



HAL
open science

Production de la tradition et ethnicité. L'exemple de Quimper (Bretagne)

Jean-François Gossiaux

► **To cite this version:**

Jean-François Gossiaux. Production de la tradition et ethnicité. L'exemple de Quimper (Bretagne). *Ethnologie française*, 1995, 25 (2 - Le motif en sciences humaines), pp.248-255. halshs-00122402

HAL Id: halshs-00122402

<https://shs.hal.science/halshs-00122402>

Submitted on 31 Dec 2006

HAL is a multi-disciplinary open access archive for the deposit and dissemination of scientific research documents, whether they are published or not. The documents may come from teaching and research institutions in France or abroad, or from public or private research centers.

L'archive ouverte pluridisciplinaire **HAL**, est destinée au dépôt et à la diffusion de documents scientifiques de niveau recherche, publiés ou non, émanant des établissements d'enseignement et de recherche français ou étrangers, des laboratoires publics ou privés.

Production de la tradition et ethnicité L'exemple de Quimper (Bretagne)

Jean-François GOSSIAUX¹

Laboratoire d'Anthropologie Sociale
Ecole des Hautes Etudes en Sciences Sociales, Paris

Archives ouvertes de l'Institut interdisciplinaire d'anthropologie du contemporain (IIAC) - <http://halshs.archives-ouvertes.fr/IIAC>

Fichier auteur oai:halshs.archives-ouvertes.fr:halshs-00122402_v1

Référence de publication :

1995, *Ethnologie française* 25 (2) : 248-255.

Résumé

Le thème général de la contribution proposée est le traitement et l'utilisation de la "tradition" dans un contexte permettant le marquage ethnique de cette dernière. La recherche a porté sur une activité manufacturière traditionnelle (le terme signifiant ici: inscrite dans un passé lointain et pérennisée à travers le temps) dont la valeur emblématique a crû de manière inversement proportionnelle à son importance économique. A la fin du XIX^e siècle, les faïenceries de Quimper - créées et dirigées par une classe d'entrepreneurs allogènes - se lancent dans la production d'objets au décor constitué de scènes de genre, en l'occurrence bretonnes, peintes selon les critères les plus académiques de l'art savant. Au fil des années, ce décor se réduit, les personnages se raréfient, le trait se simplifie jusqu'à la maladresse, selon un processus de "naïvisation" aboutissant à la production d'un art réputé populaire. Parallèlement, les personnages deviennent des types ethniques - les "petits Bretons" - qui avec le développement du tourisme envahissent les magasins de souvenirs.

Les difficultés économiques manquent d'emporter la dernière faïencerie au début des années 1980. La ville, des édiles aux commerçants, redécouvre alors son activité traditionnelle, l'érige en patrimoine culturel, arguant notamment de sa facture purement manuelle, et consacre la valeur emblématique des personnages du décor, selon une sorte de détournement sinon d'inversion des marqueurs ethniques: le symbole est adopté par la couche dirigeante de la population, en majorité "ethniquement" non bretonne et jouant le jeu de la modernité française, alors qu'il est perçu négativement par les tenants de la culture bretonne. La manufacture elle-même a été rachetée par une société américaine: sa production constitue aux Etats-Unis le paradigme de la tradition.

Matériaux utilisés: entretiens ; données iconographiques ; presse locale ; statistiques anthroponymiques

¹ LAIOS/IIAC - gossiaux@msh-paris.fr

Quimper, chef-lieu du Finistère, à l'extrême pointe de la Bretagne – donc de la France. 60 000 habitants. Ville administrative et commerçante, comptant aussi quelques industries, notamment alimentaires. Important centre touristique.

Quimper peut être considérée comme la place forte de la langue bretonne. Cela ne signifie pas que l'on entende couramment parler le breton dans les rues. Le nombre de ses locuteurs est difficile à estimer, mais en tout état de cause la pratique effective ne concerne guère que la génération la plus âgée, au delà de 60-70 ans, la compétence de la génération suivante ne se manifestant que dans la compréhension. C'est essentiellement au niveau de l'écrit, de la langue littéraire, que s'affirme la vocation "bretonnante" de Quimper. Le centre-ville compte plusieurs librairies spécialisées et la bibliothèque municipale abrite un important fonds d'ouvrages bretons. Par ailleurs, en tant que chef-lieu du Finistère, Quimper constitue le point de ralliement du mouvement Diwan, qui fédère les écoles élémentaires en langue bretonne et qui est implanté principalement dans le département. En dehors de cet univers lettré, certains lieux urbains apparaissent linguistiquement marqués. Si les cafés élégants du centre ne se distinguent en rien de n'importe quel café à clientèle bourgeoise de la province française, certains bars à la pratique moins huppée sont notoirement connus comme bretonnants. Cette identité se donne d'ailleurs moins à entendre dans la langue réellement pratiquée qu'elle ne se donne à voir sur les murs tapissés d'affiches en breton, ou à boire avec la bière irlandaise qui y est débitée en abondance.

L'événement de l'année 1990 à Quimper a été une exposition intitulée "Quimper. Trois siècles de faïences", qui s'est tenue de mai à octobre au musée des Beaux-Arts. Cette exposition, destinée à célébrer le tricentenaire de l'industrie faïencière de la ville - une industrie maintenant représentée par une manufacture employant une centaine d'ouvriers - a été visitée par plusieurs dizaines de milliers de personnes et, associée à diverses manifestations, a connu un retentissement considérable, la presse locale, notamment, en assurant une "couverture" quasi quotidienne. Le sigle officiel était le "Q fleuri", c'est-à-dire la lettre Q (pour Quimper) calligraphiée et ornée d'un

décor floral inspiré du décor "à la touche" caractéristique du style faïencier local (doc.1). Si ce motif avait été créé pour la circonstance, la figure emblématique de l'exposition, en revanche, était directement empruntée au catalogue de la manufacture. Illustrant les affiches, accompagnant en médaillon le Q fleuri sur les billets d'entrée, reproduit à des milliers d'exemplaires sur les boîtes de gâteaux et sur les cartes postales mises en vente à cette occasion, le "petit Breton" accaparait en cette année 1990 tout l'espace quimpérois (doc.2,3). Le personnage est dessiné de profil, d'un trait simple que l'on peut dire stylisé, naïf ou maladroit selon l'idée que l'on se fait de l'intention de l'artiste. Il arbore les attributs archétypiques du paysan breton : le chapeau rond (*le* signe archétypique des Bretons, selon la plus célèbre chanson française consacrée à ceux-ci), le gilet court, la culotte bouffante. Le fouet tenu à la main droite surajoute une notation technique à la description vestimentaire.

L'omniprésence du petit Breton ne faisait que refléter la place accordée dans la ville à la représentation de la faïence. Parallèlement à l'exposition, de monumentales sculptures représentant des tessons de vaisselle avaient été disposées dans les lieux les plus fréquentés du quartier historique (doc.4). Les commerçants faisaient assaut d'imagination pour évoquer le thème de la faïence dans le décor de leurs vitrines, qui servaient par ailleurs de cadre à un vaste concours public en forme de chasse au trésor (doc.5). Les Quimpérois venaient en foule faire expertiser leur vaisselle ancienne au cours de séances gratuites assurées par un antiquaire de la place. Des opérations "portes ouvertes" étaient organisées à la faïencerie, remportant un gros succès d'affluence. L'inauguration de l'exposition avait donné lieu à une grande fête avec binious et bombardes. Les ouvrages d'érudits locaux se multipliaient à la devanture des libraires. Les deux quotidiens régionaux, entre les études "de fond" sur l'histoire des manufactures ou sur la situation économique de l'industrie céramique, les reportages sur les multiples manifestations et la rubrique d'"échos", consacraient presque chaque jour de nombreuses colonnes à la faïence (doc.6). En bon rang parmi les sujets d'actualité figuraient les tribulations de l'"Association du Tricentenaire", qui, comme son nom l'indique, avait été à l'origine de l'exposition, mais au sein de laquelle le

succès provoquait dissensions internes et révolutions de palais. Au delà de ces problèmes ponctuels, la fin de l'année marquait le triomphe officiel des promoteurs de l'entreprise : une trentaine de personnalités quimpéroises (politiques, économiques, culturelles) interrogées par la presse locale désignaient à une forte majorité l'exposition "Trois siècles de faïences" comme l'événement de l'année 90, avec des commentaires où les termes "patrimoine" et "économie" étaient régulièrement associés (doc.7,7bis).

L'histoire de la faïence de Quimper commence donc officiellement en 1690, lorsqu'un ouvrier venu de Provence construit ses premiers fours dans un faubourg de la ville, en un endroit présentant le double avantage de se situer en bordure d'un fleuve côtier - l'Odet - et à proximité d'un gisement d'argile². La manufacture va rapidement prospérer, restant durant plus d'un demi-siècle la seule faïencerie importante de Bretagne. Le succès, cependant, finit par engendrer la concurrence, sur les lieux mêmes choisis par les précurseurs. Au début du dix-neuvième siècle, trois manufactures, séparées par à peine quelques dizaines de mètres, emploient au total une centaine d'ouvriers, non compris les journaliers. D'entrée, les rapports entre les faïenciers sont difficiles, voire conflictuels, les anciens tentant régulièrement d'entraver l'installation et le développement des nouveaux - avec une vigueur accrue lorsque ces derniers sont d'anciens employés des premiers. On n'hésite pas à en appeler à la justice, en arguant notamment de "subornation d'ouvriers". Ce genre de relations perdurera tout au long de l'histoire, et les procès se multiplieront pour plagiat, détournement de modèles, imitation de signature, etc. En fait, la proximité - spatiale et technique - des manufactures est telle qu'il est effectivement difficile de distinguer leur production. Les ouvriers passent de l'une à l'autre, emmenant leur savoir-faire, et parfois leurs poncifs. La charge conflictuelle de la situation ne fera d'ailleurs que s'aggraver, les stratégies commerciales des faïenceries s'appuyant de plus en plus sur une politique de "marque".

² Sur l'histoire des faïenceries de Quimper, cf. notamment : M.J. Roullot, *Les faïences artistiques de Quimper aux XVIIIe et XIXe siècles*, Lorient, Art-Média Edition, 1980; M. Taburet, *La faïence de Quimper*, Paris, Editions Sous le vent, 1979.

Implantation locale ne signifie pas autochtonie. Nous avons indiqué que le premier établissement avait été fondé par un ouvrier originaire du sud de la France. On retrouve là un phénomène caractéristique de l'industrie faïencière. Depuis l'origine, et jusqu'à nos jours encore, les relations professionnelles se développent à une échelle nationale, voire internationale, les ouvriers (qualifiés) voyagent, les capitaux se déplacent, les techniques s'échangent d'une ville à l'autre. A Quimper, les "maisons" - les manufactures - se pérennisent en transmettant le pouvoir à des gendres venus sur les bords de l'Odéon comme ingénieurs. Le patronat, tout comme d'ailleurs l'encadrement technique, est donc allogène, non breton, l'enracinement se faisant principalement par les femmes (elles-mêmes non bretonnes d'origine, lorsqu'elles sont héritières des maisons les plus anciennes, ou autochtones, voire bretonnantes, dans le cas des ouvriers "dissidents" ayant fondé leur propre faïencerie). Cette situation n'est évidemment pas sans effet sur la nature des pièces fabriquées. Celles-ci ne font montre d'aucune spécificité, mais sont conçues explicitement à l'imitation des faïences du Midi, de Nevers et surtout de Rouen, tant pour les formes que pour les décors. Il n'y a pas véritablement de style "Quimper", au moins pour ce qui concerne la production antérieure à la fin du 19^e siècle. (Une telle absence d'originalité n'est d'ailleurs pas propre à Quimper. L'univers de la faïence est fait de mobilité, d'échanges, d'emprunts, et même les grands centres "créateurs" se sont largement influencés mutuellement.)

Au demeurant, les pièces "décoratives", qui sont proprement les seules concernées par ces questions de style et de décor, n'ont constitué jusqu'au milieu du 19^e siècle qu'une petite partie de la production quimpéroise. Généralement offertes à l'occasion de baptêmes et de mariages, elles étaient exposées sur les vaisseliers ou accrochées aux murs. L'essentiel de la fabrication était celle d'objets utilitaires, assiettes, pichets, bols, plats et autres ustensiles de vaisselle en grès, poterie, faïence ordinaire. Cette production, surtout destinée à une clientèle étroitement régionale, était diffusée dans les villages par les chiffonniers et colporteurs.

Les faïenceries constituaient au début du 19^e siècle la seule activité industrielle de Quimper, et cela au moment même où les manufactures de Rouen et de Nevers, par exemple, avaient dû fermer leurs portes devant la concurrence des produits anglais de grande série. La relative résistance de la céramique quimpéroise perdura pendant la première moitié du siècle, mais la production industrielle de masse (venant notamment de l'Est de la France) finit par envahir son territoire, en même temps que le chemin de fer pénétrait la Bretagne. (Le premier train arriva à Quimper en 1860.) Cependant, si le rail mettait fin à un isolement protecteur et privait ainsi les manufactures de leurs débouchés immédiats, il faisait également émerger un nouvel environnement économique, que certaines allaient utiliser. Devenue aisément accessible, et profitant de la mode naissante des bains de mer, la Bretagne commençait à connaître une certaine notoriété touristique. Il ne s'agissait pas encore, bien sûr, d'un tourisme de masse, mais cette clientèle fortunée était précisément de celles qui pouvaient acheter des pièces décoratives, de la faïence "artistique". Par ailleurs, le chemin de fer ouvrait à cette production coûteuse un espace qui lui était auparavant inaccessible. Restait à inventer un produit attractif pour ce nouveau marché.

En 1872, une des trois manufactures (la seconde par l'ancienneté et par l'importance) engage comme directeur artistique le conservateur du musée de Quimper, qui est par ailleurs peintre et photographe. Celui-ci commence par reproduire des motifs de Rouen ou de Nevers, mais rapidement il crée un type de décor sinon original, du moins spécifique à Quimper : des scènes bretonnes. S'inspirant d'un graveur quimpérois du début du siècle (dont l'oeuvre est publiée sous l'intitulé "galerie bretonne"), mais utilisant également ses propres observations, il peint d'une manière précise et réaliste des cérémonies familiales (noces, baptêmes), des pardons (fêtes religieuses "typiques" de la Bretagne), des métiers "d'antan" (le chiffonnier, le chansonnier), il illustre des chansons, des légendes (doc.8). Le succès est tel que les autres manufactures se mettent elles aussi à ce type de décor. "Certaines correspondances des clients ou des représentants des manufactures de l'époque sont nettes: inutile de créer d'autres décors

que les décors bretons; quelle que soient leur qualité, ils ne se vendront pas."³ La réussite commerciale, cependant, ne garantit pas la fortune économique. Après la faïence utilitaire, la faïence artistique subit elle aussi les assauts de la production industrielle. En l'occurrence, les manufactures ont à se défendre des contrefaçons, la vaisselle bretonne et autres objets décoratifs "typiques" fabriqués en grande série envahissant le marché. De cette époque date la protection juridique du label "Quimper". Cette protection, si elle n'est pas totalement illusoire, reste cependant insuffisante. La faïencerie qui avait inventé le genre breton ferme ses portes en 1905, les autres connaissant à la même époque de grosses difficultés. La première guerre mondiale achève de démanteler l'appareil productif, une seule manufacture poursuivant quelque activité.

La fin de la guerre marque un nouveau départ. Des capitaux arrivent, des industriels venus d'autres villes faïencières remettent en route les fours abandonnés. L'inspiration, quant à elle, demeure la même. Une des faïenceries a racheté la marque et les modèles du précurseur malheureux. La propriété intellectuelle (et commerciale) du style breton entraîne d'ailleurs un conflit entre les deux principales manufactures. Chacune reproduit à l'envie des individus en costume, pratique que l'une prétend interdire à l'autre, qui réplique elle-même en portant plainte pour imitation de signature. (Ce n'est que le début d'une longue série de conflits juridiques entre les deux maisons.) Le décor, cependant, tend à se simplifier. Les personnages sont moins nombreux, voire uniques, et généralement représentés de profil. Les scènes bretonnes commencent à se réduire aux "petits Bretons" (doc.9,10).

Parallèlement, les années 1920 voient l'émergence chez les faïenciers de Quimper de nouvelles ambitions artistiques. Voulant rompre avec un classicisme répétitif, ceux-ci marquent leur engagement dans le vie culturelle contemporaine par la création de séries résolument originales. Ils produisent ainsi des collections dans le style "Art Déco", qui font aujourd'hui le bonheur des amateurs et la fortune des antiquaires. A

³ M.J. Roullot, op. cit., p. 70.

côté des créateurs parisiens, des artistes régionaux sont sollicités, dont certains s'inscrivent dans un mouvement politico-culturel de tendance bretonnante et cherchent à exprimer l'identité de la Bretagne à travers la représentation de personnages caractéristiques. En dépit de leur inspiration savante, ces oeuvres, dont la facture généralement dépouillée semble faire écho au processus de simplification des décors traditionnels, contribuent à la cristallisation d'archétypes populaires. .

Le motif du petit Breton, tel qu'il apparaît définitivement fixé dans les années d'entre-deux-guerres et tel qu'il a perduré jusqu'à nos jours pour devenir l'emblème de la faïence quimpéroise dans les célébrations officielles, est le résultat d'une double réduction : réduction du sujet (réduction du théâtre de la vie bretonne à un personnage figé dans son isolement) et réduction du trait (stylisation ou "naïvisation" du dessin). Il est cependant à noter qu'il ne s'agit pas d'un motif inédit. Le décor "petit Breton" du vingtième siècle reprend une figure ornant déjà des assiettes du dix-neuvième. (C'est d'ailleurs le dessin du dix-neuvième siècle qui est reproduit sur l'affiche de l'exposition du tricentenaire.) Cette figure ancienne est elle-même le produit d'une évolution dont les raisons techniques peuvent également être invoquées pour expliquer celle de l'entre-deux-guerres. Les décors complexes de la faïence d'apparat du dix-huitième siècle (dans les styles Rouen, Nevers, etc.) ont eu tendance à se simplifier dans la première partie du dix-neuvième, la pression de la concurrence, d'une part, les nouveaux rapports de travail, d'autre part, ayant amené à employer dans le domaine de la décoration une main-d'oeuvre moins experte (et plus féminine), pour une production moins onéreuse (doc.11,12). Au vingtième siècle, de même, les scènes bretonnes, qui requièrent l'utilisation de poncifs complexes et le recours à de véritables maîtres de la copie, sont abandonnés pour des décors "à main levée" beaucoup plus simples, même s'ils nécessitent des exécutants très qualifiés. Le temps n'est plus des voyageurs fortunés, et il convient de sortir des produits d'un prix moins prohibitif pour la nouvelle clientèle potentielle (doc.13).

Si donc il existe des similitudes techniques dans les deux cas, la différence quantitative de l'un à l'autre entraîne une véritable différence de nature. La principale production du dix-neuvième siècle était celle de la céramique utilitaire, et le paysan breton des assiettes décoratives avait une diffusion forcément limitée. En revanche, les faïenceries de Quimper au vingtième siècle ont abandonné le marché des ustensiles ordinaires pour se consacrer à celui de la vaisselle d'apparat et à celui des objets ornementaux - qui peuvent d'ailleurs être, et sont souvent, des pièces de vaisselle, généralement isolées. Or, l'apparition d'un véritable tourisme de masse offre à ce dernier des possibilités de développement considérables. En fait, il le transforme en marché du *souvenir*, le terme n'ayant pas ici la connotation de pacotille dont il est maintenant fréquemment affecté. Et pour être support (universel) de souvenir, un objet doit être simplement et directement signifiant. Si la signification est portée par le décor, celui-ci sera figuratif et aura un rapport immédiat avec le lieu à rappeler. La clientèle recherchée par les faïenceries dépasse évidemment le strict cadre quimpérois. Le souvenir à emporter doit être celui de la Bretagne : en l'occurrence le motif du petit Breton est parfaitement "signifiant". La stylisation, la simplification, dont on a évoqué les raisons essentiellement techniques, accroissent l'efficacité du message. En faisant fi de toute précision, en éliminant les éléments anecdotiques et particuliers et en ne représentant que les traits les plus caractéristiques - les plus mythiques, dans la définition que donne du mythe Roland Barthes - le petit Breton s'érige en souvenir breton universel. On peut ajouter que la facture stylisée, en apparaissant comme naïve et donc populaire, et en répondant ainsi à une certaine conception de l'authenticité, augmente encore la puissance attractive du produit. Résultat d'une évolution en quelque sorte naturelle et d'une démarche commerciale empirique, le motif vedette des faïences de Quimper semble avoir été conçu selon les techniques les plus modernes du marketing. Sa pérennité est par ailleurs assurée par l'intemporalité de la réalité évoquée : la Bretagne "traditionnelle". Il est, enfin, parfaitement adapté à la création de pièces appariées et de services. Il peut se décliner au féminin : le petit Breton, toujours tourné vers la droite, rencontre parfois le

regard d'une petite Bretonne, braqué sur la gauche pour l'éternité (doc.14, haut). Et il imprègne de sa signification les éléments annexes du décor, les motifs floraux peints "à la touche", qui finissent par devenir autonomes et qui continuent d'évoquer la Bretagne en l'absence même de tout personnage.

L'histoire des faïenceries de Quimper, cependant, se répète : le succès de leurs créations ne garantit pas leur survie économique. Les manufactures, florissantes jusqu'au milieu du siècle (elles emploient alors environ 300 personnes), connaissent ensuite un déclin rapide. Les deux grandes maisons qui vivaient un face-à-face conflictuel depuis cinq décennies sont amenées à fusionner dans les années soixante (il s'agit en fait d'une absorption), et l'entreprise unique qui en résulte doit elle-même fermer ses portes au début des années quatre-vingt. (Les manufactures de moindre importance sont quant à elles réduites à un état résiduel, n'employant plus qu'une poignée d'ouvriers.) Les raisons de cette déconfiture sont multiples. Sans doute faut-il faire la part des défaillances humaines et des erreurs de gestion. Par ailleurs, la conjoncture économique globale n'est pas favorable aux industries à forte valeur ajoutée et à main-d'oeuvre importante. Enfin, phénomène récurrent à Quimper, les manufactures ont pâti de la contrefaçon, leurs produits, "entièrement décorés à la main" et donc d'un prix relativement élevé, résistant mal à la concurrence des faïences "bretonnes" industrielles qui envahissent les magasins de souvenirs.

La liquidation de la dernière grande faïencerie se déroule dans le bruit et la fureur et secoue la ville durant plusieurs mois. Les 200 ouvriers mènent une lutte acharnée pour le maintien de l'entreprise, avec occupation des locaux, manifestations de rue, etc. L'échec est au bout. La manufacture est fermée, tous les salariés licenciés. L'année suivante, cependant, un "repreneur" se présente, en la personne d'un commerçant américain, importateur exclusif de la faïence de Quimper aux Etats-Unis. La production repart, avec un personnel réduit à une cinquantaine de personnes. Le nouveau propriétaire reprend les anciens modèles, s'en tient fidèlement au style de la

maison (style "country" pour les Américains) et réussit à relancer l'entreprise. Au moment du "Tricentenaire", le nombre de salariés atteint la centaine.

Telle est donc la situation de l'industrie faïencière célébrée par sa ville durant presque une année : une activité désormais sinon marginale, du moins peu importante en termes d'emploi, une activité qui a failli disparaître et ne doit sa survie qu'à l'intervention d'un homme d'affaires étranger. Comment expliquer cet engouement qui a pu donner l'impression que Quimper ne vivait que par et pour la faïence? La situation, précisément, et le télescopage des événements réels ou symboliques peuvent sans doute être invoqués. La réaction spectaculaire des ouvriers de la manufacture quand celle-ci s'est découverte en faillite a défrayé la chronique locale, voire régionale, et est encore proche dans les mémoires. Le "sauvetage" par un businessman américain a fait sensation - une sensation ambiguë. Et l'on s'est aperçu, dans le même temps, que cette activité menacée, incertaine, animait la ville depuis exactement trois siècles. Cependant, ce ne sont pas véritablement l'industrie, le travail ou les travailleurs qui sont célébrés avec tant d'éclat. Il ne s'agit pas de mettre à l'honneur une tradition ouvrière dont les luttes récentes auraient encore renforcé la dimension mythique. Ces luttes se sont terminées sur un échec et ont laissé un goût amer à toutes les parties. Par ailleurs, les initiateurs et les acteurs de la célébration ne sont pas précisément des thuriféraires de la classe ouvrière. L'"Association du tricentenaire", à l'origine du projet, regroupe des notables touchant de plus ou moins près à l'univers de la faïence : personnalités du monde culturel - notamment des musées -, antiquaires, anciens cadres des faïenceries, membres des anciennes familles patronales, commerçants...L'initiative est appuyée et relayée par les pouvoirs publics locaux, en particulier par la municipalité, et les manifestations parallèles à l'exposition sont soutenues voire totalement organisées par les acteurs économiques, notamment les commerçants du centre-ville. Un hommage discret peut bien sûr être rendu, au détour d'un discours, aux humbles sans qui rien n'aurait existé, mais manifestement c'est le rapport à la matière qui est ainsi mis en valeur, non les rapports de travail.

Doit-on discerner dans le Tricentenaire une opération, sinon une manipulation, au service immédiat d'intérêts économiques et financiers? Si les patrons actuels des faïenceries n'ont directement rien eu à voir à l'affaire, il est de fait que certains enjeux matériels existaient, auxquels certains protagonistes de la célébration n'étaient pas totalement étrangers : valorisation des pièces d'antiquité, promotion de la production actuelle, propriété et devenir de la collection ancienne de la manufacture (collection qui avait été dissociée de l'outil de production lors de la liquidation judiciaire et n'avait pas été rachetée par le repreneur américain). Mais cet aspect de l'événement, pour réel qu'il soit, n'explique pas l'ampleur pris par celui-ci, n'explique pas la mobilisation de la ville autour de sa faïence. Les discours du tricentenaire parlent de "patrimoine", de "patrimoine culturel", de "patrimoine retrouvé". Quimper est identifiée à son produit, identifiée par lui autant qu'elle l'identifie. Rappelons que le label d'origine est officiellement protégé depuis la fin du 19e siècle - défense parmi d'autres contre l'agression des contrefaçons. Le nom, ainsi, est devenu commun, au même titre, toutes proportions gardées, que "Bordeaux" ou "Porto". (Le maire, à l'inauguration de l'exposition, ne manque pas de souligner qu'il s'agit là d'"une chose extrêmement rare pour une ville".) Le label renvoie directement à la notion d'*authenticité*, qui elle-même, en intégrant la dimension temporelle ("Quimper. Trois siècles de faïences") se fonde dans celle de *tradition*. La tradition, en l'occurrence, réside dans un mode de fabrication, et plus précisément de décoration, "entièrement à la main". A travers la notion de facture, on passe naturellement du mode de fabrication au résultat, du mode de décoration au décor. En dernier ressort, la tradition est représentée par le motif et Quimper, identifiée à sa faïence, est représentée par le "petit Breton". Le maire, au seuil de l'année 1990, n'hésitera pas à faire graver des cartes de vœux où il figure lui-même en petit Breton ornant une assiette (doc.15, haut). L'aspect "second degré", "joke" de l'acte n'enlève rien de sa signification.

Il n'est évidemment pas neutre que ce soit un motif *ethnique* qui s'impose ainsi pour afficher l'*identité* de la ville. Rappelons que Quimper apparaît comme la capitale de la

Bretagne bretonnante. Par ailleurs, si l'ethnicité est d'une manière générale un "opérateur identitaire" particulièrement puissant, en France la distinction ethnique est de surcroît d'autant plus forte qu'elle est rare. Or, tout comme le patrimoine, l'identité est depuis quelques années un thème rebattu, dans les discours, les ouvrages, les articles... Nous ne discuterons pas ici s'il s'agit d'une mode superficielle ou d'une idéologie consistante. En tout état de cause, le langage de l'identité apparaît comme politiquement efficace, et il n'est pas étonnant qu'il ait en l'occurrence été repris par les hommes politiques locaux. Efficace, il l'est également en matière économique : ainsi se forme une image, élément nécessaire de toutes les opérations de promotion.

Cependant, la ville qui marque ainsi, ethniquement, son identité est celle des élites, politiques, économiques, culturelles, celle du centre. Le personnel de la faïencerie, par exemple, n'a été associé que de manière marginale aux festivités du tricentenaire; et il ne semble pas qu'en dehors du centre-ville, dans les quartiers périphériques, parmi la clientèle des bars bretonnants, la faïence et son petit Breton aient rencontré un écho aussi considérable. En fait, l'emblème ethnique est adopté par la partie de la population la moins caractérisée ethniquement (la moins "bretonne"). Certes, en l'absence de toute référence à une quelconque appartenance ethnique dans les recensements et autres documents officiels français, toute proposition de ce genre est sujette à caution. Une approche anthroponymique peut toutefois fournir en la matière certaines indications⁴. Ainsi, nous avons comparé la distribution des patronymes - français ou bretons - parmi les habitants du centre-ville d'une part, parmi le personnel de la faïencerie d'autre part. La différence est statistiquement significative : dans le premier cas les noms sont en majorité français, dans le second en majorité bretons⁵. Si l'on admet la validité de l'indicateur onomastique, on perçoit donc un clivage entre une bourgeoisie

⁴ A. Dauzat, *Traité d'anthroponymie française : les noms de famille de France*, Paris, Guénégaud, 1977. (3ème édition).

A. Dauzat, *Dictionnaire étymologique des noms de famille et prénoms de France*, Paris, Larousse, 1978.

⁵ Pour les quartiers du centre-ville, nous avons effectué un sondage au 1/7 à partir de l'annuaire téléphonique (1992). Nous avons obtenu 81 noms français et 65 noms bretons, soit respectivement 55% et 45%. Pour le personnel de la faïencerie (en 1992), on relève 43 noms français (42%) et 59 noms bretons (58%).

urbaine essentiellement "française" et la population rurale dont est issue en majeure partie la main-d'oeuvre des faïenceries, population "bretonne", ou en tout cas d'origine celtophone.

Le marquage ethnique de l'identité, d'ailleurs, n'a en l'occurrence aucune connotation nationaliste ni même ethnociste. L'élite quimpéroise s'inscrit totalement, politiquement et culturellement, dans le cadre français. (A l'inverse, les tenants de l'autonomie culturelle et/ou politique et les militants de la langue bretonne récusent ce genre de symbole folklorisé. Le petit Breton n'est pas loin de Bécassine⁶.) L'ethnicité n'apparaît que comme une pigmentation de la tradition, et la tradition elle-même comme un *produit* - un produit économique. Sans doute une telle analyse n'épuise-t-elle pas le sujet. Mais dégager la dimension économique d'un phénomène n'est pas le réduire à une réalité trivialement matérielle. Il ressort ainsi qu'ethnicité et tradition, souvent synonymes de repli sur soi et de fermeture, peuvent aussi avoir une valeur d'échange.

⁶ Bécassine est un personnage de bandes dessinées qui remporta un énorme succès dans la première moitié de ce siècle. Originnaire d'un village précisément situé à proximité de Quimper, toujours en costume 'typiquement' breton, elle est employée de maison à Paris (les "bonnes" - à tout faire - bretonnes étaient alors nombreuses dans la capitale) et son incurable naïveté est à l'origine de mésaventures qui ont distrait les lecteurs français pendant des décennies.