsieur de à l'ambassadeur, l'autre est le sien, j'en disposerai." L'ambassadeur prit le cœur que Mme de lui tendait. Il baisa la main de cette morte, puis sortit brusquement de la chambre et se fit conduire chez le bijoutier : "Scellez ce cœur à une chaîne d'or, dit-il, et scellez cette chaîne à mon cou. Je ne veux pas attendre." Un instant plus tard il rentrait chez lui, donnait des ordres, faisait préparer ses bagages, envoyait des dépêches et quittait la ville. » (pp. 61-62). Dans l'ultime phase de leur trajectoire, les deux bijoux seront dissociés pour la première fois, chacun incarnant pour deux hommes le souvenir d'un défunte.*

### *Du signe extérieur de richesse au support mnésique*

Cette réflexion sur une œuvre de fiction n'a aucune prétention scientifique et ne relève pas à proprement parler d'une problématique ethnologique, même si sa mise en contexte historique et sociologique est assez précise et explicite pour ne pas être totalement déconnectée des réalités d'une époque. Ce texte assez court, rédigé dans un style très classique, constitue en fait un récit biographique complexe concernant des objets matériels, retraçant très finement l'évolution de leur statut et notamment les perpétuelles fluctuations de valeur symbolique qu'ils enregistrent.

La nouvelle pourrait s'intituler « *La vie tumultueuse de deux boucles d'oreille* ». Le rattachement de cette étude à notre questionnement sur l'esthétique se présente pour ainsi dire « en creux » : c'est précisément *l'absence de la question esthétique* dans cette histoire qui me paraît remarquable. Les objets en question, quoique conçus, presque par définition, pour être de beaux objets puisque destinés à plaire à l'œil, à embellir celle qui les porte, à la parer – ce sont littéralement des *parures* –, donc initialement produits en tant qu'objets esthétiques<sup>32</sup>, ne sont à aucun moment du récit considérés par leur manipulateur sous le seul angle esthétique et ne sont à aucun moment appréciés pour leur seule valeur esthétique, ce qui nous amène à nous interroger sur la notion même de bel objet et sur le sens de la valeur esthétique d'un objet matériel. Si cette valeur était immanente, intrinsèque à l'objet conçu pour être beau, les autres valeurs – vénales, affectives, de prestige social, etc. – ne s'y grefferaient que secondairement. Or, en l'occurrence, ce sont

---

<sup>32</sup> Ce sont quasiment des objets d'art, du moins d'artisanat d'art, créés par un joaillier sans doute en exemplaire unique.

ces valeurs secondaires qui annihilent la valeur esthétique fondamentale des objets. La chose elle-même ne serait-elle jamais une “belle chose” dans l’absolu, mais seulement une chose susceptible d’être traitée esthétiquement ? Il n’y aurait pas d’immanence de l’esthétique/valeur esthétique intrinsèque d’un objet, mais seulement une combinaison de valeurs transcendant l’objet lui-même.

Des bijoux dont on attendrait que la valeur accordée par leurs détenteurs successifs repose au moins en partie sur leurs caractéristiques esthétiques, ne sont traités qu’à travers leur valeur tantôt vénale, tantôt affective (objets offerts par une personne aimée, ou risquant de créer un scandale social). Ces deux pôles ont une importance inversement proportionnelle : plus la valeur vénale s’accroît, plus la valeur affective décroît, et vice versa. Mais cette évolution entre les deux pôles n’est pas irréversible, puisque ces va-et-vient sont au centre même de l’histoire.

Par le traitement que leurs manipulateurs leur font subir, les objets se « transforment », de témoignages d’amour ou d’affection, ils deviennent « source de dépit », support de l’humiliation d’un mari trompé. A certains moments, les bijoux changent carrément d’identité, *ils ne sont plus les mêmes objets* lorsqu’ils sont offerts à Madame de par l’ambassadeur que ce qu’ils étaient, cadeau de son mari : l’échange marchand (au moment où elle les a gagés) les a *affranchis* de leur passé conjugal. Monsieur de , alors que le bijoutier vient lui revendre, les bijoux pour la troisième fois, prononce ces mots, qui auraient pu servir d’exergue : « Les bons objets, comme les gens de goût, connaissent les bonnes maisons » (p. 34). Il en est venu, et le lecteur avec lui, à se convaincre de l’autonomie de ces objets précieux à la trajectoire biographique si surprenante.

## CONCLUSION

Le titre de ce rapport, conservé parce qu'initialement choisi en réponse à l'appel d'offre, présente la problématique de ce travail comme l'étude d'une trajectoire linéaire et théorique d'un ensemble d'objets de la pure fonctionnalité à la pure inertie esthétique. Ce phénomène de basculement entre la période d'utilité traversée par l'objet et sa période esthétique induit l'existence d'un moment de passage du monde de l'utilité à celui du beau. Toute l'enquête a visé à nuancer cette perspective et à établir clairement que l'esthétique est une valeur accordée aux objets par le croisement de différents registres de perception et de construction symbolique. Ce croisement établit une polarisation évolutive entre esthétique et a-esthétique, entre un objet avant tout traité par son usager pour sa fonction, et un objet déchargé de toute fonction, donc a priori plus « chargé » esthétiquement. Entre ces deux pôles existent un grand nombre de statuts intermédiaires interdisant de trancher systématiquement entre l'objet esthétique et l'objet utilitaire, comme l'intitulé initial de l'enquête le suggère.

### *Ce qui est région.*

La référence au local est primordiale dans le traitement esthétique des objets, en tant qu'ils sont reconnus comme éléments d'un patrimoine collectif localisé. C'est l'amour de la région, ou de « *tout ce qui est région* », comme l'affirme une familière des foires aux puces : « *On aime bien faire les brocantes le dimanche après-midi, pour s'occuper. On achète un peu, mais de la région, hein, tout ce qui est région, on aime ce qui est région !* » Dans la construction de ce statut de l'objet, le rôle du musée de société est évidemment fondamental. Les rapports des habitants d'un territoire donné avec les objets intéressant potentiellement le musée agissant sur ce territoire sont étroitement tributaires du discours du musée sur ces objets, ainsi que de la mise en valeur muséographique d'ustensiles dont le sens commune n'aurait jamais imaginé qu'ils se retrouveraient ainsi mis en lumière et posés sur un socle derrière une vitrine. Le statut des objets en question évolue du fait de cette nouvelle perception proposée au public. Les objets de patrimoine, tels que les a sélectionnés le musée de société, sont conservés théoriquement pour leur valeur « scientifique » et non pour leurs qualités esthétiques. On pourrait même convenir, avec D. Hollier (1993), que la théorie des musées d'ethnographie d'où est issue la notion de musée

de société s'est constituée *contre* l'esthétique. La difficulté est de concilier l'approche scientifique du chercheur (historien, archéologue, ethnologue) a priori objective ou du moins dénuée de toute préoccupation esthétique vis à vis des objets et la mise en exergue de ces objets nécessairement subjective car peu ou prou esthétisante. Car le musée, en présentant ces objets quelconques, produit autour d'eux une esthétique qui résonne sur les objets du même ordre encore présents dans les greniers, sur le marché et dans les collections privées. Et même si leur charge esthétique paraît parfois artificielle et démesurée aux collectionneurs-connaisseurs, elle est invoquée de façon récurrente dans les transactions marchandes, dans les discours des amateurs et les récits sur l'histoire individuelle ou collective des objets. A l'esthétique classique du bel objet –harmonie des lignes, des couleurs, équilibre des formes– s'ajoute l'esthétique commerciale de l'objet ancien : il faut que l'objet soit propre sur l'étal ou dans la vitrine, nettoyé, voire amélioré physiquement (restauré), bien présenté, si possible mis en système avec d'autres objets. La démarche de l'antiquaire est à rapprocher du travail muséographique.

### *L'objet manquant*

Pour le collectionneur, ce qui compte, ce qui donne sa valeur à l'objet, c'est la marque, la forme ou le motif décoratif qu'on ne possède pas encore : que l'objet soit beau ou laid – donc esthétique– n'a aucune importance. Ce qui est désiré, c'est l'objet manquant et désiré par d'autres :

*« Un objet ne saurait à lui tout seul capter mon attention ; il faut pour cela qu'il m'apparaisse comme ayant déjà capté l'attention d'un autre -ne devenant en somme désirable que dans la mesure où ce que je perçois, ou crois percevoir, de l'expérience de l'autre suffit à me persuader qu'il peut lui échoir d'être effectivement désiré.[...] L'objet du désir est un objet à jamais manquant, et l'expérience du désir l'expérience de ce manque même.»* (Rosset, 1979 ; 46-47)

Comment savoir qu'un objet manque ? En connaissant les limites de la série, et c'est pourquoi la série guide le collectionneur dans sa quête et acquiert sa valeur esthétique sur le plan matériel –« l'objet lui-même n'est pas mal, mais aligner la série, c'est autre chose »– et symbolique, car une série complète, c'est un achèvement. Connaître la série transforme l'objet banal en objet de connaissance –savoir d'où ça vient, où c'était fabriqué, à quoi ça servait, etc. Et si l'objet de connaissance résiste au traitement esthétique, mais le



raté –le hors-série– a son charme, la séduction de l'exception.

Ce charme, cette séduction du sujet par l'objet est une donnée assez insaisissable pour l'ethnologue, relevant de la psychologie individuelle, des goûts personnels, de l'affect. Même dans le commerce de l'antiquité brocante, où la demande fait loi, les goûts personnels interviennent pour certains professionnels : « Je préfère largement un objet amusant à un objet très authentique ; moi, ça me fait plaisir » nous confie Brigitte D. en précisant que ce choix lui est parfois reproché par des collègues, voire par des clients. Il serait toutefois abusif de détacher complètement le goût individuel de l'appartenance sociale et du bagage scolaire et culturel. Car « [...] *il doit bien y avoir, toujours, une raison pour laquelle un objet plaît à un sujet.* » (Genette, 1997 ; 119) Et cette raison ne saurait être absolument autonome vis-à-vis de l'environnement social et culturel dans lequel évolue le sujet.

### *Le poids des temps et de la fonction*

Pour les objets qui nous ont intéressés ici, produits par des industries ayant depuis plusieurs années voire plusieurs décennies cessé toute activité, le temps est une valeur essentielle dans la construction de leur identité. L'ancienneté d'un objet n'est pas seulement relative à la date de sa production matérielle, mais dépend aussi de son épaisseur biographique, qui se joue sur diverses temporalités et notamment sur la charge mnésique des reliques et des objets de famille. La narration de la biographie individuée de l'objet fait entrer en jeu une esthétique, celle du récit mettant en scène l'objet dans sa fabrication, dans son utilisation, dans sa transmission d'une personne à une autre, etc. Cette esthétique du récit biographique repose en grande partie sur l'idéalisation plus ou moins explicite et affirmée du passé ; celle-ci s'articule autour de la fonction de l'ustensile –« le grès conservait mieux la charcuterie, le vin était meilleur dans des pichets de grès »– ou autour de sa production –« il y avait des usines et du travail pour tous dans la région » « à l'époque, on savait travailler », etc. Le temps collectif entre donc en jeu, mais également le temps individuel et familial, qui pèse sur l'objet en tant qu'œuvre ou en tant que don. Produit matériellement par un ancêtre ou donné par lui à l'occasion d'un événement marquant, l'objet est promu au rang de relique, il revêt la fonction d'objet-personne et se

trouve de facto élevé à la dignité d'objet esthétique.

L'enquête a démontré par ailleurs que le statut utilitaire accordé à un objet, y compris de façon exclusive, n'est pas antinomique avec son traitement esthétique. Si l'on prend le terme esthétique dans son sens le plus étroit –et largement erroné– de qualités formelles, on constate que la forme et la couleur des poteries servaient à identifier les différents contenus comme les encres aux propriétés distinctes –encres rouge, noire ou bleue, pour copie, inaltérable, etc.–, ou les liqueurs de différentes natures. Ces caractéristiques servaient également à identifier le producteur du produit contenu, et dépendaient parfois de son choix. Cet aspect formel peut donc être qualifié d'utilitaire, parce que fondamentalement lié à la destination fonctionnelle initiale de l'objet. Dans la boutique de l'antiquaire ou sur l'étal du brocanteur, cette donnée devient strictement esthétique car dénuée de toute référence à cette fonction, comme pour l'amateur en quête de bleu.

### *La combinaison de la valeur esthétique*

La valeur esthétique d'un objet est combinée à partir de différents registres : Le temps et le lieu ; la technique ; la référence personnalisée ; les données formelles. L'exemple des bijoux de Madame de montre parfaitement que même si des objets sont conçus et fabriqués à des fins esthétiques, les différents registres dans lesquels ils sont placés par leurs manipulateurs successifs s'entrecroisent et se recouvrent et finissent par constituer un système de valeur totalement déconnecté de l'ambition esthétique initiale de leur concepteur ; de même certaines céramiques ornementales sont aujourd'hui traitées hors toute valeur esthétique, représentant une mode décorative datée ou un savoir-faire industriel ancien, ou encore une histoire collective.

Considérant un ensemble de collectionneurs, rassembleurs d'objets et autres amateurs consacrant leurs efforts de collecte aux mêmes céramiques, il est aisé de distinguer les différences fondamentales existant entre leurs méthodes et leurs discours sur les objets. Certains comme Michel C. recherchent une couleur, un brillant, et sont à l'affût de la beauté d'un bleu ou d'un flammé. D'autres, comme Lucienne S., sont attirés par « tout ce qui est terre », c'est-à-dire tout ce qui est céramique, quel qu'en soit le genre, distinguant dans l'ensemble des objets conservés ce qui est local de ce qui est beau, avec une prime à l'ancien tributaire des techniques de fabrication. Enfin, le collectionneur rationnel

adoptant, pour la céramique comme pour tout autre objet de collection, une démarche rigoureuse, recherchant la série, l'objet manquant, l'indice historique permettant éventuellement la datation et déniait à son intérêt pour « ces choses-là » toute fascination esthétique.

La clé de la relation esthétique aux objets de cette enquête se situe entre ces trois perspectives, privilégiant soit la forme, soit la matière et le temps, soit la série, donc la fonction –car les séries s'organisaient selon les variables de contenance des récipients. Et il n'existe pas véritablement de moment de bascule dans le sens où ces trois éléments sont toujours présents, de façon plus ou moins affirmée selon les circonstances, dans les relations entre l'objet et ses usagers.

# ANNEXES

### **Pour une esthétique de l'objet ordinaire ; mots de poètes**

« Pas d'autre mot qui sonne comme cruche. Grâce à cet U qui s'ouvre en son milieu, cruche est plus creux que creux et l'est à sa façon. C'est un creux entouré d'une terre fragile : rugueuse et fêlable à merci. [...] C'est un objet médiocre, un simple intermédiaire. Dans plusieurs verres (par exemple) alors avec précision la répartir. C'est donc un simple intermédiaire, dont on pourrait se passer. Donc, bon marché ; de valeur médiocre. Mais il est commode et l'on s'en sert quotidiennement. C'est donc un objet utile, qui n'a de raison d'être que de servir souvent. [...] C'est un simple vase, un peu compliqué par une anse ; par une panse renflée ; un col large - et souvent le bec un peu camus des canards. Un objet de basse-cour. Un objet domestique. La singularité de la cruche est donc d'être à la fois médiocre et fragile : donc en quelque façon précieuse. [...] Tant va la cruche à l'eau qu'à la fin elle casse. Elle périt par usage prolongé. Non par usure : par accident. C'est-à-dire, si l'on préfère, par usure de ses chances de survie. [...]

Voilà donc un objet dont il faut nous servir quotidiennement, mais à propos duquel, malgré son côté bon marché, il nous faut pourtant calculer nos gestes. Pour le maintenir en forme et qu'il n'éclate pas, ne s'éparpille pas brusquement en morceaux absolument sans intérêt, navrants et dérisoires. »

Francis Ponge : *Pièces*, Paris Gallimard 1961 ; *Œuvres complètes* Bibliothèque de la Pléiade, 1999 ; pp. 751-752.

« Leur amour du bien-être, du mieux-être, se traduisait le plus souvent par un prosélytisme bête : alors, ils discouraient longtemps, eux et leurs amis, sur le génie d'une pipe ou d'une table basse, ils en faisaient des objets d'art, des pièces de musée. »

Georges Pérec, *Les choses*, Paris, Julliard, 1965 ; p. 23.

« Je regrette également qu'on n'ait jamais élevé de statue à certains instruments usuels tels que la casserole, la bouteille, la roue, la brouette, etc., que dire, à plus forte raison, de l'objet surprenant que constituerait l'effigie en marbre d'une locomotive, de la lumière du gaz, du roulement à billes ou de la Fontaine de Vaucluse ! La sculpture de figuration aurait en effet tout à gagner à des entreprises

*aussi parfaitement idiots, au sens propre du terme.»*

R. Desnos, « Pygmalion et le sphinx », *Documents* n°1, 1930 ; *Œuvres*, Paris Gallimard Quarto, 1999, note p.465.

## **Entretien**

Entretien avec Brigitte D., antiquaire, réalisé le 21 novembre 2001 dans son magasin « Scènes d'intérieur », à Montceau-les-Mines (Saône-et-Loire). Extraits.

Brigitte D., 45 ans, née au Creusot, a été absente de la région durant plus de 20 ans. Elle y est revenue pour travailler dans cette boutique, aidée par son frère, antiquaire au Creusot.

### *Formation et parcours professionnel*

« J'avais une formation beaux-arts, beaux-arts de Paris, mais axée plutôt architecture, et c'est par le biais de l'enseignement, quand j'ai enseigné moi-même le dessin, j'ai choisi une branche qui concernait plutôt les Lycées d'Enseignement Professionnel, où là on a du dessin d'art appliqué ; donc là, j'ai touché plus à l'ébénisterie d'art, à la ferronnerie d'art, à la mode, donc, il y a quand même des sections qui m'ont amenée à me remettre en cause, moi, par rapport à ce que je savais, et donc à essayer d'aborder des techniques, c'est-à-dire que j'ai moi-même travaillé le bois, travaillé le fer, travaillé la figurine, pour être encore plus compétente, et parce que, de toute façon, plus on apprend, mieux on se porte, hein !

Après, j'ai arrêté l'enseignement pour choisir une carrière plus commerciale, j'ai passé 14 ans, pour l'industrie pharmaceutique. Je suis venue à l'antiquité-brocante du fait de ce parcours, et puis c'est lié au fait que mon frère est déjà antiquaire lui-même, depuis 25 ans. C'est moi qui lui ai fait la proposition, ce qui m'intéressait c'était surtout les objets, et puis tout ce qui est décoration.

### *Ce qui vous a attiré, c'est l'aspect objet de décoration, avant l'objet ancien ?*

L'objet ancien aussi, bien sûr, il y a des objets sur lesquels, parfois, on est bien obligé de réintervenir, soit pour les ramener un peu à la vie, ou soit parce qu'ils ont besoin d'être un peu relookés... Bon, si c'est un objet très ancien évidemment on n'intervient pas de trop, parce qu'il faut garder l'authenticité, une bonne pièce, on n'y touche pas trop... Mais autrement, il y a des objets qui peuvent être pas très très anciens, si on les remanie un petit

peu, bon, à ce moment là, ils passent très bien, quoi. Ils peuvent avoir un aspect plus ancien, et ils peuvent avoir un aspect plus moderne. C'est-à-dire leur donner un peu ce qui est dans l'air du temps, actuel. On peut refaire des peintures, on peut... parce que dans les patines, il y a plein, plein, plein de possibilités, c'est ça qui est intéressant. [...]

En boutique, en principe, on a déjà des choses dont la qualité est forcément supérieure [à celle des objets vendus en foire], bon au niveau des faïences, on a plutôt des cristaux que des verres, par exemple, hein... Mais si c'est intéressant, il faut le prendre, hein ! L'intérêt c'est bien sûr l'authenticité d'une chose, bon, il y a toujours un aspect esthétique, bien sûr, parce que vous pouvez avoir des choses qui sont très authentiques mais pas forcément belles, il faut que les choses aussi n'aient pas de défauts, qu'elles ne soient pas abîmées : parce qu'en boutique, si vous présentez des faïences fêlées, ça ne passe pas. En règle générale, ça ne passe pas...

[...]

*Dans la sélection des objets, est-ce que vos goûts personnels interviennent ?*

Oui, bien sûr ; sur un lot récent, il n'y avait que des objets de qualité, il y avait de la pâte de verre, du cristal de Bohême, heu... Bon, on apprend aussi à connaître les objets ; au début il y a des choses, bon ça nous évoque pas grand chose, et puis, avec l'apprentissage on finit par reconnaître ce qui est de qualité, bon je dis pas que d'un point de vue personnel ça me plaise forcément, mais il y a quand même un côté, je dirais esthétique, entre la couleur, la forme, ça, ça intervient, sûr, sûr, sûr.

Quand les gens m'appellent pour une seule pièce, ça suppose qu'elle est de très très bonne qualité. C'est l'objet de collection, il y a une question d'ancienneté, et puis la signature, parce qu'il y a beaucoup d'objets qui sont signés. Enfin répertoriés ; dans les faïences, bon, on fait la différence entre Gien, Nevers, Moustiers, bon, il y a de très grosses pièces qui valent quand même assez cher... La voie la plus classique pour ce genre de choses, c'est quand même les salles des ventes. Parce que maintenant, il y a des ventes spécifiques par catégorie, on peut avoir des ventes, justement, uniquement de Nevers, uniquement de Longwy, uniquement de Gien, donc les gens, en général le savent et à ce moment là, ils orientent leurs objets à cet endroit là, quoi... ou moi même je les oriente là-dessus, parce que moi ça ne m'intéresse pas d'avoir d'aussi grosses pièces ici. Je n'ai pas, disons, l'emplacement pour avoir ce genre de pièce. Faut avoir la clientèle pour, bon ici, je ne pense pas qu'il y ait d'énormes moyens. Il y a une question de potentiel en nombre, c'est

pas gros ici...

*La datation : il est préférable d'avoir un objet ancien ?*

Non, justement pour moi pas forcément. Je pense que c'est pas obligatoire parce qu'on a des amateurs uniquement de choses anciennes mais on a aussi des gens qui cherchent l'originalité. Dans la mesure où ça a un aspect ancien. Maintenant, on commence quand même à avoir des gens qui ont, je dirais, une soixantaine d'années, qui sont en train de se débarrasser de choses des années 50-60...qui elles sont déjà quand même répertoriées. Bon, ça, c'est intéressant aussi. Je ne dis pas qu'il y a forcément une clientèle pour ici, mais on peut toujours récupérer ces choses là pour aller les proposer ailleurs parce que dans les grandes villes on a quand même des gens qui recherchent ça.

*L'ancienneté de l'objet a une incidence sur le prix ?*

Oui, forcément, sur le prix d'achat, et sur le prix de vente aussi. L'avantage, c'est de l'avoir en première main, l'objet, parce à ce moment là, on peut le proposer à un prix intéressant au client. Quand ça commence à être du deuxième main, là ce n'est plus bon, quoi... ça, c'est le moins intéressant, on essaie d'éviter quand même au maximum. En général ici on reste quand même très dix-neuvième, dix-neuvième et puis après, quoi... Ce qui est avant, c'est pas une région déjà...riche, bon, le bassin minier, il y a eu quelques fortunes à une époque, mais tout ce qui a été succession, ça a été fait, soit la famille soit les grandes salles, il n'y avait pas des fortunes, quoi... Après ça va être début ou fin de siècle, il y a deux moitiés, quoi. Il faut être connaisseur, un connaisseur va dire ça c'est première moitié, ça c'est deuxième moitié. C'est déjà pas mal.

Il faut avoir énormément de bouquins, et même en ayant beaucoup, il y a des jours, on sèche complètement, et il y a des choses qu'on arrive pas à répertorier, quoi... Alors l'avantage des collectionneurs, c'est qu'ils vous apprennent beaucoup. Pour ceux qui démarrent, c'est vrai que le collectionneur, il va nous donner quand même des tuyaux... Parce que rien que dans les signatures, justement, il y a des époques, différentes, au niveau des écussons, sur les porcelaines, etc. Donc ça, eux, ils vont nous le dire. Moi, je trouve qu'il faut surtout pas être orgueilleux là-dedans, quand on sait pas, il faut pas faire semblant, parce qu'un connaisseur, justement, alors lui, il va voir que vous n'y connaissez rien. Donc, il faut surtout bien le laisser parler, pour justement le laisser apporter de l'eau au moulin.



[...]

*Il y a-t-il une appellation réglementée pour distinguer antiquaire et brocanteur ?*

Ben, c'est-à-dire que en principe on dira que l'antiquaire il propose quand même une marchandise en état ; il y a toujours une restauration...en bon état, il y a une remise en état...

*Sauf si l'objet n'a pas à être retouché...*

Oui, mais bon en principe, il y a quand même toujours quelque chose à faire ; sauf exception, hein...Un brocanteur vend lui, souvent, dans l'état. La série d'assiettes fêlées par exemple, où il va y avoir des accrocs sur les faïences, bon, lui il va la vendre, il va la brader et puis voilà. Que nous, c'est ou on les reprend pas, ou on les fait restaurer.

Bon, il y a des gens qui ne voudraient pas acheter des choses, je dirais « sales » entre guillemets ; bon ici tout est nettoyé, les meubles systématiquement ils sont traités ; y a ceux qui veulent bien mettre la main dans la saleté, nettoyer et refaire, et y a ceux qui ne veulent surtout pas d'un objet qui vient d'on ne sait où...Là on sait quand ils sont passés dans nos mains, que tout a été décrassé, quoi. Il y aussi la sélection des objets et des meubles, bon, il y a des styles qu'on trouve plus en boutique que sur une brocante.

*Vous, les objets que vous prenez dans un lot pour la boutique et ceux que vous présentez en foire, ce ne sont pas les mêmes ?*

En général, c'est pas les mêmes, bon, disons que si on se situe au niveau de la puce, ça c'est clair que c'est pas du tout les mêmes, tout ce qui est puce c'est ce dont je ne veux absolument pas en magasin, et puis après il y a des choses que quand on est sur des foires de professionnels alors, là on décide quand même de sortir avec des bibelots qui sont intéressants. Alors là je prends quand même des objets dans la boutiques, parce que je sais que je vais avoir affaire à un autre public.

Des puces, j'en fais deux ou trois par an ; des marchés professionnels, j'en fais facilement un par mois, quand même, sachant qu'on en fait peut-être plus en été qu'en hiver. Bon après c'est à nous de faire nos sélections quant aux endroits, etc., etc. C'est vrai que y a un profil, quand même, par rapport à notre marchandise, donc il faut essayer d'aller...C'est le feeling, faut avoir quand même une espèce de petite analyse de la région, de la période...

*Une analyse sociale aussi ?*

Un petit peu, forcément (sourires)

*Passons à l'esthétique....*

Vaste sujet ! Faudrait interroger Luc Ferry, là (rire)

*Qu'est-ce que pour vos un bel objet*

Alors là (rire) ! La question facile ! Non mais je vous ai dit tout à l'heure, il y a un rapport entre la matière, la couleur, et la forme. Bon. Quand ils sortent une voiture, pourquoi il y a une bagnole qu'ils vendent mieux en jaune qu'en rouge, heu...elles ont un rapport entre leur forme et leur couleur, bon, moi y a des voitures, je les achèterais pas...

*Une harmonie... ?*

Voilà. Bon, alors je dirais que pour les objets, c'est quasiment la même chose, hein...

*Ici dans la boutique, désignez moi un bel objet.*

C'est compliqué....[oui, vous ne voulez pas rejeter...] mes enfants (rires)...Non, c'est compliqué, parce que finalement, ça correspond pas spécialement à mes goûts, ce qui est drôle d'ailleurs...Je dirais qu'à la limite, je serais plus dans le style, voyez, de cette lampe là, avec le pied en métal, qui est d'inspiration japonaise, d'ailleurs qui est sûrement fabriquée là-bas...C'est le rapport entre les deux choses, le chapeau il est typiquement années cinquante, c'est un peu la grande période de Dior, je trouve, ce taffetas rouge et puis bon, le pied (rire).

C'est l'objet kitsch ! Il est kitsch.

*Pour le reste, ça n'est pas des choses qu'on va retrouver chez vous ?*

Pas tellement, non, pas tellement...même les meubles, et surtout pas les meubles. Je suis plus déco, art déco, voire même années 40. Donc là, c'est vrai, comme c'est pas tellement le genre de la région, j'ai pratiquement pas...Si, y a la paire de fauteuils que je viens de rentrer, là, que j'aime beaucoup, mais bon, qui n'est pas du tout dans le registre de ma clientèle, quoi. Ça, c'est 30-40, bon, je les trouve très bien.

Dans la peinture, je reconnais que j'ai quand même fait des choix. C'est des salons spéciaux de la déco, là on retrouve des tas de fournisseurs, quoi...mais c'est vrai que

j'aime beaucoup choisir la peinture, même si on est obligé de choisir des sujets assez classiques, malgré tout on s'aperçoit que dans la peinture qui est proposée, eh bien, il y a de la très mauvaise peinture, et puis il y a de l'assez bonne peinture. Là, par contre, ma formation joue énormément.

*Et vous avez une clientèle pour cette peinture?*

(moue) Oui, oui, un peu...bon, ils ne se jettent pas dessus, mais...il y a quand même des acheteurs, hein.

*Et y a-t-il des objets que vous trouvez laids?*

Que j'éliminerais d'office ? Il y a une chose que je trouve assez, laide, que je vais chercher (d'ailleurs, que je cache) Mais autrement non. Je crois que je ne serais pas capable de laisser ...

[elle apporte un pichet anthropomorphe, un visage caricatural, faïence fine à glaçure jaune-brun : étiqueté 850 F ] et pourtant ça c'est un objet de collection ; mais ça moi non, c'est pas du tout...C'est collectionné par des collectionneurs de pichets, ou de cette signature là [Bernard, France : marque de fabrique] Enfin, je dis signature, c'est peut-être pas forcément non plus le mot idéal. Autant y a des tas de choses que je pourrais admettre chez moi, mais alors ça, non ! (rire) Je le cache [derrière une assiette en faïence] alors que je sais qu'il y a des gens qui le recherchent. Celui avec le singe, il a au moins la couleur, mais de toute façon, je vais vous dire aussi, il y a une correspondance avec féminin-masculin, ça c'est un objet de collection, mais qui est recherché plutôt par des hommes, il va être repéré par des hommes, que tout ce qui est barbotine très coloré, etc. là, il y a une clientèle déjà, beaucoup plus féminine. Enfin, pas forcément sur les animaux, parce qu'après c'est ça, il y a les choses plus féminines, plus masculines...Si on prend le thème du vin, eh bien évidemment, on va vendre plutôt à des hommes, et puis tout ce qui est fleurs, la photo, heu, les petits sujets, les petits portraits, aussi, là on va déjà être plus dans le registre des femmes, voyez.

C'est plus facile de trouver un objet laid. Parce qu'en général, je reconnais que je ne mettrais pas en boutique un truc vraiment qui ne me plaît pas. Celui là, j'ai un peu une obligation parce qu'il est pas à moi, et on m'a demandé de le proposer, alors...Je le fais très timidement, donc il va retourner sûrement chez son patron.

[...]

*Vous avez déjà eu affaire à des objets d'art, personnellement ou professionnellement?*

C'est-à-dire, le problème, c'est que les objets d'art, c'est très cher, et que quand on démarre on met essentiellement son argent dans la constitution de son stock, et on ne se sert pas, donc pour l'instant je ne peux pas dire que je me sois énormément servie dans ce que j'ai pu voir, à mon regret, d'ailleurs, parce j'ai vu passer des choses qui m'auraient intéressée, mais... Bon, là c'est plutôt un choix financier, mais je commence à avoir des choses, comme le Monaco, qui sont des faïences très très colorées, mais j'en n'ai pas ici, parce que justement, ça ne correspond pas trop à ce que je vends. Ce qui est très caricatural du Monaco, ce sont ces espèces de lampes en forme de poisson, avec des petits poissons à l'intérieur, avec des tons, rouges noirs et dorés ; voilà, ça, c'est du Monaco. C'est particulier, mais il y a eu de très beaux vases, et dans cette catégorie là, oui, ça m'est arrivé d'acheter.

*Et les toiles que vous vendez?*

Là, ce sont des spécialistes, qui ne font que ça, qui ne vendent que de la peinture ; là, il y a des écoles de peinture qui travaillent à la manière de... et ils arrivent à avoir des stocks intéressants.

*Il ne vous est jamais arrivé de tomber sur un objet d'art au milieu d'un lot?*

Ah, là, il aurait fallu plutôt faire parler mon frère, parce que lui, avec ses 25 ans de métier, lui, il a vu des belles pièces, lui il a eu de très belles choses dans les mains, ça peut arriver, mais maintenant...

*Ça arrive moins?*

C'est très rare, très très rare ; non, il n'y a qu'une pièce que j'ai mis de côté, qui est un vieil étain art déco, mais art déco pur, et moi je le trouvais pas terrible, je l'ai soustrait d'une vitrine pour le passer en foire, et puis dans « *antiquités brocantes* » il y avait un article sur les étains donc je me suis dit tiens, je vais quand même essayer de le retravailler parce que c'est vrai que la patine de celui-là était tout à fait différente des étains, il était beaucoup moins brillant... Donc, je l'ai retravaillé, et puis en lisant l'article, il y avait les grands noms de cette période des étains art déco, et effectivement, c'est un étain signé. Alors je savais qu'il était signé, mais la signature, pour moi, elle n'évoquait rien ; et c'est grâce à

cet article là que, du coup, je l'ai soustrait. Alors, je l'ai mis de côté parce qu'évidemment s'il vaut largement plus cher que ce qu'on l'avait estimé au départ, de toute façon il ne partira pas ici. Donc il faut qu'on trouve une vente spécifique pour le proposer. Pour moi, c'est exceptionnel. Signé *Cortesi*, je crois.

*Cet objet était dans un lot, et les gens savaient que... ?*

Je ne pense pas, non ; alors comme ils ne savaient pas, et moi non plus, heu...Celui là, il n'atteindra pas une somme énorme parce que la forme ne fait pas forcément partie de ce qui est le plus recherché. Mais de par la signature, peut-être, peut-être que...aux environ de 2500, mais bon, on peut parfois fantasmer sur des prix...Il y a quand même quelqu'un qui est spécialiste en France, qui en tout cas met son annonce dans les journaux professionnels, moi je l'ai contacté, ça ne l'intéresse pas, donc déjà...Mais bon, c'est sûr que c'est une bonne signature...

[...]

*Vous aimez chiner, mais vous n'êtes pas une collectionneuse, vous ?*

Non, non...D'ailleurs, je n'aime pas l'esprit collectionneur, ce sont des gens quand même très très très difficiles, parce qu'on a affaire à des profils quand même un peu maniaques... Par contre c'est vrai que y a un certain nombre de choses qui au départ, me passionnaient plus ou moins, et puis, à force d'en voir, on prend quand même un virus, donc je me mets à choisir tel type de marchandise plutôt qu'une autre, c'est vrai que moi j'aime beaucoup faire des verres, des pâtes...Mais pour l'instant je pioche pour moi dans des choses assez simples, dans ce qui ne peut pas arriver en magasin, dans les pièces de puces, deux ou trois bricoles, ça m'arrive parfois, d'en garder, des objets disons dont je me serais pas servie avant. On se rend compte malgré tout qu'on revient à une espèce de tradition des choses et après on se dit oui, finalement, ça, c'était pas si mal que ça. Parce qu'on a affaire à des gens qui veulent ou continuer la tradition, ou la réinstaurer, je pense que dans la recherche des gens sur les brocantes, il y a toujours la volonté de garder le passé, quoi. Et sûrement d'autant plus maintenant, parce qu'on trouve quand même de moins en moins...enfin, il y a encore des trésors, mais...c'est peut-être moins accessible, je ne sais pas. On est peut-être en train de s'accrocher un peu plus au passé, un petit peu, parce que on se rend compte que c'est en train de disparaître, la fabrication, déjà n'est plus la même.

*C'est vrai pour les acheteurs en boutique, pour les acheteurs sur les puces ?*

Les deux, ceux-là, ils sont partout ! Le connaisseur, il est partout, il est comme nous le connaisseur, il est exactement au même niveau que nous, sauf que lui en principe, il n'en fait pas commerce... Quoique... Les grands collectionneurs savent très bien acheter certaines pièces pour les échanger avec d'autres, ou les revendre à des antiquaires bien placés.

## BIBLIOGRAPHIE

- APPADURAI, A, 1986. « Introduction : Commodities and the politics of value », in Appadurai (éd.) *The social life of things. Commodities in cultural perspective*, Cambridge University Press ; 3/63.
- BAÏBOURINE , A-K. 1996. « Les aspects sémiotiques du fonctionnement des objets », *Ethnologie Française*, XXVI, 4, 641/653.
- BARTHES, R. 1957. *Mythologies*, Paris, Seuil.
- BAUDRILLARD, J. 1968. *Le système des objets*, Paris Gallimard.
- BAZIN, J. & BENZA, A., 1994. « Des objets à “la chose” », *Genèses*, n° 17 ; pp. 4-7.
- BAZIN, J. 2002. « N’importe quoi », in Gonseth, Hainard & Kaehr (éds.), *Le musée cannibale*, Neuchâtel, Musée d’ethnographie, pp. 273-287.
- BERTAUX, JJ.(éd.) 1993. *De l’Usuel à l’inutile, poterie de Normandie XVII-XXe siècles*. Musée de Normandie, Caen, éditions de l’Albéron.
- BESSY, C & CHATEAURAYNAUD, F. 1992. « Le savoir-prendre : enquête sur l’estimation des objets », *Techniques et cultures*, n° 20, 105-134.
- BINKLEY, T. 1992 (1977). « “Pièce” : contre l’esthétique », in Genette, G. *Esthétique et poétique*, Paris, Seuil ; 33-66.
- BOURDIEU, P. 1979. *La Distinction, critique sociale du jugement*, Paris, Minuit.
- CHEVALIER, S. 1992. *L’ameublement et le décor intérieur dans un milieu populaire urbain ; approche ethnographique d’une vraie-fausse banalité*, thèse de doctorat sous la direction de Martine Segalen, Université de Paris X ; Centre d’Ethnologie Française. Multigraphié, 3 volumes.
- 1993. « Nous, on n’a rien de spécial... », in Segalen et Le Wita (éds.) *Chez-soi. Objets et décors : des créations familiales?*, Autrement, série Mutations n°137, 86/101.
- CUISENIER, J. 1975. *L’art populaire en France*. Fribourg, Office du livre.
- DAGOINET, F. 1989. *Eloge de l’objet*, Paris, Vrin.
- DEFORGE, Y. 1990. *L’œuvre et le produit*, Seyssel, Champ Vallon, coll. Milieux.
- DUBUISSON, S. 1996. « Le travail du *designer* comme construction d’un mode d’existence particulier pour les objets industriels », *Techniques et culture*, n° 27, 67/87.

- EDELMAN, B. 2001. *L'adieu aux arts ; 1926 : l'affaire Brancusi*, Paris, Aubier.
- FORESTIER, S.1978. « Art industriel et industrialisation de l'art: l'exemple de la statuaire religieuse de Vendeuve-sur-Barse », *Ethnologie française*, tVIII, n° 2-3.
- FRERE-MICHELAT, Cl., 1993. « Collectionneurs dans leurs murs », in Segalen & Le Wita, « Chez soi », revue *Autrement* n° 137, p. 197-208.
- GELL, A. 1998. *Art and Agency : an anthropological theory*, Oxford, Oxford University Press.
- GENETTE, G. 1994. *L'œuvre de l'art*; t.1 : *Immanence et transcendance*, Paris, Seuil.
- GENETTE, G. 1997. *L'œuvre de l'art* t. 2 : *La relation esthétique*, Paris, Seuil.
- GOFFMAN, E.1973. *La mise en scène de la vie quotidienne*, Paris, Minuit, 2 tomes.
- GONSETH, M-O., 1984. « Le miroir, le masque et l'écran », in Hainard & Kaehr, *Objets prétextes, objets manipulés*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie ; p.13-26.
- GOODMAN, N. 1990. *Langages de l'art*, Paris, Jacqueline Chambon.
- GOODMAN, N. 1992 (1977). « Quand y a-t-il art ? », in G. Genette (éd.), *Esthétique et poétique*, Paris, Seuil, pp. 67-82.
- HEINICH, N. 1993. « Les objets-personnes: fétiche, relique et oeuvre d'art », *Sociologie de l'art*, n°6, pp. 25-55.
- HOLLIER, D. 1993. « La valeur d'usage de l'impossible », *Les dépossédés*, Paris, Minuit ; pp. 153-178.
- JAMIN, J. 1985. « Les objets ethnographiques sont-ils des choses perdues? », in Hainard & Kaehr (éds.), *Temps perdu, temps retrouvé*. Neuchâtel, musée d'ethnographie, pp. 51-74.
- KOPYTOFF, I. 1986. « The cultural biography of things: commoditization as process », in Appadurai, A. (éd.) *The social life of things*. Cambridge University Press ; pp. 64/94.
- LABARRERE, A. 1974. « Une rhétorique perverse : l'assiette illustrée », *Etudes préliminaires* n°7.
- MARTINON, J-P. 1978. « Les formes du pauvre » *Ethnologie française*, vol. VIII, n°2-3, p. 201-224.
- MAUZE, M. 1999. « L'éclat de l'haliotide ; de la conception du beau dans les sociétés de la côte Nord-Ouest », *Terrain* n° 32, pp. 83-98.
- MOLES, A. 1972. *Théorie des objets*; Paris, éditions universitaires.
- MOULIN, R. 1978. « La genèse de la rareté artistique », *Ethnologie française*, VIII, 2/3 ; p. 241-255.



- MOULINIE, V. 1999. « Des « ouvriers » ordinaires ; lorsque l'ouvrier fait le/du beau... », *Terrain* n°32, « Le Beau » ; pp. 37-54.
- NIEDERER, A. 1984. « Le langage des objets », in Hainard & Kaehr, (éd.), *Objets prétextes, objets manipulés*, Neuchâtel, Musée d'ethnographie ; p. 151-166.
- PANOFSKY, E. 1969. « L'histoire de l'art est une discipline humaniste », in *L'œuvre d'art et ses significations*, Paris, Gallimard.
- POMIAN, K. 1978. « Entre l'invisible et le visible: la collection », *Libre*, n°3, vol. 340,3-56.
- ROSEN, J. 1995. *La faïence en France du XIVe au XIXe siècle, histoire et technique*, Paris, Errance.
- ROSEN, J. 2000. *Les routes de la faïence en Bourgogne*, Dijon, CCSTI-Les Presses du Réel.
- ROSSET, C. 1979. *L'objetsingulier*, Paris, Minuit.
- SEGUY-DUCLOT, A. 1997. « Art décoratif et art iconique », *Poétique*, n° 112, pp. 490-508.
- THEVENOT, L. 1994. « Le régime de familiarité », *Genèses*, n° 17, 72-101.
- THEVOZ, M. 1984. « Esthétique et/ou anesthésie muséographique », in Hainard & Kaehr, *Objets prétextes, objets manipulés*, Neuchâtel, musée d'ethnographie ; p. 167-182.
- WOLF, L. 1993. « L'œuvre d'art en tant que meuble », *Sociologie de l'art*, n°6, 75-94.
- ZERBINI, L. 1993. « Les objets de musées ethno-anthropologiques soumis à la polémique... », *Sociologie de l'art*, n°6, pp. 95-134.

### ***Liste des illustrations***

1. Scènes d'intérieur, la boutique d'antiquités de Brigitte D. à Montceau-les-Mines
2. Le pichet anthropomorphe, l'objet le plus laid exposé en boutique selon Brigitte D.
3. Extrait du catalogue des Grès et Poteries de Digoin, 1995 : esthétisation des ustensiles domestiques.
4. Le catalogue des poteries de grès Langeron, au Pont-des-Vernes, vers 1910.
5. Le catalogue des établissements Revol en 1952.
6. Un des produits des établissements Bordelais, à Palinges, années 1940-1950 : le vautour pique-fleurs.
7. Le pot à tabac du grand-père de Georges T., Pouilloux, le Pont-des-Vernes.
8. Un produit flammé des établissements Langeron, au Pont-des-Vernes.

## TABLES DES MATIERES

PRÉAMBULE : OBJETS ET ESTHÉTIQUE, QUESTIONS DE MÉTHODE.....	
PRÉSENTATION DU TERRAIN.....	
LES FABRIQUES DE POTERIES DE GRÈS DE LA VALLÉE DE LA BOURBINCÉ.....	
<i>Digoin et Paray-le-Monial.....</i>	
<i>De Palinges à Pouilloux.....</i>	
TERRE, CÉRAMIQUE ET ESTHÉTIQUE.....	
<i>Définitions.....</i>	
<i>La terre, c'est vivant.....</i>	
<i>Céramique et tradition.....</i>	
<i>De la terre "du pays" au "Big-bag".....</i>	
PRODUCTION ET CRÉATIONS.....	
<i>Le fait à la main.....</i>	
<i>Un cruchon « potable ».....</i>	
<i>La normalisation des formes ; calibrage et coulage.....</i>	
<i>Un céramiste amateur.....</i>	
<i>Les grès Demeunot.....</i>	
<i>Bricoles, typica et objet unique.....</i>	
<i>Une pièce unique sacralisée.....</i>	
<i>La notion d'objet d'art.....</i>	
LA FORME ET LA COULEUR.....	
<i>L'identification par la glaçure.....</i>	
<i>Le décor des faïences.....</i>	
<i>Les flammés, produits pour plaire.....</i>	
<i>Le bleu.....</i>	
<i>Faïences, grès et créativité du moulage.....</i>	
FONCTIONS.....	
<i>La destination fonctionnelle initiale : contenir.....</i>	
<i>De l'ustensile au bibelot.....</i>	
<i>Concevoir ou créer ?.....</i>	
<i>Esthétique du conditionnement.....</i>	
<i>Esthétique et ustensilité.....</i>	
<i>La relation esthétique comme dévoiement.....</i>	
<i>Rusticité et patine.....</i>	

<i>L'objet quotidien contre le bel objet.....</i>	.....
<i>Objets, hommes et techniques.....</i>	.....
<i>Une vente : la valeur utilitaire comme recours.....</i>	.....
<b>L'OBJET-TEMPS, L'OBJET-REGION.....</b>	.....
<i>L'ancienneté contre l'esthétique.....</i>	.....
<i>Le métier d'antiquaire : relooker les objets.....</i>	.....
<i>Une tuile améliorée.....</i>	.....
<i>Mises en scène d'objets ; boutique, catalogue, collection.....</i>	.....
<i>Collection et jugement esthétique.....</i>	.....
<i>Flânerie esthétique et quête obsessionnelle.....</i>	.....
<i>Souvenir d'une mère et d'une fête des mères.....</i>	.....
<i>Une collection céramique éclectique.....</i>	.....
<i>La mise en série, le raté et le laid.....</i>	.....
<i>Un récit exemplaire : Madame de, nouvelle de Louise de Vilmorin.....</i>	.....
<b>CONCLUSION.....</b>	.....
<b>POUR UNE ESTHÉTIQUE DE L'OBJET ORDINAIRE ; MOTS DE POÈTES.....</b>	.....
<b>ENTRETIEN.....</b>	.....
<b>BIBLIOGRAPHIE.....</b>	.....
<b>LISTE DES ILLUSTRATIONS.....</b>	.....